

Marketing promocional faz o seu produto superar a crise

Nos últimos anos, o Brasil atravessa uma das suas piores crises políticas e econômicas. Mas para quem utiliza o marketing promocional no planejamento da sua empresa, a crise não deve ser um obstáculo.

31/08/2016 17:58:26

Em tempos de crise o consumidor está pesquisando mais sobre as marcas e os produtos que estão consumindo, por isso é preciso fazer um planejamento para que a crise não atrapalhe a saúde financeira da empresa e nem do consumidor.

Reduzir custos é um dos objetivos de quem se preocupa com o bem-estar do bolso, então é muito importante que a sua marca esteja na cabeça do seu cliente de forma positiva, assim conquistando a fidelidade que garantirá o sucesso da sua marca.

Segundo o empresário da Zimi Brindes , Ygor Zimichut, especialista em marketing promocional, “o planejamento das empresas devem focar primeiro em fidelizar o seu cliente e logo em seguida em conquistar novos prospects. Os clientes fiéis a marca serão aqueles que poderão divulgar a sua marca para que consiga novos consumidores”.

A distribuição correta dos brindes como agendas , pen drives , entre outros, são uma forma de encantar o seu cliente, disponibilizando uma troca pela sua fidelidade e mostrar o quanto a marca se preocupa em tê-lo junto. Mas antes de sair distribuindo qualquer brinde como lembrança da sua marca, estude o seu público-alvo, o posicionamento que a sua marca quer ter no mercado e inclusive o que espera da sua ação de marketing.

Muitos especialistas apontam esta ferramenta do marketing como forma de superar a crise que estamos atravessando no Brasil. Esta preferência pelo marketing de promoção visa proporcionar uma compra com uma experiência gratificante para o seu cliente.

Ygor comenta que os brindes podem “eternizar” a sua marca na cabeça do consumidor, para isso é preciso que o seu presente para o seu consumidor o agrade de forma que ele sempre esteja por perto e seja útil no dia a dia, por isso um estudo do perfil do seu cliente é extremamente importante antes de desenvolver as ações de marketing promocional.

