

REPERTÓRIO  
FICHA TÉCNICA

Problema de comunicação: Criar uma campanha publicitária que divulgasse e atraísse o máximo possível de reservas para uma data muito especial "o dia dos namorados" no Restaurante Terrace do Hotel Bertaso.

Licitante: Agência de Publicidade TiG

Cliente: Restaurante Terrace – Hotel Bertaso

Título: Uma página de Jornal – Dia dos Namorados Terrace

Data de Produção: 20/12/2015

Período de veiculação: 05/06/2016 a 30/06/2016

Veículo: Jornal Diário do Iguaçu

Dimensão original: 26cm x 34cm

RESTAURANTE  
**TERRACE**

*Dia dos Namorados*

*Uma data especial,  
merece um jantar no  
Terrace.*

**HOTEL BERTASO**  
★★★★

 Acesse nossa página do facebook e saiba mais.

Av. Getúlio Dorneles Vargas-S. 52 | Centro  
Chapecó - SC | [www.hotelbertaso.com.br](http://www.hotelbertaso.com.br)

Reservas para os dias 11 e 12  
de junho pelo fone (49) 3361.8888

**FICHA TÉCNICA**

Problema de comunicação: Criar uma campanha publicitária institucional que contasse a história do município através das pessoas, valorizando os pontos turísticos e principalmente a tradição dos cidadãos de Videira, trabalhando a família, idosos, casal, etc.

Licitante: Agência de Publicidade TiG

Cliente: Prefeitura Municipal de Videira

Título: Meia página de Jornal – Histórias Bem Vividas

Data de Produção: 20/12/2015

Período de veiculação: 05/01/2016 a 30/01/2016

Veículo: Jornal O Catarinense

Dimensão original: 26cm x 17cm



6  
✓

**FICHA TÉCNICA**

Problema de comunicação: Campanha publicitária para valorizar e mostrar através de dados e números para onde estão indo os investimentos do município.

Licitante: Agência de Publicidade TiG

Cliente: Prefeitura Municipal de Concórdia

Título: Meia Página – Assim se faz Cultura e Lazer

Data de Produção: 10/12/2016

Período de Veiculação: 15/12/2016 a 31/12/2016

Veículo: O Jornal

Dimensão original: 26cm x 17cm



*Assim se faz  
Cultura e Lazer*

Foram investidos mais de  
**R\$ 3  
MILHÕES**

em obras e equipamentos para a cultura e  
novos espaços para recreação e lazer.

 **MUNICÍPIO DE  
CONCORDIA** Assim  
se faz  
história.

**Centro Cultural Concórdia**

**RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

RELATO 01 - Cliente: Grupo RiC RECORD

Problema de Comunicação: Criar uma campanha publicitária para referendar os 100 anos da cidade de Chapecó, mostrando as qualidades da cidade e a importância das pessoas que fazem parte deste desenvolvimento. Dando incentivo, com positividade e reafirmações, de que Chapecó está preparada para o futuro.

Resolução do problema: Homenagear Chapecó pelos 100 anos parece uma tarefa simples, mas não é. O Grupo RiC queria mais do que isso, aproveitar esse momento único, o centenário da cidade, para mostrar todo o carinho que tem por Chapecó e por todas as pessoas que fazem parte do município, todos os dias.

Para fazer isso com eficiência e emoção, a agência TiG propôs nesta campanha uma ideia conceitual para mostrar o que é Chapecó, valorizar a importância da nossa gente para a cidade e estimular as pessoas para que 2017 fosse cada dia melhor. Mostrar com carinho uma cidade, que já é referência em diversas áreas e negócios, gerar inúmeras oportunidades e estar totalmente preparada para o futuro, e que isso tudo só acontece com o povo.

Chapecó completou 100 anos em 2017. Durante todo esse tempo, muitas mudanças aconteceram e enriqueceram a trajetória da cidade e para realizar a campanha, foi preciso estudar e entender tudo isso. Para conhecer e lembrar esse processo histórico, trabalhamos o estilo de arte chamado subexposição (onde é trabalhado uma imagem dentro da outra). As peças têm a forma de silhuetas de pessoas, como: mulher, homem, criança, idoso e dentro das mesmas, trabalhamos imagens importantes da cidade, como: fotos panorâmicas, O Desbravador, centro de eventos, comércio da cidade, etc.

