

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A Ápice Comunicação 360° já nasceu full-service, online, offline, digital e interativa. Não chegou para ser mais uma. Planejar as mais criativas e inovadoras formas de relacionamento entre marcas e pessoas é o que nos move.

Abordamos de forma diferenciada o problema do cliente, com uma visão ampla, holística e panorâmica para oferecer soluções criativas e com resultado efetivo.

Nunca abrimos mão da ética, fundamental hoje e sempre.

Nossa paixão, verdadeira obsessão, é conseguir que nossos clientes se relacionem com seu público, porque para nós, comunicação de verdade é relacionamento.



NOSSOS CLIENTES



CÂMARA MUNICIPAL DE CRICIÚMA
DESDE Outubro de 2017



PREFEITURA DE NOVA VENEZA
DESDE Janeiro de 2018



PREFEITURA DE CRICIÚMA
DESDE Março de 2018



CLÍNICA GAIA
DESDE Março de 2019



FESTIVAL VIO & FORMAGGIO
DESDE Janeiro de 2019



PÓS GRADUAÇÃO UNESC
DESDE Abril de 2019



FAROL SHOPPING
DESDE Janeiro de 2019



PREFEITURA DE FORQUILHINHA
DESDE Agosto de 2021



PREFEITURA DE BALNEÁRIO RINCÃO
DESDE Outubro de 2021



PREFEITURA DE SOMBRIO
DESDE Dezembro de 2021



PREFEITURA DE COCAL DO SUL
DESDE Dezembro de 2021



PREFEITURA DE SIDERÓPOLIS
DESDE Junho de 2022

Handwritten signatures in blue ink.

EQUIPE TÉCNICA

Acreditamos na pluralidade de ideias e na gestão compartilhada do conhecimento, por isso, a equipe técnica da agência é multidisciplinar. Profissionais experientes que carregam bagagem, repertório, metodologia e conhecimento que dividem a bancada com profissionais jovens, que trazem frescor, vitalidade, energia, novos pontos de vista e formas inovadoras para resolver velhos problemas. Conheça a seguir o perfil dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, segue a quantificação e qualificação dos mesmos com o resumo dos seus currículos profissionais.

ESTRATÉGIA E PLANEJAMENTO

Lucas Borges

CRIAÇÃO

Francisco Cachoeira
Milene Conci
Victória Carrer Granja
Luiz Pimentel

SOCIAL MEDIA

Emília Cabral
Rafael Claudino da Rosa
Kaue Dorst

PRODUÇÃO DE RÁDIO E TV

Felipe Borges

PRODUÇÃO GRÁFICA

Gabriele Albuquerque

MÍDIA

Mariele Pizzolo

ASSISTENTE FINANCEIRO

Andrei Pacheco Fernandes

ATENDIMENTO

Paula Bliff
Pâmela de Fatima Ribeiro

GESTÃO DE FLUXO

Lucas Renan Domingos

FELIPE BORGES

PRODUÇÃO RÁDIO E TV

Bacharel em Publicidade e propaganda pela UNISUL em Tubarão e Gerente de mídias sociais pela Ecommerce School. Com mais de 12 anos de atuação como publicitário, já foi coordenador de mídias digitais em campanhas políticas em Santa Catarina nas cidades de Criciúma, Içara, Nova Veneza, Baln. Rincão, Cocal do Sul e Forquilha e no estado do Mato Grosso do Sul nas cidades de Corumbá, Três Lagoas e Paranaíba. Atuou também no marketing político de três campanhas vitoriosas ao governo do Estado de Mato Grosso do Sul: Reinaldo Azambuja (2014), Reinaldo Azambuja (2018) e Eduardo Riedel (2022). Atuou também na eleição de Esperidião Amin ao governo de Santa Catarina (2022).

LUCAS BORGES

ESTRATÉGIA E PLANEJAMENTO

Bacharel em Jornalismo pela UNISUL em Tubarão e Pós-Graduado em Comunicação Empresarial pela PUC/PR, com mais de 15 anos de experiência, já atuou no marketing de campanhas políticas em cidades como: Criciúma, Içara, Cocal do sul, Nova Veneza, Forquilha, Baln. Rincão. Já foi coordenador de marketing na campanha da Deputada Estadual Ada de Luca e também na reeleição do Prefeito Murialdo Gastaldon, em Içara/SC. Atuou também como coordenador de Marketing na campanha do Prefeito de Criciúma, Clésio Salvaro, do Prefeito de Nova Veneza, Rogério Frigo e coordenou o marketing da campanha de Esperidião Amin ao governo de Santa Catarina em 2022.

PAULA BIFF

ATENDIMENTO

Bacharel em Jornalismo pela UNISUL, com pós-graduação em Administração de Vendas pela PUC/PR. Com mais de 15 anos de atuação na área, já trabalhou como produção e reportagem na TV Criciúma Canal 19, Reportagem na REDE SCC/SBT/SC sucursal Criciúma/SC.

FRANCISCO CACHOEIRA
DIREÇÃO DE ARTE

Bacharel em Administração com ênfase em Marketing e Publicidade pela ESUCRI e Técnico em Comunicação Visual pela SATC, tem mais de 10 anos de experiência em criação publicitária, trabalhando para diversos clientes importantes da região. Já foi diretor de arte na agência Gigante, diretor de animação e edição na Renderize e Designer Gráfico na Embalaterm, em Criciúma/SC.

MILENE CONCI
DIREÇÃO DE ARTE

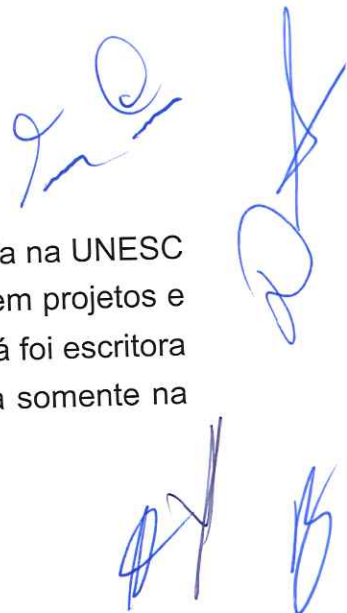
Bacharel em Design de Produto na Uniritter e Web Design online pela Mentorama. Com mais de 10 anos de atuação, já trabalhou como Designer Gráfica em empresa do Rio Grande do Sul e como Diretora de Arte em agências de Criciúma/SC. Já foi premiada com o Prêmio Bornancini de Design na categoria Design Estratégico em 2012.

LUIZ PIMENTEL JUNIOR
DIREÇÃO DE ARTE

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNISUL, MBA em Marketing com foco no Relacionamento do Cliente pela UNESC. Já atua no mercado há mais de 20 anos, na área de criação. Já foi Diretor de Arte na Criativa Comunicação, Hexa Comunicação, IDCOM comunicação, GT-américa, Agência Nueva e Head Designer na Acuo Lingerie. Já foi Professor coordenador da Agência Experimental Lóus no curso de publicidade da UNISATC, em Criciúma/SC.

VICTÓRIA CARRER GRANJA
REDAÇÃO

Cursando Publicidade e Propaganda na UNISATC, já cursou Psicologia na UNESC até as fases finais. Com 2 anos de atuação na área, ela já trabalhou em projetos e campanhas importantes da região de Criciúma e de Santa Catarina. Já foi escritora e voluntária em estágios na área de psicologia e atualmente trabalha somente na área da comunicação social.



PÂMELA DE FATIMA RIBEIRO
ASSISTENTE DE ATENDIMENTO

Bacharela em Publicidade e Propaganda pela UNISATC, tem experiência de mais de 5 anos na área, já foi Analista de projetos e produção na Hexpand Comunicação, Analista de mídias sociais na Vaso & Cor em Siderópolis e Analista de Marketing na Rocha Alimentos em Jaguaruna/SC.

LUCAS RENAN LUIZ DOMINGOS
GESTÃO DE FLUXO

Bacharel em Jornalismo pela UNISATC, com mais de 9 anos de atuação no mercado, já foi redator e Acessor de Imprensa no Grupo OP, redator e social media na Butiá Digital, Social Media Autônomo e Repórter no Jornal A Tribuna e Repórter no Portal Engeplus.

GABRIELE ALBUQUERQUE
PRODUÇÃO GRÁFICA

Com formação técnica em secretariado pelo SENAC, tem mais de 10 anos de atuação no mercado, trabalhando como atendimento e operações comerciais no Jornal A Tribuna, Rádio Som Maior FM em Criciúma/SC.

ANDREI PACHECO FERNANDES
ASSISTENTE FINANCEIRO

Graduação incompleta em sistemas de informação pela ESUCRI, tem mais de 5 anos de atuação no mercado, trabalhando em diversas empresas da região da Amrec. Já foi assistente financeiro na Agrosys Informática, Useall Software e Sistema Justus.

MARIELE PIZZOLO
MÍDIA E PRODUÇÃO

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNISUL, com MBA em Comunicação e estratégias de Marketing pela UNESC. Com mais de 15 anos de atuação no mercado, já trabalhou na Hexa Comunicação Integral e Cacto Publicidade.

EMÍLIA CABRAL
MÍDIAS DIGITAIS

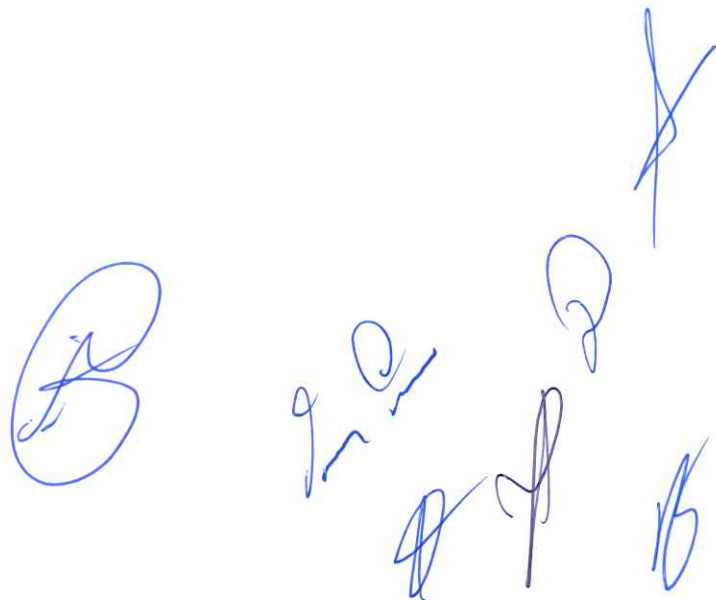
Bacharel em Jornalismo pela UNISATC, já foi estagiária de jornalismo na SATC, Estagiária em Assessoria de Comunicação na Câmara Municipal de Criciúma/SC e Social Media na Rádio Cidade em Dia em Criciúma/SC.

