



Concorrência Pública nº 15/2022 – Processo Licitatório nº 31.372/2022 - LIC

Envelope C

**Proposta Técnica:
Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos
de Soluções de Problemas de Comunicação**

Racing Comunicação
CNPJ 10.413.910/0001-50

07 de junho de 2023.



1



**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO
ANEXO IV - ITEM 2**

[Handwritten signatures in blue ink]

07 de junho de 2023.



EQUIPE

ANEXO IV – 2.1

Profissional nº 01

GERENTE DE CONTA OU ATENDIMENTO

Rodrigo Otávio Caporal Rocha

Publicitário, proprietário da agência, ocupa função de Atendimento. Profissional com 32 anos de experiência no mercado de comunicação. Foi sócio-fundador da LKR Propaganda, atuando como diretor de criação e atendimento entre 1992 e 1996, agência que hoje passou a chamar-se NEOVOX Comunicação. Atuou também como diretor de filmes publicitários e audiovisuais em mais de mil comerciais locais, estaduais e nacionais, dirigiu campanhas políticas e atuou como estrategista de marketing dos candidatos a prefeito de Florianópolis e Tubarão.

Profissional nº 02

DIRETOR DE CRIAÇÃO

Guilherme Brígido dos Santos

Formado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Pós-Graduação em Comunicação Integrada em Negócios – UNISUL (incompleta). Com mais de 19 anos de experiência, atuando na área de Comunicação - Publicidade e Propaganda, exercendo funções de Diretor de Criação e Arte. É funcionário e ocupa a função de Diretor de Arte.

Profissional nº 03

MÍDIA

Laís André Bittencourt

Formada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. cursando pós-graduação – Marketing Estratégico Digital – Faculdade Descomplica. Possui experiência de 12 anos atuando nas áreas de mídia, produção, atendimento e coordenação de marketing. É funcionária e ocupa a função de Mídia.

Profissional nº 04

PRODUÇÃO

Marina Boschetto de Godoy

Formada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Pós-graduação - MBA em Comunicação e Estratégia de Marketing: Com foco no relacionamento com o cliente – UNESC. Profissional com 13 anos

07 de junho de 2023.



de experiência atuando nas áreas de produção gráfica e eletrônica, coordenação de marketing. Ocupa a função de Produção através de contrato de prestação de serviço.

Profissional nº 05

PLANEJAMENTO

Luís Filipe Rezende

Formado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Pós-graduado em Planejamento de Marketing – Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM SP e Direção de Arte - Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM SP. Profissional com 12 anos de experiência atuando nas áreas de planejamento e mídias digitais. Ocupa a função de Planejamento através de contrato de prestação de serviço.

Profissional nº 06

ESTUDO

Carlos Eduardo dos Santos

Formado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Pós-Graduação - Marketing - FAE Business School de Curitiba. Publicitário com 21 anos de experiência, trabalhou na Agência LKR Comunicação como Diretor de Arte, foi Diretor e Produtor de TV na CAF Produções, Diretor Geral na Agência Idcom Comunicação, Diretor Geral no Studio Brasa. Ocupa a função de Estudo através de contrato de prestação de serviço.

07 de junho de 2023.

4



SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO ANEXO IV – 2.2

Nossa agência de propaganda se estrutura essencialmente em função das quatro principais etapas do trabalho que presta: o atendimento/planejamento, a criação, a mídia e a produção.

Por atendimento/planejamento compreendem-se as tarefas de assistência ao cliente da agência, estudo de suas características, compreensão de seus problemas, oportunidades, planejamento dos trabalhos e tarefas a serem realizados para a solução desses problemas e/ou aproveitamento das oportunidades de comunicação dos clientes.

Com o(s) problema(s) coletado(s) no atendimento, pesquisa e os dados obtidos pelo planejamento, a criação entra em cena. Esta é a fase onde o processo criativo toma forma, gerando ideias, temas, slogans, expressões, textos, ilustrações, anúncios, e todas as muitas formas de comunicação a serem combinadas e empregadas na transmissão das melhores mensagens publicitárias para cada caso de cada cliente.

A mídia tem função de fazer a ponte entre cliente - agência - veículo, acompanhar a evolução do mercado, e as tendências da mídia, conhecer/acompanhar o desempenho dos produtos/serviços, planejar, negociar e executar as ações de mídia do cliente.

