

BIMBO MUDA
VISUAL DE NUTRELLA

Nutrella renovou as embalagens dos pães, aplicando cores vivas e tons metalizados e definindo os três segmentos a partir de conceitos como bom humor (integral com frutas e grãos), autoestima (light) e energia (branco).

FIAT DÁ DICAS PARA
FUGIR DO TRÂNSITO

Geolocalizador facilita propaganda de grandes e pequenos



PAULO HARTMANN PROMETE ESTABELECE
regras claras para que app não incomode clientes

MapMkt cria espécie de bússola que leva ao smartphone dados de loja que usuário procura em um shopping, por exemplo

LIANE FACCIO
lifaccio@hotmail.com

Em breve, usuários de smartphone serão avisados da localização da loja que procuram antes de entrarem no shopping center onde ela fica. A plataforma que entrega essa facilidade está em fase de finalização pela MapMkt, e sua origem está na necessidade que o dono da empresa, Paulo Hartmann, sentiu ao procurar o que queria entre milhares de expositores da Feira Mundial de Xangai, em 2011.

Essa espécie de bússola indoor da MapMkt é um derivativo da mais nova ferramenta de propaganda tecnológica, os geolocalizadores. Quando surgiram por aqui notícias de que aplicativos desse gênero estavam servindo à publicidade, supunha-se que seriam adotados pelo pequeno comércio, e é provável que isso ocorra. “É

uma forma muito contemporânea de interação das marcas com os clientes, e o comércio ainda não se beneficia desses recursos na sua totalidade” afirma Hartmann.

Mas são as grandes companhias que estão desfrutando do recurso para fortalecer laços com o público. A Fiat, por exemplo, lançou um conteúdo exclusivo para o Waze pelo qual os usuários do GPS móvel recebem na tela do celular endereços de cafés, cinemas ou pontos turísticos como dica de fuga do trânsito pesado. A iniciativa foi planejada pela Pereira&O’Dell, e a agência Click Isobar mapeou concessionárias e outras informações atreladas aos produtos da fabricante em cidades como São Paulo, Campinas e Rio. “Estamos mostrando que a Fiat entende para onde as pessoas estão indo, tanto fisicamente quanto em termos de comportamento”, diz a gerente de Marketing de Relacionamento e Redes Sociais da Fiat, Patrícia Pessoa.

Resta saber se marcas e lojas respeitarão limites de privacidade. “A regra é clara: só o usuário autoriza o compartilhamento das informações”, garante Hartmann.



PATRÍCIA PESSOA DIZ QUE FIAT BUSCA AJUDAR
os usuários na hora em que eles mais precisam

FOTOS: DIVULGAÇÃO

PRAZER EM
COMPRAR

PEPSI 60
R\$ 1,70

(preço sofrido)



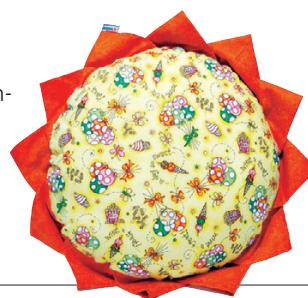
Em comemoração aos seus 60 anos no Brasil, a Pepsi reeditou latinhas que fizeram parte de sua trajetória desde os anos 50, como o modelo da foto ao lado, com elementos retrô da década de 60. Para inspirar colecionadores que transformam tudo em objeto de decoração, Vitrine selecionou também outros produtos para embelezar e colorir a casa neste início de primavera.

Sugestões: lifaccio@hotmail.com

ALMOFADA SOL

R\$ 60

Craftart: (21) 3189-6658 (entrega para todo o Brasil)

MINIATURA FUSCA
CONVERSÍVEL

R\$ 184,90

zonacriativa.com.br



CAIXA DE SOM HMDX

R\$ 230

mercadolivre.com.br

SININHO
DE CRISTAL

R\$ 851

swarovski.com