RAFAEL CLAUDINO DA ROSA
ANALISTA DE MÍDIAS DIGITAIS

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNISATC, e técnico em Design pela SATC, possui mais de 13 anos de atuação no mercado. Já trabalhou como Assistente de Marketing na Casa Valdinei e na Bike Point em Criciúma/SC. Já recebeu o 1º lugar no prêmio Alma Publicitária com o Projeto Experimental para a Cruz Vermelha.

KAUÊ DORST
DESIGN DE MÍDIAS DIGITAIS

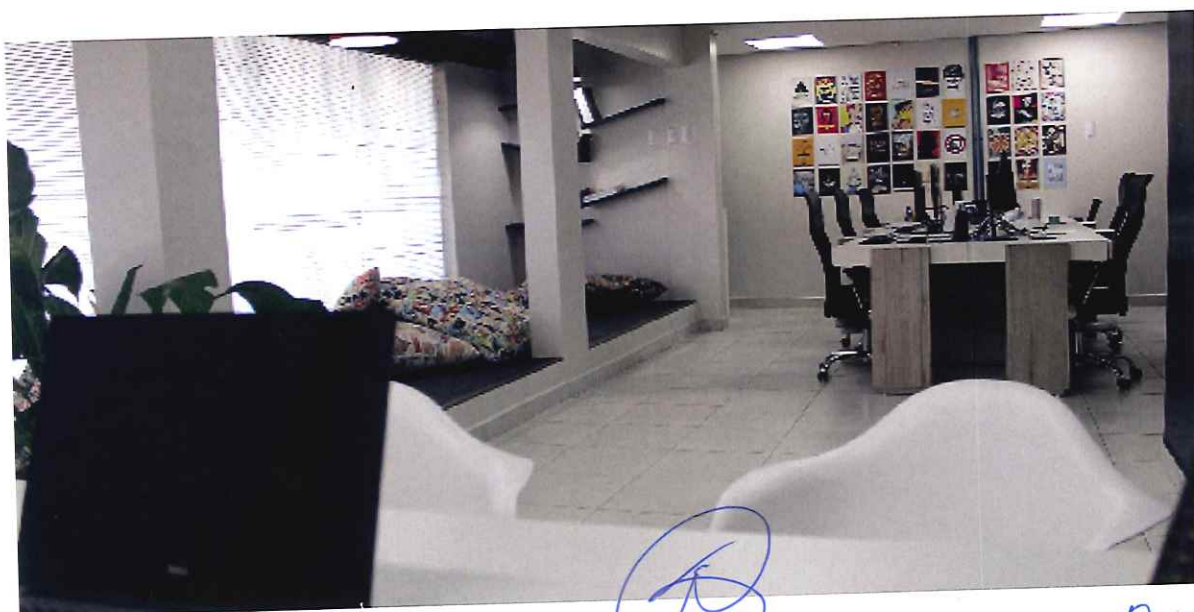
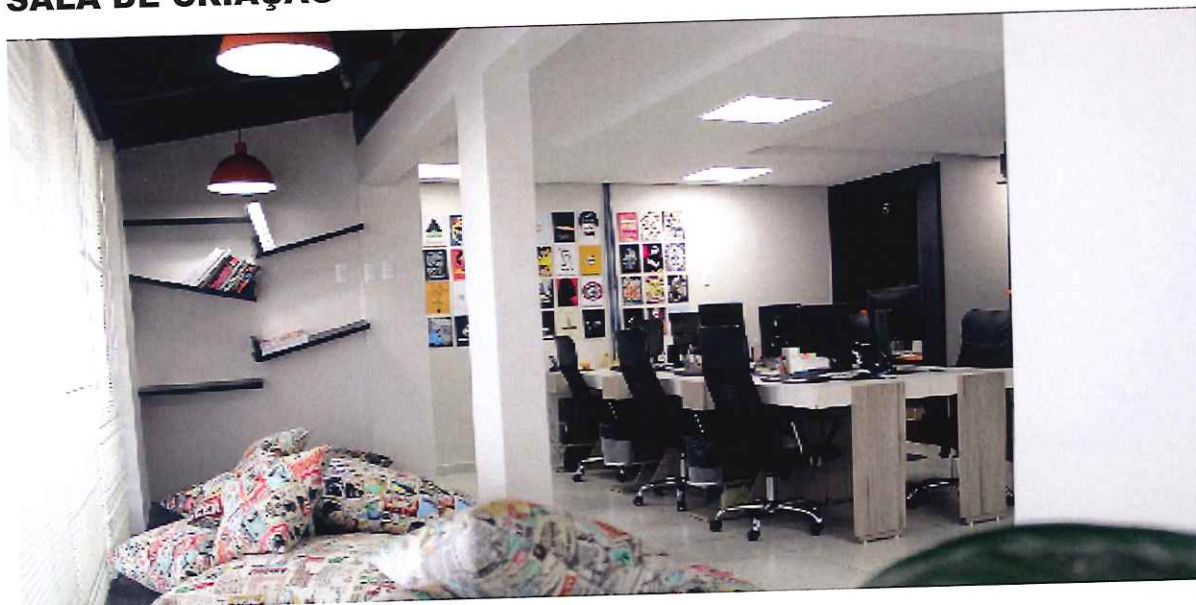
Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNISATC, e Ensino Técnico integrado ao ensino médio pelo IFC em Sombrio/SC, com mais de 5 anos de atuação no mercado já foi Técnico em Informática na Chiptec, Arte Finalista na Gráfica Sombrio e Assistente de Marketing na Cliniimagem em Criciúma/SC.

A collection of handwritten signatures in blue ink, including a large stylized 'B' and several other illegible signatures.

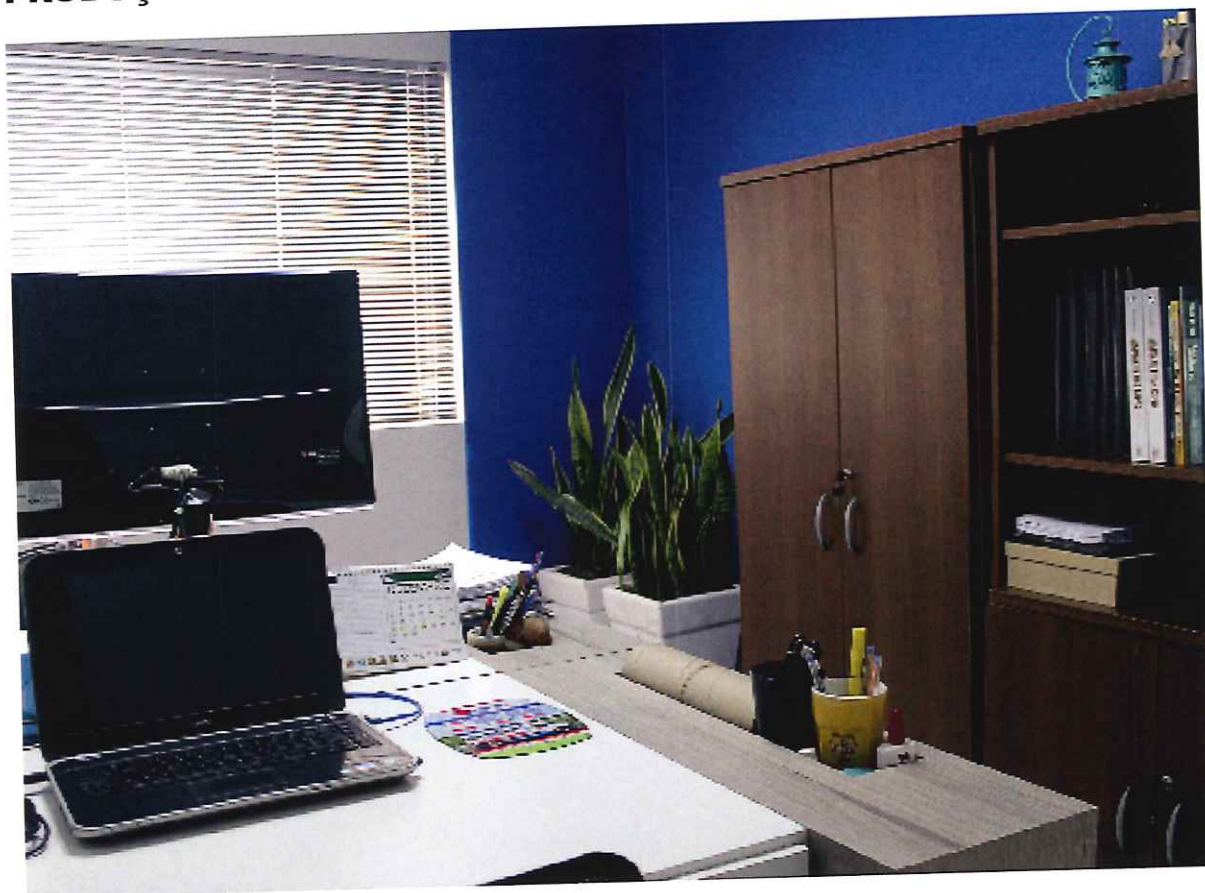
ESTRUTURA OPERACIONAL

Se vencedora desse certame, a Ápice colocará à disposição da execução do contrato toda a sua estrutura operacional em sua sede em Criciúma/SC. A Ápice possui sua estrutura em Criciúma, Sul de Santa Catarina, na Rua Constante Casagrande, 204, no bairro Comerciário. A partir dessa estrutura, atendemos os clientes do Sul, Centro-oeste e Nordeste do Brasil. A sede é uma casa de 360m² e abriga as áreas de diretoria, atendimento, sala de reuniões, planejamento, criação, produção, mídia, financeiro e recepção no andar superior, e um espaço de eventos, palestras e capacitação no piso inferior.