O ano de 2016 foi muito difícil e dolorido para a nossa cidade, diante do acidente aéreo envolvendo os jogadores, comissão técnica da Chapecoense, além de empresários, e jornalistas da cidade. Por isso a campanha também teve como objetivo elevar o sentimento de união do povo chapecoense, através das suas emoções. E ainda, mostrar os diversos sentimentos das pessoas que fazem que a nossa cidade seja esta referência, expressando toda esta diversidade através das cores do logotipo da RIC.

A estratégia de mídia incluiu a utilização dos meios: Rádio, Jornal, Internet, Redes Sociais, Outdoor e Spots. A campanha durou 29 dias, de 31 de Janeiro a 28 de Fevereiro. Para as rádios foram feitas veiculações diárias (cinco ao dia), conforme a estratégia conceitual em todas as rádios contratadas. Os anúncios de jornais foram distribuídos entre os dias 01 e 28 de Fevereiro, conforme as publicações e as datas de vencimento dos meios contratados. Para web (sites), foi feito release contextual e o mesmo anúncio dos Jornais para mídia espontânea. Para as redes sociais foi desenvolvido material para a Capa de Facebook e referendamos vários posts de todas as peças da campanha.

"A Agência TiG superou nossas expectativas, com muita criatividade e agilidade em relação aos prazos. Porque pedimos esta campanha num período curto para execução e eles nos surpreenderam com um material muito relevante diante dos fatos acontecidos naquela época, que foi muito triste para a cidade de Chapecó, com o acidente aéreo com o time profissional da Chapecoense".

Chapecó, 07 de Janeiro de 2019.



Grupo RiC Record  
Marcello Corrêa Petrelli - Presidente



RELATO 02 - Cliente: Prefeitura de São Miguel do Oeste

Problema de Comunicação: Criar uma campanha institucional onde a comunidade e formadores de opinião entendam e apoiem a atual Administração, fazendo com que a cidade cresça cada vez mais e principalmente percebam que juntos podem fazer de São Miguel do Oeste uma cidade que todos se orgulhem de morar, trabalhar e criar seus filhos.

Resolução do Problema: Para esse desafio de comunicação, amplo e muito importante, é preciso antes de tudo estudar e entender o público alvo. É preciso saber para quem será feita a comunicação, para fazê-la da maneira mais eficiente possível. Para isso, a agência TiG apresentou todo um estudo e planejamento que envolveu os funcionários públicos municipais, entidades e pessoas simples que residem no município. Este trabalho teve como objetivo unir e alinhar os esforços coletivos, a fim de otimizar os recursos humanos e financeiros do município para, assim, melhorar o desempenho das secretarias municipais e, conseqüentemente, melhorar o que é oferecido à população.

Dentro do planejamento realizado e apresentado ficou claro e notório que o diagnóstico final foi de que as pessoas querem sentir orgulho em fazer parte de um jeito novo de ser e de fazer gestão pública.

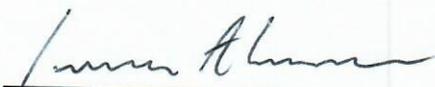
Para isso, a agência fez levantamentos e criou uma campanha de impacto, com imagens de pessoas que representam o povo migueloestino. A ideia da campanha foi direta e muito forte: mostrava metade do rosto da nossa gente e do outro lado, na outra metade, sobreposto, as palavras mais citadas por todos na pesquisa: ESCUTAR; TRANSPARÊNCIA; PARTICIPAÇÃO; DESCENTRALIZAÇÃO; ACELERAÇÃO; RELACIONAMENTO; UNIÃO; CRIATIVIDADE; DIREÇÃO; CLAREZA; PLANEJAMENTO; EFICÁCIA; EFICIÊNCIA; EFETIVIDADE; COMPROMETIMENTO e ORGULHO. Ao fundo, uma imagem que representava e identificava um local histórico e importante da cidade.

