



## KEY MESSAGE /

---

Outras entradas:  
KEYWORD | KPIs

Este é um termo certamente familiar para todos nós. **Key message** ou mensagem-chave trata-se de um foco, de uma ideia principal, de uma solução para conquistar determinada meta ou decodificar um tema central.

No contexto de uma agência de comunicação e marketing digital, a mensagem-chave é exatamente isso: a chave para um resultado de sucesso. Quando queremos transmitir uma ideia - a jornalistas, a clientes, aos consumidores -, temos de saber escolher as mensagens certas, aquelas que maior impacto terão no público-alvo.

Dizer tudo pode significar dizer nada. Escolher o que dizemos, mas dizê-lo com valor, pode fazer a diferença. E isto aplica-se a tudo no dia a dia. Numa conversa informal, se nos focarmos em duas ou três ideias-chave e fizermos girar a história em torno delas, o diálogo tornar-se-á muito mais cativante e a nossa história memorável.

E se num diálogo desprovido de formalismos, uma história mal contada significa perder apenas um número reduzido de ouvintes, no universo da comunicação e do marketing, pode querer dizer perder boas oportunidades e, conseqüentemente, clientes.

Na assessoria de imprensa, no contacto com jornalistas, devemos sempre resumir e reforçar as mensagens-chave. Seja num comunicado, numa conferência de imprensa ou através de uma conversa, é preciso garantir que o jornalista está familiarizado com o tema. Para isso, devemos dar contexto e recorrer a ideias-chave sobre a mensagem que queremos transmitir. Num comunicado, por exemplo, este deverá ter sempre resumidas e destacadas, logo no início do texto, as *key messages* a passar.

Neste processo de divulgar conteúdos que interessam e importam, de contar histórias e de se ser capaz de aprimorá-las - *storytelling* -, para que se tornem cativantes para os diferentes públicos, há que ter sempre em conta o meio para onde estamos a comunicar. Só assim conseguiremos escolher as melhores e mais certas mensagens-chave, tornando a nossa história mais apelativa e garantindo que o que dizemos faz parte de uma estratégia de comunicação contínua e planeada.

### CAMPANHA IKEA

As *key messages* também são fundamentais na publicidade. Neste exemplo de uma campanha da **IKEA** sobre edredões, as mensagens-chave são claras: produtos adequados a todos os gostos, sustentáveis e a preços acessíveis. Veja [aqui](#).