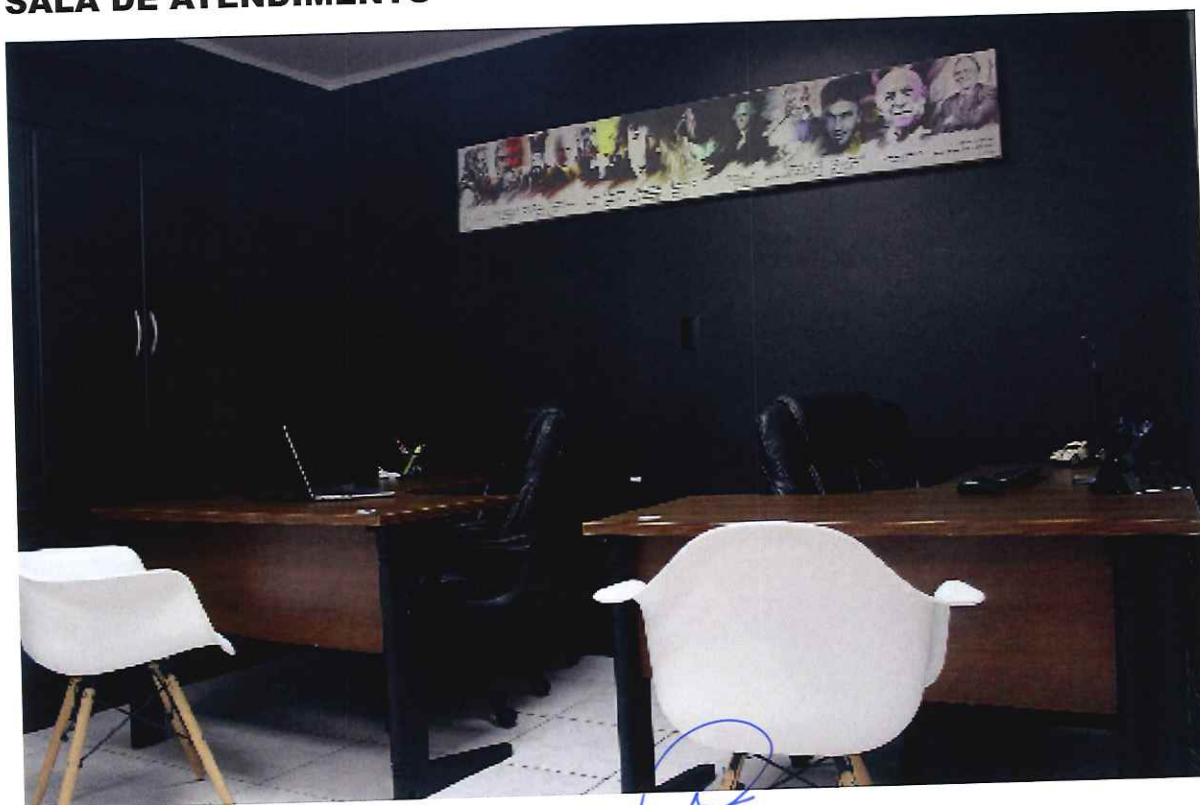
SALA DE CRIAÇÃO



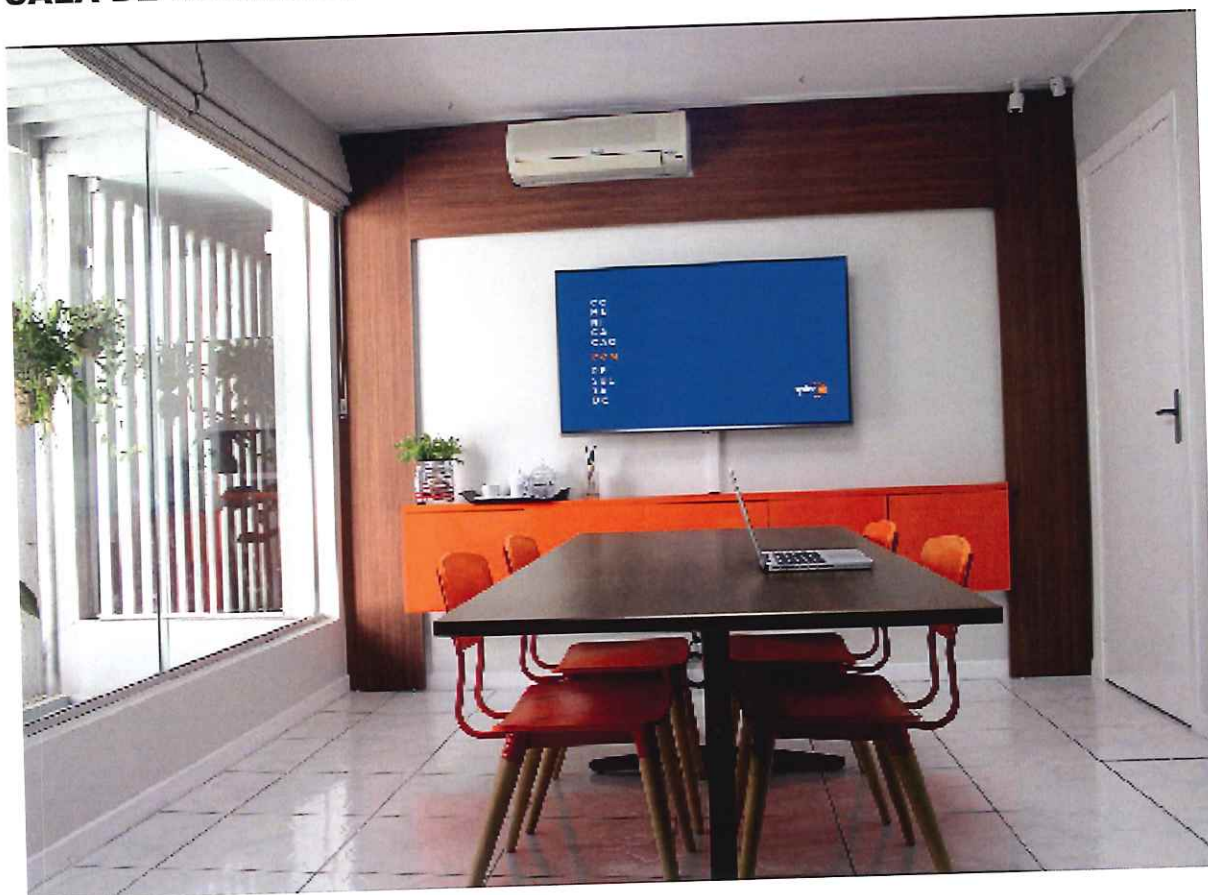
PRODUÇÃO E MÍDIA



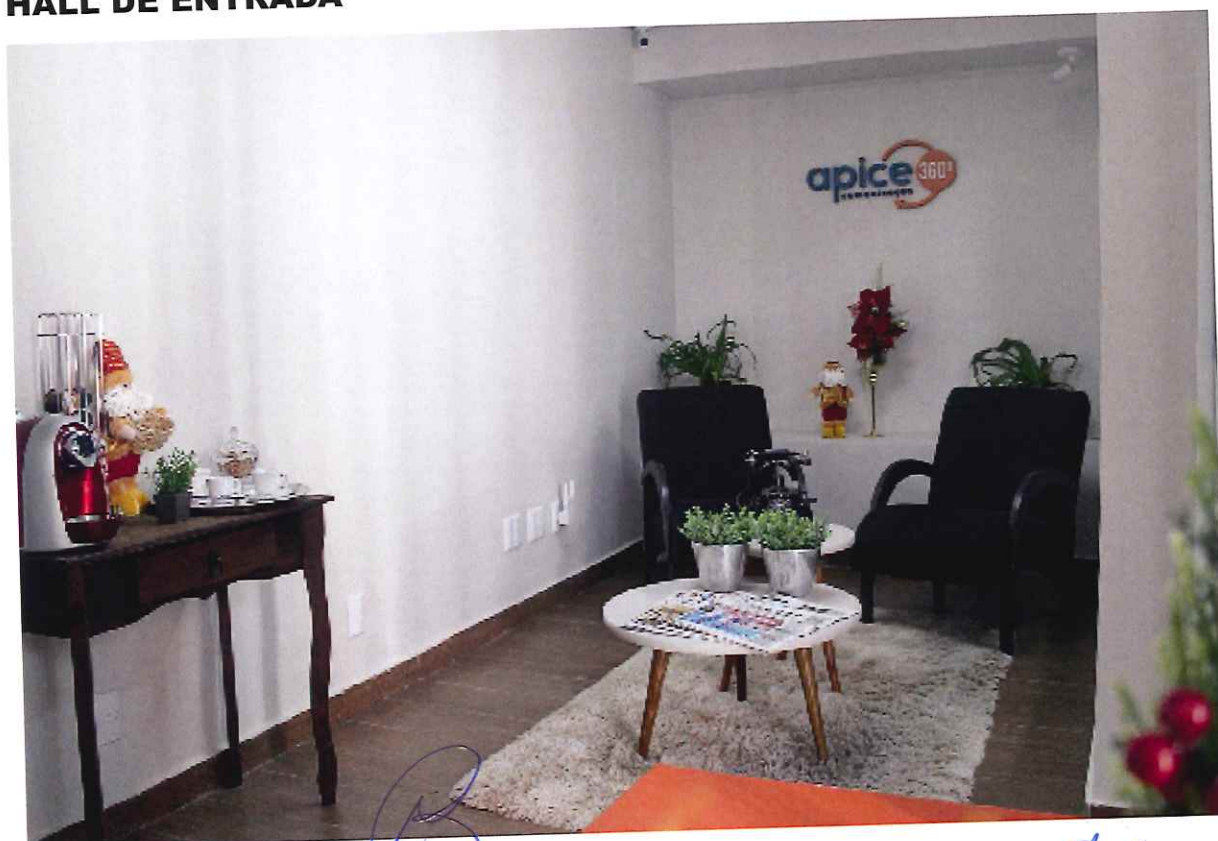
SALA DE ATENDIMENTO



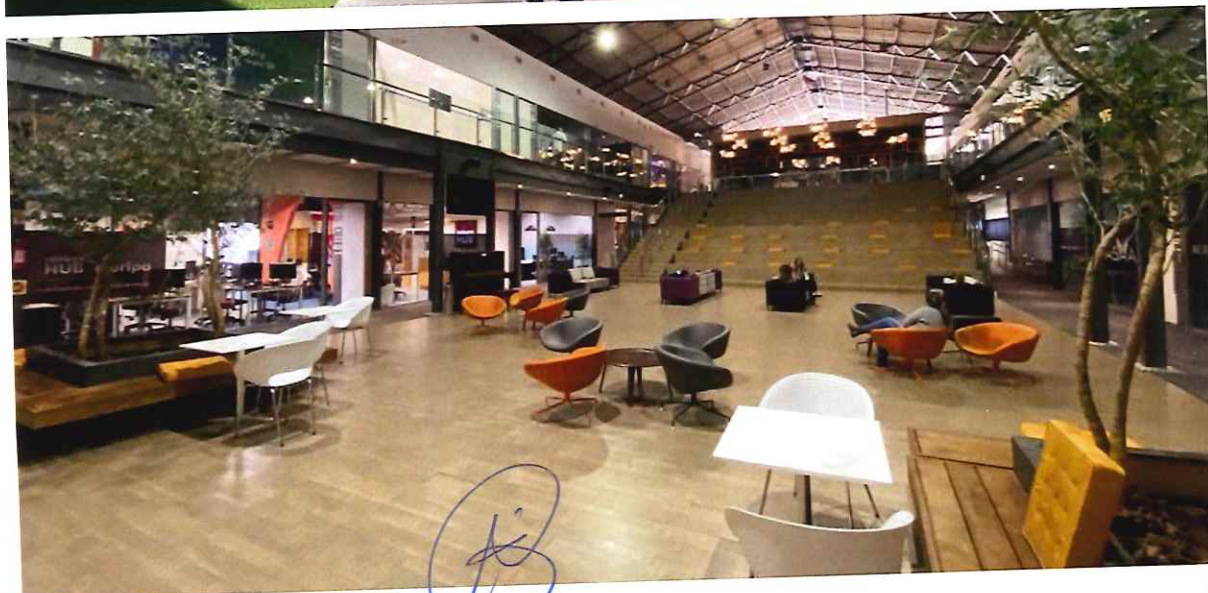
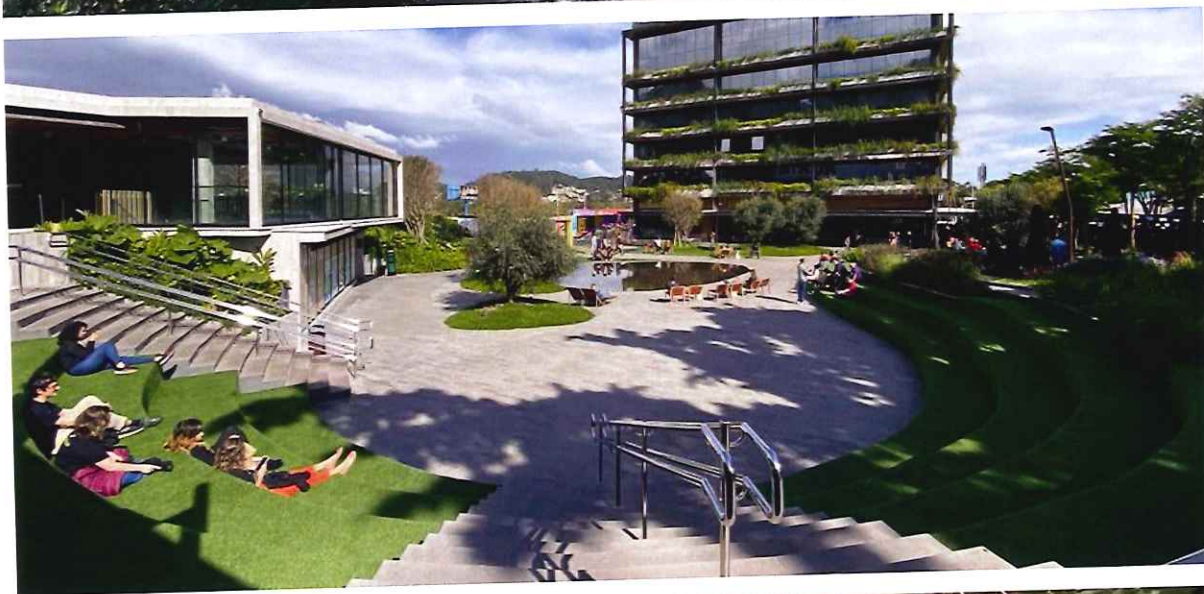
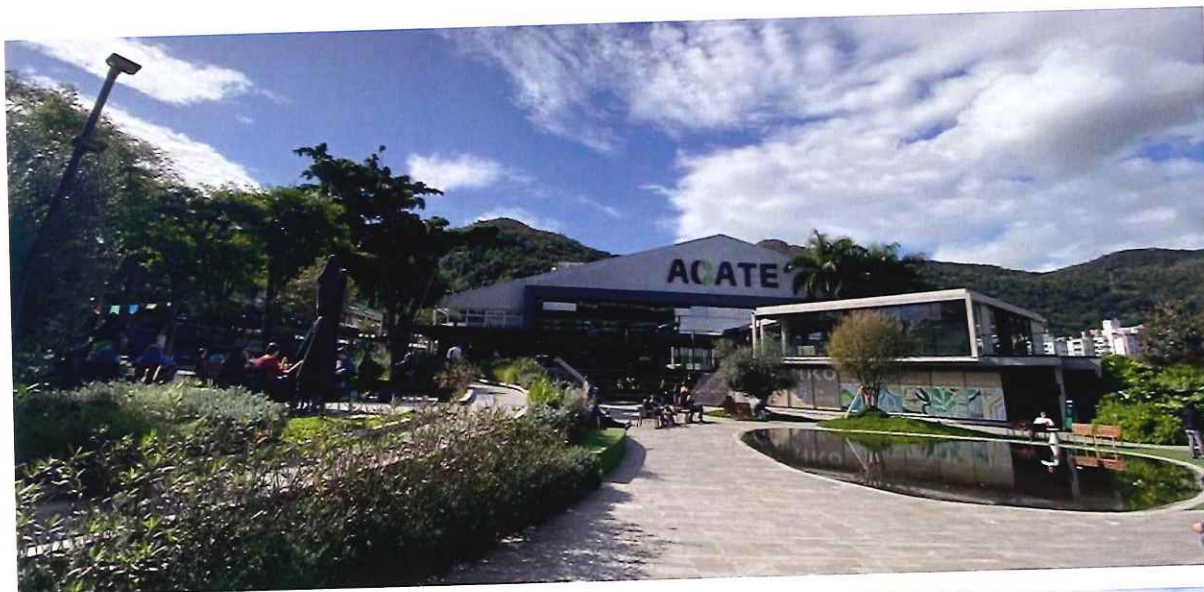
SALA DE REUNIÕES



HALL DE ENTRADA



SEDE DA ÁPICE EM FLORIANÓPOLIS/SC



Handwritten blue notes and signatures on the right margin, including a large signature and the number '16'.

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Sob a coordenação dos diretores, Lucas Borges e Felipe Borges, será criado um Núcleo de Atendimento, com que trabalhará em estreita colaboração de modo a assegurar que os trabalhos alcancem os objetivos pretendidos e que o cliente obtenha o melhor retorno do seu investimento.

- » Atendimento
- » Planejamento
- » Planejamento online
- » Criação
- » Produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica
- » Mídia rádio e TV
- » Mídia online
- » Consultor em Analytics e Influencer Marketing

O comando da operação de publicidade ficará fisicamente em Criciúma, em plena sintonia e comunicação permanente com os demais membros da empresa em Florianópolis/SC.

OBRIGAÇÕES E ATRIBUIÇÕES

- » Executar os serviços contratados com fiel observância às disposições da lei.
- » Mobilizar e disponibilizar todos os recursos necessários à prestação dos serviços, com atualização tecnológica constante.
- » Assumir inteira responsabilidade pelos serviços que lhe forem adjudicados.
- » Comunicar qualquer anormalidade que verificar na execução dos serviços.
