



«As mulheres são sempre melhores clientes do que os homens»

Comentar Ver Comentários Imprimir

A A A A



"Se a marca tiver posicionamento, diferenciação e carácter, o produto vende-se"

Sexta-feira, 9 de Março, 2012

O futuro está nas mulheres que são sempre melhores clientes que os homens. Esta foi uma das ideias chave que Hermawan Kartajaya, presidente da World Marketing Association, passou ontem a todos aqueles que assistiam às conferências do QSP Summit 2012, que se realizou na Exponor, no Porto. Segundo este profissional esta realidade reside no facto de as mulheres fazerem compras para si, para os seus filhos, maridos e casa, ao passo que os homens compram apenas para si próprios.

Entre os principais pontos apresentados por Hermawan Kartajaya destaque também para a importância da diferenciação das marcas. Segundo este profissional, as marcas apenas conseguem impor-se pela diferenciação pois caso esta não exista o preço será a sua única arma. Daí que defenda que o slogan da marca deva reflectir a verdadeira diferenciação da empresa. «Não adianta ter dezenas de vendedores na rua e dizer-lhes para vender. Se a marca tiver posicionamento, diferenciação e carácter, o produto vende-se», garantiu!

Artigos relacionados

- ▶ [Quer poupar 150 euros no IRS?](#)
- ▶ [CCP recomenda "Cuidado com o Déjà Vu"](#)
- ▶ [Mundo Giro ensina crianças a gerir dinheiro](#)
- ▶ [«As mulheres são sempre melhores clientes do que os homens»](#)
- ▶ [Mercado externo dinamiza lucros recorde da EDP](#)

Gian Fulgoni, executive chairman e co-fundador da ComScore, destacou, por sua vez, na sua palestra que «partes do mundo que até há poucos anos não estavam ligadas à Internet, agora não só estão ligadas como com banda larga e através de dispositivos móveis», fazendo com que os EUA tenham deixado de ser o centro do mundo online. Segundo dados apresentados por Gian Fulgoni, se em 1996 os EUA representavam 66% da população da internet, em 2011 esse valor descera para os 13%. Ou seja, hoje a audiência da Internet a nível mundial está concentrada na região Ásia/Pacífico (41,3%), seguida da Europa (26,4%) e só depois a América do Norte (14,6%). Regiões emergentes fazem com que a América Latina represente já 9% e a região Middle East/Africa atinja já os 8,8%. Aliás, os mercados que mais cresceram no ano passado foram o Vietname, a Venezuela, a Indonésia e o México. Todos viram o crescimento da sua população online crescer mais de 20%.

Dentro do meio internet, as redes sociais estão a mudar o paradigma da comunicação. E isso mais não é que o acompanhar da explosão do social. De facto, segundo Gian Fulgoni, 82% da população mundial que está online usa as redes sociais, sendo 1 em cada 5 minutos do tempo passado online usado nas redes sociais. E o Facebook destaca-se nas preferências sendo já o terceiro site no ranking de acessos a nível mundial e tendo uma penetração global de 55%.

Mas para quem tem dúvidas da importância desta rede aqui ficam mais dados divulgados pela ComScore: 3 em cada 4 minutos passados em redes sociais são usados no Facebook e por cada 7 minutos online, 1 é gasto na rede de Mark Zuckerberg. Mas, diz Gian Fulgoni, «as marcas não devem comunicar com os seus fãs na sua wall do Facebook porque depois de se tornarem fãs estes raramente voltam à página da marca. Devem antes comunicar directamente com os fãs porque ao tornarem-se fãs estão a dar permissão à marca para que o faça!»

Texto de Maria João Lima