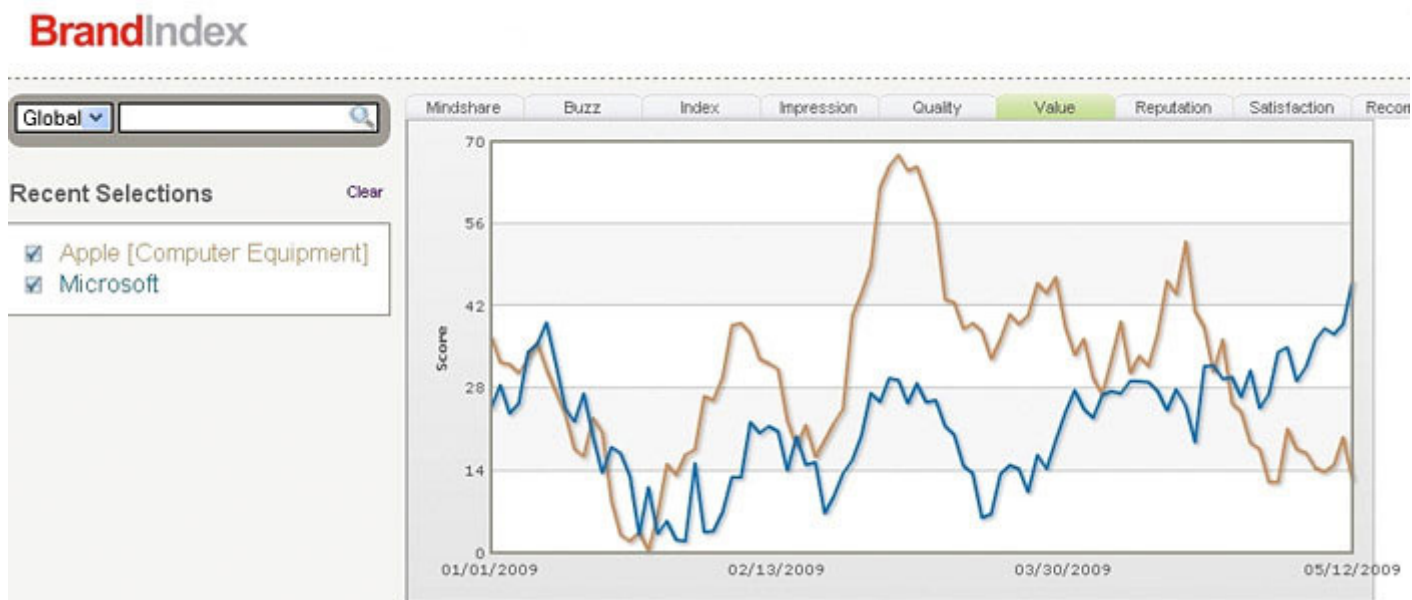


Anúncios da Microsoft afetam a Apple

De acordo com uma pesquisa da BrandIndex, os anúncios "Laptop Hunters" ("Caçadores de Laptop") da Microsoft começam a surtir efeito no mercado, ao mostrar que as pessoas tem muito mais opções de PCs do que computadores da Apple, que são muito mais caros.

As cinco propagandas lançadas até o momento mostram pessoas procurando notebooks para uso específico, com um preço limitado a um determinado valor. Comparando as diversas opções do mercado, a escolha com o melhor custo e melhor custo/benefício recai sobre o PC. Os anúncios não se focam no Windows em si, mas no fato do PC ser a melhor solução para as pessoas.

Depois de entrevistar regularmente 5 mil pessoas no decorrer de alguns meses, a BrandIndex notou que a Microsoft superou a Apple em uma escala de valores (um tipo de escala que mede a confiança dos consumidores na marca) desde o início de março, quando a Microsoft começou a exibir os novos anúncios na TV e na internet.



Enquanto a Apple chegou a 70% no final de fevereiro, esse valor começou a cair gradativamente depois que os novos anúncios da Microsoft começaram a ser exibidos. No dia 12 de maio, o valor chegou a 12%, enquanto que a Microsoft apresentou um crescimento mais uniforme e chegou a 46% neste mês.

Os novos anúncios retratam os Macs como sendo produtos caros e mostra que as pessoas podem encontrar PCs com recursos similares ou superiores por preços muito mais convidativos. E com a atual crise econômica, por mais bonito que um produto seja, nem sempre compensa pagar mais caro por ele.

As propagandas "Laptop Hunters" faz parte de uma campanha de US\$ 300 milhões.