



ARTIGO

MARCAS QUE CATIVAM E
CONQUISTAM SEUS
FUTUROS CONSUMIDORES

A capacidade de atrair e envolver o público mais jovem é fundamental para o sucesso das marcas. Os jovens representam o futuro do consumo, e conquistar sua preferência desde cedo pode resultar em uma base de clientes leais que acompanhará a marca ao longo de suas vidas. No entanto, os jovens de hoje não buscam apenas benefícios funcionais em seus produtos. Eles anseiam por entretenimento e experiências significativas. Recentemente, a Kids Corp conduziu uma pesquisa abrangente para analisar as marcas preferidas e confiáveis entre crianças e adolescentes na América Latina. Os resultados deste estudo, baseados em respostas de 8.437 entrevistados entre janeiro e julho de 2023, lançam luz sobre como as estratégias de Shoppertainment, estão transformando o marketing para o público infantil.

Os resultados da pesquisa da Kids Corp revelam preferências por marcas e a confiança que elas geram nesse público. O YouTube lidera as preferências, com 13% dos jovens elegendo-o como sua marca favorita e 24% como confiável. Outras marcas que se destacam como preferidas incluem Roblox e Nike, ambas com 8% de preferência, seguidas de perto por Adidas e McDonald's, com 7% cada. Netflix e PlayStation também desfrutam de alta popularidade, com 6% de preferência, e a Disney fecha a lista das marcas preferidas, com 5%. Esses números refletem o poder das estratégias de Shoppertainment, nas quais as marcas conseguem entreter, educar e envolver jovens, conquistando tanto seu coração quanto sua confiança. As marcas preferidas apresentam algumas características principais, como a capacidade de alegrar o público (31%), ser engraçada (30%), proporcionar alta qualidade (25%), oferecer conteúdo envolvente (19%) e fazer-se presente pela indicação e consumo dos amigos (18%).

O favoritismo não acontece ao acaso. No mundo atual, o vídeo é rei. O estudo da Kids Corp mostra que o YouTube é o canal líder, com 52% das respostas indicando que as campanhas de marketing foram assistidas lá. Os jovens consomem conteúdo de vídeo de maneira voraz, e as marcas que desejam se destacar devem dominar essa linguagem. O vídeo é altamente envolvente, memorável e compartilhável, tornando-se uma ferramenta essencial para contar histórias, demonstrar produtos e criar conexões emocionais com o público.

Os jovens estão cada vez mais conscientes das autênticas intenções das empresas e desejam se conectar com aquelas que compartilham seus valores. Portanto, ser genuíno e autêntico em sua abordagem é essencial. Além disso, as marcas destacadas pelo público têm o foco na criação de experiências memoráveis e não em vendas diretas.

Quando os jovens se sentem envolvidos, educados e entretidos, as vendas se tornam uma consequência natural. O estudo também revela que as marcas bem-sucedidas são eficientes em criar uma sensação de exclusividade e mantendo os consumidores envolvidos. No cenário de marketing em constante mudança, o Shoppertainment é, sem dúvida, uma das tendências mais promissoras. Para conquistar os corações e mentes dos consumidores mais jovens e construir marcas verdadeiramente memoráveis, é fundamental adotar estratégias que promovam o entretenimento, educação e autenticidade, tudo isso com ética e responsabilidade.

Patricia Artoni, professora da FIA Business School

JORNAL DIÁRIO DA SERRA	REDAÇÃO
Propriedade da AJOTA	DIREÇÃO DE JORNALISMO Fabiola Tormes
ASSOCIAÇÃO JORNALÍSTICA DE TANGARÁ DA SERRA CNPJ: 29.464.235/0001-16	CONTATO ds@diariodaserra.com.br
Av. Tancredo Neves - 1247 W - Parque Mansões 78302-028 Tangará da Serra-MT	Envie Pautas, Fotos Sugestões e Vídeos para o whatsapp do DIÁRIO DA SERRA  (65) 3326-4724
ISSN 22386467	www.diariodaserra.com.br www.ds.jor.br
TIRAGEM 1 MIL EXEMPLARES	DEPARTAMENTO COMERCIAL
CIRCULAÇÃO Tangará da Serra, Nova Olímpia, Barra do Bugres, Porto Estrela, Campo Novo do Parecis, Sapezal, Denise, Arenópolis, Nortelândia e Santo Afonso.	PUBLICIDADE ASSINATURA PUBLICIDADE LEGAL Associação Jornalística de Tangará da Serra - AJOTA
CENTRAL DO ASSINANTE (65) 3326.6501 	SERVIÇOS GRÁFICOS E. Tormes e Cia. LTDA CNPJ: 14.048.123/0001-07
	CONTATO: adm@diariodaserra.com.br Fone: (65) 3326-4724