Com este trabalho realizado a agência propôs o mote: SOMOS TODOS SÃO MIGUEL, que fixou na mente das pessoas e se tornou um slogan importante para fazer com que as pessoas ajudem a construir e renovar a cidade, se sentindo parte do processo.

Para divulgar e engrandecer a campanha, a agência criou um plano de comunicação para trabalhar os seguintes meios: Facebook, Instagram, jornais, outdoor, rádios e banners de sites. O Marketing Digital foi elaborado e explorado para que fosse uma estratégia contínua, monitorada todos os dias, sendo que a agência propôs e criou um conteúdo relevante para a audiência em sua homepage. O conteúdo é importante para reforçar a sua autoridade e também para posicionar bem o site nos mecanismos de busca, além de para criar um relacionamento com o público-alvo. Entendemos que produzir conteúdo para as mídias sociais e interagir com o público reforça a imagem e atrai novas pessoas, para que cada vez mais tenham o sentimento de morar em uma cidade que está sendo bem administrada. Posterior a isso, a agência desenvolveu e lançou uma nova plataforma de comunicação para a Prefeitura: um blog. Aqui, o intuito foi mostrar, de forma transparente, todas as ações desenvolvidas pelo município e para o cidadão, através de uma ferramenta que permite que grupos se comuniquem de forma mais simples e organizada.

"Todas estas ações foram desenvolvidas através de ideias da agência TiG, para que o nosso município se desenvolva, mostrando de uma forma criativa que a nossa administração trabalha para estar cada vez mais perto e em sintonia de quem é nossa maior preocupação: o povo de São Miguel do Oeste".

São Miguel do Oeste, 07 de Janeiro de 2019.



Prefeitura de São Miguel do Oeste  
Luciano Encarnação - Assessor de Comunicação



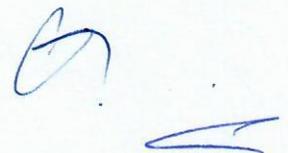
RELATO 03 - Cliente: Bolfe Engenharia, Construções e Empreendimentos  
Problema de Comunicação: Fazer o lançamento do mais moderno e imponente empreendimento da cidade de São Miguel do Oeste, o Conde de Rochester.  
Resolução do problema: O Agência TiG fez todo um planejamento em cima do lançamento deste novo empreendimento, a linha de comunicação foi pensada em trabalharmos uma campanha em duas etapas. Criação do Mote: O mais importante que construir imóveis de qualidade é construir e manter relacionamentos, fazer com que as pessoas estejam satisfeitas, vivendo com qualidade e bem-estar, esta é a principal realização da Bolfe engenharia, poder fazer as pessoas felizes. Pensando nisso o novo lançamento da Bolfe reuniu todos os privilégios que as famílias sonham e merecem. Este é o mais novo imóvel ideal para se "viver plenamente". Por isso criamos o mote "Conde de Rochester – Viva Plenamente". Primeira etapa: A prévia do lançamento foi feita com empenas colocadas em pontos estratégicos da cidade de São Miguel do Oeste, também foi desenvolvido o mais moderno e sofisticado folder, com todos os dados e características do empreendimento, um folder com detalhes únicos como hot stamp e soft touch na capa, uma gramatura e tamanho arrojado, isso tudo para poder impressionar os clientes mais exigentes da cidade, alinhado a isso divulgamos o empreendimento no mesmo período, utilizando os principais jornais locais e nas redes sociais em forma de expectativa, tudo pensado estrategicamente para enfim entrarmos na segunda e principal etapa que foi fazer o Lançamento dentro da mais importante Feira de São Miguel do Oeste e região, a FAISMO, uma feira do comércio e agronegócio. Esta segunda etapa, iniciou já na construção do stand da feira, que foi todo voltado ao novo empreendimento e no mote da Campanha, trabalhamos com estratégias específicas na rádio da Feira e também montamos um convite especial para um grande coquetel de lançamento, este convite se estendeu durante todos os dias com segmentos específicos de pessoas, como clientes, prospects em potencial e a imprensa, tendo também como uma ação específica a distribuição de brindes.