A função da produção é viabilizar os trabalhos junto a gráficas, produtoras de áudio e vídeo e demais fornecedores, além de acompanhar o mercado em busca de materiais diferenciados e inovadores, visando sempre a qualidade do produto final e os melhores preços para o cliente.

O planejamento tem a função de acompanhar o movimento de mercado na esfera digital e as novidades deste meio que está em constante mudança, bem como, as formas de interação com o internauta e o KPIs do cliente. Munido dessas informações, a área planeja e executa a mídia digital.

Primando pela a agilidade e o atendimento diferenciado, iremos disponibilizar nossa estrutura situada em Tubarão, na Rua Antonina Búrigo Corbeta, bairro Vila Moema, com um profissional de atendimento para a Prefeitura Municipal de Tubarão.

As reuniões poderão ser agendadas conforme o tempo e disponibilidade do cliente, onde serão realizadas as coletas de informações, briefings e acompanhamento dos processos e materiais em andamento. Nossa proposta será baseada na flexibilidade, atuando conforme as necessidades e assumindo a disponibilidade de atendimento sempre que for demandada.

Abaixo especificamos prazos médios para atividades padrão que podem ser abreviados conforme a necessidade do cliente e disponibilidade da agência.

Prazos estimados:

Elaboração de Campanhas: 10 a 15 dias

Elaboração de Plano de Mídia: 3 a 7 dias

07 de junho de 2023.



INFRAESTRUTURA ANEXO IV – 2.3

Recepção - Dimensões: 6,00 x 3,00 m

A Recepção dispõe de: 1 sofá com capacidade para 6 pessoas; 1 ar condicionado; 1 mesa de escritório; 1 aparelho de telefone fixo (terminal inteligente); aparelho celular para uso profissional; 1 notebook Acer Intel Core i3 2.4 GHz 3 Gb DDR 3Memory, HD 500 Gb TI 730.

Sala de Reuniões 1 - Dimensões: 3,36 x 3,90 m

A Sala de Reuniões 1 dispõe de: 1 mesa com 6 cadeiras; 1 ar condicionado; 1 aparelho de telefone fixo.

Sala de Reuniões 2 - Dimensões: 5,32 x 6,02 m

A Sala de Reuniões 2 dispõe de: 1 mesa de reuniões (Tamanho: 3,00 X 1,31); 10 cadeiras; 1 ar condicionado; 1 televisor Sony LCD 46"; notebook Dell Inspiron (Intel i3 2,53Ghz, 4 Gb RAM / HD 300 Gb).

Sala Financeiro/RH - Dimensões: 4,46 x 3,97 m

A Sala Financeiro/RH dispõe de: armários de arquivos suspensos; 1 gaveteiro; 1 ar condicionado; mesas de escritório; cadeiras; 3 computadores (Pentium Dual core 2.5 GHz, monitor de 18", 3 GB RAM / HD 300 Gb), (2 Intel Celeron 2.2 GHz, monitor de 18", 3 GB RAM / HD 300 Gb); 1 impressora multifuncional HP Laser Jet 1132; 2 aparelhos de telefones fixos.

Sala Mídia e Produção - Dimensões: 4,46 x 4,50 m

A Sala de Mídia e Produção dispõe de: 1 bancada; 2 computadores (Pentium Dual Core 2,5 GHz, Monitor de 19", 3GB RAM / HD 250 Gb) (Intel Celeron 2.2 GHz, monitor de 18", 2Gb RAM / HD 300GB); cadeiras; 1 impressora jato de tinta HP DeskJet D2460; 2 aparelhos de telefone fixo; 2 aparelhos celulares para uso profissional; 1 ar condicionado; Extintor de incêndio; 1 impressora laser color HP CP1025.

Sala Criação - Dimensões: 5,62 x 4,48 m

A Sala da Criação dispõe de: bancadas; 5 cadeiras; 2 computadores Apple (Imac Corel 2 Duo 2.4 GHz, monitor de 20", 4GB de RAM / HD 150 Gb), (Imac Corel 2 Duo 3.0 GHz, monitor de 21,5", 4GB RAM / HD 500 Gb); 2 aparelhos de telefones fixos; 4 gaveteiros; 1



mesa de corte e de luz; 1 armário de materiais; 1 ar condicionado; 1 computador Intel Celeron 2.20Ghz, 2Gb RAM, monitor AOC 19,5"; 1 impressora Epson Stylos Office T 1110.

