

## Trezentos e sessenta graus

Você sabia que até Platão estudou o papel da mente no controle do comportamento humano?

Com o surgimento da psicologia, as descobertas de Platão sobre a mente e as emoções, somadas às de outros filósofos como Espinoza, influenciaram bastante a pesquisa de Freud e os estudos de psicologia, fazendo a cama para os primeiros passos do desenvolvimento do marketing.

As ideias de Freud, por sua vez, foram disseminadas nos Estados Unidos por Edward Louis Bernays, seu sobrinho, cujo obituário registra o título de "o pai das relações públicas".

Bernays aplicou inúmeras técnicas de pesquisa em psicologia para compreender o comportamento e a mente de diversos grupos sociais, dos consumidores, dos soldados e das mulheres americanas. Também foi considerado uma das 20 pessoas mais influentes do século XX, em função do uso que o Governo dos Estados Unidos e as grandes indústrias de base daquele país fizeram **de suas ideias**, altamente inspiradas nos estudos do seu tio Freud e da psicologia.

Influenciados pelas ideias de Bernays, as grandes plantas industriais do século XX também incluíram esforços de marketing para escalar seus negócios.

O marketing e suas ferramentas definiram as estratégias de posicionamento no mercado e sempre foram usadas para abordar, fazer parte da decisão e gerar fidelidade junto aos clientes.

Cativando audiências que se tornariam clientes, o ciclo de retroalimentação dos negócios baseados em **conhecimento dos comportamentos, sentimentos e pensamentos da(s) audiência(s)** proporciona informações exclusivas, personalizadas e infinitas. Considerando que um ciclo nunca termina a menos que você o encerre, certo?

Assim, o ciclo iniciado na Grécia antiga continua influenciando gerações até hoje. E o ciclo do people marketing, mesmo com outro linguajar, outras ferramentas e outros propósitos, contém mesmo anseio de compreender a mente das pessoas. Curioso, né?

Valendo-se dessas informações (e seguindo as dicas da growth hacker Jana Ramos), você terá mais chances de interagir com sua audiência sempre que entregar:

1. Conteúdos ricos, completos, bem feitos e relevantes
2. Que sejam relevantes por mais tempo (evergreen)

E por que fazemos isso? Para entregar valor, atrair e conquistar audiências, construir comunidades, colher feedbacks positivos e interagir com nossos clientes/audiências. Assim ativamos o ciclo de retroalimentação que eleva ideias à se tornarem grandes negócios.

Maaaaas... pra fugir mesmo da caixa do "remix", é necessário exercitar a capacidade de ouvir e entender pessoas que são, pensam e agem de formas distintas das suas.

Os fundadores do Startup Tour São Paulo identificaram que o turismo é uma atividade altamente intangível. Muitas vezes o 'desconforto diante da estranheza' é uma objeção a ser superada, assim como o sentimento de 'insegurança diante do desconhecido'. Sem falar na curiosidade natural que a viagem aguça e conduz à pesquisa por fotos, depoimentos, vídeos e qualquer material audiovisual que possa, antecipadamente, construir o destino na imaginação do viajante/turista.

Se você desejasse testar a mesma ideia de incluir a produção de vídeos em 360° pra sua(s) audiência(s), como você faria?

