

tramos
ACADEMY

GESTÃO DE
PROJETOS
NA ERA DO MKT DIGITAL
ONLINE

MATERIAL COMPLEMENTAR

**COMUNICAÇÃO INTEGRADA
DE MARKETING**

Comunicação Integrada de Marketing

A comunicação integrada de marketing é uma abordagem para promover uma mensagem por meio de diversas estratégias que funcionam juntas e se reforçam mutuamente. Por exemplo, uma empresa pode promover um novo logo, slogan ou estratégia em múltiplas mídias, tais como impresso, televisão, web e redes sociais. Cada abordagem pode ser diferente para meios específicos, mas todas elas direcionam o público para a mesma mensagem. E há diversas maneiras para fazer isso de forma criativa.

Estratégias integradas de marketing se provaram confiáveis porque fundem o marketing tradicional e moderno, garantindo que a comunicação incorpore o melhor dos dois mundos e alcancem todas as partes interessadas. A comunicação é considerada mais eficaz quando as mensagens são transmitidas sem interrupções e têm maior clareza.

Identificando o público-alvo

Quando estiver desenvolvendo um plano de comunicação de marketing integrado, é importante realizar uma análise minuciosa para determinar o público-alvo, que geralmente consiste de clientes atuais ou potenciais. Também é fundamental reconhecer as características dos clientes, o que pode incluir (mas não se limita a) idade, nível de educação, gênero, renda, localização geográfica, entre outros. Uma vez que o público tenha sido identificado, o desenvolvimento de uma estratégia de marketing integrado se trata de atender às necessidades desses clientes e suas demografias de forma direcionada.

O propósito

Estratégias de sucesso são aquelas que promovem o desenvolvimento ou manutenção de um bom relacionamento empresa-cliente. Elas promovem a marca da empresa para potenciais clientes, convencendo-os da necessidade de testar seu novo produto ou serviço. O resultado disso são aumento nas margens de lucro, que é um dos principais objetivos de qualquer negócio.

Abordagens diferentes

Nem todos os planos de marketing são os mesmos - porque planos diferentes têm objetivos diferentes. Esses são os tipos mais comuns de planos de comunicação de marketing integrada, de acordo com os resultados que almejam:

- **Externo:** quando uma empresa terceiriza a tarefa de marketing para uma agência ou empresa externa, ao invés de lidar com isso “in-house”. A agência externa então é responsável por planejar e desenvolver as estratégias mais eficazes para a empresa contratante. Terceirização pode ser benéfica quando uma empresa quer uma perspectiva diferente, de especialistas que não estão diretamente envolvidos e tendem a ser mais objetivos.
- **Interna:** Integração de marketing interna envolve a ação de gerenciamento de alto-nível, certificando-se de que colaboradores estejam felizes - e animados - para o lançamento de novos produtos. Isso garante que os funcionários vazem os detalhes prematuramente, ganhando, assim, a empolgação dos possíveis clientes mesmo antes que os produtos cheguem ao mercado.
- **Horizontal:** Essa abordagem une diferentes departamentos que podem estar trabalhando na mesma iniciativa, mas de formas distintas. Por exemplo, um setor pode estar desenvolvendo um novo produto, enquanto outro completamente diferente está responsável pela distribuição. Um fluxo aberto de informação entre departamentos pode promover a sinergia necessária para construir a estratégia mais eficaz e completa.
- **Vertical:** Essa estratégia obriga que um produto em desenvolvimento esteja dentro das políticas da empresa, bem como sua estrutura. Isso quer dizer que o produto deve estar dentro das missões, valores e objetivos determinados da empresa.

Por que Comunicação Integrada de Marketing é importante

Apesar do marketing integrado não ser uma ideia nova, ele ainda é importante nos dias de hoje. Há mais canais de comunicação agora do que jamais houve, e diferentes meios podem ser conduzidos por e direcionados para pessoas diferentes.

Estratégias de marketing integrado ajudam a posicionar uma mensagem da marca em pontos diferentes, de forma coesa e completa, garantindo que não se torne desconjuntada ou confusa. Especialmente hoje, que os clientes são bombardeados por todos os lados com notícias e informações, o marketing integrado se baseia em uma única mensagem coerente, independentemente do canal.

Laura Lake. About Integrated Marketing Communications. Publicado originalmente em janeiro de 2019 no site The Balance Small Business (<https://www.thebalancesmb.com/integrated-marketing-communication-imc-2295501>). Tradução e adaptação pela equipe do tramos ACADEMY.