- » Qualificar e reciclar periodicamente seus profissionais nos temas institucionais.
- » Levantar todas as informações possíveis para a formulação de um briefing consistente para cada demanda de comunicação.

- » Formular planejamentos estratégicos de comunicação integrada.
- » Autorizar a contratação de terceiros em nome da contratante apenas com sua expressa anuência.
- » Pesquisar os orçamentos mais baixos entre os fornecedores com qualidade comprovada (no mínimo três) e informar a origem de todos os custos.
- » Apresentar planejamento de mídia e definição do impacto total desejado para cada campanha.
- » Realizar reuniões periódicas para avaliação dos serviços.
- » Preparar e encaminhar cronogramas de execução dos serviços com prazos, providências necessárias e responsáveis.
- » Entregar sistematicamente relatórios de peças e campanhas criadas e produzidas, bem como veiculações de mídia e ações online e offline, com relatórios de checagem a cargo de empresa independente, sempre que possível.
- » Facilitar a fiscalização dos serviços contratados.

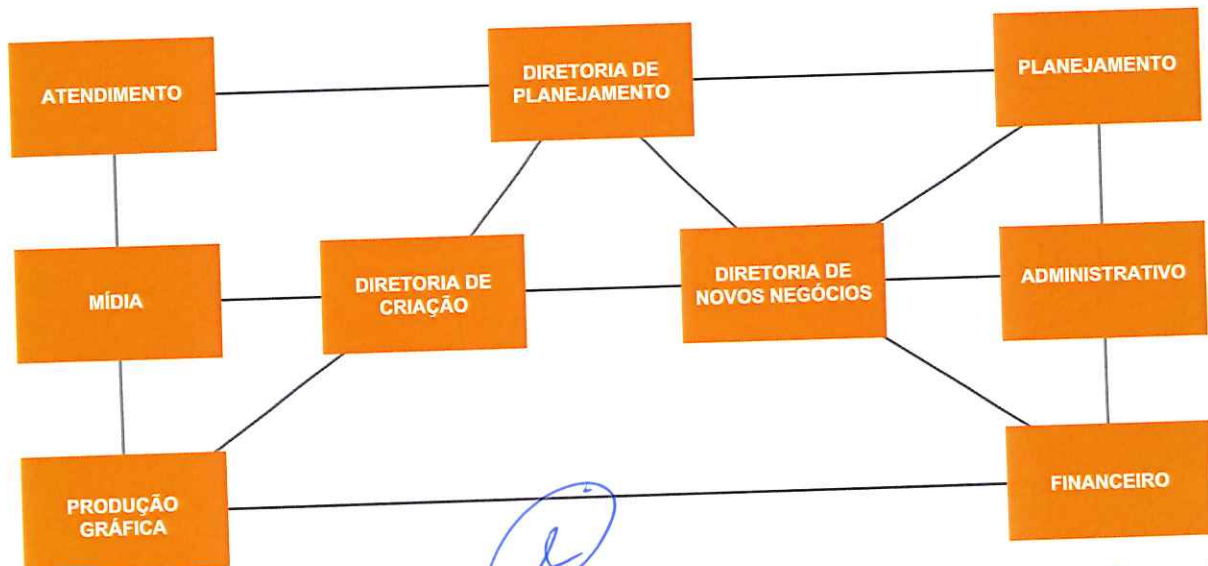
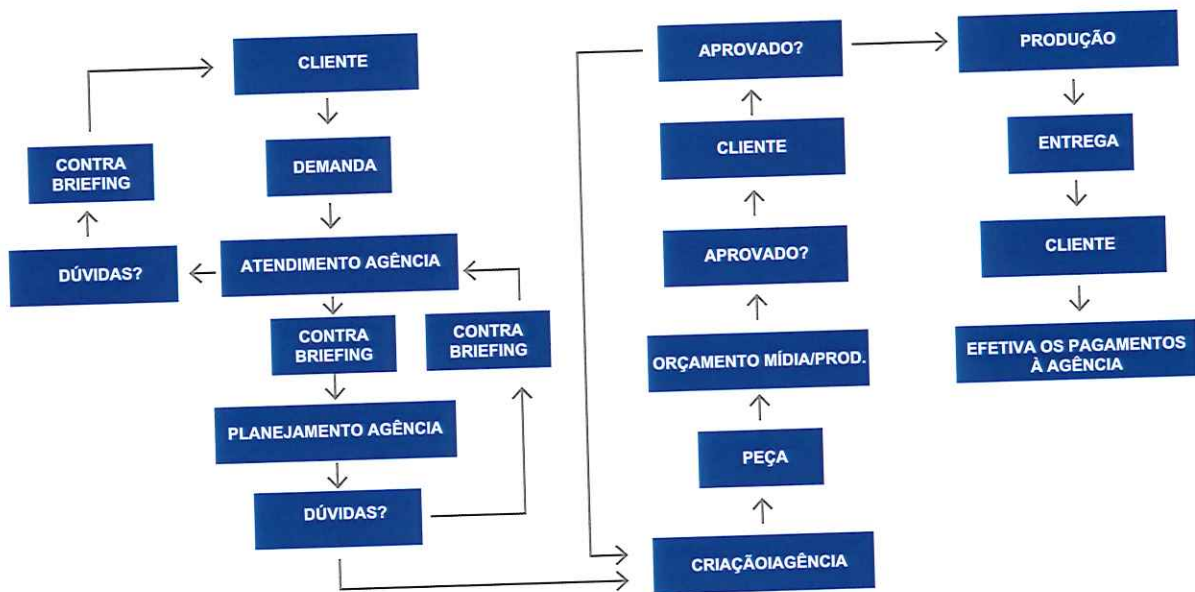
COMPLIANCE DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

A responsabilidade de uma agência de comunicação que atende contas da administração pública vai além da entrega da comunicação. Cientes dessa responsabilidade, a Ápice destacará profissionais para a gestão responsável da conta, em obediência aos normativos exigidos por lei e pela fiscalização dos órgãos de controle, e em busca constante da maximização e economicidade dos recursos públicos aplicados.

