

## TKTS\_IAGO\_PUBLICIDADE\_PROPAGANDA

### Autor(res)

Marcelo Donato  
Iago Paiva Suschi

### Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

### Instituição

FACULDADE ANHANGUERA

### Resumo

- 1) No início Armando produziu camisetas para o bloco de carnaval, ele não tinha pretensão de começar uma marca, mas as suas ideias para as estampas eram criativas, e chamava atenção do público estudante por exemplo a estampa “ I love lança” lança perfume, uma droga muito usada por jovens em festas e bailes, isso chamou atenção dos jovens, querendo ou não o Armando já tinha um público alvo mesmo sem saber, essa despreensão que fez com que as camisetas vendessem em dobro e isso que deu início ao sucesso da futura marca TKTS.
- 2) Sim. Ao longo do tempo o mercado foi adaptando a publicidade e entendendo como isso funcionava ou seja, criando planejamentos recebendo investimentos para a publicidade das marcas que é muito importante para definir o objetivo da marca e os seus próximos passos, tendo uma estratégia e um direcionamento fica mais fácil de uma marca atingir sucesso, no caso da TKTS não tinha planejamento nem investimento publicitário pois a marca sempre vendeu e trouxe lucros, isso criou um certo comodismo dos fundadores que quiseram manter como estava mesmo promovendo promoções criativa e atrativas, não adianta vender mas não ter um plano de marketing montado.
- 3) Pelo fato da TKTS já ter uma inspiração vindo de fora, por conta das viagens que Maldonado realizou ao longo do tempo a marca poderia sim migrar para fora e abrir um ponto de venda em outro país, primeiramente analisando o público, pois no Brasil o público jovem abraçou e marca que se tornou sucesso de vendas, com um mascote marcante e uma cara mais “underground” a marca poderia sim concorrer com a Banana Republic ou até mesmo ultrapassar outras marcas nas vendas, afinal com as viagens para fora do país os sócios adquiriram experiência.