A Bolfe nunca esteve tão sólida e preparada com o seu marketing, isso tudo foi um crescimento contínuo junto com a Agência TiG, que implantou um novo jeito de comunicação estratégica em nossos empreendimentos, para esta ação específica do Conde de Rochester, neste nossos 45 anos de empresa nunca obtivemos um resultado tão expressivo, conseguimos vender na Feira 6 apartamentos sendo que o edifício tem 18 apartamentos a venda de alto padrão e até hoje com todo o marketing investido já vendemos 12 apartamentos, um sucesso para um empreendimento deste porte, agradecemos intensamente todo o trabalho que agência fez em conjunto com a nossa empresa.

São Miguel do Oeste, 07 de Janeiro de 2019.



Bolfe Engenharia, Construções e Empreendimentos  
Victorio Bolfe – Diretor



RELATO 04 - Cliente: Município de Guaraciaba

Problema de Comunicação: Desenvolver uma nova identidade para a Prefeitura de Guaraciaba, mantendo as tradições do município, mas com um slogan e mote que mostre as potencialidades do município e o trabalho que vem sendo desenvolvido pela atual administração, mostrando para a comunidade tudo isso, de forma séria e agradável.

Resolução do problema: Antes de reunir pessoas e equipe para trocar ideias em função desse desafio de comunicação, a agência TiG fez uma pesquisa sobre a cidade de Guaraciaba, história, economia, população, empresas e funcionários públicos, para entender o município como um todo. Após isso, formou-se uma equipe entre agência e administração municipal, que avaliou esse estudo e começou o processo e planejamento da nova identidade.

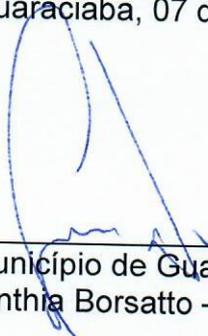
Após várias reuniões entre equipe TiG e gestores do município, com troca de ideias e experiências, chegou-se à conclusão que Guaraciaba é uma cidade próspera, com um povo trabalhador e empenhado no desenvolvimento do todo, cada um no seu setor, contribuindo para o crescimento do município.

Com isso, a agência criou a campanha: Guaraciaba, aqui se prospera! Valorizando assim as ações desenvolvidas pela administração pública, mas principalmente tudo que é feito pela iniciativa privada, empresários, comércio e produtores rurais.

Na parte visual, foi mantido o brasão e bandeira de Guaraciaba, com suas cores tradicionais, de uma maneira estética mais moderna, mas mantendo o padrão e o sentimento que as pessoas têm por esses símbolos. Dessa forma, a inserção do slogan "Aqui se prospera" fortalece ainda mais os laços da população em relação ao município.

A nova identidade, além de dar força e visibilidade para a Prefeitura Municipal e a cidade como um todo, precisa ser envolvente, ter carisma e gerar engajamento por parte das pessoas. E essa foi a grande conquista com o cumprimento desse desafio, já que a aceitação foi unânime por parte da administração municipal e muito grande por parte da população, principalmente com engajamento através das redes sociais.

Guaraciaba, 07 de Janeiro de 2019.

  
Município de Guaraciaba  
Cinthia Borsatto – Assessora de Imprensa

  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA  
CNPJ: 14.175.362/0001-28  
ALENCAR PEDRO TIEPO  
Representante Legal

**REPERTÓRIO****PEÇA 01:**  
CAMPANHA CÂMARA MUNICIPAL DE TIMBÓ

Produção: Tempero Propaganda  
Cliente: Câmara Municipal de Timbó  
Título: É na Câmara Municipal que:  
Data de produção: Maio de 2018  
Período de veiculação: Julho de 2018

**PROBLEMA:**

Poucas pessoas tomam conhecimento espontaneamente dos assuntos de interesse local que são discutidos, debatidos e deliberados pela Câmara de Vereadores e como trabalham os seus integrantes. Os vereadores, na função de legisladores e fiscalizadores do governo local, na Câmara Municipal, devem levar a conhecimento do cidadão as importantes funções a eles confiadas, adquirindo assim o apoio e respeito da população, consolidando o Poder Legislativo Municipal e fortalecendo a credibilidade da Câmara Municipal frente ao cidadão.