FLUXOGRAMA

Para o controle efetivo de todos os trabalhos, qualidade e prazos de entrega, faremos:

- Relatórios de reunião;
- Pauta semanal com o status de cada um dos trabalhos solicitados;
- Relatórios mensais de faturamento, consolidando investimentos em mídia e produção;
- Checking de toda a programação veiculada;
- Controle de verba, destacando orçamento total e custos empenhados;
- Controle de direitos autorais contratados.



PRAZOS A SEREM PRATICADOS

Os prazos de execução irão variar conforme a complexidade do desafio de comunicação e do grau de dificuldade técnica das soluções. A necessidade da realização de pesquisas, planejamento e pré-testes podem alterar os prazos médios.

Em condições normais, a Ápice atenderá às demandas praticando os seguintes prazos:

- Criação de peça de oportunidade: 1 dia útil
- Criação de peça avulsa: 3 dias úteis
- Criação de campanha: 10 dias úteis
- Elaboração de plano de mídia: 10 dias úteis

O ATENDIMENTO: GESTOR DE CONTAS, UMA MISSÃO ESTRATÉGICA

Na Ápice, os atendimentos não são simples mediadores da comunicação, mas gestores de contas e co-gestores das marcas de nossos clientes. Precisam estar situados quanto ao approach usado em campanhas da concorrência e/ou benchmarks e às informações quantitativas e qualitativas de atividades de todos os segmentos para contribuir na gestão das marcas. Têm autonomia para intervir durante o processo de criação, produção e finalização, avaliando e discutindo com a equipe sobre soluções eficientes na resolução de problemas. Nossa equipe de atendimento está centrada em três pontos chaves para a realização das tarefas:

Visão estratégica: capacidade de planejamento, definição de tarefas e prazos para organizar as etapas do trabalho a ser desenvolvido, mantendo uma relação transparente com todas as partes envolvidas (cliente, colaboradores, fornecedores).

Atitude estratégica: dividir as tarefas entre a equipe, observando as especificidades do trabalho também é uma das funções do Gestor de Contas. Cabe a ele discernir e adequar as tarefas aos colegas, respeitando os estilos e métodos de execução de cada um.

Ação operacional: toda a execução é acompanhada de perto, para que não haja dúvidas quanto à realização de cada etapa. A função do gestor aqui é gerenciar os prazos e a organização para que as condições sejam cumpridas rigorosamente.

FERRAMENTAS DE PLANEJAMENTO

Análise do cenário: nesse item são avaliados fatores macro e micro ambientais, monitoramento das redes sociais, comportamentos, pesquisas (desk research, institutos de pesquisa etc.) e tendências.

Análise da comunicação do segmento: para inovar é preciso conhecer o que já foi feito. Por isso fazemos uma pesquisa de peças publicitárias dos principais benchmarks;

Análise SWOT: matriz em que são analisados os pontos fortes e fracos que a marca possui, assim como as oportunidades e ameaças;

Análise de público: avaliação do público com ênfase no perfil psicográfico (comportamento) e sócio demográfico;

Definição do problema/desafio: após todas as análises, o conteúdo apurado é estudado e formatado para a identificação do problema e/ou desafio a ser enfrentado;

Matriz de posicionamento: essa etapa define a posição de nosso cliente frente aos seus desafios. São considerados os valores e atributos em seu estado emocional e racional e para onde queremos ir;

Laddering: o objetivo dessa ferramenta é evoluir os atributos da marca, passando pelos seus benefícios objetivos e subjetivos até chegar ao que realmente interessa: seus valores. Uma evolução do racional para o emocional.

CRIAÇÃO INTEGRADA

A criação na Ápice já está habituada a pensar de forma integrada e convergente, desenvolvendo um trabalho sinérgico entre o offline e o digital, buscando pontos de contato com o receptor da mensagem que vão além do briefing inicial. Em todos os trabalhos, há um processo coeso entre Planejamento e Criação, resultando em uma comunicação coerente e alinhada com os objetivos estratégicos dos nossos clientes.

MÍDIA TÉCNICA

Os planos de mídia da Ápice são apresentados com análise e mensuração detalhada dos mercados, dos públicos e dos meios, com diagnósticos precisos e alinhados com a realidade do mercado e do target de cada campanha.

INVESTIMENTOS EM ESTRUTURA DE ATENDIMENTO

Para atendimento, a Ápice disponibilizará toda a sua estrutura já descrita anteriormente, além de suas ferramentas de pesquisa e acordos operacionais. É importante dizer que a agência faz investimentos perenes de modo a ampliar e qualificar sua equipe técnica, bem como em aprimorar sua estrutura física. Todo o esforço necessário para o bom atendimento à conta será realizado, de modo a oferecer estrutura e profissionais compatíveis com o volume e complexidade do trabalho.

ACORDOS E PARCEIROS

A Ápice sempre buscou os melhores parceiros para atender seus clientes, por isso, criou uma rede robusta e extremamente qualificada para dividir os desafios de comunicação que identifica. Destaca-se sua capacidade de replicar as estratégias de seus clientes a esses parceiros, bem como gerir os trabalhos de forma sinérgica e alinhada com os objetivos de cada cliente. Conheça nossos principais parceiros:

IPC - INSTITUTO DE PESQUISA CATARINENSE:

Está no mercado trazendo soluções em pesquisa de mercado e de opinião pública, possibilitando análise de alcance e frequência de campanhas publicitárias. Oferece diversas variáveis para análise e planejamento como indicadores sociais e econômicos da população.

PESQUISA DE AUDITORIA DE CIRCULAÇÃO IVC:

Afere dados de circulação/distribuição de revistas, jornais e também dados de auditoria de websites, com métricas de page impressions, unique browsers e visits, com os devices desktop, smartphone e tablet, por segmento e região.

CONTROLE DE MÍDIAS OPSOCIAL:

Ferramenta para monitoramento, análise e gestão de mídias sociais. Permite o agendamento de postagens no Instagram em todos os formatos e dispõe de relatórios avançados e análise de performance individual dos posts, tanto no Instagram como no Facebook.

RECLAME AQUI:

Especialistas em atendimento, com foco em entender e atender clientes, consumidores e até eleitores, oferecendo uma série de dados para gerar inteligência a partir do comportamento do consumidor. Trabalhar com base em dados e entendimento do perfil das pessoas que serão impactadas pelas nossas estratégias de comunicação, otimiza investimentos e garante maior assertividade das ações sugeridas.

REPERTÓRIO

Licitante: Ápice 360° - FLB Publicidade e Propaganda LTDA ME

Cliente: Farol Shopping

Título: Pra você tudo.

Data de Produção: Janeiro de 2023

Período de exibição: 01/01 a 25/01

Veículo: Mídia Impressa, Mídia Externa, Site do Farol Shopping, Redes Sociais

O Farol Shopping cada vez mais se consolida como um lugar plural, conectado com os seus consumidores e que está expandindo cada vez mais a consciência de sustentabilidade e que podemos fazer parte disso.

Dessa forma, foram utilizadas imagens de pessoas representando cada perfil de cliente para trazer uma mudança na sua forma de comunicar institucionalmente, trazendo mais maturidade na sua linha de comunicação, misturando cores e elementos que enriquecem visualmente todas as peças da campanha institucional do Farol Shopping.

A campanha começou a ser veiculada em janeiro e irá permear todos os meses do ano, servindo de plano de fundo para outras campanhas mais comerciais, tanto no digital, mídias impressas, mídia externa e ações de marketing de guerrilha.

