

Anunciantes Apresentador Rodrigo Faro é o novo garoto-propaganda da marca de motos

Makplan conquista Kasinski

por Cristiane Marsola

A MakplanPromove conquistou a conta da Kasinski após participar de concorrência com outras sete agências: Luminas, ArtPlan, Agnelo Pacheco, Borghierh/Lowe, Babel, NBS e Z+. "Em função dos problemas que nós tivemos, fomos buscar no mercado uma agência participativa, que entendesse nosso propósito e que viesse ao encontro dessa velocidade de crescimento da Kasinski", disse Rogério Scialo, diretor comercial e de marketing da marca.

A Kasinski era atendida pela F/Nazca S&S até agosto deste ano, quando a agência de Fabio Fernandes ganhou a conta de Honda automóveis e encerrou o contrato com a fabricante de motos. O relacionamento durou cerca de seis meses e o rompimento não foi nada amigável. Segundo Scialo, ele foi convocado para uma reunião na agência achando que veria uma campanha para ser aprovada, já que o lançamento da Comet 150 já havia sido encomendado, quando foi comunicado do fim do contrato. "Foi de uma deselegância e de uma falta de ética... Por isso, as agências têm enfrentado essa imagem negativa dos anunciantes de que elas querem só ganhar dinheiro e não ajudar. Eu fiquei com a



Rogério Scialo, Rodrigo Faro e Daniel Braga

impressão de que eles queriam ganhar prêmio, não vender mais meu produto", disse Scialo.

Um dos pontos que levaram a Kasinski a escolher a MakplanPromove como sua agência foi a proposta de usar o ator e apresentador Rodrigo Faro como garoto-propaganda da marca. "Estamos muito felizes em ter Rodrigo Faro. Ele se encaixa no perfil jovem, inovador e revolucionário da marca", disse Claudio Rosa Junior, presidente

da CR Zongshen, dona da marca Kasinski. "Quando falamos que estávamos participando da concorrência, Rodrigo disse 'eu quero fazer Kasinski' porque ele tem uma história com a marca", contou Daniel Braga, sócio da MakplanPromove.

Atualmente, Faro circula com a sua nova Mirage 650 que ganhou de presente de aniversário da Kasinski. "Eu sou proprietário de uma das primeiras Mirage a chegarem ao País, em 2006,

e agora ganhei uma zero. O contrato que assinamos hoje é especial para mim porque acredito no produto", falou o apresentador do programa "Melhor do Brasil", da Rede Record.

Além de ser um defensor espontâneo da marca, Rodrigo Faro também foi escolhido por ser simpático a todas as classes sociais. "Se ele não atingisse a classe A, não tinha tanta gente como o presidente da nossa empresa, por exemplo, que admite que é espectador do programa. Hoje 65% da audiência dele são das classes A, B e C e os outros 35% das classes A e B", contou Scialo.

A empolgação com a campanha foi tanta que a verba destinada ao marketing e à comunicação em 2011 será de R\$ 50 milhões, mais que o dobro que a deste ano e que a proposta inicialmente na concorrência.

O primeiro resultado da parceria entre Kasinski e MakplanPromove deve ser veiculado no fim de novembro com a campanha da Comet 150. A marca promete ainda um segundo lançamento ainda para 2010, mas não revela qual.

Hoje a Kasinski é a quinta maior marca de motocicletas em vendas. "Esse é o nosso trabalho mais desafiador. A marca pretende ser o segundo player nos próximos anos", falou Braga. "Tenho prazer em dizer que nós viemos mudar esse mercado", disse Scialo. O novo garoto-propaganda concorda com os executivos da marca. "Tenho orgulho de fazer parte de um projeto de comunicação para lá de ambicioso. A ideia é revolucionar o mercado, chegar com o pé na porta. Só pode fazer isso quem tem bom produto", opinou Faro.

Divulgação