Onde estão os gatos na publicidade ?

Os gatos são, enfim, a “bola da vez” no mercado pet. Nos últimos dois anos, acompanhamos com muita satisfação, uma nova safra de produtos dedicados exclusivamente aos felinos.

Mas por que as empresas ainda insistem em mostrar em seus rótulos, folhetos e outdoors somente a imagem de cães? Onde estão os gatos nos rótulos de shampoos, vitaminas, caixas de antibióticos? Por que em algumas fachadas de Pet shops só há cães? Será que isso não confunde ou afugenta os proprietários e criadores de outros animais?

Recentemente recebi o catálogo de uma empresa fabricante de ítens de higiene e limpeza. Muito bem, 14 fotos de cães e 5 fotos de gatos em produtos destinados a ambos. Essa é a proporção de faturamento se distinguirmos os pets ou é puro e simples pouco caso com os gatos? Levada pela curiosidade, pesquisei outros catálogos que temos por aqui, a desproporção vai ficando mais acentuada.

Os altos investimentos que são feitos em marketing na área Pet, não estão contemplando o gato como o ser importante que tanto apregoam.

O consumidor que vai à um Pet em busca de produtos e serviços para seu gatinho, deseja encontrar artigos específicos e certamente buscará nas prateleiras produtos com “cara de gato”. Muito bem, se você discorda, por favor me responda: compraria um produto com o rótulo de um persa, angorá ou siamês para o seu cão dinamarquês ou fox terrier?

Exagero? A comunicação visual tem justamente a finalidade, entre outras, de facilitar e esclarecer a identificação do produto.

O proprietário/criador de gatos não é um cliente melhor ou pior, é outro cliente, é diferente.

Muitos fabricantes ainda cometem o erro de escrever no rótulo “para cães” e na bula discriminam como sendo para uso em cães e gatos. Com isso, o funcionário ou mesmo o dono do estabelecimento não sabe transmitir a informação correta, visto que em muitos casos a bula está no interior da embalagem devidamente lacrada.

Sim, o mercado Pet está em franco crescimento e esta evolução trará, como em qualquer outra área, diversificações e ramificações, seja nos produtos, seja nos pontos de venda. Mas, a nível de sugestão, gostaria de identificar alguns erros que são cometidos nesta relação de produtos cães x gatos:

- administração indevida do espaço no Petshop
- funcionários que não oferecem produtos e serviços específicos para o cliente gato
- produtos para cães totalmente misturados aos de gatos
- falta de informações nas prateleiras e gôndolas
- falta de treinamento no atendimento aos donos de gatos
- desinformação dos funcionários

Diversos clientes já me informaram o fato que alguns Pet Shops não trabalham com banho e tosa de gatos. Entre os motivos (segundo eles) as *pérolas* ficam por conta de “dão muito trabalho” e “têm pelos demais”... Oras, os novos negócios e oportunidades sempre foram os grandes agregadores de faturamento, não há como ignorar ou protelar esta faceta do mercado. Quem não quer vender mais e atrair novos clientes?

Há empresas que de modo simples acertaram o alvo: possuem o mesmo produto para cães e gatos em embalagens distintas registradas no MAPA. Estas ganham destaque nas prateleiras e no gosto do consumidor, que atraído pelos rótulos e embalagens com imagens chamativas de gatos, identificam produtos específicos. Este consumidor gasta com gosto cada centavo para seu pet. Outra solução seria otimizar a apresentação dos produtos de maneira que fique definitivamente claro se o produto é destinado para cães, gatos ou ambos. O que não pode acontecer é deixar que o consumidor seja induzido ao “se é bom para o cão, é bom para o gato”.

Apostar num marketing mais agressivo, surpreendendo e direcionando o consumidor somente para os produtos de seu interesse pode ser uma alternativa para atrair maior número de clientes interessados em utilizar os produtos e serviços do Petshop.

Utilizar embalagens certas para o animal certo é assegurar um cliente satisfeito e constante.