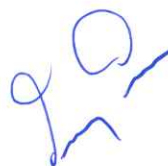
Banner do site



Banner Web



Painéis de fachada do Shopping



Painéis de fachada do Shopping



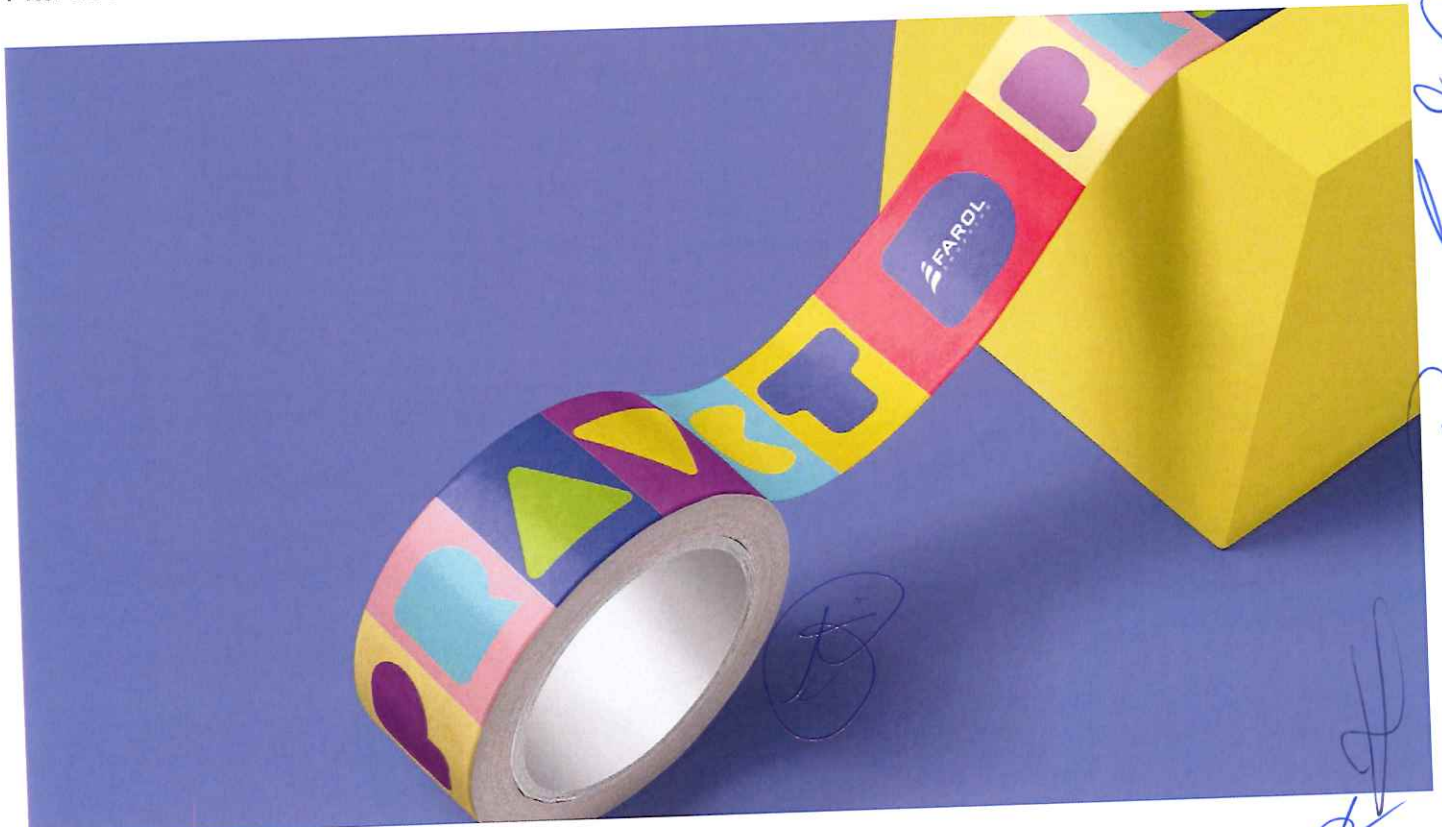
Painéis de fachada do Shopping



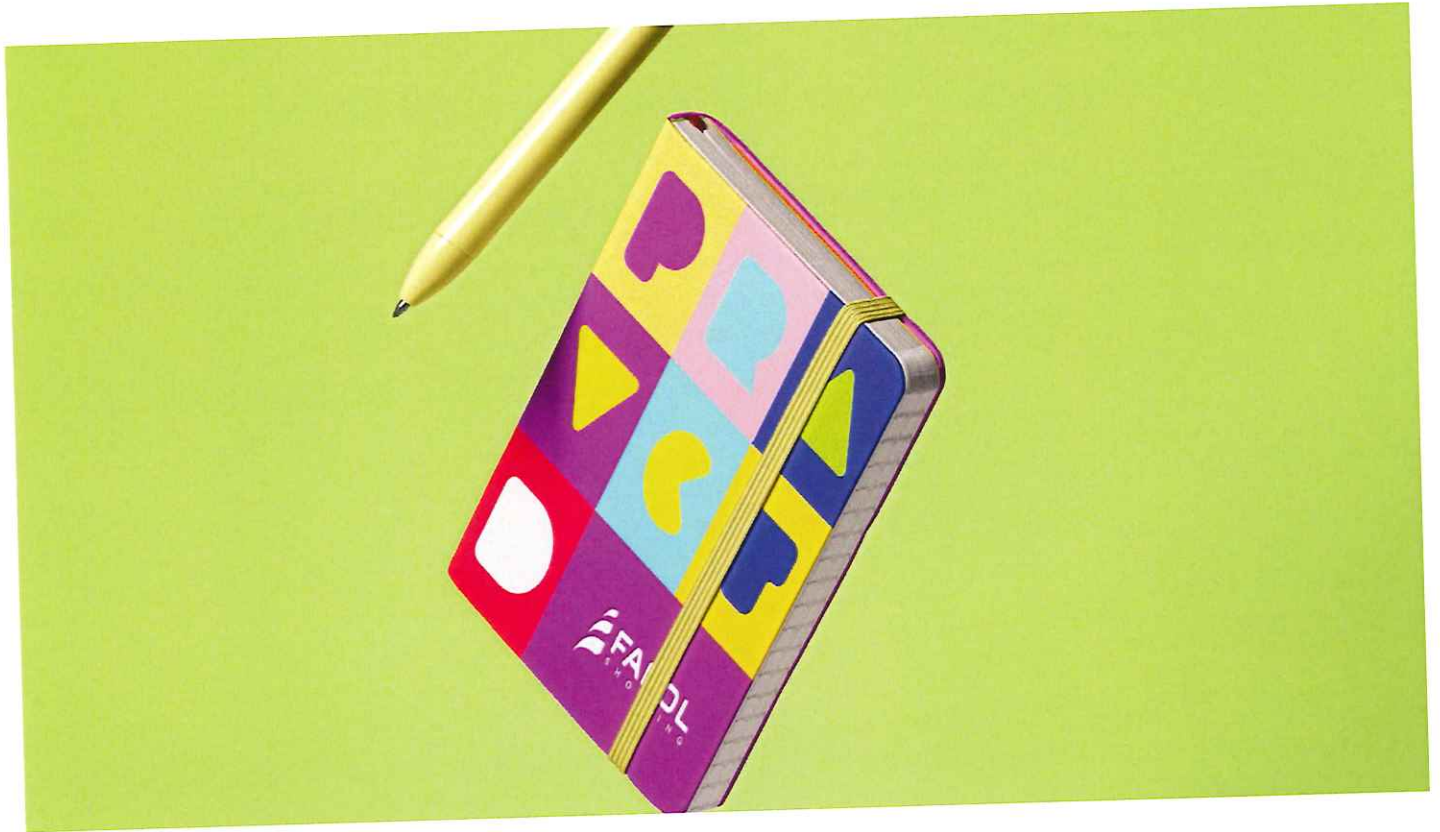
Sacola de presentes



Fita adesiva



Moleskine e caneta



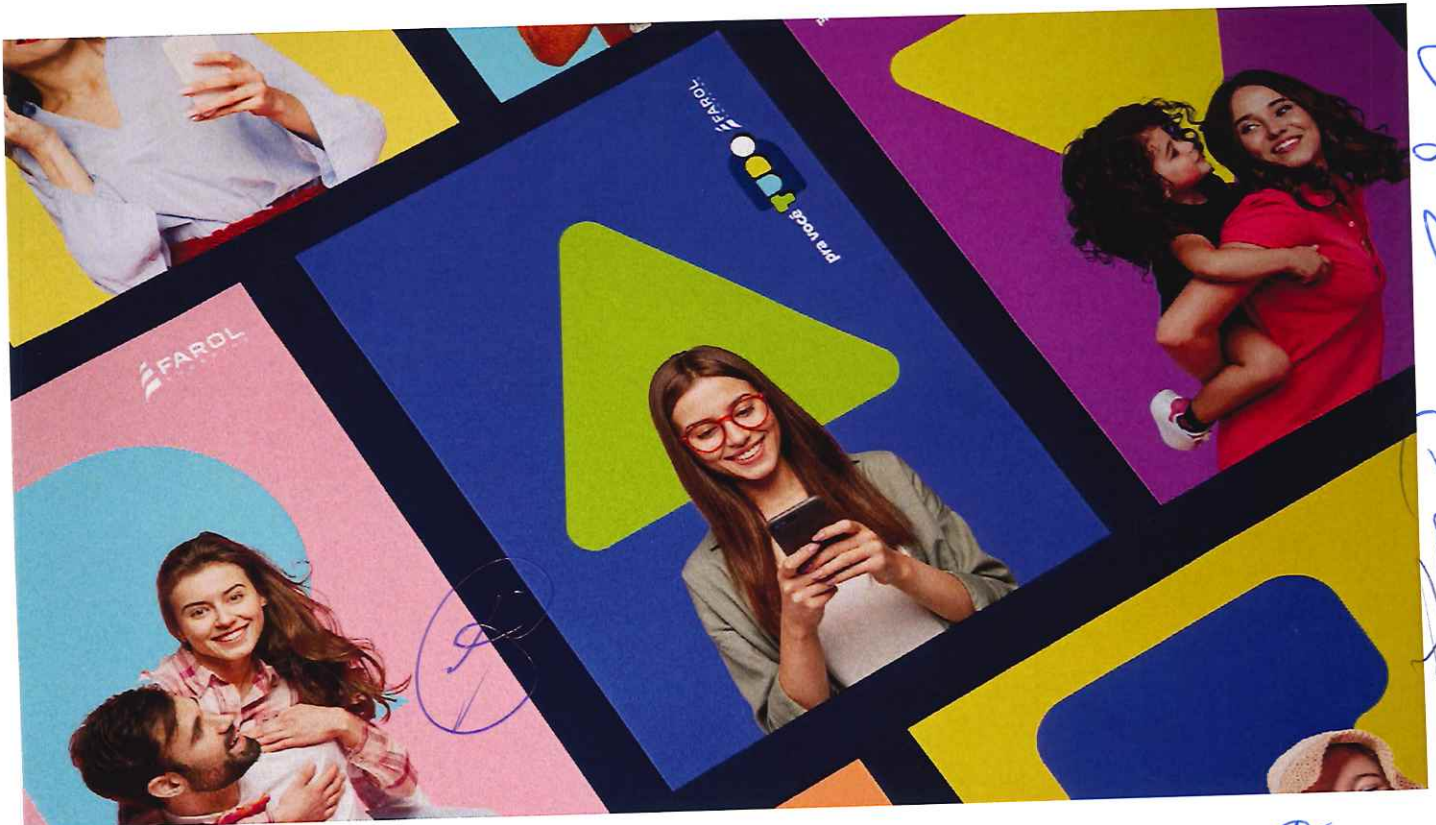
Camiseta



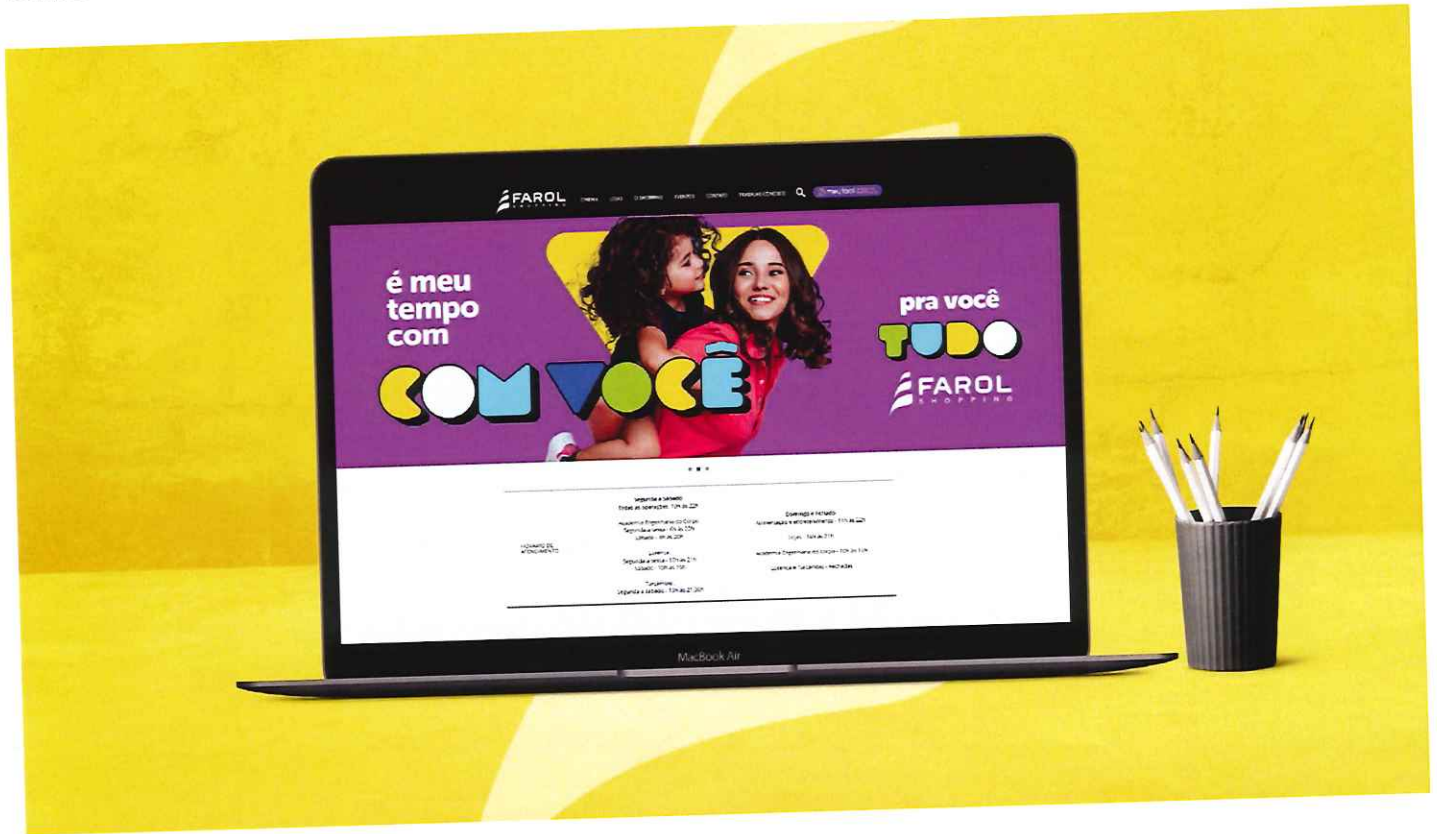
Caneca e Agenda



Cartazes A3



Banner WEB do Site



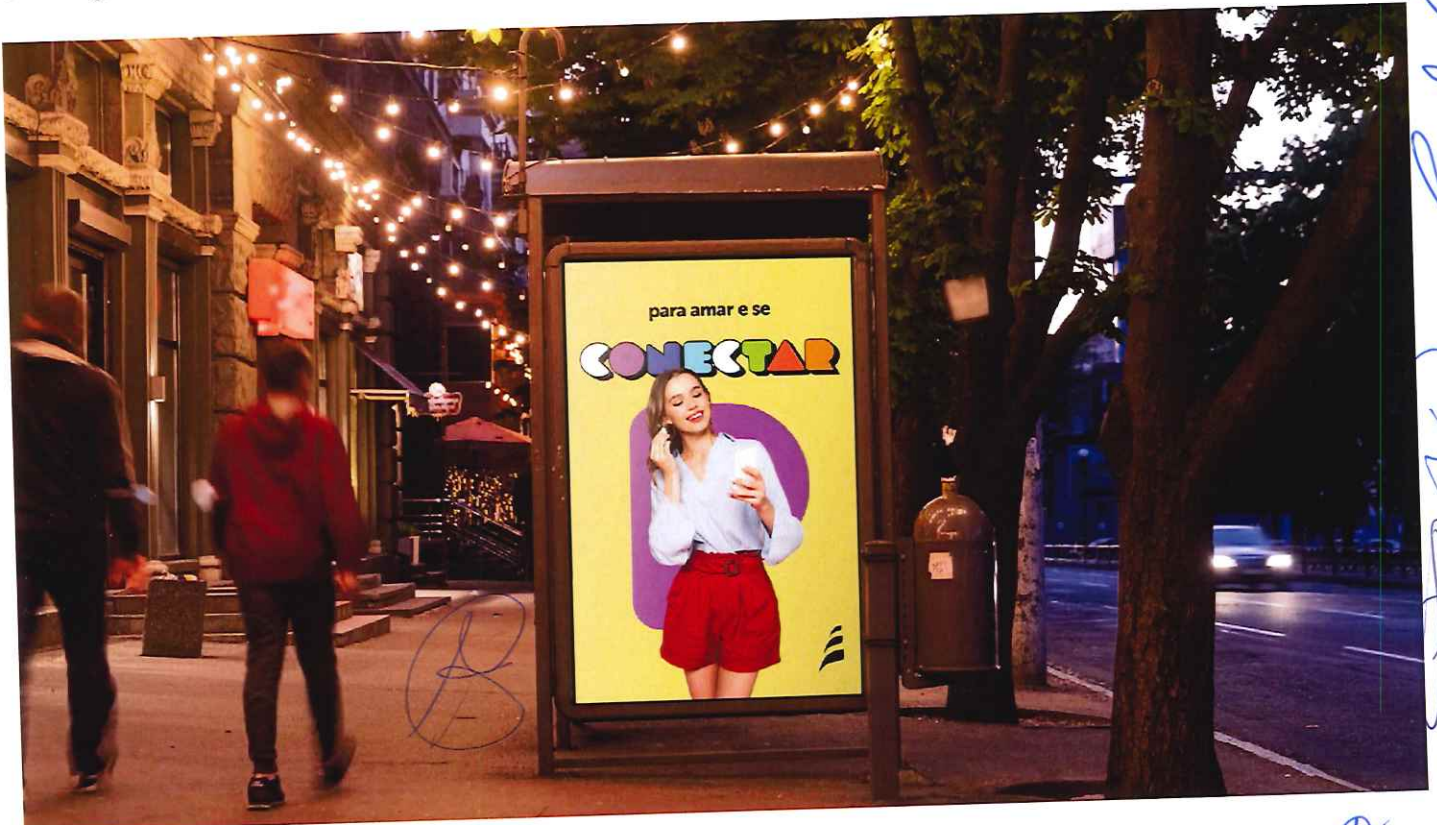
Placa Front Light



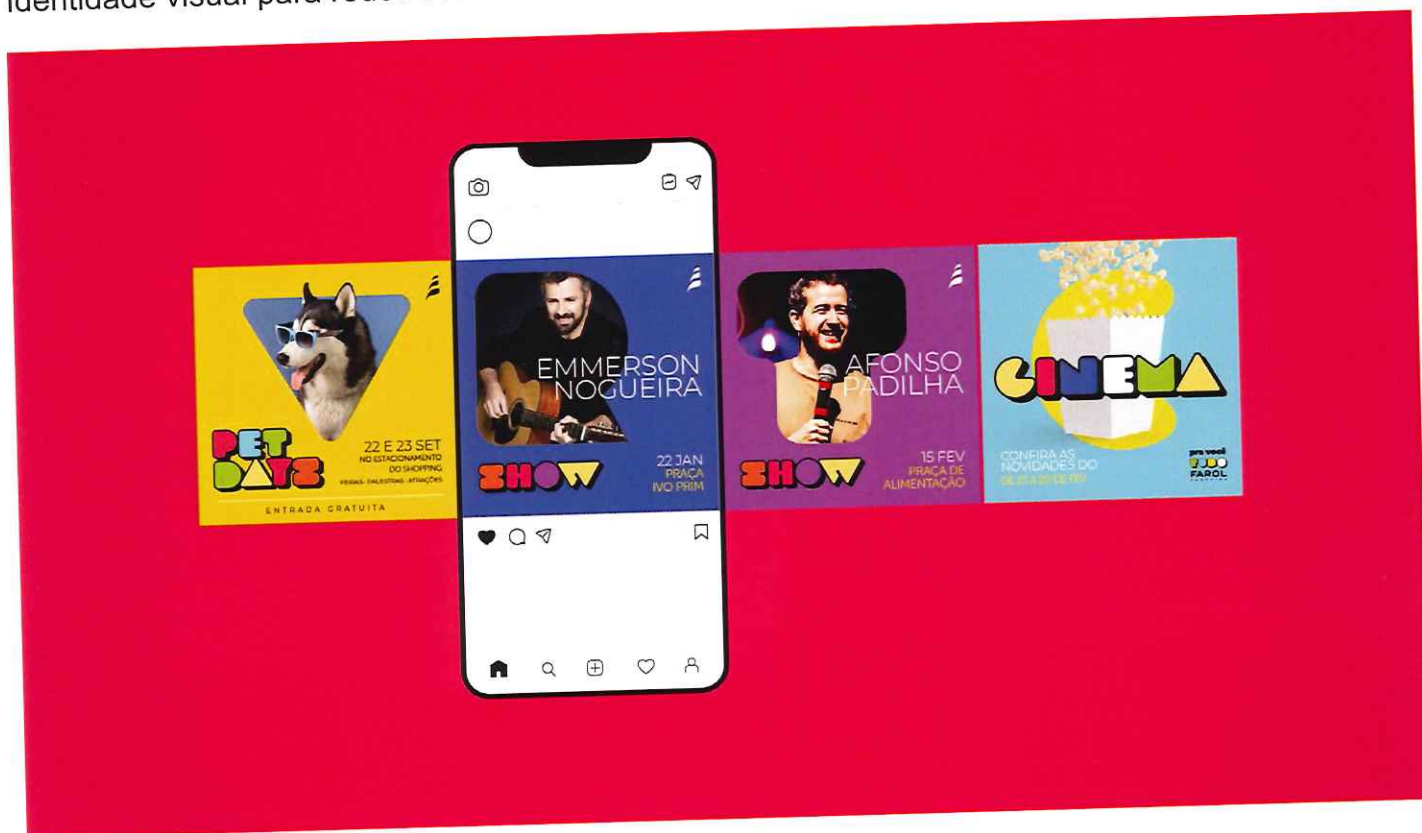
Outdoor



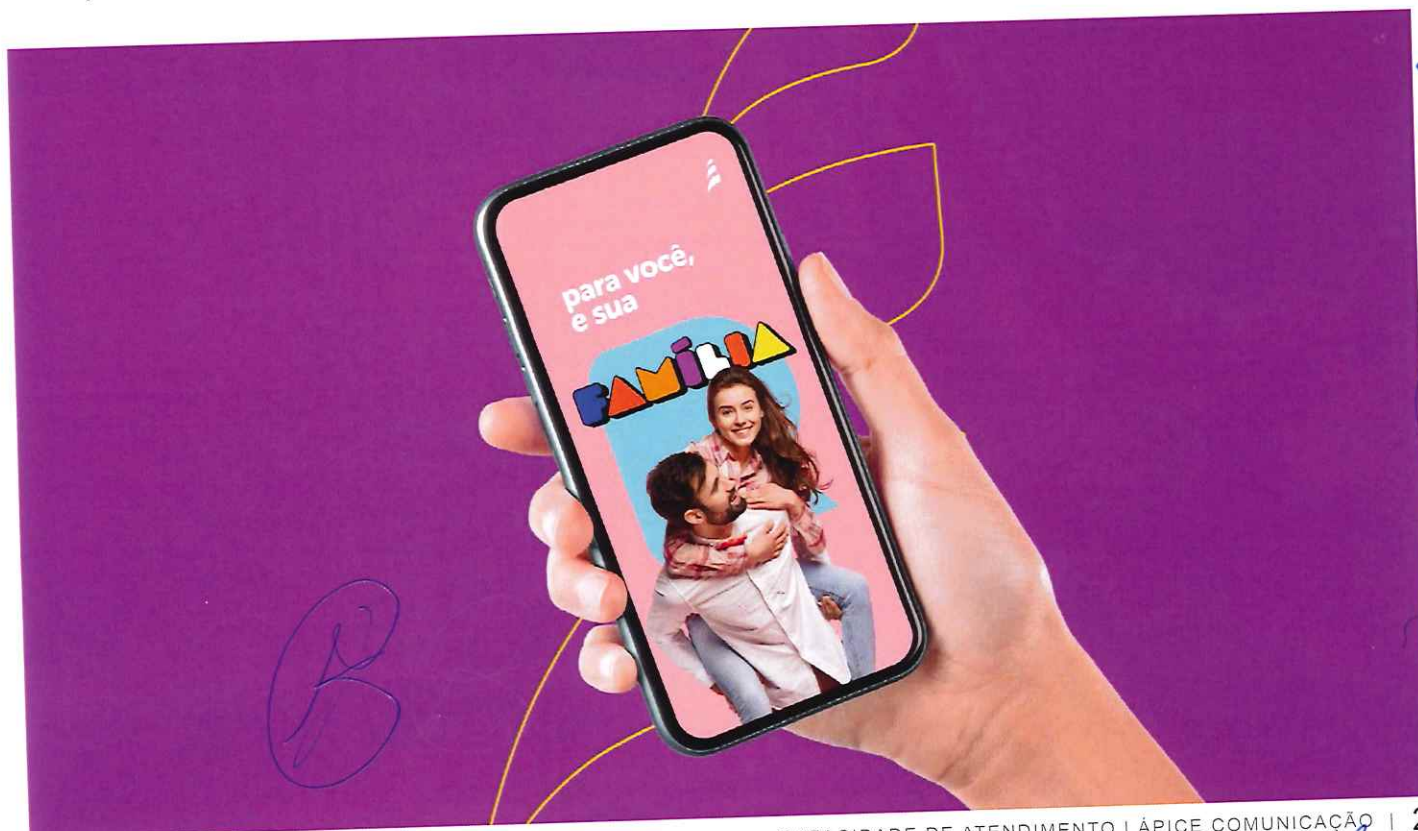
Backlight



Identidade visual para redes sociais



Card para Whatsapp



Papelaria



Outdoor Duplo



RELATOS

1. Cliente: Farol Shopping

Tema do Relato: Natal no Shopping

RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO

Nome: Victória Granja e Milene Conci

Cargo ou função: Redação e Direção de Arte

Assinatura:

Problema: O Farol Shopping é um dos pontos de lazer e entretenimento mais conhecidos na região Sul de Santa Catarina. Por ter a tradição de surpreender em tudo que faz, desde pequenas campanhas até maiores como a de Natal, a expectativa dos clientes e público em geral é gigante quanto a tudo o que vem do shopping. Consolidado na região da AMUREL e com um bom público vindo de outras regiões do estado, o shopping de Tubarão tem foco na classe média e, por ser o único na região da AMUREL, acaba agregando praticamente todas as classes. Sendo assim, a estratégia da campanha de Natal precisava ser cirúrgica ao abraçar toda mescla de público sem perder a emoção que uma das datas mais emotivas e lucrativas oferece. Integrando público e vendas chegamos a conclusão, junto ao time de marketing do próprio Farol Shopping, que a campanha seria lúdica e ao mesmo tempo comercial, afinal os lojistas dependem das vendas para ter renda. O resultado disso tudo é descrito abaixo.

Resultados: Com a campanha definida, foi contratado junto ao marketing do Farol Shopping um cenário pomposo, nostálgico e com um toque de magia, a Fábrica de Brinquedos. Nela, seres mágicos e brinquedos dividiram a atenção do público. A Fábrica se tornou o ponto central de todas as ações de Natal do Farol Shopping, online e offline. Pontos instagramáveis, pequenos contos e até a casa do Papai Noel foram incluídos no cenário contratado. Já no digital, os seres mágicos se integraram junto às informações de programação e ações natalinas criadas para o digital, inclusive uma playlist colaborativa com os seguidores do Instagram. Com o lúdico já preparado, precisamos desenvolver uma ação para atrair vendas aos lojistas. Por isso, sorteamos um carro zero quilômetro entre os