Diante disso a Câmara Municipal de Timbó, assim como outros órgãos públicos, enfrentava um grande problema de baixa participação da comunidade nas sessões públicas e pouco conhecimento sobre o verdadeiro trabalho da Casa de Leis e dos vereadores.

Era necessário a partir disso uma campanha eficaz e objetiva, otimizando os custos para adquirir resultados positivos atingindo o maior número possível de cidadãos independente da faixa etária, raça, religião ou condição social, comunicando para públicos de todas as classes, que ressaltasse à população a importância de participar das sessões e entender o real papel da Câmara Municipal e dos vereadores eleitos pelos timboenses. A campanha precisava ser estratégica e criar canais de relacionamento entre o cidadão e o Poder Legislativo Municipal, fazendo com que a população entendesse que não deve buscar o vereador somente quando precisa de benefícios imediatos, mas sim participar e acompanhar o trabalho por eles desenvolvido.

**SOLUÇÃO:**

Dessa forma, através de maior entendimento do foco da campanha e como a população poderia ser impactada pela mesma, para desenvolver uma solução criativa e eficaz para resolver o desafio de comunicação foi pensado em um conceito de grande alcance, trazendo uma mensagem clara à população, sendo fácil de lembrar e de ser compreendida. Avaliando os dados e verificando a falta de conhecimento dos cidadãos em relação à função da Câmara Municipal e dos vereadores, ficou claro que a mensagem não estava chegando de forma correta a eles, criando ruídos de comunicação e dando margem à compreensão errônea. Dessa forma o conceito criado para a campanha foi: "É NA CÂMARA MUNICIPAL QUE:". Complementando essa frase principal vinham os seguintes itens: Projetos de leis são discutidos, analisados e votados; As ações e projetos do executivo são fiscalizados; Juntos construímos uma Timbó ainda melhor!

Os itens foram dispostos na arte como um checklist, dando o sentido de que um completava o outro, e para tornar a arte mais simpática e adequada ao público-alvo, foi usado num primeiro momento a imagem de uma mulher de meia idade, com um foco bem "real", e ao fundo na arte foi utilizada uma imagem de um ponto turístico da cidade, criando rápida identificação com quem olha a arte. Em uma segunda etapa da campanha a imagem de fundo foi trocada por uma imagem aérea da cidade e a imagem da mulher

foi trocada por um senhor, para dar uma sequência na campanha e criando relação entre uma peça e outra.

Esse conceito falou de forma clara e direta com o público-alvo, e juntamente com os textos complementares, conscientizou os cidadãos sobre a importância do envolvimento e participação nos assuntos que se referem à Câmara Municipal e os vereadores. A ideia da campanha foi transferir parte do compromisso ao cidadão, fazendo ele entender o quanto é importante a sua participação nas sessões e, conseqüentemente, no desenvolvimento de Timbó. Além disso, a campanha buscou deixar transparente que a Câmara Municipal e os vereadores estão trabalhando diariamente pela cidade.

Apesar de estar há poucos meses rodando, o resultado já foi sentido com o aumento da participação nas sessões e também assistindo online, já que a Câmara tem essa transmissão via internet das sessões. Também foi levantado entre alguns moradores da cidade a sensação de verem a Câmara Municipal como algo mais simpático e conectado com o cidadão, devido ao estilo de comunicação e cores usadas na campanha. Os números nas redes sociais tiveram grande crescimento, aumentando as curtidas das postagens, os compartilhamentos e a interação, com comentários positivos em relação ao município.

0337

Jornal  
Veículo: Jornal Café Impresso  
Dimensão: 26x34cm

#camaratimbo



# É NA CÂMARA MUNICIPAL QUE:

- Projetos de lei são discutidos, analisados e votados
- As ações e projetos do executivo são fiscalizados
- Juntos construímos uma Timbó ainda melhor!



