

Red Lemon se destaca na publicidade e marketing pela atuação voltada à estratégia e resultado

Enviado por Da redação
14-Nov-2017

Reinventar a comunicação e o marketing. Esse tem sido o maior objetivo da Red Lemon, empresa especialista em field marketing, comunicação e ações promocionais. Em um mundo cada vez mais volátil, incerto, complexo e ambíguo, ter estratégias mercadológicas assertivas tem sido um desafio para toda e qualquer empresa. Conseqüentemente, o marketing ganhou mais e mais importância ao longo dos anos.

Fundada em

2005, a empresa que faz parte do Grupo NVH - Nova Visão Humana, acompanhou todas as transformações desse mercado. E, as mudanças foram tantas que em 2015, dez anos após a sua fundação, a empresa decidiu se reposicionar, abraçando os resultados do cliente como sua verdadeira causa. "Foi-se o tempo em que as agências de marketing e publicidade tinham o compromisso apenas com a criatividade, lançando campanhas dignas de prêmios. Agora, o cliente espera que o trabalho executado traga impactos positivos e tangíveis ao seu negócio", revela André Romero, Diretor Comercial da Red Lemon Agency. Entre as empresas que provaram e aprovaram esse direcionamento estão gigantes como Motorola, cerveja Proibida, Sherwin Williams, Net-Claro e Eucatex.

Como uma

agência full service, a Red Lemon atua de forma integrada em três áreas complementares através da metodologia Twist and Sell. Suas frentes são: field marketing, que engloba auditoria de PDV, inteligência de negócio, comunicação para PDV, campanhas de incentivo, guias de ativação, displays e enxoval POP, programas de excelência e projetos especiais; comunicação, que envolve planejamento, design, branding, embalagens, endomarketing, mídia on/off, digital, campanhas institucionais e social media; e promo & live, que lida com ações promocionais, experience marketing, ativações, sampling e degustação, treinamentos, logística, promotoras, eventos, feiras e convenções.

Todo o

conceito do Twist and Sell está focado na multidisciplinaridade do processo de venda. "Os departamentos de marketing estão cada vez mais enxutos, e já não conseguem agir de forma estratégica em muitas empresas. É por isso que a Red Lemon se propõe a ser um braço de inteligência do marketing. Nós temos os dados que ajudam o cliente a compreender quem realmente é seu comprador, como dialogar com ele, o que ele busca. Usamos esse conhecimento para criar uma verdadeira estratégia que atenda exclusivamente àquela marca", explica.

A proposta da

empresa é a mistura do planejamento estratégico, inteligência de negócio, capacidade operacional e criatividade, com uma equipe que seja multidisciplinar em sua formação para guiar os clientes e suas marcas por um caminho em que os resultados são alcançados de maneira direcionável e mensurável. O crescimento

de vendas vem, naturalmente, da compreensão e execução desse processo. “Quando se compreende a fundo a empresa, é possível abrir um diálogo da marca com seu target. O segredo está em conhecer os dados indicadores e, através deles, extrair a estratégia”;, conta Romero.

Para a empresa, o foco do mercado brasileiro já começa errado, quando se tratando de empresas do ramo. ”Costuma-se achar que campanhas são para falar de criatividade pura, mas a mais criativa campanha não é nada se ela não compreende seu público e não abre uma ponte entre marca e consumidor. A criatividade, a parte artística, precisa de um guia, e esse é justamente a inteligência de negócios advinda de coleta de dados, de análise e muito suor. Assim, garantimos que a criatividade seja direcionada a um objetivo, e não o contrário, como é comum vermos, sobretudo no mercado nacional”;, finaliza Romero.

A agência atende a médios de grandes players, e seu reposicionamento de marca é apenas um reflexo de seu constante olhar para o futuro, onde inteligência e criatividade andam juntas, sempre atendendo ao que cada marca precisa para crescer nesse cenário competitivo e tão povoado de informação.