Sala Digital - Dimensões: 3,62 x 2,55 m

A Sala Digital dispõe de: bancadas; cadeiras; 1 computador servidor (Celeron 2.0 GHz, 2 Gb RAM, HD 320 Gb, monitor LG 18").

Sala Direção - Dimensões: 3,20 x 4,20 m

A Sala de Direção dispõe de: 1 sofá com capacidade para 3 pessoas; 2 poltronas; 1 ar condicionado; 1 mesa de escritório; 1 cadeira; 1 computador Imac Corel 2 Duo 2.4 GHz, monitor de 20", 4GB de RAM / HD 150 Gb; 1 aparelho de telefone fixo (terminal inteligente).

Sala Arquivos - Dimensões: 2,96 x 4,62 m

A Sala Arquivos dispõe de: 1 ar condicionado; 1 armário de materiais diversos; extintor de incêndio; bancadas; 1 gaveteiro; cadeiras; impressora.

Sala de Convivência - Dimensões: 3,00 x 3,60 m

A Sala de convivência dispõe de: 1 ar condicionado; 1 poltrona; gaveteiro de arquivos suspensos; 1 sofá com capacidade 3 pessoas.

Outras áreas

1 cozinha; 4 banheiros, 1 área de serviço e garagem.

07 de junho de 2023.



Recepção



Sala de Reuniões 1



07 de junho de 2023.

Handwritten signatures in blue ink.



Sala de Reuniões 2



Sala Financeiro/RH



07 de junho de 2023.

Handwritten signatures in blue ink.



Sala Digital



Sala Direção

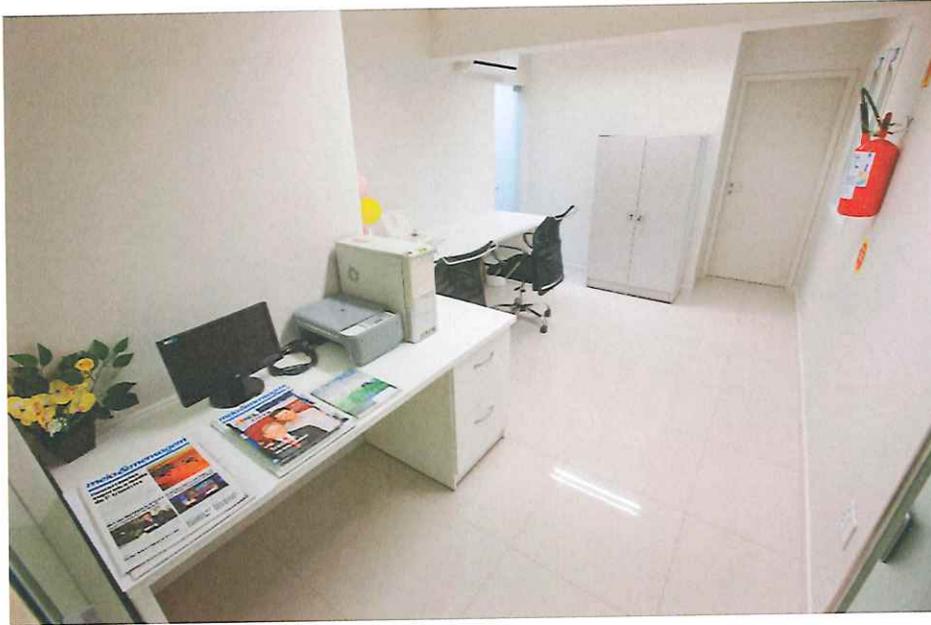


07 de junho de 2023.

Handwritten signatures in blue ink.



Sala Arquivos



Sala de Convivência



07 de junho de 2023.

11



Outras áreas



Handwritten signatures in blue ink.

07 de junho de 2023.



CLIENTES
ANEXO IV – 2.4

Cliente: UniTVSC

Razão: Fundação Universidade do Sul de Santa Catarina Social

Descrição: Televisão Universitária.

Início atendimento: 25 de março de 2012.

Cliente: Ultraprotec

Razão Social: Ultra Protec Indústria Química Ltda.

Descrição: A empresa trabalha na inovação e desenvolvimento de produtos químicos que promovem melhorias na qualidade da construção civil da América do Sul.

Início atendimento: 10 de janeiro de 2015.

Cliente: Unimed Tubarão

Razão Social: Unimed Tubarão Cooperativa de Trabalho Médico da Região da Amurel

Descrição: Operadora de Saúde.