**SUA CASA.  
SUA VOZ.**

[f /camaratimbo](#)

SESSÕES TODAS  
AS TERÇAS **ÀS 18h**

[www.camaratimbo.sc.gov.br](http://www.camaratimbo.sc.gov.br)

*TS*

0338

**PEÇA 02:**  
ECOLÓGICA - ANÚNCIO 3D

Produção: Tempero Propaganda  
Cliente: Ecológica Engenharia e Meio Ambiente  
Título: Uma cidade mais ecológica depende de todos nós  
Data de produção: Junho de 2018  
Período de veiculação: Junho de 2018

**PROBLEMA:**

A Ecológica Engenharia e Meio Ambiente foi fundada em 2009 com o objetivo de contribuir com o crescimento das regiões onde está inserida. Com o tempo a empresa se tornou referência nas áreas de Meio Ambiente, Segurança do Trabalho, Calibração, Fabricação e Reparos, Inspeções, Utilidades e Laboratórios.

A Tempero Propaganda é responsável pela criação e divulgação nas mídias, bem como no desenvolvimento de materiais necessários para suporte ao setor de vendas da empresa e o fortalecimento e posicionamento da marca no mercado.

Como problema empresa precisava se posicionar perante seus clientes, comunidade, fornecedores e parceiros, de forma sustentável e preocupada com o ambiente onde está inserida, para que ao ver seus materiais as pessoas entendessem se tratar da empresa e o que ela faz.

**SOLUÇÃO:**

Após estudo dos materiais de comunicação da empresa, percebeu-se que eles não transmitiam o apelo ecológico, não passando a real imagem que a empresa gostaria de passar. Para criar um forte apelo visual, foi desenvolvido um efeito 3D na marca da empresa, trazendo elementos como natureza, pássaros, animais, água e outros detalhes. Além do anúncio em redes sociais e revistas, a empresa passou a usar essa arte em capas de catálogos e agendas, banners, apresentações, estandes para feiras entre outros. Os resultados puderam ser medidos com o aumento da procura pelos serviços da empresa, além do convite para participarem de alguns eventos e feiras. Como o material foi massificado durante um período, rapidamente passou a criar identificação e tornar a empresa mais conhecida, além do aumento das vendas.

Anúncio  
Veículo: Revista Êxito - Dimensão: 20,2x26,6cm

0339



**UMA VIDA MAIS  
ECOLÓGICA  
DEPENDE DE TODOS NÓS.**

A Ecológica atua em diversas áreas de engenharia e meio ambiente para ajudar desde pequenas empresas até grandes corporações a desenvolver os melhores projetos adequados a cada situação, reduzindo custos, ganhando tempo e, principalmente, respeitando o meio ambiente.

**ecológica**  
engenharia e meio ambiente  
www.ecologicaengenharia.com.br

**INDÍCES • UTILIDADES • ANÁLISES DE ÁGUAS  
ANÁLISES DE EMISSÕES ATMOSFÉRICAS**

**MATIZ - VESPA - SC**  
RUA MARCONI - URBANO PINHEIRO B33 - CENTRO  
49.200-1322 / 3307-5144  
49.200-0633 / 3566-4597 / 3333-0296

**FABRICA - VESPA - SC**  
RUA MARCONI - URBANO PINHEIRO B33 - CENTRO  
49.200-1322 / 3307-5144  
49.200-0633 / 3566-4597 / 3333-0296

**CLUBES - VESPA - SC**  
RUA MARCONI - URBANO PINHEIRO B33 - CENTRO  
49.200-1322 / 3307-5144  
49.200-0633 / 3566-4597 / 3333-0296

**ecológica**

A Ecológica Engenharia e Meio Ambiente foi fundada em 2004 por um grupo de profissionais experientes e apaixonados pelo meio ambiente. Nossa missão é proporcionar soluções inovadoras e sustentáveis para nossos clientes, sempre com foco na qualidade e no atendimento personalizado. Nossa equipe é formada por profissionais altamente qualificados e experientes em suas áreas de atuação. Nossa estrutura é completa, com laboratório próprio e equipamentos modernos. Nossa atuação é nacional e internacional. Nossa presença é reconhecida em diversos setores, como: indústria, comércio, serviços, saúde, educação e meio ambiente. Nossa equipe é comprometida e dedicada ao sucesso de nossos clientes. Nossa estrutura é completa, com laboratório próprio e equipamentos modernos. Nossa atuação é nacional e internacional. Nossa presença é reconhecida em diversos setores, como: indústria, comércio, serviços, saúde, educação e meio ambiente. Nossa equipe é comprometida e dedicada ao sucesso de nossos clientes.

