

Campanha da ABAP e FENAPRO estimula a retomada da normalidade econômica

Campanha lembra que a publicidade é um dos principais instrumentos que as empresas têm para reagir em momentos difíceis

07/06/2016

Com três anúncios, que serão veiculados por jornais e revistas de forma colaborativa, e ações digitais, a ABAP e a FENAPRO dão início a uma campanha, visando estimular a retomada da normalidade econômica.

“Como o que movimenta de fato a economia são os negócios feitos no dia-a-dia pelo conjunto das empresas que competem pela preferência dos consumidores, é essencial que elas utilizem os instrumentos que ativam suas vendas, entre os quais a publicidade sempre se destacou”, pontua o presidente da ABAP, Orlando Marques.

Ele também lembra que “em épocas difíceis, de menor ritmo na economia, muitas delas se retraem e passam a operar apenas em termos defensivos, o que contribui para alimentar a espiral negativa, que afeta cada uma delas e o conjunto”.

Foi pensando nessa situação e analisando o comportamento dos negócios em crises passadas, no Brasil e no mundo, que a ABAP e FENAPRO se uniram para demandar à Dentsu que criasse um esforço publicitário para ressaltar que o primeiro passo para voltar à normalidade econômica é adotar uma atitude ativa.

Inclusive porque a história prova que as empresas que se mantêm atuantes em momentos difíceis enfrentam melhor esse período e tendem a sair dele em situação mais competitiva para aproveitar com maior vantagem os períodos seguintes, quando se registra aumento generalizado dos negócios.

“A campanha lembra que a publicidade é um dos principais instrumentos que as empresas têm para reagir em momentos difíceis, inclusive para aproveitar o fato de que diminui a competição pela atenção dos consumidores”, como pontua Gláucio Binder, presidente da FENAPRO.

Sobre a estratégia criativa da campanha, Mario D’Andrea, presidente e CCO da Dentsu Brasil, comenta que “muitas vezes ficamos parados, esperando que algo aconteça. E esse ‘algo’ não acontece exatamente porque ficamos parados. Isso se aplica perfeitamente à vida empresarial. No mundo dos negócios, tomar novas decisões é sempre muito mais produtivo do que não tomar decisão alguma. As peças desenvolvidas procuram mostrar como a publicidade pode ajudar a enfrentar momentos difíceis e encontrar novos caminhos”.

“E fazemos isso de duas formas muito claras, continua D’Andrea. Nos anúncios, abordamos o assunto através de analogias diretas com esportes. Nas redes sociais, partiremos para a prática, mostrando exemplos reais de cases de sucesso do nosso mercado, empresas que tomaram iniciativas diferentes durante os últimos anos e obtiveram grandes resultados”.

A ABAP e a FENAPRO estão entre as muitas entidades empresariais que se mostram confiantes nos novos rumos da economia brasileira e entendem que cabe às empresas, individualmente, estimular essa retomada dos negócios, que tem início justamente com a ação de cada player do

mercado, que podem contar com a publicidade como uma das ferramentas mais acessíveis e efetivas para buscar essa ativação no curto prazo.

Com esta campanha, as agências brasileiras, que atendem de forma regular a dezenas de milhares de empresas anunciantes, passam a ter mais um sólido argumento para estimular seus clientes a aproveitar o momento para manter e incrementar seus investimentos em publicidade, que têm o potencial de gerar o aumento de vendas de que todos estão precisando.

Ficha Técnica

Título: Anuncie. E deixe a crise pros outros.

Anunciante: ABAP/FENAPRO

Peças: Anúncios (revistas e jornais) e Redes Sociais

Agência: Dentsu Brasil

Diretor Geral de Criação: Mario D'Andrea

Direção de Criação: Filipe Cuvero

Diretor de Arte: Filipe Cuvero

Redator: Mario D'Andrea

Vice Presidente de Operações e Negócios: Mauro Rabello

Atendimento: Rodrigo Rosseto

Ilustração: Caio Belim

Aprovação Cliente: Orlando Marques, Glaucio Binder e Rafael Sampaio.