



**CRC DOURADOS**

**CURSO DE CAPACITAÇÃO E  
APERFEIÇOAMENTO PROFISSIONAL**

# Marketing Digital

**Aula 5**

MINISTÉRIO DAS  
COMUNICAÇÕES



**INSTITUTO FEDERAL**  
Mato Grosso do Sul  
Campus Dourados

Entende-se como relações públicas o “processo estratégico de comunicação que constrói relações de benefício mútuo entre as organizações e seus públicos” (COSTA, 2018). Ivy Lee, jornalista estadunidense chamado de “pai das relações públicas” afirma que “o público deve ser informado”.

Neste contexto, há a necessidade das empresas de informar o público, de ser transparente em relação aos produtos e sobre toda a cadeia produtiva. Para os consumidores, a empresa deve dar fácil acesso às informações, possibilitando que notícias falsas ou inadequadas sejam rapidamente desmentidas e não disseminadas na internet. É necessário uma atenção especial ao conteúdo que será comunicado e a forma como essa comunicação é feita.

Neste momento, ressalta-se a missão do profissional de Relações Públicas: “construir, promover e preservar a boa imagem de empresas ou instituições perante o público interno e externo” (MATIAS, 2017). Sim! Existem profissionais dedicados a criar e divulgar uma imagem positiva daquele artista que você acompanha, daquele político que virou destaque, daquela empresa que mesmo já tendo promovido desmatamento, precisa voltar a ser bem vista pela sociedade.

Mas esses profissionais não atuam somente para “limpar a barra” daqueles que fazem algo errado, muito pelo contrário. Seu trabalho se volta tanto para o público externo (clientes e fornecedores) quanto para o interno (colaboradores). Atuando na comunicação institucional, na atenção ao cliente, nos eventos, em pesquisas de opinião, no planejamento estratégico, em projetos institucionais, nas redes sociais e nas relações governamentais. Ter um profissional atento ao que está sendo dito a respeito de sua marca e de seus produtos é muito importante, não apenas para responder com agilidade a sites onde os consumidores fazem suas reclamações, mas

também para criar conversas (lembram do relacionamento?!), promovendo melhorias nos produtos e serviços com base no feedback dos consumidores, dentre tantas outras possibilidades.

Trago para você um exemplo positivo e inspirador de Relações Públicas que teve início com uma compra no site da empresa e virou notícia após tamanha repercussão nas redes sociais em 2017. O caso foi protagonizado pela marca Arezzo. Acompanhe a notícia do site Estadão (2017):

## Marca de sapatos presenteia cadeirante com modelo adaptado

Aposentada se decepcionou ao perceber que o zíper em tênis era falso e precisou devolver a compra



**Figura 1 – Arezzo confeccionou sapato exclusivo para cadeirante**Foto: Facebook/ Leticia Vercaro

Maria do Carmo Vercaro é cadeirante e tem dificuldades em encontrar sapatos que se adaptem às suas necessidades. Ao encontrar um tênis com zíper no site da marca Arezzo, a aposentada acreditou que seria mais fácil para usar. Porém, quando a encomenda chegou, ela descobriu que o zíper era falso e não abria, servia apenas como um detalhe ao modelo.



Após explicar a sua dificuldade, Maria do Carmo fez a devolução do item. No entanto, a marca de sapatos se comoveu com o ocorrido e criou uma versão do tênis adaptada especialmente para a cliente. Em post no Facebook, sua filha Letícia Vorcaro agradeceu: “Quanta gentileza da pessoa que a atendeu, conduziu todo o processo e a presenteou”. Confira a publicação abaixo.



Minha mãe, Maria Do Carmo Vorcaro, é cadeirante e tem certa dificuldade em encontrar calçados. Comprou pela internet um tênis de zíper achando que seria de fácil uso, mas descobriu que era apenas um adereço. Devolveu à AREZZO explicando sua dificuldade em usá-lo. Não imaginava que receberia em casa a versão dele adaptada, personalizada especialmente para ela. Quanta gentileza da pessoa que a atendeu, conduziu todo o processo e a presenteou. Parabéns Arezzo, gostava dos sapatos, agora gosto da marca.



713 14 comentários 89 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

Em comunicado, a Arezzo explicou a ação: “A Arezzo trabalha continuamente para aprimorar o diálogo com a cliente. Em nossas lojas, através das redes sociais e com o time de Atendimento ao Cliente, mantemos o foco em entregar sempre a melhor experiência.”

