

## **As boas ações das marcas durante a pandemia serão lembradas pelos consumidores?**

**Por Maria Gabriela Tosin.**

É claro que a preocupação das marcas ao realizar uma ação de marketing ou uma doação durante a pandemia é se estas atitudes serão lembradas pelo público na hora da compra ou apenas serão esquecidas. Em uma pesquisa divulgada essa semana pelo Google, mostrou que não é o momento para ser oportunista.

Antes de falar sobre a pesquisa, gostaria de deixar uma reflexão, já vimos algumas marcas sendo oportunistas neste momento delicado, como foi o [caso da Osklen](#). Como profissional de relações-públicas, meu pensamento é de que as marcas têm um papel importante na sociedade e as ações de filantropia devem acontecer de maneira natural e não visando algo no futuro, é claro que a marca que desde o início está [associada a um propósito](#) e realiza ações junto a sociedade colherá bons frutos, mas a real intenção dessa ação deve ser clara desde o início.

Voltamos a falar sobre o resultado da pesquisa realizada pelo Google, os dados não são muito animadores para aquelas marcas que fizeram uma boa ação na pandemia na espera de receber o amor e o dinheiro dos consumidores em troca. A pesquisa revelou que apenas 43% das pessoas entrevistadas lembram de alguma ação realizada pelas marcas e ao serem perguntados como elas podem atuar nesse momento as respostas foram bem diferentes do esperado:

**69% doações**

**62% garantindo empregos**

**52% conscientização da população**

**44% facilitar o processo de compra**

Isso mesmo, o emprego das pessoas é um item importante para a maioria e pensar apenas no próprio umbigo no momento da crise não é algo que deve ser feito. Facilitar o processo de compra é um item que já tinha aparecido em [outra pesquisa realizada pelo Google](#). O que parece importante para você pode não ser tão importante para os consumidores. Já parou para pensar nisso?

-

*Maria Gabriela Tosin é graduada em Relações Públicas pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Cursa especialização em Mídias Digitais na Universidade Positivo. É criadora do blog [pipoca.com](http://pipoca.com) e atuou como pesquisadora na área de artes e mídias digitais.*