participantes da promoção. A cada 300 reais em compras, o cliente ganhava um cupom para concorrer. O resultado foram milhares de cupons participantes e uma vencedora de Garopaba/sc, mostrando assim como o shopping abraça o estado todo. O sorteio foi realizado via live no Instagram do Farol Shopping, que passa de 75 mil seguidores. Com isso, entendemos que todos os pontos necessários da problemática foram resolvidos. Trouxemos entretenimento, vendas e não perdemos o espírito natalino que é tão lembrado pelos clientes do Farol Shopping.

Anexo I - Ficha Técnica - Peças do relato 1:

Peças / Formatos: Banner WEB, Post de Instagram e Pannel de Fachada.
Veículos: Site institucional, Perfil do Farol Shopping e Fachada da empresa.
Data: 06/11/22 a 10/01/23.

Indicação sucinta do problema:

No período natalino existe muita expectativa para que o Farol Shopping surpreenda. Atentos a isso, criamos uma campanha que abraçasse todas as necessidades do shopping: vendas, nostalgia e engajamento social com o público. Por meio de uma campanha digital e offline, alcançamos todos os desafios propostos.

OUTDOOR 9x3m



POST 1080x1080px



PAINEL DE FACHADA 9x7m



Criciúma, 13 de março de 2023.

ASSOCIAÇÃO DE LOJISTAS DO FAROL SHOPPING - ALFS
CNPJ: 15.638.268/0001-20


Fabio Morais
Diretor Geral Farol Shopping

FLB Publicidade e Propaganda Ltda – Me
CNPJ: 20.770.179/0001-73


Lucas Azevedo Borges
Sócio-diretor

2. Cliente: Prefeitura de Sombrio
Tema do Relato: Investimentos em Sombrio

RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO

Nome: Lucas Borges e Milene Conci
Cargo ou função: Redação e Direção de Arte
Assinatura:

Problema: Falar de dinheiro e gestão pública é um desafio redobrado, sendo que os grandes avalistas dos recursos públicos acabam sendo os próprios cidadãos e, com isso, cada um interpreta a publicidade conforme a sua forma de ver a gestão pública. Para apresentar os mais de 40 milhões de reais investidos em Sombrio, tivemos a missão de obedecer a todos os princípios básicos de impessoalidade que a gestão exige. Por isso, cada passo para desenvolver esta campanha precisou ser bem pensado, já que não era apenas sobre dinheiro, mas um dos maiores investimentos da história da cidade. Um outro ponto que precisamos ter cuidado é que os 40 milhões foram distribuídos em diversos setores e bairros do município, desta forma, a atenção devia ser redobrada na hora de expor todos os milhões. E o mais importante, não deixar nenhum setor de fora da divulgação.

