

MÓNICA CHAVES

Directora-geral da BrandKey



Foto: Victor Machado

"A CRISE NÃO SE TEM FEITO SENTIR NA NOSSA ÁREA DE ACTIVIDADE"

Mónica Chaves, directora-geral da BrandKey, agência de marketing especializada em below-the-line, explica por que, cada vez mais, os consumidores seniores são um sector de elevado potencial. Por **Armanda Alexandre**

A BrandKey realiza hoje, em parceria com a Apeme - Área de Planeamento e Estudos de Mercado, a primeira edição do Seminário de Marketing Sénior 50+. O objectivo é proporcionar aos profissionais do sector uma plataforma de reflexão e de debate sobre um segmento de mercado em franco crescimento. O evento tem como orador principal Patrick Nixon, um dos mais influentes business thinkers deste século. E conta ainda com a presença, entre outros, de Mónica Chaves, directora-geral da BrandKey; Carlos Liz, director-geral da Apeme; Mafalda Pinto, socióloga da Apeme; António Refóios, administrador-delegado do grupo Nestlé em Portugal, e Vera Nobre da Costa, publicitária.

Em que consiste a actividade da BrandKey?

É uma agência de marketing, especializada na área below-the-line, operando especificamente nas áreas de eventos, promoção de vendas, trade marketing e, ainda, marketing para segmentos (marketing infantil e marketing 50+).

Quais são as principais soluções para o mercado português?

Prestamos aos nossos clientes serviços de consultoria, criatividade, implementação e execução de estratégias e campanhas de marketing e comunicação.

A BrandKey trabalha com que clientes em Portugal, de que áreas de negócio?

Trabalha há 19 anos para empresas de produtos e serviços de mass market, nomeadamente o grupo Unilever, Nestlé, PT, Compal, Colgate, Go Natural, Centralcer, Bertrand, Kraft, entre outros.

Que tipo de projectos costumam fazer para os clientes portugueses?

Campanhas de marketing below-the-line, como por exemplo: acções promocionais, comunicação no ponto de venda, eventos business-to-business, eventos ao consumidor final, campanhas de marketing infantil. Neste momento temos desenvolvido projectos especiais, como os Seminários de Marketing Kids and Teens e o Seminário de Marketing para 50+, inéditos em Portugal. Temos também desenvolvido projectos inovadores que visam promover o conhecimento e incrementar a comunicação com segmentos específicos, como são o caso do Fórum Criança e o do All about Teens, que estudam os segmentos infantil e adolescente, respectivamente.

Qual o volume de negócios? Facturação prevista para 2008?

A BrandKey facturou 5.000.000 euros em 2007. Neste momento a crise não se tem feito sentir na nossa área de actividade, dado que quando os budgets das marcas reduzem há um maior recurso ao below-the-line (em substituição da publicidade tradicional), para além de que procuram efeitos e resultados de curto prazo, característicos da nossa área de especialização.

A quem se direcciona o Seminário de Marketing Sénior e quais os objectivos?

A BrandKey organizou este seminário, o primeiro dedicado ao tema Marketing para 50+, que pretende debater as potencialidades deste novo segmento de mercado, cada vez

mais em franca expansão. Pretendemos, com a organização deste encontro, proporcionar a todas as pessoas que, de alguma forma, trabalham com seniores, uma plataforma

de reflexão e de debate sobre um segmento de mercado cujas potencialidades podem e devem ser encaradas como excelentes oportunidades de negócio.

Porquê um evento destes nesta altura?

Porque é tempo de as empresas e marcas repensarem ou pensarem muito a sério como comunicar com

este segmento. Como veremos no seminário, esta geração assume uma dimensão relevante (e que tenderá a aumentar ainda mais no futuro) e que tem necessidades, aspirações e hábitos de consumo diferenciados e específicos. As marcas, empresas e instituições não podem ficar indiferentes a este novo paradigma, apresentando respostas adequadas às necessidades deste target, em termos de marketing e comunicação.

Quanto representa o segmento sénior no mercado português (dados/diferenças de género...)?

Desde 1975 até 2007, a população sénior portuguesa cresceu cerca de 1.500.000 de indivíduos. Neste momento os seniores representam 36% da população portuguesa. E este valor tende a aumentar, com a redução da taxa de natalidade e o aumento da esperança média de vida das pessoas. E não só são muitos, como são consumidores de elevado potencial.

Durante o seminário será apresentado o portal www.idademaior.com. Quais são os objectivos?

Cada vez há mais os seniores online. E se este é um facto, a verdade é que até à data não existia nenhum portal destinado especialmente a eles, que vá ao encontro das suas necessidades e temas de interesse. O portal Idade Maior é o primeiro portal em Portugal dirigido especificamente aos seniores. Criámos um site para cidadãos de ambos os sexos, acima dos 50 anos, classes A, B e C+, urbanos, cosmopolitas e com formação acima da média. Têm tempo livre, capacidade financeira e são consumidores de informação e cultura. Gostam de estar actualizados, de viver em comunidade, de saber e partilhar e assumem que querem seguir determinado estilo de vida, ligado ao bem-estar.

O que é que o target pode encontrar no endereço www.idademaior.com? O que é que tem para oferecer ao público-alvo?

Temas e conteúdos de elevado interesse para este segmento, feito para eles e por eles, dado que dispõe de uma ferramenta de networking que visa fomentar a produção de conteúdos pelos próprios utilizadores. Neste portal o utilizador encontra temas como bem-estar (relacionado com saúde e beleza), sexo, família, finanças, tempos livres e boa vida.

Será também apresentado o estudo Seniores em Foco, desenvolvido pela APEME. Pode avançar algumas conclusões do mesmo?

As conclusões deste estudo apenas serão tidas durante o próprio Seminário, na medida em que quatro comentadores especialistas na matéria - António Fonseca, António Refóios, Vera Nobre da Costa e Roque da Cunha Ferreira - irão analisar e concluir os resultados do estudo efectuado pela Apeme.

O que é que, na sua opinião, ainda falta fazer junto do segmento sénior em Portugal?

Uma maior profissionalização e especialização na comunicação com um segmento que tem características muito próprias.

Denota uma tendência neste segmento no mercado português?

Denoto já sinais de preocupação por parte das empresas, que já reconhecem neste target uma oportunidade de negócio.