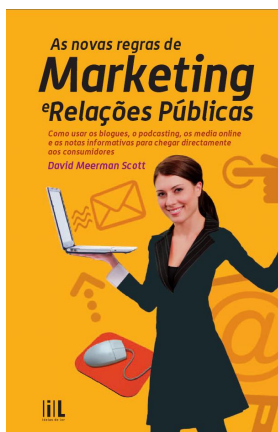


Ideias de Ler | Gestão &amp; Negócios | 28-04-2008



## Comunicação eficaz a um baixo custo

Já com um blogue on-line, *As Novas Regras de Marketing e Relações Públicas* é publicado a 8 de Maio

É o dilema de muitas empresas e organizações: como comunicar eficazmente, sem gastar muito dinheiro? A solução está no livro da autoria de David Meerman Scott

que a *Ideias de Ler* publica a 8 de Maio: *As Novas Regras de Marketing e Relações Públicas*, que até já possui um blogue on-line.

Por vezes, os produtos até têm qualidade, mas a comunicação social não lhes dá destaque. É uma consequência inevitável da concorrência e da abundância de soluções no mercado. Então, qual a melhor forma de se fazer notar? A maneira mais eficaz de conseguir destaque para determinado produto? Meerman Scott responde: chegando directamente aos consumidores, através do marketing digital – é esse o futuro do marketing.

Se a Internet alterou radicalmente o modo como as pessoas comunicam entre si, também mudou a forma que as empresas utilizam para comunicar com os seus clientes tanto actuais como potenciais. As relações públicas, defende o autor, não são apenas relações com os media. Têm a ver, também, com a colocação de bons conteúdos on-line. Conteúdos que chamem a atenção dos consumidores e, também, dos media.

Nesse sentido, outra tese defendida por Scott é a de que quando as pessoas visitam o sítio de uma empresa na Internet, não querem ouvir o respectivo slogan nem ver novamente o logótipo. Querem informações, interacção e opções; se a empresa não oferece todas essas coisas, está a desperdiçar uma oportunidade de ouro.

As novas regras, segundo Scott, são simples: com a Internet, publica-se em vez de se comprar. E publica-se de várias formas: em texto, em áudio, em vídeo... Não é necessário recorrer aos media, porque é possível chegar directamente ao público-alvo. Em *As Novas Regras de Marketing e Relações Públicas*, o autor explica que é fácil chegar a nichos de mercado com mensagens direccionadas que custam apenas uma pequena percentagem das quantias avultadas despendidas nas campanhas publicitárias tradicionais.

Meerman Scott apresenta soluções para a identificação de públicos, a criação de mensagens persuasivas, o envio dessas mensagens às pessoas certas e o encaminhamento dos consumidores para o processo de compra. O livro constitui um guia para a nova realidade do marketing e das relações públicas, incluindo inúmeros casos de estudo elucidativos e exemplos da vida real.

Friamente, o autor costuma até defender que uma empresa é aquilo que o *Google* diz dela. Também por isso quem procura o sucesso de determinado produto deve esquecer a tradição e adoptar as regras que David Meerman Scott advoga.

A *Ideias de Ler* criou um blogue dedicado ao livro e às novas regras de marketing e relações públicas, em geral, em: <http://novasregras.ideiasdeler.pt/>. Aqui, podem encontrar-se excertos da obra e destaques para as secções mais importantes, bem como áudios, vídeos e outros conteúdos. O blogue pretende ser, obviamente, um espaço de debate e partilha de ideias, à semelhança do que acontece com um outro, dedicado ao livro *A Lei da Atracção* ([www.leiatraccao.com](http://www.leiatraccao.com)), a obra de sucesso que desconstrói *O Segredo*.

## O Autor



David Meerman Scott é um premiado estratega de liderança de opinião on-line. Os programas que desenvolveu ao longo da sua carreira são responsáveis pela venda de produtos e serviços no valor de mais mil milhões de euros em todo o mundo. Scott participou em conferências e eventos das mais variadas indústrias em mais de 20 países espalhados por quatro continentes.

O seu trabalho tem sido reconhecido com a atribuição de vários prémios internacionais:

- Viral Marketing Hall of Fame (MarketingSherpa)
- Platinum PR Award for excellence in a one-year communications campaign (PR News)
- Gold Quill for Business Communication (International Association of Business Communicators)
- Internet Product of the Year (Information World Review)
- Outstanding Achievement for annual report (American Business Communicators)
- IMMY Award for Direct Marketing Excellence (Information Industry Association)
- Personal Product of the Year (Information Management Awards)
- Book of the Year finalist (Independent Publisher Book Awards)
- Book of the Year finalist (Foreword Magazine Book Awards)

Para mais informações, visite:

[www.davidmeermanscott.com](http://www.davidmeermanscott.com)

**Título:** As Novas Regras de Marketing e Relações Públicas

**Autor:** David Meerman Scott

**N.º de Págs.:** 336

**PVP:** 16,50 €