

Comunicação Digital



Estão a falar da sua marca?

MYBRAND[®]
ACTIVATION
UNIT

Comunicação Digital

A transformação da sociedade analógica em digital, mais que meramente tecnológica, foi sobretudo sociológica. No mundo digital, quantidades maciças de informação tornada onhecimento trocam de mãos e tornam o mundo mais próximo; sobretudo, criam relações sinalagmáticas – relações nos dois sentidos – que permitem a constante evolução de conteúdos e ofertas.

Por digital entenda-se o conjunto de plataformas tecnológicas de informação e comunicação susceptíveis de serem usadas como veículos de comunicação: Internet, mobile communications, TV Interactiva, gaming, etc.

Os resultados são chocantes:

- Pessoas de todo o mundo, que não se conhecem, reúnem-se em comunidades de interesses;
- A recomendação peer-to-peer torna-se tão ou mais forte que o esforço de marketing das marcas;
- O consumo de media, historicamente familiar, torna-se individual;
- O indivíduo isolado nunca esteve tão acompanhado;
- Muda-se a definição de amigo;
- Muda-se a definição de multidão;
- O consumo customiza-se.

Para aproveitar a fundo estas plataformas são exigidas competências específicas:

- Que as permitam integrar de forma coerente num plano geral de comunicação;
- Cujo domínio e compreensão permita estabelecer estratégias específicas eficazes;
- Que sejam tecnicamente accionáveis, directamente ou através de parceiros especializados.

Finalmente, o digital oferece uma oportunidade única às marcas: tornarem-se elas próprias editoras e geradoras de conteúdos, avancem com as suas propostas de comércio, informação ou entretenimento para o mercado, sem intermediários e custos pesados. O digital é hoje, por isto, parte fundamental da estratégia de marketing.

QUE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL RESPONDEM MELHOR ÀS MINHAS NECESSIDADES?

Tudo depende de uma boa definição de objectivos e targets: o que se pretende exactamente com esta campanha, a quem nos dirigimos, em que ocasiões estará este target mais atento. Neste aspecto, não é diferente de qualquer outro trabalho de comunicação: a boa definição do problema é meio caminho andado para a sua resolução.

COMO MONITORIZO E OPTIMIZO A EXPERIÊNCIA DIGITAL DA MINHA MARCA?

A maioria das presenças na Web têm estatísticas apenas, permitindo ter uma ideia geral de tráfego que geram. No caso de campanhas ou presenças que gerem directamente resultados comerciais, estes serão a melhor aferição. Para análises mais complexas (audiências, influência, memorização, geração de buzz) terão de ser procuradas respostas customizadas, embora já existam ferramentas básicas de medida.

DE QUE FORMA O DIGITAL PODE AJUDAR-ME A MELHORAR A OFERTA?

De forma genérica, podemos considerar que sendo o universo digital de dois sentidos – permite feedback – é uma forma prática de, com custos reduzidos, monitorizar a recepção que os produtos, serviços ou mensagens estão a ter.

MYBRAND®

**STRATEGY & IDENTITY UNIT
ADVERTISING UNIT
ACTIVATION UNIT
INTELLIGENCE UNIT
VALUATION UNIT**

Rua Rodrigues Faria, 7
1300-501 Lisboa, Portugal

Tel.: +351 21 360 08 00

Fax: +351 21 360 08 99

www.mybrandconsultants.com