Início atendimento: 20 de junho de 2016.

Cliente: I Love Milkshakes

Razão Social: I Love Milkshakes

Descrição: Empresa franqueada de lojas de sorvetes baseada nos Estados Unidos, com quatro lojas em shoppings centers.

Início atendimento: 19 de julho de 2019.

Cliente: Macro Arquitetura

Razão Social: Macro Arquitetura LTDA

Descrição: Escritório de projetos arquitetônicos e complementares, atuando nas áreas residencial, comercial e institucional.

Início atendimento: 27 de maio de 2022.

07 de junho de 2023.

13



Cliente: Colégio Dehon

Razão Social: Fundação Universidade do Sul de Santa Catarina

Descrição: Instituição de ensino com educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e pré-vestibular, fundado em 1947, localizada no município de Tubarão/SC.

Início atendimento: 12 de setembro de 2022.

Cliente: Fundação Inoversasul

Razão Social: Fundação Universidade do Sul de Santa Catarina

Descrição: Fundação privada de Educação Superior.

Início atendimento: 10 de outubro de 2022.

07 de junho de 2023.



**REPERTÓRIO
ANEXO IV – ITEM 3**

07 de junho de 2023.



Campanha: Laboratório Unimed – Primeira classe no centro da cidade

Cliente: Unimed Tubarão

Problema: Desde 1991 na cidade de Tubarão, a Unimed tem se consolidado como a melhor opção de plano de saúde no município. Conhecida nacionalmente, a cooperativa não para de crescer, expandindo ano a ano sua rede de serviços, com profissionais de diversas áreas médicas, convênios com laboratórios, clínicas, centros de imagem e muito mais.

Nos últimos anos, a Unimed Tubarão começou o movimento de ampliação de estruturas próprias, criando seu Centro de Imagens Unimed, logo após o Centro Médico, concentrando os atendimentos médicos e administrativos em um só lugar. Alguns meses depois, o Centro Médico Unimed ganhou mais um serviço, o Laboratório Unimed, que já nasceu completo, dispondo de equipe treinada e equipamentos de ponta, se tornando uma referência no mercado regional.

Após a aquisição de um hospital, o Socimed, transformando-o no primeiro hospital Unimed de Tubarão, a empresa dissidio ampliar ainda mais seus serviços de laboratório, adquirindo uma clínica no centro da cidade, próximo ao hospital Nossa Senhora da Conceição e do centro médico Pró-Vida, facilitando ainda mais a vida seus clientes e cooperados. É sobre este novo laboratório que falaremos nesse relato.

Após seu lançamento em 2022, a Unimed Tubarão sentiu a necessidade de criar uma campanha para informar seus clientes sobre o mais novo laboratório, reforçando seus diferenciais que são os ambientes confortáveis, equipamentos de última geração e a rapidez e confiança na entrega e análise dos dados, além de uma localização chave, no centro da cidade e o estacionamento exclusivo. Para enfatizar o local do novo laboratório, as peças da campanha utilizaram a foto aérea da fachada, deixando claro para todos os tubaronenses o local exato da nova estrutura.

Em pouco tempo de veiculação, a Unimed Tubarão já constatou um aumento da procura pelos serviços do laboratório, tanto presencialmente, como por telefone.

VT

FICHA TÉCNICA

Título: VT Laboratório Unimed

Cliente: Unimed Tubarão

Agência: Racing Comunicação Ltda.

Job: Campanha Laboratório Unimed – Primeira classe no centro da cidade

Período de veiculação: 12/07 a 31/08/2022

Data de Produção: 06/06/2022

Veículos: NSC e UNITVSC

Problema: O VT foi criado para utilização na principal mídia da campanha, a tv, e também nas redes sociais do cliente. O objetivo era divulgar o os principais benefícios do novo laboratório e seu novo endereço.

07 de junho de 2023.



ANÚNCIO 1 PÁGINA REVISTA

FICHA TÉCNICA

Título: Anúncio Laboratório Unimed

Cliente: Unimed Tubarão

Agência: Racing Comunicação Ltda.

Job: Campanha Laboratório Unimed – Primeira classe no centro da cidade

Data de criação: 23/05/2022

Período de veiculação: 01/06 a 31/08/2022

Veículos: Jornal Diário do Sul e Notisul

Problema: O anúncio foi criado para informar a população da região sobre os diferenciais de novo laboratório Unimed em Tubarão e do percentual de desconto oferecido aos clientes do plano. A intenção era aumentar a quantidade de clientes do laboratório.