Inspirador, não? Sem dúvida alguma o ganho de imagem que a marca teve com essa ação nem se compara com o custo de ter feito este sapato. Foi algo motivado e divulgado pelo cliente, o que dá legitimidade ao fato. Bom, são inúmeros os casos de relações públicas disponíveis na internet, positivos ou negativos. Sugiro que você faça uma busca para que possa não apenas se inspirar mas também aprender com os erros dos outros. Mas aqui eu gostaria de dar mais um exemplo que está totalmente relacionado com uma ferramenta para permite que o marketing digital aconteça: as redes sociais.

O caso aconteceu em 2019 e a notícia de G1 (2019) é apresentada abaixo:

### **Desafio no Instagram leva redes de fast-food a distribuírem comida para moradores de rua**

Corrente começou com um post do perfil de humor Chapolin Sincero questionando por que pizzarias só funcionavam à noite e sugerindo doação de pizzas.

Um desafio lançado no Instagram iniciou uma corrente do bem para distribuir comida para moradores em situação de rua.

Tudo começou na semana passada com um post do perfil de humor Chapolin Sincero questionando por que pizzarias só funcionavam à noite. A rede Domino's decidiu interagir com o perfil, sugerindo entregar pizzas para ele na hora do almoço, para mostrar que as lojas funcionam também durante o dia. Em resposta, foi lançado o desafio: “Que tal a gente fazer o almoço de outras pessoas muito mais feliz? Topa doar essas pizzas para alguns moradores de rua?”

A marca aceitou o desafio e distribuiu 120 pizzas para moradores de rua em Copacabana, no Rio de Janeiro. E com a hashtag #chapolinchallenge

também decidiu desafiar os concorrentes Burger King, McDonalds, Pizza Hut, Subway, Bobs e KFC a fazerem o mesmo.

Entre as marcas que aceitaram o desafio e já fizeram publicações no Instagram aderindo ao #chapolinchallenge estão Pizza Hut, McDonald's, Burger King e Cacau Show.



**Figura 2 – Trecho de comentários do Instagram. Fonte: Alves (2019)**

Você pode estar pensando que seu negócio é muito pequeno para ações expressivas como as apresentadas nos exemplos, bem como para contratar um profissional para cuidar especificamente de suas relações públicas. Mas não precisa se preocupar com isso, você pode começar aos poucos, atendendo e dando retorno de qualidade às pessoas que citarem a sua marca na internet. E como saber se foi citado? Uma das formas é cadastrar o nome da marca no Google Alerts, uma ferramenta gratuita do Google que te envia e-mails quando encontra novos resultados sobre termos para os quais você se inscreveu. Saiba mais sobre o Google Alerts acessando o Canaltech (CARNIEL, 2021) e a página da Resultados Digitais (CUSTÓDIO, 2018).

## Referências

ALVES, S. Domino's, Pizza Hut e outras marcas aceitam desafio no Instagram e distribuem pizzas a moradores de rua. 2019. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/102577/dominos-pizza-hut-e-outras-marcas-aceitam-desafio-no-instagram-e-distribuem-pizzas-a-moradores-de-rua/>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

CARNIEL, G. Como usar o Google Alerts para monitorar temas do seu interesse. 2021. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/utilitarios/como-usar-google-alerts/>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

COSTA, T. Saiba tudo sobre relações públicas: o que é, áreas de atuação e mercado de trabalho! 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/relacoes-publicas/>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

CUSTÓDIO, M. Como usar o Google Alerts na sua estratégia de Marketing Digital. 2018. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/google-alerts/>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

ESTADÃO. Marca de sapatos presenteia cadeirante com modelo adaptado. 2017. Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,marca-de-sapatos-presenteia-cadeirante-com-modelo-adaptado,70001941871>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

G1. Desafio no Instagram leva redes de fast-food a distribuírem comida para moradores de rua. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2019/01/22/desafio-no-instagram-leva-redes-de-fast-food-a-distribuirem-comida-para-moradores-de-rua.ghtml>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

MATIAS, L. O que faz um profissional de Relações Públicas? 2017. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/blog/pordentrodasprofissoes/o-que-faz-um-profissional-de-relacoes-publicas/>>. Acesso em: 05 jul. 2021.