12/04/2012 - Denver Imper populariza impermeabilização em campanha de rádio

Fabricante tem por objetivo consolidar sua marca para lojista e consumidor final por meio de spots em programa esportivo, associando-se ao futebol, a paixão nacional do brasileiro; Denvertec 100 e Impermanta são os produtos de destaque

A Denver Impermeabilizantes acaba de lançar a sua primeira campanha em rádio. Com o slogan “Impermeabilização de Verdade”, a fabricante visa aumentar o reconhecimento de sua marca pelo consumidor final, apresentando um “time de produtos” perfeito para a solução dos problemas de impermeabilização. A ação consiste em spots veiculados até o final do Campeonato Paulista, em meados de maio, durante o programa “Estádio 97”, da rádio Energia 97 (FM 97,7), de segunda a sexta-feira, das 17h30 às 20h.
Denvertec 100 e Impermanta foram os produtos eleitos para serem mencionados nos testemunhais veiculados na rádio, por já serem reconhecidos como líderes de mercado pelo público. De acordo com Flávio de Camargo, gerente de marketing da empresa, o primeiro – argamassa polimérica bicomponente, à base de cimento, agregados minerais inertes, polímeros acrílicos e aditivos que formam um revestimento impermeável – é de fácil manuseio e indicado para diversas aplicações, como reservatórios, tanques, piscinas, subsolos e cortinas, paredes internas e externas, pisos frios e também como camada base impermeável nos sistemas de pintura de paredes externas.
Já a Impermanta, manta asfáltica à base de asfalto modificado com polímeros e estruturada com uma armadura não tecida de poliéster, é recomendada para impermeabilização de lajes, pisos frios, terraços, varandas, cortinas, baldrames e como camada de sacrifício em sistemas de dupla camada. “As pessoas usam produtos de pintura para fazer impermeabilização e que duram pouco. Esse produto evita infiltração e umidade por um tempo muito maior”, explica o gerente de marketing.
O perfil dos ouvintes que se pretende atingir é de profissional da construção civil (pedreiro e aplicador), homem, das classes econômicas C, D e E, entre 18 e 45 anos, que ouve rádio e tem alta afinidade com programas esportivos nesse tipo de mídia. Por isso, os spots têm locução ao estilo das narrações esportivas, que descrevem as qualidades dos produtos Denver Impermeabilizantes de forma simples e direta, criando empatia com o público-alvo.

Varejo, um mercado que cresce para a Denver Imper
Fornecedora reconhecida do mercado técnico de construtoras e aplicadores especializados, a Denver Impermeabilizantes decidiu ampliar os negócios há dois anos, com a criação da área de varejo, responsável por levar parte de seus produtos para o consumidor final por meio de home centers e lojas de material de construção pequenas, médias e grandes em todo o território nacional.
“Em nosso projeto de crescimento, decidimos possibilitar que o consumidor final também pudesse usar os nossos produtos na construção ou reforma de sua casa”, afirma Sérgio Guerra, diretor superintendente da companhia. “Entendemos que toda e qualquer obra é importante, desde a construção de um novo estádio de futebol até uma pequena reforma residencial, e todas podem ser feitas com produtos de igual qualidade.”
Guerra conta que a empresa investiu massivamente na expansão de sua fábrica, na

adequação de embalagens, logística e em equipe especializada e treinada para atuar no mercado varejista. Além disso, foram realizadas parcerias com lojas de material de construção (Dicico e Nicon, dentre outras), a contratação de 50 representantes, e investimentos concentrados em assistência técnica, palestras e treinamentos nos pontos de venda junto a balconistas e vendedoras.

Em dois anos, a estratégia levou a área de varejo a ser a que mais cresce em número de clientes da Denver Imper. Com a campanha de rádio lançada, a empresa pretende dobrar o número de pontos de venda na Capital e Região Metropolitana de São Paulo.

“Prevemos, no curto para médio prazo, que o varejo represente mais de 50% de nosso negócio. O Brasil tem dimensões continentais e o varejo tem um papel importantíssimo. As altas taxas de crescimento que temos obtido nos últimos anos é o principal impulsor desta nossa previsão”, diz Guerra.

Para alcançar o objetivo, é necessário dar musculatura à marca. “Estamos em um momento de reforçar para lojistas e consumidores finais a nossa marca, que é forte na área técnica, mas no varejo está começando a ser conhecida”, diz Flávio de Camargo, gerente de marketing da Denver Imper. A empresa contratou a BAM! Sports Marketing, que fez todo o trabalho de consultoria para elaboração da ação.

“A campanha tem como objetivo aumentar o conhecimento da marca e dos produtos, o fluxo de pessoas nas lojas, as visitas ao website e as vendas ao consumidor final, aliado à divulgação dos benefícios e diferenciais dos produtos da Denver Impermeabilizantes”, informa Luciano Nunes, diretor de planejamento da BAM!

Com isso, a fabricante espera não somente dobrar o número de pontos de venda na Capital e Região Metropolitana de São Paulo, mas aumentar o giro dos produtos em torno de 70% naqueles que já comercializam a marca. José Simões, gerente de negócios de varejo, prevê um aumento de vendas em torno de 50%, pulverização da marca e conquista de novos consumidores para as lojas.

Sobre a Denver Impermeabilizantes

A Denver Impermeabilizantes, empresa pertencente ao grupo Formitex, de capital 100% brasileiro, é uma das maiores fabricantes nacionais de impermeabilizantes e especialidades químicas para a construção civil. Em 2012, a Denver Impermeabilizantes completa 29 anos, e ao longo deste período construiu uma história de destaque, fornecendo produtos e soluções para as mais importantes obras da engenharia nacional. Em sua linha de produtos, destacam-se as mantas asfálticas de alta performance, produtos para o reparo e vernizes de proteção de concreto, adesivos, selantes, grautes e impermeabilizantes em geral.Denver Impermeabilizantes

SAC 11 4741-6000 – São Paulo e 0800-770-1604 – Demais Regiões