Agora você tem um laboratório de primeira classe no centro da cidade

GANHE 25% de desconto na coparticipação

Atendimento de clientes com convênios particulares

Estacionamento exclusivo

Equipamentos de última geração

Rapidez e confiança nos resultados

Conforto e agilidade no atendimento

ANS - nº 364860

AGORA EM NOVOS ENDEREÇOS

TUBARÃO
Unidade de Atendimento Centro Médico Unimed:
Avenida Marcolino Martins Cabral, 2300, Aeroporto

Unidade de Atendimento Centro:
Avenida Marcolino Martins Cabral, 1885, Vila Moema

IMBITUBA
Unidade de Atendimento:
Rua Irineu Bornhausen, 145, Centro

Atendimento: [48] 3621.0200

Unimed
Tubarão

Handwritten signatures in blue ink.



OUTDOOR

FICHA TÉCNICA

Título: Outdoor Laboratório Unimed

Cliente: Unimed Tubarão

Agência: Racing Comunicação Ltda.

Job: Campanha Laboratório Unimed – Primeira classe no centro da cidade

Período de veiculação: 01/06 a 31/08/2022

Data de produção: 27/05/2022

Veículos: Visoarte e Exata Outdoor

Problema: O outdoor foi criado para divulgar amplamente o novo laboratório e a sua localização, reforçando também o aspecto da qualidade trabalhado no restante da campanha.

**Agora você tem
um laboratório de
primeira classe no
centro da cidade**

Avenida Marcolino Martins Cabral, 2300
Aeroporto, Tubarão/SC

Avenida Marcolino Martins Cabral, 1885
Vila Moema - Tubarão/SC

Unimed
Tubarão

07 de junho de 2023.



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
ANEXO IV - ITEM 4

07 de junho de 2023.



RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS – CAMPANHA TIMAÇO FC – MULTIPLICA

PROBLEMA

Brasileiro tem paixão por futebol. Não é à toa que conquistamos cinco Copas do Mundo e somos conhecidos como a Pátria de Chuteiras. Nós torcemos, xingamos, choramos, vibramos. Nós somos técnicos, jogadores e árbitros. Em qualquer roda de amigos nós encontramos motivos e formas de explicitar nossa paixão e conversar sobre o assunto.

Por isso, para ajudar o torcedor brasileiro a expressar esses sentimentos, foi criado o game e portal Timão.FC. Esta é uma forma de manter o torcedor conectado com seu time, seu ídolo, mantendo acesa a chama que alimenta esse sentimento.

O Timão.FC surgiu, então, como um game online onde é possível palpitar sobre os placares dos jogos do campeonato brasileiro, responder a quizzes sobre ídolos e equipes e, assim, concorrer a prêmios. De certa forma o jogo tenta emular também o sentimento de rivalidade presente nos campos de futebol: quem sabe mais? Quem conseguirá os melhores prêmios? Torcedores se enfrentam para saber quem sabe mais sobre a paixão nacional.

No entanto, como todo game em fase de lançamento, o desafio inicial era conseguir o maior número de usuários na plataforma. Afinal, assim como num jogo de futebol, não dá para jogar sozinho. É necessário mais gente para o jogo ficar interessante.

O primeiro problema, portanto, era aumentar a adesão de novos usuários na plataforma, incentivando o clima de rivalidade, criando uma comunidade unida, ativa e "evangelizadora", que poderá divulgar o game para mais pessoas. Resolvendo este problema central, outros desafios secundários poderiam ser solucionados de maneira mais simples.

Com mais usuários ativos na plataforma, se torna possível a adesão de mais ídolos, parcerias com outras empresas e clubes, melhoria nos prêmios e vantagens, ou seja, um crescimento constante da Timão.FC.

SOLUÇÃO

Sabendo que o Timão.FC apresentava uma plataforma e um game muito interessante para qualquer amante de futebol, precisávamos apenas fazer com que o novo usuário se cadastrasse na plataforma. Ao entrar, a diversão proporcionada e os prêmios propostos fariam todo o resto do trabalho, tratando de encantar e fidelizar o novo jogador.

Por isso, para que mais pessoas conhecessem e efetivamente jogassem este jogo, pensamos em usar a força de grandes craques para divulgar o game e conquistar novos jogadores.

