

COMUNICAR 2010

Caixa apresenta estratégia para atrair classe C

• Segundo gerente de publicidade e marketing da Caixa, base de clientes é formada pela classe que mais emerge no País

As estratégias da Caixa Econômica Federal para atrair os consumidores emergentes da Classe C foram apresentadas ontem pelo gerente de publicidade da instituição, Edson Kikuchi, durante palestra no Comunicar Nordeste 2010, no Centro de Convenções do Ceará.

Segundo ele, hoje a base de clientes da Caixa é formada pelo público "C", resultado da estabilidade econômica, do novo modelo de geração de renda e dos programas de inclusão social gerados pelo governo.

Com base em pesquisas da Fundação Getúlio Vargas, Kikuchi destacou que a pobreza despencou desde 2002. Com isso, acrescenta, o miolo da pirâmide de renda "engordou" e é hoje maioria absoluta. E, para conquistar este novo consumidor, um dos maiores desafios do marketing será utilizar a linguagem correta, observando as aspirações do mercado e aplicando os meios de comunicação mais adequados. "De acordo com alguns estudiosos, dentro de seis anos,



• Edson Kikuchi: "dentro de seis anos, não teremos mais a classe E" FOTO: KIKO SILVA

não teremos mais a classe E. E precisamos estar preparados para esta mudança", ressalta.

Para chegar mais perto dos clientes, a Caixa Econômica se utiliza da publicidade de massa, investindo nos meios tradicionais e apostando nas novas ferramentas, como é o caso do celular que, na opinião de Kikuchi, pode ser um bom canal para atingir a população. "A nossa intenção é incentivar o gasto consciente. Para os nossos clientes, avisamos que usem o crédi-

to para melhorar e não para consumir por consumir".

O gerente de publicidade da Caixa lembrou aos participantes do evento que o trabalhador deve acreditar em seu poder de investir. Para falar com a classe emergente, é necessário fazer bom uso da mídia, tais como TV, jornal, rádio e ações externas.

Talentos

Em seu último dia, o Comunicar 2010 vai apresentar o talento e a criatividade dos futuros profissionais das áreas de publicidade e marketing. Em parceria com a Nestlé, realiza o Festival de Novos Talentos que pretende premiar ideias inovadoras e criativas de estudantes de comunicação do Nordeste. Os 20 melhores colocados serão conhecidos hoje, às 16h30min. Logo após, haverá a palestra de encerramento "Vale a pena sonhar - o fantástico mundo da comunicação no futuro que já está batendo à nossa porta e os desafios que teremos de enfrentar". O conferencista será o consultor em Plataformas Digitais de Comunicação Álvaro Novaes. •

COMENTE

• economia@diariodonordeste.com.br