

Como criar Marketing de Oportunidade sem prejudicar a imagem da sua marca

Por Camilla Covello

O marketing de oportunidade é uma estratégia eficiente para aproveitar eventos atuais, tendências ou situações relevantes e criar engajamento com seu público. No entanto, é importante abordá-lo com cuidado para não prejudicar a imagem da sua marca. Muitas vezes nos deparamos com empresas criando marketing em cima de algum fato, mas que acaba não fazendo sentido com o propósito da marca.

Um exemplo recente de marketing de oportunidade que aconteceu e que muitas empresas saturaram foi o vídeo que o cantor Bruno Mars publicou, quando realizou os shows no Brasil neste ano. Após o vídeo que o artista publicou viralizar na internet, diversas empresas decidiram fazer conteúdos inspirados no que o cantor pop publicou. Em alguns casos, deu certo. Em outros, nem tanto...

Ao criar um conteúdo com Marketing de Oportunidade, é importante atentar se esta oportunidade é relevante para o seu público e setor. É interessante evitar eventos sensíveis que possam parecer exploratórios.

Além disso, é importante certificar-se de entender completamente a oportunidade, sabendo o contexto do evento que está sendo aproveitado, evitando mal-entendidos ou interpretações equivocadas. Outro ponto que é importante de prestar atenção se esta ação está alinhada com os valores da sua marca. O marketing de oportunidade deve ser autêntico e coerente com a identidade da sua empresa.

Para finalizar é sempre crucial lembrar de colocar o cliente em primeiro lugar. Vale perguntar-se como a sua mensagem chegará para os clientes. Vai beneficiar ou agregar valor a eles de alguma forma? Também, esteja sempre atento à reação do público e esteja preparado para responder comentários, perguntas ou críticas de forma respeitosa.

O marketing de oportunidade pode ser uma ferramenta eficaz, mas deve ser usada com responsabilidade e ética. A reputação de sua marca é valiosa e pode ser facilmente prejudicada se você não considerar cuidadosamente como suas ações serão recebidas pelo

Como criar Marketing de Oportunidade sem prejudicar a imagem da sua marca

público.

Sobre Camilla Covello

Fundadora e sócia-diretora da C2L | Communication do Lead Empresa e executiva, com mais de 20 anos de carreira, é graduada em Comunicação e Marketing pela FAAP, com MBA Executivo em Gestão de Saúde no Insper/SP e na Philadelphia University (EUA). Já cuidou de mais de 100 marcas em sua trajetória profissional como empresária do ramo da comunicação e marketing de saúde e implementou a Acreditação canadense no Brasil.

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/camillacovello/>

Instagram: <https://www.instagram.com/camilla.covello/>