O pontapé inicial nesta estratégia foi conseguir o apoio do craque Douglas, que na época, atuava no Avaí (ex-jogador do Corinthians, Grêmio e Vasco). Tínhamos do nosso lado um craque de bola, remanescente do futebol raiz, adorado por quase todos os torcedores e, além disso, muito influente no meio futebolístico. Foi, inclusive, através dele que conseguimos acesso a outros ídolos que vieram a compor o time de craques do Timão.FC. Neste primeiro momento nós desenvolvemos apresentações para serem distribuídas via web e através de indicações do jogador Douglas e em reuniões. Após a adesão de mais craques, começamos uma prospecção de teasers e materiais específicos para a divulgação por cada jogador. Os craques divulgavam em suas redes sociais, para os seus seguidores que, assim, poderiam se tornar novos usuários. Foram também confeccionadas artes específicas para duas torcidas organizadas que apoiaram a causa.

A divulgação nas redes sociais das torcidas organizadas geraria alto engajamento através de seus torcedores fanáticos e apaixonados pelo clube do coração. Depois de gerar a

07 de junho de 2023.



curiosidade inicial através de teasers, que não revelavam ainda qual o convite que o ídolo faria, iniciou-se a fase de divulgação oficial e captação de novos gamers para a plataforma. Assim, foram divulgadas peças falando sobre o lançamento, personalizadas para que cada um dos ídolos do Timão.FC divulgasse em suas redes sociais. Elas também destacavam os prêmios que os usuários poderiam ganhar ao se cadastrar. Nas redes sociais do Timão.FC também foram lançados materiais contendo todos os ídolos, convidando o seguidor para entrar na plataforma.

Esta primeira parte da estratégia, voltada para as redes sociais, mostrava o novo game, que já contava com o apoio de grandes craques do nosso futebol, além de trazer uma recompensa imediata: distribuição de prêmios.

Pensando também em uma estratégia off-line, voltada para o público que comparece aos estádios e outros eventos esportivos foram confeccionados cartazes, que também mostravam as vantagens e prêmios, além dos craques que fazem parte do Timão.FC. O Timão.FC estava unindo o que o brasileiro mais gosta de fazer, conhecer, falar e palpitar sobre futebol, e ainda ganhar prêmios.

RESULTADOS

O resultado obtido pelas soluções propostas foi como um gol de placa! Com as reuniões e o material de apresentação criado, juntamente com a indicação do jogador Douglas, foi possível aumentar o portfólio de craques de 1 para 15. Passaram a fazer parte do Timão.FC os seguintes jogadores e ex-jogadores: Douglas (Avaí), Danrlei (ex-Grêmio), Douglas Friedrich (Bahia), Edílson Mendes (Cruzeiro), Emerson Sheik (Corinthians), Fábio Santos (Atlético-MG), Hernane Brocador (Sport Recife), Leandro Castán (Vasco), Léo Moura (Grêmio), Maicon Sisenando (ex-Inter de Milão e Seleção Brasileira), Maicon (Grêmio), Marcelinho Carioca (ex-Corinthians), Rodinei (Internacional), Tiago Pagnussat (Bahia), Vagner Love (Corinthians).

Entramos em campo, mostrando as vantagens do Timão.FC ao lado de grandes craques atuais, revelações e lendas do nosso futebol como Danrlei e Marcelinho Carioca. Como resultado conseguimos apresentar números incríveis para esta campanha de lançamento. Foi possível alcançar mais de 38 mil curtidas no perfil do Instagram do Timão.FC, receber mais de 500 comentários e, em apenas 24 horas de campanha de lançamento, o perfil alcançou mais de 5.000 seguidores. Tudo isso de forma orgânica, sem investimento. Como resultado desta estratégia de comunicação, houve mais de 600 cadastros feitos no game, apenas na primeira semana de lançamento.

Levando em consideração o número de 5.000 seguidores no Instagram, demonstrando real interesse no game, e confrontando com o resultado final, 600 cadastros efetuados, chegamos ao excelente número de 12% do público convertido em usuário da plataforma. Para efeito de comparação, podemos pegar dados do setor do e-commerce, que tem menos de 2% de conversão, segundo pesquisas recentes da Experian Hitwise, divulgada pelo Sebrae.

Essa primeira partida nós ganhamos de goleada, com a ajuda de grandes craques do nosso futebol. Mas, agora, se inicia uma nova temporada e teremos mais partidas pela frente. É hora de reforçar a equipe e entrar em campo para continuar batendo um bolão!


