

Integração com a comunicação

Fábio Mestriner

São tantos os benefícios que parece mentira ter demorado tanto tempo para a união entre a gestão do sistema de embalagem e o planejamento de marketing.

Imagine uma reunião de briefing com a agência de publicidade em que estão presentes por parte do cliente o gerente de marketing e o gestor estratégico de embalagem. Os dois discutem com a agência os pontos-chave do projeto e a melhor forma de integrar a embalagem no plano de comunicação, utilizando-a como ferramenta de marketing e veículo de comunicação.

A agência decide então integrá-la à ação que vai desenvolver na web, e os personagens que aparecerão nos anúncios estarão presentes também na embalagem, multiplicando por vários milhões e a custo zero o número de aparições.

O gerente de marketing vibra com a idéia, pois vê sua verba multiplicada, o alcance de sua mensagem sendo ampliado, e, mais ainda, ele percebe quanto vai ser bom colocar os personagens de sua campanha dentro da casa de seus consumidores através das embalagens.

Neste momento, o gestor de embalagem tem uma idéia. "Sabe aquele nosso fornecedor de rótulos auto-adesivos? Pois ele acaba de lançar um novo modelo de rótulo que pode conter figurinhas adesivas destacáveis do lado dentro. As crianças vão colar nossos personagens pela casa toda... eles vão habitar a casa do nosso consumidor."

"Genial!" - exclama a agência de publicidade, e assim nasce uma grande operação integrando no mesmo plano de comunicação a ação na web, a campanha publicitária com seus personagens, os anúncios e a embalagem. Ao mesmo tempo em que apresenta e multiplica a presença dos personagens, a embalagem fecha o circuito convidando o consumidor a entrar no hot site do produto.

Ficção, delírio, futurismo? Não, é apenas um novo conceito de marketing que começa a dar seus primeiros passos por aqui. A integração da embalagem com a campanha de comunicação traz tantos benefícios que parece mentira isso ter demorado tanto tempo para ser formatado e entrar em operação regular, não é mesmo?

Acontece que nem tudo é tão simples assim... Para que a integração aconteça, muitas pontas precisam ser amarradas e profissionais especializados de várias áreas devem ser mobilizados para trabalhar juntos e fazer com que tudo isso aconteça.

A gestão do sistema de embalagem da empresa e a integração desse sistema ao planejamento de marketing trazem inúmeros benefícios. A propaganda torna o produto "famoso" e a mensagem presente na embalagem torna essa ligação visível no ponto-de-venda, enfatizando ao consumidor o produto que ele viu no anúncio.

A atuação do gestor da embalagem ao lado do gestor de marketing faz a empresa maximizar a verba de comunicação. Para acelerar esse processo, a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) está desenvolvendo uma metodologia de gestão para subsidiar a atuação desses profissionais.

O objetivo é fazer com que essa poderosa ferramenta de marketing venha a integrar cada vez mais as áreas estratégicas da empresa, sendo utilizada inclusive como veículo de comunicação e mídia. A integração de embalagem e marketing está se tornando realidade entre nós. Mais uma vez o país se alinha na vanguarda, com novas abordagens para uma área tão importante nas empresas de hoje.

Disponível em: <<http://www.portaldacomunicacao.uol.com.br>>. **Acesso em:** 3 jul. 2009.