

Marketing: terra de ninguém!

É impressionante como hoje em dia todo mundo é marketeiro. Me pergunto, por que estudei para fazer vestibular, cursei faculdade, fiz um monte de cursos, sendo que não precisava de nada disso?

Pelo que vejo hoje em dia as pessoas são profissionais de marketing por natureza. Assim como todos têm um pouco de técnico de futebol, todos entendem de marketing (ou acham que entendem). Isso nasce com as pessoas. E todos se sentem à vontade para falar sobre o tema com propriedade. Podem discutir de igual para igual com Kotler. Basta aparecer uma promoção do tipo compre 3 – pague 2, uma banda anunciando que será seu último show ou até mesmo a possibilidade do Michael Jackson estar fingindo que morreu, que alguém já solta a célebre frase: “isso é jogada de marketing!”.

Primeiro que não existe jogada de marketing, e sim estratégia de marketing. Segundo, QUEM DISSE QUE ISSO É MARKETING?

Os que trabalham em depto de Marketing de grandes empresas sofrem mais com este tipo de marketeiros por natureza. Este depto é tipo uma “feira livre” dentro da companhia. Todos querem dar “pitaco”. Então, por que a necessidade desta área dentro da empresa? Seria muito mais fácil, e mais barato, ao invés de ter profissionais de marketing dedicados a este depto, escalar uma pessoa de suprimentos, uma de compras, uma do financeiro e uma do RH para se dedicarem ao marketing durante algumas horas do dia. Tenho certeza que fariam com a melhor das intenções, e não cobrariam nada a mais por isso. Pois isso já acontece. Todos dão consultoria para a área de marketing, de graça!

Outro dia presenciei uma pessoa do RH que entrou em contato com o Marketing questionando, brava, o porque retiramos um Painel de estrada que há tempos ficava

na rota em que ela pegava para ir pra casa. Após posicionarmos que havia sido uma decisão estratégica, onde aquele local não se fazia mais interessante, ela disse:

“- Inadmissível! Com quem tenho que falar para colocar esta placa de volta?”

Isto não é o cúmulo do absurdo? O marketing faz seu trabalho, analisa uma porrada de variáveis para ver quais são os melhores e mais eficazes locais para este tipo de ação, para uma pessoa do RH questionar a retirada da placa que ela via, orgulhosa, todo dia? Se ela quiser, ela que peça um pôster coloque na parede do quarto. Também não me lembro de ter ido algum dia no RH, e questionar as métricas de remuneração estipuladas pela empresa, ou de ter ido no depto de suprimentos e indicar quais seriam as melhores rotas para os navios trazerem matéria-prima.

Mas, infelizmente, o marketing hoje é isso. Terra de ninguém! Tudo seria melhor se as pessoas seguissem os ensinamentos daquela clássica música popular brasileira: CADA UM NO SEU QUADRADO!

Gabriel Saul Maialli atua na gestão estratégica do portfolio de marcas da Bunge Fertilizantes S/A, é especialista em Branding pela Laureate International Universities e membro do Comitê de Branding da ABA.