Diário da Serra[®]

O DIA-ADIA DA NOTÍCIA

FUNDADO EM 11 DE NOVEMBRO DE 1996
EDIÇÃO ON-LINE DESDE 06 DE SETEMBRO DE 1997
Endereço: Av. Tancredo Neves - 1247 W
Parque Mansões - CEP:78300-000
Tangará da Serra - MT - Brasil

 www.facebook.com/jornalds  @diariodaserra

NESTA SEXTA-FEIRA

Governador Mauro Mendes
cumpre agenda em Tangará



Mendes inaugurará a pavimentação da MT-240 que liga Tangará a Santo Afonso

Além de Tangará
o governador
visitará
Santo Afonso

ROSI OLIVEIRA / Redação DS

O governador do Estado de Mato Grosso, Mauro Mendes, estará em Tangará da Serra nesta sexta-feira, dia 20. A previsão de chegada é por volta das 7h, quando será recepcionado pelo prefeito Vander Masson e pelo deputado estadual Dr. João no Aeroporto Municipal.

Em seguida seguirão para o canteiro de obras do Hospital Regional, que já tem 20% realizada. A obra fica às margens do

Anel Viário. Serão 111 leitos de enfermaria e 40 leitos de UTI – entre adulto, pediátrico, neonatal e unidade semi-intensiva neonatal – para atendimento na média e alta complexidade.

Na oportunidade, visitará também as obras de microrrevestimento no Jardim Itália e Vila Alta; a iluminação com lâmpadas de Led já instaladas na Vila Alta e, que foram doadas ao Município pelo governo estadual, através do Programa MT Iluminado; o bueiro da Mina Azul e, por fim, fará a inauguração da pavimentação da MT-240 que liga Tangará da Serra a Santo Afonso.

A obra é resultado de um consórcio firmado en-

tre associação dos produtores, Governo do Estado e as prefeituras dos municípios de Tangará da Serra e Santo Afonso. Foram asfaltados, segundo o Governo do Estado, 37,6 quilômetros a partir do entroncamento da MT-240/MT-358 (Bar do Bigode), até Santo Afonso.

A rodovia MT-240, agora asfaltada, representa não apenas um marco na infraestrutura local, mas também uma conquista significativa para os moradores de Santo Afonso. A estrada pavimentada facilitará o acesso, estimulará o desenvolvimento econômico e proporcionará maior segurança aos motoristas e pedestres.

EM NOVEMBRO

Governador lidera missão à China e Índia para
abertura e consolidação de mercados para MT

DÉBORA SIQUEIRA / Assessoria

O governador Mauro Mendes vai chefiar uma missão para China e Índia, de 3 a 16 de novembro, com representantes dos setores produtivo e industrial, para promoção de Mato Grosso visando abertura, diversificação e consolidação de mercado na China, além de apresentar oportunidades de comércio e investimentos aos indianos.

“Vamos mostrar aos países asiáticos, em especial China e Índia, que

Mato Grosso é um grande produtor de alimentos e que preserva 62% de seu território, e com isso, viabilizar mais projetos e investimentos para nosso Estado”, afirmou Mauro Mendes.

Na China, o Governo de Mato Grosso participará da China Internacional Import Expo (CIIE), com estande no pavilhão de alimentos e agricultura. Dentre os produtos apresentados estão o MT Steak, o passaporte verde, e espaço de degustação pelo Instituto Mato-grossense de Carne (Imac), que irá

mostrar a qualidade do nelore mato-grossense.

Já na Índia, a primeira missão oficial de Mato Grosso ao país, a proposta é de uma visita de prospecção. Serão promovidas reuniões com representantes de governo e empresariais, além de visitas técnicas. Também está prevista a participação da delegação na Índia International Trade Fair (IITF) e a realização do Invest In Mato Grosso, evento que terá o intuito de apresentar oportunidades de negócios e investimentos no Estado.