

MARKETING SOCIAL

O QUE É? PARA QUE SERVE? COMO SE FAZ?

Por J. A. Nunes Carneiro

Prof. Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM)

“O Marketing está presente nas nossas vidas (como consumidores, como profissionais, como gestores ou como empresários) há muito. O marketing social é um conceito mais recente que se tem afirmado de forma mais forte e ativa nos últimos anos.”



ARTIGO

MARKETING SOCIAL

O QUE É? PARA QUE SERVE? COMO SE FAZ?

Por J. A. Nunes Carneiro

“O Marketing tem a função de facilitar trocas, sendo uma parte vital na ligação entre a organização e os elementos-chave do seu ambiente.”

(Raquel Campos Franco)

O Marketing está presente nas nossas vidas (como consumidores, como profissionais, como gestores ou como empresários) há muito. O marketing social é um conceito mais recente que se tem afirmado de forma mais forte e ativa nos últimos anos.

De forma resumida, podemos afirmar que o marketing nasceu como ferramenta de gestão de empresas. No entanto, a sua evolução foi claramente no sentido que assume hoje como uma atividade transversal à sociedade muito para além das atividades das organizações empresariais.

Marketing Ontem

Empresas Comerciais

Empresas Industriais

Empresas de Serviços

Marketing Hoje

Organizações Empresariais

Organizações Desportivas

Organizações Culturais

Organizações Políticas

Organizações Sem
Fins Lucrativos

MARKETING SOCIAL

O QUE É? PARA QUE SERVE? COMO SE FAZ?

Por J. A. Nunes Carneiro

Hoje o marketing é usado em tipos muito diversos de organizações e com âmbitos de atuação muito amplos:

- Organizações Empresariais (comércio, indústria ou serviços);
- Organizações Desportivas (clubes de futebol ou eventos como os Jogos Olímpicos);
- Organizações Culturais (companhias de teatro, produtoras de filmes, galerias de arte, festivais de música ou editoras de livros);
- Organizações Políticas (órgãos de soberania, instituições, partidos ou candidatos);
- Organizações Sem Fins Lucrativos (entidades do 3º Sector, associações de Pais, bibliotecas ou centros de inovação).

No entanto, apesar da diversidade, há em todas as organizações um triplo denominador comum: **(1)** pesquisar o mercado e compreender as necessidades do(s) consumidor(es); **(2)** desenhar, projetar e gerir toda a organização para atrair, satisfazer e fidelizar os seus clientes; **(3)** comunicar num sentido amplo para promover e valorizar o produto (serviço, causa, evento, marca, etc.) junto dos diversos públicos a que a organização se dirige.

PARA QUE SERVE?

Em algumas pessoas ou organizações existiu (existirá ainda...) alguma relutância em utilizar as ferramentas de marketing por preconceito. Consideram que o marketing se destina a “enganar as pessoas”, a “criar necessidades que os consumidores não têm”, a “vender gato por lebre”.

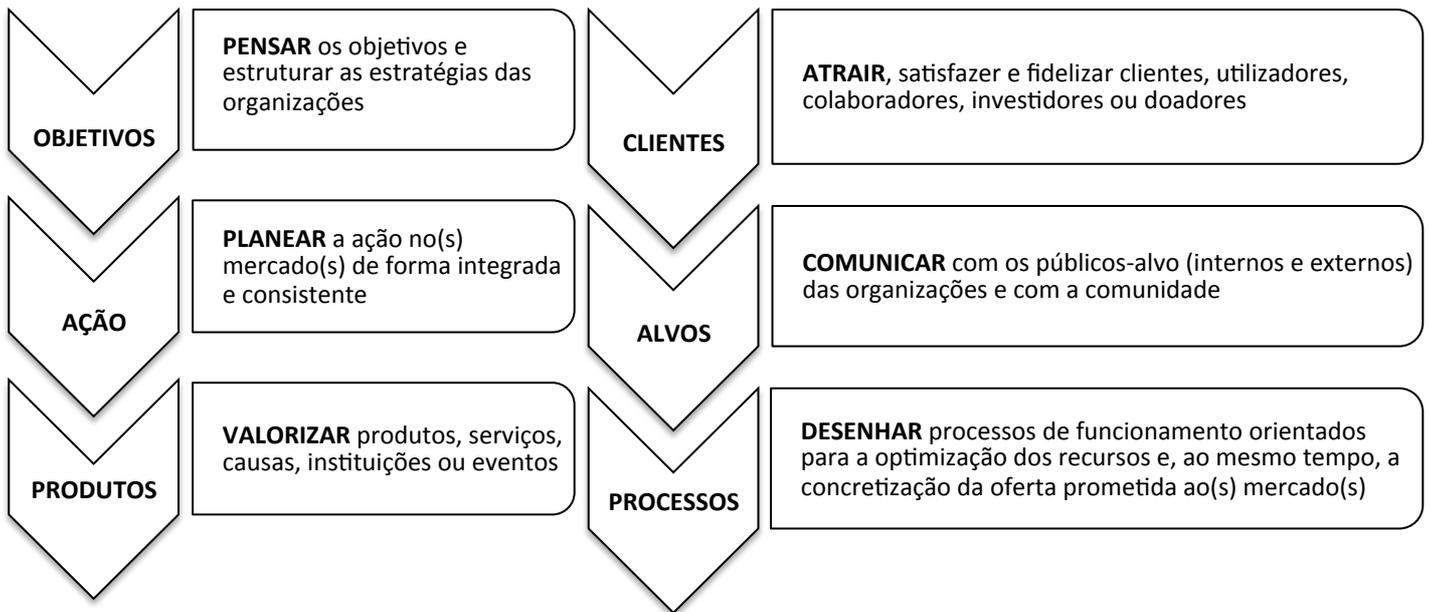
Permitam-me que discorde em absoluto. No marketing (como em todas as atividades humanas e organizacionais) há formas de atuar com ética, com princípios e com absoluto respeito pela verdade. E, infelizmente, há pessoas e organizações que violam essas regras básicas.

