

Título: Duas rodas para todo o Brasil

Veículo: Revista Meio & Mensagem - SP **Seção:** Marketing **Centimetragem:** 0

Página: 64 **Data:** 01/11/2010 **Valor:** 0

Duas rodas para todo o Brasil

Kasinski Motocicletas triplica investimento em publicidade e amplia foco de comunicação

NATHALIE URSINI

A Kasinski Motocicletas, pertencente à CR Zongshen do Brasil, resolveu mudar sua estratégia de comunicação e triplicou o investimento em mídia e publicidade para o período entre o fim de 2010 e o ano de 2011. A empresa passa a focar, a partir de agora, o mercado de varejo das classes A, B, C e D de todo o Brasil. O anunciante abriu concorrência em setembro para escolher sua nova agência de publicidade, depois que a F/Nazca abriu mão da conta para atender a Honda Automóveis. Durante o anúncio da nova contratada, a MakplanPromove, o presidente da Kasinski, Claudio Rosa Jr., adiantou que serão R\$ 50 milhões aplicados em comunicação.

Além de investir no varejo focando consumidores de todas as classes, a fabricante aposta na regionalização da comunicação. De acordo com o diretor comercial e de marketing da Kasinski, Rogério Scialo, a comunicação de cada região varia muito, assim como para os

diversos públicos. Por isso, a escolha da nova agência foi o pontapé inicial para uma nova fase.

A escolha se deu por meio de concorrência, da qual participaram oito agências: Luminas, Artplan, Babel, NBS, Agnelo Pacheco, BorghiErh/Lowe, Z+ e a escolhida, MakplanPromove, com apenas um ano e meio de existência. "Buscamos uma agência que se preocupe com as vendas e não apenas em ganhar prêmios. Durante o processo de seleção, percebemos que a Makplan estava na mesma sinergia que a nossa", diz Scialo.

A MakplanPromove apresentou pesquisa com clientes, concessionários e mercado de varejo sobre a marca e os produtos da Kasinski. A partir desse estudo de campo, sugeriu mudanças conceituais, nos produtos e na comunicação da empresa. A nova etapa começa agora em novembro, com a estreia da campanha de lançamento de um novo produto, o modelo Comet 150.



Rodrigo Faro entre Scialo, da Kasinski (esq.), e Braga, da Makplan: nova fase

A surpresa foi o contrato fechado com Rodrigo Faro, apresentador do programa *O Melhor do Brasil*, da Rede Record, para ser o garoto-propaganda. "Mostramos para o pessoal da Kasinski fotos do Rodrigo Faro, há muitos anos, no Rio de Janeiro, com uma Mirage 650 (moto antiga da marca). Quando apresentamos nosso plano para o Rodrigo, ele disse que queria, sim, fazer parte da campanha, porque é usuário do produto", contou o sócio da MakplanPromove Daniel Braga. "Para mim vai ser muito fácil fazer essa campanha, porque eu acredito nesse produto", garante Faro.

De 2009 para cá, a Kasinski pulou de nono para quinto lugar em vendas. Se essa projeção se mantiver em 2011, a empresa deve dobrar de tamanho. Por isso, o foco em mídia e a propaganda com Rodrigo Faro são tão importantes. "Estamos no mercado há um ano e meio e vamos fazer da Kasinski nosso maior case de sucesso", finaliza Braga.