

Mercado Roberto Grosman encerrou "Arena do Marketing" e destacou uso do aparelho

Smartphone controla vida

Alê Oliveira

por Cristiane Marsola

"O smartphone é o controle da nossa vida. A relevância dele vai ser cada vez mais forte", disse Roberto Grosman, sócio-fundador e co-CEO da F.biz, durante o último "Arena do Marketing", realizado pela Folha de S.Paulo e pela ESPM. A gerente de marketing da Graduação da ESPM-SP, Jane de Freitas, participou do debate sobre "Empreendedorismo na comunicação", que aconteceu na última segunda-feira (8).

O executivo destacou o fenômeno da multitela. Hoje é comum que os consumidores assistam TV tuitando ou ouçam rádio enquanto interagem pelo Facebook com os amigos. "Essa é uma mudança de comportamento do consumidor e, há muito tempo, é ele quem dita as regras. O cliente determinou que o digital é a maneira certa de se comunicar com ele, mas o digital sozinho não resolve. Nós, como agência, pensamos 'por que não expandir e ter esse olhar holístico para ajudar nossos clientes?'".

A interação do programa "The Voice", da Rede Globo, com o público por meio de um aplicativo foi citado como exemplo por Grosman. "Esse tipo de interação é muito interessante", falou, citando o smartphone como centralizador.

Um dos desafios citados pelo executivo é que as pessoas terão de aprender a controlar o quê e quando elas querem ser atingidas pelas mensagens. "Para as marcas está muito mais difícil chamar a atenção. As boas propagandas têm destaque muito grande, por isso vemos grandes empresas investindo em conteúdo bom", mostrou. Segundo o executivo, é importante usar todo o leque de comunicação dis-



Roberto Grosman: consumidor determinou que o digital é a maneira certa de se comunicar

ponível de acordo com a necessidade do cliente. Se a intenção é construir uma marca rapidamente para um público amplo, a TV aberta ainda é a melhor opção. "Para cada objetivo de marketing algumas coisas funcionam e outras não. Cada meio tem uma função para determinado objetivo", falou.

Grosman iniciou a conversa falando sobre a situação atual do mercado de comunicação. De acordo com o executivo, apesar dos desafios, o momento é também de oportunidades. "O mercado está bem interessante porque as empresas estão procurando meios mais eficientes e mensuráveis para fazer o dinheiro trabalhar mais para eles. É o momento de bastantes oportunidades, apesar de ter bastante desafio", disse.

Para o próximo ano, Grosman acredita que o digital continuará crescendo, assim como a TV paga, que se beneficiou da lei que obrigou a aumentar a produção nacional. "Ainda tem espaço para crescer. Principalmente o cross channel. O consumidor é multitela, mas a comunicação não é ainda", observou. O sócio fundador e co-CEO da F.biz ainda destacou que o consumo de vídeo digital e a compra programática de mídia são apostas para 2015.

Sobre o empreendedorismo, Grosman disse que, mais importante do que pensar no retorno financeiro, o empreendedor deve fazer algo em que acredite. Ele lembrou que, quando começou no negócio digital há 15 anos, era bem mais difícil conseguir recursos e a tecnolo-

gia também não era tão acessível como hoje. "Hoje faltam ideias e empreendedores, mas dinheiro (para investir) tem de sobra. O que falta é a paixão da pessoa querer fazer alguma coisa. Você começa um negócio para ganhar dinheiro, não é o motivo certo. Isso precisa ser consequência. Os grandes empreendedores são pessoas extremamente idealistas. Essa paixão em fazer uma coisa nova é o que deve mover os empreendedores", explicou.

Grosman também falou sobre as peculiaridades do ambiente digital no Brasil. O crescimento da penetração dos smartphones e o gosto pela interação social são os diferenciais no país. "Qualquer empreendimento ligado ao social dá certo no Brasil", contou.