O que aqui proponho é o uso regular e intenso do marketing de maneira que as organizações sem fins lucrativos possam gerir eficazmente os seus recursos e alcançar os nobres objetivos que ambicionam.

MARKETING SOCIAL

O QUE É? PARA QUE SERVE? COMO SE FAZ?

Por J. A. Nunes Carneiro



Do meu ponto de vista, em qualquer tipo de organização o Marketing é uma ferramenta de gestão indispensável para:

- Pensar os objetivos e estruturar as estratégias das organizações;
- Planear a ação no(s) mercado(s) de forma integrada e consistente;
- Valorizar produtos, serviços, causas, instituições ou eventos;
- Atrair, satisfazer e fidelizar clientes, utilizadores, colaboradores, investidores ou doadores;
- Comunicar com os públicos-alvo (internos e externos) das organizações e com a comunidade;
- Desenhar processos de funcionamento orientados para a otimização dos recursos e, ao mesmo tempo, a concretização da oferta prometida ao(s) mercado(s).

E, no caso esmagadora maioria das organizações sem fins lucrativos, temos uma situação privilegiada: o “produto a vender” é útil (ou mesmo indispensável) e valioso para a vida de dezenas, centenas ou mesmo milhares de pessoas. Em síntese, um produto, serviço ou causa socialmente importantes.

MARKETING SOCIAL

O QUE É? PARA QUE SERVE? COMO SE FAZ?

Por J. A. Nunes Carneiro

Infelizmente, numa sociedade como a nossa, mesmo uma boa causa ou uma boa instituição podem ser desconhecidas ou passar despercebidas apesar de estarem sempre presentes. A poluição comunicacional do dia a dia impede os cidadãos de as verem e reconhecerem em toda a sua plenitude.

Temos de ter consciência de que, com a ausência de marketing e de comunicação, boas causas, excelentes serviços ou ótimos produtos podem ser desconhecidos da comunidade local. E, se o forem, não serão valorizados. Assim, torna-se muito mais difícil vender serviços/produtos, atrair voluntários, cativar a atenção de entidades oficiais, recolher apoios e donativos de potenciais doadores.

COMO SE FAZ?

Em organizações com recursos limitados, poderá parecer difícil ou mesmo impossível estabelecer a introdução regular de práticas de marketing num sentido lato. No entanto, com imaginação e criatividade, há **algumas soluções** que me parecem possíveis.

Em primeiro lugar, importa que os responsáveis pelas organizações sem fins lucrativos considerem o marketing e a comunicação como essenciais para a gestão da sua entidade.

Em segundo lugar, importa angariar recursos que possam permitir à entidade dispor de competências nesta área. E não estou a falar obrigatoriamente de colaboradores a tempo inteiro (até porque, em muitos casos, pode nem se justificar).

Estou a sugerir, por exemplo:

- Cooperação através da contratação de um técnico de marketing e comunicação cujos serviços especializados possam ser partilhados por mais do que uma organização;
- Participação em ações de formação-ação em que com o apoio de consultores especializados seja possível introduzir na entidade novas e melhores práticas de gestão (designadamente na área de marketing e comunicação);

MARKETING SOCIAL

O QUE É? PARA QUE SERVE? COMO SE FAZ?

Por J. A. Nunes Carneiro

- Apoio de profissionais de marketing ou empresas como agências de comunicação que, em regime de voluntariado, possam colaborar pontual ou regularmente.

Podemos argumentar que nenhuma destas soluções é fácil. Mas, por favor, digam-me em que área de gestão é que a vida de uma organização sem fins lucrativos é fácil? Digam-me o que conseguiram nas vossas organizações sem esforço e sem dedicação?

Uma coisa é certa: com marketing e comunicação, os objetivos e as causas em que tanto trabalham diariamente podem ser concretizados com mais eficácia, com mais eficiência e com mais rapidez. Com mais sucesso e maior impacto na comunidade.

Nota:

Para os que desejem aprofundar este tema, aqui ficam algumas leituras recomendadas:

- C. Azevedo/R. C. Franco/J. W. Meneses, Gestão de Organizações Sem Fins Lucrativos, O Desafio da Inovação Social, Vida Económica/Impulso Positivo, Porto, 2010;
- Lorena Moro (coord.), Gestión Actual de una ONG, Lid, Madrid, 2009;
- Maria José Montero, El Marketing en las ONG. La Gestión del Cambio Social, Edesclee, Bilbao, 2003;
- Peter F. Drucker, As Organizações sem Fins Lucrativos, Difusão Cultural, Lisboa, 1997.

Sobre o Autor



J. A. Nunes Carneiro

Professor no Instituto Português de Administração de Marketing

Consultor e Formador (www.janunescarneiro.net) com intervenção em projetos de Marketing, Estratégia, Internacionalização, Gestão Comercial, Comunicação, Relações Públicas, Empreendedorismo em clientes das áreas de Comércio, Serviços, Indústria, Organizações Culturais, Entidades do 3º Sector e Administração Pública. Professor no IPAM-Instituto Português de Administração de Marketing (www.ipam.pt).
