

Título: A difícil arte de atrair clientes...

Um morador de uma capital recebe cerca de dois mil impactos diários vindos de propaganda e outros estímulos de comunicação. Desse total, apenas uns poucos serão lembrados no final do dia. A propaganda, que há tempos atrás já foi a alma do negócio, está ameaçada pelo seu próprio crescimento. O aumento exagerado de anúncios faz com que as pessoas prestem menos atenção a eles.

Há anos atrás milhões de consumidores eram convencidos a experimentar um produto, pois haviam poucos meios de comunicação. Hoje, os consumidores poderão estar assistindo a mais de 100 canais de televisão e ouvindo cerca de 200 estações de rádio ou lendo uma das quase mil revistas disponíveis nas bancas.

Os consumidores estão cada vez mais seletivos no que diz respeito aos produtos e propagandas. Eles aprenderam a olhar sem ver e a ouvir sem escutar. Eles ignoram a maioria dos anúncios. Vá a um consultório médico e observe alguém folheando uma revista. Uma pessoa leva apenas meio segundo para passar por um anúncio, embora esteja a frente de mais de 40, provavelmente essa pessoa lerá poucos anúncios da revista.

O desafio daqui em diante não será apenas lutar contra tantos produtos, marcas e anúncios, mas também superar a mente fechada do consumidor. Se a sua marca não trazer alguma novidade ou valor especial que possa atrair a atenção das pessoas, será ignorada.

Prof. Menegatti é palestrante em Vendas, Motivação e Liderança. Autor dos livros "Desperte Seu Potencial Emocional" e "Talento é fazer coisas comuns de forma extraordinária". Dos DVD's "Campeão de Vendas", "O líder Influenciador" e "Desafios da Mudança". Contatos: www.menegatti.srv.br - menegatti@menegatti.srv.br