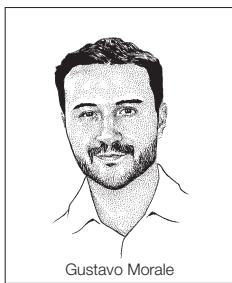


VALOR REAL DOS SERVIÇOS

Quatro experientes profissionais do ramo publicitário recusaram-se a acomodar-se à falta de reconhecimento do mercado pelo valor real dos serviços que prestavam e partiram

para um negócio novo e pioneiro no País. Com engenho, criatividade e sobretudo muita coragem e ousadia, eles fundaram em 2006 a HOTWords – Mídia de Massa Segmentada – www.hotwords.com.br –, que se tornou multinacional desde o início do ano. A empresa trabalha com a chamada publicidade contextual, que é a venda aos anunciantes de palavras dentro de textos editoriais, postados em sites, ligadas a anúncios. A mensagem publicitária aparece após o simples arrastar do mouse sobre palavra com duplo sublinhado no texto. Ela conta com mais de 12 mil sites, representando cobertura somada superior a 30 milhões de internautas por mês. Em entrevista exclusiva, Gustavo Morale, um dos sócios-fundadores e CEO, narra a história do empreendimento, agora associado ao VSS Canalmail, um dos maiores fundos de investimento do mundo em empresas de mídia, rádios e TVs, com capital em ativos superior a 10 bilhões de dólares.



Gustavo Morale

de ter equipe comercial estruturada vendendo para gerar mais trabalho. Publicitários e sem formação administrativa e nem de

“Na verdade, eu não soubera estabelecer a regra básica de que se você oferece qualidade diferenciada, exigindo muitas horas de investimento, tem de receber preço alto”

negócios, ficávamos dentro do operacional”.

Aprender como crescer

“A mim e ao meu sócio restounos duas opções: ‘reeducá-los’ ou fechar as portas, porque naquela situação não conseguimos crescer. Encerrar atividades foi mais fácil. Comunicamos aos clientes a decisão e aconteceu o maior desespero. Estavam acostumados com os melhores resultados em que investíamos quatro, cinco vezes mais a quantidade de horas que havíamos vendido, sempre visando trabalho de alto nível. Gostávamos muito do que fazíamos - esse era o nosso problema - pegávamos o projeto, assumíamos o risco, ‘virávamos a noite’, realizávamos o melhor trabalho do mundo, independentemente de quanto iriam pagar, e não sabíamos cobrar. Antes de tudo, há que saber como ganhar dinheiro, ter a

formula básica para isso e preocupar-se com a parte administrativa e contábil. Não adianta deixar para um segundo momento; desde o começo deve haver essa preocupação e ter-se à disposição um profissional para cuidar dessa área que não faz parte do nosso ‘core business’”.

Conquistando o mundo

“Com a HOTWords é diferente. A nossa expansão de 400% em 2008 despertou o interesse do VSS Canalmail, um grupo norte-americano que existe desde 1987, com sede em Londres e que já tinha plataforma baseada em Internet, a Canalmail, empresa de Madrid, Espanha, que também opera em Portugal e no México. Após cinco

meses de negociações, iniciadas em dezembro passado, assinamos a incorporação em maio último e agora estamos trazendo serviços da Canalmail para o Brasil.

Desde 2007, a HOTWords está presente na Argentina e no México, onde havíamos detectado excelentes mercados. Já somos o braço da Canalmail aqui e estamos levando a HOTWords para Espanha e Portugal. Mantemo-nos atentos às tendências de mercado, pois, sendo a Internet extremamente dinâmica, a cada seis meses surge nova ‘bola da vez’, alguma coisa que passa a ser a sensação. Por exemplo, acabamos de lançar o Hottweet, produto relacionado a mídias sociais e geração de seguidores através do Twitter, tendência que estamos acompanhando nos EUA”.

Realização: IMEMO – Instituto da Memória Empresarial
Diretor: Dorival Jesus Augusto – Conselho Assessor: Alberto Borges Matias (USP), Alencar Burti, Aparecida Terezinha Falcão, Carlos Sérgio Serra, Dácio Múcio de Souza, Dante Matarazzo, Elvio Alprandi, Irani Cavagnoli, Irineu Thomé, José Serafim Abrantes, Marcos Cobra (FóV), Pedro Ernesto Fabri, Roberto Faldini, Yvonne Capuano. Publicação: Hifen Comunicação – Redação: Angelo Sarubbi Neto. e-mail: sala@empresario.com.br

APOIO:

VALOR REAL DOS SERVIÇOS

O publicitário Gustavo Morale, um dos sócios-fundadores e CEO da HOTWords – Mídia de Massa Segmentada, relata que a falta de reconhecimento do mercado pelo valor dos serviços que prestavam motivou ele e três colegas a criarem empresa pioneira de publicidade contextual na Internet, que veio a se tornar multinacional.