



## **Marketing “certo” do varejo usa até TV quebrada na Copa para faturar**

*Até prejuízo com goleada da Alemanha vira “lucro”; especialista explica ações de oportunidade*

*Por Denise Mello\* - julho 2014*



magazine luiza  
@magazineluiza

Gente, até agora eu to me divertindo com o vídeo do @Rafael\_Gambarim, que quebrou a TV de tanta emoção! Vcs viram? [maga.lu/1t1uEtT](http://maga.lu/1t1uEtT)

Responder Excluir Curtir Mais



Torcedor Quebra TV em comemoração Brasil vs Chile World Cup Brazil... Torcedor que virou hit ao quebrar TV em comemoração vai pagar prejuízo Rafael Gambarim quebrou aparelho após chileno perder pênalti. Vídeo se tornou viral e ...

Ver na em

RETWEET

1



11:38 - 3 de jul de 2014

Denunciar mídia



Rafael Gambarim @Rafael\_Gambarim · 43 min  
@magazineluiza hahahaha pois é...e no próximo jogo meus amigos estão querendo me amarrar para não quebrar mais nada kkkkkkk

Detalhes Responder Retweeter Curtir Mais



magazine luiza @magazineluiza · 39 min  
hahaha sério @Rafael\_Gambarim? Não fique assim! Eu vou te dar um projetor e vc pode vibrar com toda a felicidade do mundo sem quebrar nada!

Detalhes Responder Excluir Curtir Mais



Rafael Gambarim @Rafael\_Gambarim · 36 min  
@magazineluiza hahaha sério??? Quê maravilha...bom demais... agora a comemoração vai ser mais segura...kkkkk fico muito feliz!obrigado

Detalhes Responder Retweeter Curtir Mais



magazine luiza @magazineluiza · 5 seg  
Que ótimo @Rafael\_Gambarim ! Me passe seus dados por DM, por favor. Vou providenciar pra você :) beijos

Detalhes Responder Excluir Curtir Mais

Tudo que o lojista quer: encontrar o marketing certo, de preferência sem grandes custos. E qual o melhor caminho para isso? Sem dúvida, as redes sociais, apontam os especialistas. Foi

o que o Magazine Luiza, a Samsung e a Sony fizeram. As empresas enxergaram num vídeo que viralizou na internet uma oportunidade para se aproximar de um consumidor e ganhar visibilidade na web. As imagens mostram o torcedor paranaense Rafael Gambarim vibrando durante a decisão por pênaltis na partida disputada por Brasil e Chile. Ao comemorar, ele dá um tapa na tela da TV e acaba quebrando o equipamento. As duas marcas ajudaram o torcedor a continuar assistindo aos jogos em sua casa.

O Magazine Luiza deu a Rafael um projetor multimídia, já que o aparelho não oferece risco de quebra em novo rompante do torcedor. O presente foi oferecido após uma troca de mensagens entre o empresário e a marca pelo Twitter. A varejista compartilhou o vídeo que mostra o paranaense quebrando a TV em sua conta na rede social e Rafael respondeu dizendo que seus amigos gostariam de amarrá-lo para que não quebrasse nada no próximo jogo. Neste momento, a empresa resolveu presentear-lo. (veja ao lado como começou a

Já a Samsung, patrocinadora da Seleção Brasileira, enviou a ele uma televisão de 46 polegadas da marca. A Sony teve a mesma ideia e presenteou o torcedor com uma TV de 50 polegadas no início da tarde da última quinta-feira, véspera do jogo do Brasil contra a Colômbia.

Para o professor Douglas Zela, coordenador do curso de pós-graduação em Marketing da FAE Centro Universitário, este marketing de oportunidade está ao alcance de todos, independente de ser pequeno ou grande lojista. Para isso, basta estar atento às redes sociais. “Esse processo viral é algo muito interessante para o varejo em geral. E não é um marketing planejado. Porém, é preciso ter uma equipe competente, estar atento porque essas oportunidades surgem de forma muito rápida. Hoje, inclusive, existem agências especializadas em mídias sociais. Basta citar o nome das empresas monitoradas por essas agência em um simples comentários para capitalizar isso de forma positiva, seja respondendo uma reclamação, seja se mostrando presente para receber um elogio”, explica o professor em entrevista ao Sindishopping.

### **Prejuízo?**

Em meio a diversas ações de marketing de oportunidade, uma chamou a atenção pelo prejuízo financeiro que causou. A derrota histórica do Brasil contra a Alemanha saiu caro para a editora de livros Lote42. A loja virtual da marca prometeu 10% de desconto a cada gol da seleção alemã, contando com um jogo no mínimo equilibrado, e foi obrigada a dar descontos de 70% em seus livros.

**O Brasil fez um gol?  
CELEBRE!**

**O Brasil levou um gol?  
NÃO FIQUE TRISTE!**

**A Lote 42 vai dar 10% DE DESCONTO  
para cada gol que nossa seleção sofrer no jogo  
BRASIL X ALEMANHA, NESTA TERÇA (08).**

Não leve frango! A promoção vale por 24 horas depois do apito final.

~~Facilidade de marketing. Por exemplo, a fim de diminuir a desistência, a loja pode oferecer uma habilidade de~~