



SMS Cusca

ÉS MAIS ESPERTO QUE A INDÚSTRIA?

Quando compras um alimento, sabes porque o estás a comprar? Já pensaste em como, por vezes, a indústria mexe com a tua mente e te leva a comprar o que, sem essa interferência, talvez não comprasses?

Marketing e Publicidade – Uma mão cheia de truques:

1º Quanto mais novos, melhor:

Uma das estratégias favoritas da indústria para garantir grandes vendas é fidelizar os consumidores desde muito novos... Quanto mais novos tiverem contacto com aquela marca, mais anos terão pela frente para ser consumidores fiéis que compram os seus produtos.

Um exemplo disso são as cadeias de *fastfood* que começam por oferecer brinquedos muito divulgados no meio dos mais pequenos nos seus menus infantis! Há uma variedade ENORME de personagens utilizadas por essas empresas de *fastfood* para vender os seus produtos.

2º Vender no ambiente escolar:

É na escola que tu passas grande parte do teu tempo... E se pensares bem, quantos anos, em média, os portugueses passam na escola? Por isso, o ambiente escolar (desde o Jardim de Infância até ao Ensino Universitário) é um óptimo meio de propagação de publicidade alimentar. Estás na escola e não podes mesmo escapar!

Tens como exemplo as próprias máquinas de venda de bebidas que encontras em escolas do 2º e 3º Ciclo, em escolas secundárias e em faculdades, entre outros locais, que, muitas vezes, são a própria publicidade a algumas marcas de refrigerantes.



Passe

>> PROGRAMA ALIMENTAÇÃO
SAUDÁVEL EM SAÚDE ESCOLAR

3º Através de celebridades:

Pensa lá... Se vires a celebridade com quem mais te identificas a comer ou a beber determinado alimento, vais olhar para esse produto com outros olhos, não?

Um dos grandes exemplos da publicidade alimentar ligada às celebridades é o das bebidas que chegam até ti através de equipas de futebol ou de jogadores específicos. Cada vez é mais frequente o recurso a celebridades que apadrinham determinado produto na expectativa que os fãs o adquiram. Esta é uma estratégia muito utilizada para captar o público adolescente como tu!

Se perderes alguns segundos a tentares recordar-te de alguma figura pública associada ao consumo de um refrigerante ou de uma marca de bolachas ou batatas fritas, certamente que te lembras logo de duas ou três, sem grande esforço de memória...

4º Utilizando os *media* (revistas, jornais, televisão, *outdoors*):

A maioria das mensagens publicitárias relacionadas com a alimentação, nomeadamente a que têm como público-alvo os mais novos, chega através da televisão. Fecha os olhos e imagina um cenário ideal – famílias felizes com pais, filhos, animais de estimação bonitos/atraentes, com roupas/penteados que seguem as tendências da moda numa casa ampla, bem decorada... e agora pensa em quantas marcas de bebidas / alimentos é que já viste este tipo de estratégia ser utilizada? Pensa mais um pouco... Quantos destes produtos se publicitam recorrendo à “Ideia de Diversão”: o produto em si ajuda a unir a família ou grupo de amigos e permite que estes se divirtam?!... Acabaste por te lembrar de vários produtos, no ramo alimentar, que recorrem a este tipo de estratégia, certo? Mas nem só da televisão vive a publicidade alimentar. Actualmente, os meios de transmissão ao público estão cada vez mais dispersos. E replicam, estas ideias por revistas, jornais, *outdoors* gigantes (aos quais não consegues escapar porque estão mesmo ali, “ao virar da esquina”), muitas das vezes nas próprias superfícies comerciais onde vais às compras. Como é possível resistir?



Passe

>> PROGRAMA ALIMENTAÇÃO
SAUDÁVEL EM SAÚDE ESCOLAR

5º Espalhados pelo mundo... Nada melhor do que a Internet!

Publicitar num *site* da Internet sai bem mais barato à Indústria do que um anúncio televisivo. E é por isso mesmo que cada vez mais, a indústria alimentar utiliza este veículo como forma de mostrar ao mundo os seus produtos. Desde os *sites* das próprias marcas, aos *pop-ups* que te aparecem, de forma insistente, quando estás noutros *sites*, passando pelas animações em flash que tornam tudo muito mais “fixe”, pelos jogos *on-line*, prémios, e *links* para *sites* de estrelas televisivas, desportistas famosos, músicos, ... Tudo serve para cativar a atenção do público mais jovem. Alguns *sites* oferecem até prendas como *screensavers*, *software* e toques para telemóvel. Basta comprar os seus produtos e introduzir algum código promocional. Ou seja, mesmo que não estejas interessado em comprar o produto, compras para ter acesso a esse mundo de ofertas... E se fores a ver, que informações te dão desses produtos que, aparentemente, são tão divertidos, coloridos, e na moda? É impressionante como uma imagem vale mais que mil palavras, não?

Agora fica o desafio: Mesmo sendo alvo diário de publicidades agressivas... És capaz de pensar por ti?!