Gustavo Bisogni – Sócio Proprietário
Timão.FC


Rodrigo Caporal – Proprietário
Racing Comunicação Ltda.

07 de junho de 2023.



CARD REDE SOCIAL - TEASER



Problema: O desafio desta etapa da campanha era gerar curiosidade no público, deixando-os preparados para o lançamento oficial do Timaço.FC. Cada jogador recebeu esta arte customizada com sua foto para ser postada em sua conta do Instagram.

[Handwritten signatures in blue ink]



CARD REDE SOCIAL - TEASER



Problema: Assim como a peça anteriormente apresentada, esta é uma peça de teaser do lançamento do Timão.FC. Esta peça foi criada especificamente para a torcida organizada do Grêmio.

[Handwritten signatures in blue ink]

07 de junho de 2023.



CARD REDE SOCIAL – LANÇAMENTO

**HOJE
COMEÇA
O DESAFIO**

TIMAÇO.FC

Acesse e experimente por **15 dias grátis.**

Sorteios lastreados em Títulos de Capitalização, da Modalidade Incentivo emitidos pela APLUB CAPITALIZAÇÃO (CNPJ nº 88.076.302/0001-94) e aprovados conforme Processos SUSEP nº 15414.900089/2019-307.

Imagens meramente ilustrativas.

**ACESSE E
ENTRE PARA
O MEU TIME**

**A PARTIR DO DIA 10/10,
VOCÊ CONCORRERÁ
A MUITOS PRÊMIOS**

www.TIMACOFC.com.br

Problema: O desafio nesta etapa da campanha era atrair pessoas para o perfil e para o site do Timão.FC. Para alcançar este objetivo, a peça dá destaque a imagem do ídolo e aos prêmios que usuário concorrerá se for cadastrado no site. Cada jogador e torcida organizada recebeu este layout de post com sua foto para serem postadas em suas respectivas contas do Instagram.

07 de junho de 2023.



CARD REDE SOCIAL - ENGAJAMENTO



Problema: Esta peça foi criada para gerar engajamento nas redes sociais. Nela aparece a fotos de mais jogadores, apresentando-os para o grande público. Esta peça foi postada no Instagram dos jogadores e no perfil do Timaço.FC.

07 de junho de 2023.



CARTAZ

TIMAÇO.FC

ASSINE E CONCORRA A
R\$ 100 MIL
TODO MÊS

E mais, ganhe descontos e produtos exclusivos!

DÊ SEU PALPITE E PONTUE A CADA RODADA.

CRIE GRUPOS E JOGUE COM SEUS AMIGOS!

Experimente a versão grátis!

Acesse nosso site: WWW.TIMACOFC.COM.BR

Leo Mizura Fábio Santos Edison Douglas Malcom Sisenando Emerson Sheik Vagner Love Malcom Marcelinho Carioca

TIMAÇO.FC

Problema: Este cartaz teve a função de alcançar o público nos campos de futebol, sendo distribuídos em alguns estádios da região sul.

07 de junho de 2023.



RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS – CAMPANHA DE VENDAS UNIMED

PROBLEMA

A Unimed é uma empresa nacional que atua na área da saúde, comercializando principalmente planos de saúde. Com décadas de experiência, a empresa tem se expandido para atender cada vez melhor os seus clientes, oferecendo hospitais próprios, clínicas, centros médicos, laboratórios e centros de imagens, tudo com alta tecnologia e um atendimento humanizado.

A Racing Comunicação atende a Unimed Tubarão, uma regional catarinense responsável por atuar em algumas cidades da região como Capivari de Baixo, Laguna, Tubarão, Braço do Norte, Imbituba, entre outras.

Mesmo sendo a referência no mercado brasileiro, a Unimed faz anualmente uma campanha promocional para captar novos clientes, divulgando seus diferenciais, vantagens e, ocasionalmente, preços promocionais, descontos em mensalidades, carência zero entre outras vantagens financeiras.

Este é o desafio, vender planos de saúde de forma criativa e ao mesmo tempo de forma séria um assunto tão importante.

SOLUÇÃO

A solução proposta foi criar uma campanha divertida e irreverente, lembrando o palco de programas de TV, como os do Silvio Santos, onde o cliente/participante pode rodar a roleta e ganhar prêmios.

