

Empresas e storytelling

O autor Christian Salmon afirma que em um momento como o que vivemos, de saturação publicitária, não faz mais muito efeito para uma marca dizer em trinta segundos que seu carro é melhor do que o de outras trinta marcas.

"Tenho que captar a atenção do consumidor sobre o meu produto com uma proposta de valor que comece na minha mensagem publicitária", enfatiza.

Com base na citação de Salmon acima e no estudo realizado, analise as afirmativas a seguir, após selecione a alternativa correta:

I-A solução do marketing via storytelling se tornou uma febre pelo mundo nos últimos anos e não há uma empresa global que não tenha acessado essa estratégia para vender seus produtos no século XXI.

II-Cada uma das 12 milhões de empresas brasileiras é hoje um canal de mídia: Produzindo conteúdo; Possuindo pequenas produtoras internas para passar a mensagem exata e contar a história sob o ponto de vista desejado.

III-As empresas contemporâneas devem aplicar os conceitos do storytelling digital e se tornar contadoras de histórias, não sendo necessário assim fazer um planejamento integrado.

Selecione uma alternativa

A Todas são verdadeiras.

B Todas são falsas.

C Somente III é falsa.

D II e III são verdadeiras.