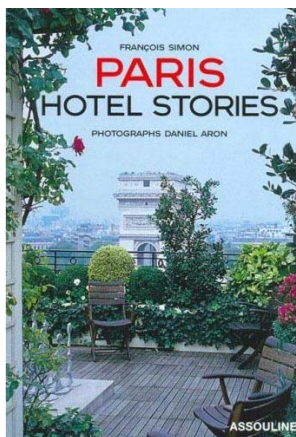


ESTÓRIAS PARA CONTAR SUA HISTÓRIA

By *Karen Weiner Escalera, traduzido e adaptado por Flavia Pacheco, sócia-diretora da [Spoke Relações Públicas](#)



Toda marca de luxo deseja conhecer seus clientes, mas isso hoje requer estar em contato com ele online e em tempo real. O Marketing do tempo real é exatamente isso, estar nos eventos e contar suas estórias, em perfeita sintonia com o que o consumidor está interessado. As marcas já estão se engajando em atividades online, nas mídias sociais, durante grandes eventos reais e também criando eventos reais, ao redor de atividades realizadas online, com a Toyota ou a Burberry, por exemplo.

Esta estratégia de contar acontecimentos e criar conteúdos, na maior parte das vezes, desperta reações intensas nas mídias sociais. É lá que a imprensa, consumidores e pessoas influentes se conectam, interagem e dividem o máximo de conteúdo e de opinião. É possível sim abrir as portas para as pessoas interagirem com sua marca, de maneira muito mais profunda que antes. O segredo está em fazer do conteúdo e da história o coração do produto, ao invés de utilizar somente celebridades ou de ter um logo rebuscado. Consumidores querem razões para gastar! O conteúdo da marca cria afinidades com as pessoas e ajuda os clientes a sentirem-se mais informados sobre o

produto e temas gerais.

Os Hotéis estão entre os que mais se utilizam da estratégia de compartilhar estórias, para contar sua história. E são as redes sociais as plataformas perfeitas para compartilhar conteúdos. Alguns exemplos de estórias?

- O [Faena Hotel + Universe](#) , em Buenos Aires, se apresenta através de um livro de história do hotel, levando isso a um nível mais inovador.
- [Story Hotel](#) , em Estocoma, cria conteúdo através de uma ação que consiste em scanear a caligrafia dos hóspedes e postar no website, com comentários sobre o perfil de cada um.

Uma das melhores estratégias mesmo é ter clientes compartilhando suas próprias experiências relacionadas às marcas de luxo. Recentemente foi realizada uma campanha, o "[Mother's Day Stories](#)", onde mãe e filha foram convidadas a compartilhar suas estórias, um sucesso!

Uma plataforma global



Entre seus muitos atributos, as mídias sociais são globais. Um exemplo é a empresa de carros de luxo [Porsche USA](#) que vem tirando vantagem das novas tendências de marketing com a Campanha "Engineered for Magic. Everyday". Lá os conceitos errôneos sobre os carros Alemães são desafiados pelos próprios donos, todos os dias, através de narrações próprias do "mundo Porsche". O valor da ação é potencializado, quando os próprios donos de carros Porsche contam, em palavras e imagens, sobre suas experiências.

Fabricantes de produtos de luxo sabem muito bem como utilizar de seu passado e suas heranças culturais, para contar estórias e produzir conteúdos. Mas agora, mais do que nunca, consumidores de luxo mostram excepcional interesse na proveniência de suas compras. De onde vem esse produto? Como era feito? Que materiais eram utilizados na sua construção antigamente?

Na Itália, a [Officina Profumo Farmaceutica di Santa Maria Novella](#), uma das mais antigas farmácias e perfumarias do mundo, utiliza seu passado com uma de suas principais vantagens e diferenciais. Sua loja de Florença, inaugurada em 1612, produz todas as fragrâncias e produtos para o corpo, feitos manualmente. Eles usam receitas do século 13th, deixadas pelos Dominicanos e criadas com ervas dos jardins do monastério. Compre um

desses produtos e ganhe um manual: no conteúdo, a história gloriosa da empresa e o menu de produtos. Até o recibo de compra vem num envelope que contém uma mini lição de história.

Lembre-se de usar histórias para contar sua história. Seu consumidor começará a falar sobre seu conteúdo online e isso fará com que sua estratégia de mídias sociais de supere!

**Karen Escalera (escalera@kwepr.com) é Presidente da empresa de Relações Públicas e Marketing [KWE Partners](#), de Miami (EUA) e especialista no mercado de turismo de luxo. Karen é uma das mais requisitadas palestrantes em eventos, empresas e associações do mercado de luxo nos EUA e já foi palestrante em um dos eventos do Luxury Marketing Council, no Brasil, em 2010. A [Spoke Relações Públicas](#) mantém um parceria com a KWE Partners.*