Resultado: Para engajar o público, desenvolvemos um nome para a campanha “Programa Avante, Sombrio”. Por meio deste conceito encontramos a solução para focar nos benefícios que a cidade ganhou com todo investimento. O lançamento do programa ocorreu de forma física em um dos principais pontos turísticos da cidade, a Rua Coberta. Assim, qualquer cidadão que quisesse entender e participar deste momento poderia estar ali presente e ouvir tudo de forma transparente e objetiva. Diversas personalidades políticas do município e todo estado se fizeram presentes no lançamento para prestigiar o novo momento de Sombrio. Obras como pavimentações asfálticas, novos equipamentos e piscina olímpica foram apresentados aos munícipes. Durante o lançamento e posteriormente, a prefeitura detalhou cada um dos investimentos separados por bairros. Assim, todo sombriense soube onde estava cada centavo e também de onde ele veio. Além do evento de lançamento, a campanha se estendeu para o digital e mídia offline. Então portais de notícia, outdoor, carro de som e outros meios, disseminaram a campanha com clareza para todo cidadão compreender. Durante os meses seguintes ao lançamento, a equipe da agência se reunia com os gestores municipais para avaliar a campanha e ajustar pontos que ela precisasse crescer. Com a intensidade da campanha, a prefeitura se prontificou a dar continuidade durante o ano sobre cada movimento do programa, assim a transparência e atualizações seriam sempre evidenciados como compromisso de uma gestão pública séria e responsável com o cidadão.

Anexo II - Ficha Técnica - Peças do relato 2:

Peças / Formatos: Anúncio de meia-página.

Veículos: Jornal Enfoque popular.

Data: 18/03/2022 a 29/04/2022.

Indicação sucinta do problema:

A Prefeitura de Sombrio tinha o objetivo de divulgar um dos maiores investimentos da história do município, 40 milhões, sem gerar burburinho na cidade sobre o próprio dinheiro. A solução foi integrar aos investimentos, transparência em todas as informações e divulgação em massa em todos os veículos de comunicação, além de um lançamento físico para que a população pudesse fazer parte de todo o processo de arrecadação.

MEIA-PÁGINA DE JORNAL 26x17cm

PREFEITURADESOMBRIO
SOMBRIO.SC.GOV.BR

PROGRAMA
Avante Sombrio

Mais de
R\$40 milhões em investimentos

Sombrio está avançando e agora é hora de acelerar ainda mais o nosso desenvolvimento. São mais de 40 obras em quase todos os bairros da nossa cidade. Um investimento de R\$ 40 milhões para melhorar cada vez mais a qualidade de vida da nossa população. Avante, Sombrio!

PREFEITURA MUNICIPAL DE
SOMBRIO

B

g

g

f

B

Criciúma, 13 de março de 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SOMBRIO

CNPJ: 82.963.216/0001-17


Marcio Luiz Abatti

Secretário Municipal de Administração, Planejamento e Finanças

FLB Publicidade e Propaganda Ltda – Me

CNPJ: 20.770.179/0001-73


Lucas Azevedo Borges

Sócio-diretor