TKTS_IAGO_PUBLICIDADE_PROPAGANDA

Autor(res)

Marcelo Donato
Iago Paiva Suschi

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA

Resumo

1) No inicio 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 despretensão 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 pais, 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 pais os sócios adquiriram experiencia.