

O alvo é o mesmo



A publicidade e as agências de comunicação e relações públicas têm hoje pela frente novas fronteiras para a comunicação. Ao passado pertencem as fórmulas tradicionais

de chegar aos clientes e de contentar quem queria fazer passar uma mensagem. O novo mundo da Internet e das comunicações rápidas, associado ao estilhaçar dos meios de difusão, tornaram essa actividade mais delicada e sensível. David Meerman Scott sabe que o alvo é o mesmo: o consumidor. Mas os

meios são diferentes: hoje existem blogs, um vasto *media on-line* ou o *podcasting*. Como o autor refere, dinamizando as convicções anteriores, «a Internet teve o condão de conceder a incrível oportunidade de chegar directamente a compradores de nichos com mensagens segmentadas, as quais custam uma fracção da publicidade com grandes orçamentos». Uma visão desapaixonada e apetecível da mudança estrutural que deflagrou nesta área.

As Novas Regras de Marketing e Relações Públicas

David Meerman Scott

Adaptação de Vasco Mota Pereira
Ideias de Ler/Porto Editora, 336 págs.