A grande sacada da campanha é que os clientes Unimed não vão ganhar um prêmio ou vantagem, vão ganhar tudo! Tudo o que a Unimed com sua extensa rede de saúde pode oferecer.

A solução ao projeto proposta foi criar uma campanha lembrando programas de auditório, como os do Silvio Santos, onde há muita alegria, descontração e prêmios. Para completar o cenário, as peças da campanha contêm uma roleta. É exatamente por isso que a roleta gira e sempre aponta para o GANHA TUDO.

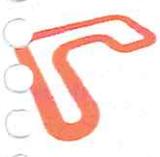
A roleta multifacetada também serve para informar cada vantagem que os clientes Unimed têm: centro médico, hospital, centro de imagem e laboratórios próprios, os melhores especialistas, carência zero e 50% de desconto na primeira mensalidade.

Para alcançar o público da região, utilizou-se uma mídia variada com peças para TV, jornal, mídias sociais, adesivo para mesa do shopping e um stand “instagramável” no shopping de Tubarão, com sofás, mesa de atendimento e a roleta para que as pessoas pudessem interagir e bater fotos. Também foi desenvolvido um folder completo para atuar como material de apoio para a equipe de vendas.

RESULTADOS

A campanha foi um sucesso, tendo uma grande receptividade pela população, gerando comentários nas redes sociais e na comunidade. A empresa registrou um aumento considerável na procura pelos serviços Unimed e um aumento de 35% nas vendas no período da campanha (entre abril e junho de 2021), fazendo com que esta tenha sido uma das campanhas mais marcantes da regional até hoje.

07 de junho de 2023.



Evandro Mezadri – Diretor Adm. Mercado
Unimed Tubarão

Evandro Mezadri
Diretor Administrativo
Unimed Tubarão

Rodrigo Caporal – Proprietário
Racing Comunicação Ltda.

07 de junho de 2023.



ANÚNCIO 1 PÁGINA JORNAL

Problema: O anúncio foi criado para informar a população da região sobre os diferenciais de valores e vantagens durante o período da campanha promocional. A intenção era aumentar a quantidade de clientes associados ao plano de saúde.

SUA GRANDE CHANCE
DE SER UM CLIENTE
UNIMED TUBARÃO

50% de desconto
na mensalidade

GANHA TUDO

- Atenção Zero
- Laboratório próprio
- Melhores especialistas
- Centro Oncológico
- Centro de Imagem
- Centro Médico
- Hospital próprio

ANS - nº 364860

Esqueça a sorte! Clientes Unimed ganham tudo isso e muito mais. Aproveite agora a sua melhor oportunidade de ter Unimed!

Ligue 3621-0200.

Venha conhecer o Novo Plano Referenciado

Unimed
Tubarão

Handwritten signatures in blue ink.



ADESIVOS DE MESA FAROL SHOPPING

Problema: Utilizar espaços do shopping para divulgar foi interessante pelos seguintes motivos: o Farol Shopping em Tubarão tem um grande fluxo de pessoas, tanto de residentes da cidade como moradores de cidades vizinhas, que também são atendidas pela Unimed Tubarão. O shopping tem um público com poder aquisitivo mais elevado, proporcionando às peças da campanha o contato direto com possíveis novos clientes Unimed.



07 de junho de 2023.

[Handwritten signatures in blue ink]



FOLDER

Problema: Para dar suporte às ações presenciais e também à equipe de vendas, foi criado um folder com as vantagens disponibilizadas no período da campanha de venda e também as vantagens de se ter um plano de saúde Unimed. Folder impresso com a mesma característica e cores da campanha que foram disponibilizados nos pontos de contato com o cliente, como no estande do Farol Shopping, e nos centros de atendimento Unimed.



Handwritten signatures in blue ink at the bottom right of the page.



VT

Problema: O VT é a peça principal da campanha pois através do som e imagem pode passar com maior impacto a ideia descontraída de estar em um palco de TV. Foi veiculada na TV pela grande penetração e abrangência na região da campanha e também veiculada nas redes sociais da Unimed Tubarão.

Stand no Farol Shopping em Tubarão

Problema: É muito importante ter um ponto de contato da Unimed com o cliente para que facilite a venda e atendimento de novos clientes. Com um lounge decorado, confortável e uma equipe de vendas presente no local, tornou-se uma boa ferramenta para alcançar os objetivos da campanha.




Rodrigo Caporal - Proprietário
Racing Comunicação Ltda.




_____/_____/_____