*Handwritten signature and initials.*

**PEÇA 03:**  
ANÚNCIO FENATRAN

Produção: Tempero Propaganda  
Cliente: Baterias Pioneiro  
Título: Gigantes nas estradas  
Data de produção: Setembro de 2017  
Período de veiculação/distribuição/exibição/exposição: Outubro de 2017

**PROBLEMA:**

A Baterias Pioneiro, empresa de Treze Tílias (SC) que está há 30 anos no mercado, teve como um dos principais lançamentos em 2017 a linha Premium para baterias da linha pesada, que envolve caminhões, tratores, ônibus e carretas. Como estratégia para esse lançamento, participou pela primeira vez da Fenatran - Salão Internacional da Indústria do Transporte, maior feira de negócios para os mercados nacionais e internacionais do setor na América Latina.

Alguns dias antes, e durante a feira, circula uma revista divulgando as empresas participantes como forma de valorização e para chamar o público a visitar os estandes. Dessa forma a Tempero Propaganda teve o desafio de criar um anúncio que trouxesse toda a essência da Pioneiro, mostrando que é uma empresa preparada para atender o segmento e ao mesmo tempo chamando atenção entre os diversos anúncios da revista para que as pessoas visitassem o estande da empresa. Como a empresa era relativamente pouco conhecida no mercado do Sudeste, o anúncio precisava causar um forte impacto dos novos lançamentos, porém demonstrando que a empresa é tradicional e consolidada no seu mercado.

**SOLUÇÃO:**

O anúncio contou com imagens de caminhões ao fundo, não divulgando marca para não ser tendencioso, e deixando a bateria em evidência, destacando o endereço do estande e ao mesmo tempo as qualificações da bateria.

Para as baterias foram utilizados mockups em 3D feitos pela própria equipe da agência, não tendo dessa forma necessidade de fotografia e dando realidade e riqueza de detalhes muito mais fiéis ao produto final, além da ótima apresentação e impacto visual. Como chamada principal foi criado o título "A energia ideal para os gigantes nas estradas", fazendo relação com o formato grande da bateria e dos veículos, e com o slogan Use essa energia, da empresa. O resultado foi sentido após a feira, com grande aumento no número de pedidos e com os olhos do mercado voltados à Pioneiro, uma empresa do Sul, pouco conhecida em algumas região do Brasil, porém com uma das fábricas mais modernas do país na produção de condutores elétricos.

Anúncio  
Veículo/espço: Revista Fenatran (São Paulo/SP)  
Dimensão: 21x28cm

0341

**A ENERGIA  
IDEAL PARA OS  
GIGANTES  
NAS ESTRADAS.**

**STAND  
A94**

B180PD  
B180PE  
B225PE

**PIONEIRO  
BATERIAS**

24 meses

CONHEÇA NOSSA  
LINHA COMPLETA DE  
PRODUTOS EM

bateriapioneiro.com.br  
facebook.com/PioneiroBaterias

49 3537.7500

**PIONEIRO  
BATERIAS**

**LINHA PREMIUM**

ALTA PERFORMANCE  
PARA LINHA PESADA

**PEÇA 04:**  
CAMPANHA CONTRA A AUTOMEDICAÇÃO

Produção: Tempero Propaganda  
Cliente: Unimed Videira  
Título: Para a automedicação eu digo não  
Data de produção: Março de 2015  
Período de veiculação: Abril de 2015

**PROBLEMA:**

Criar campanha para a Unimed Videira alusiva ao Dia da Saúde, comemorado em abril. O problema em questão era orientar a população e os clientes Unimed sobre a importância de não se automedicar e reforçar que só o médico pode acertar no uso do medicamento. Essa preocupação partiu da Unimed ao perceber o quanto as pessoas se automedicam, fazem uso de remédios por conta própria ou jogam remédios inutilizados ou vencidos no lixo ou lugares inapropriados.

**SOLUÇÃO:**

Para solucionar o problema levantado, a Tempero Propaganda desenvolveu uma campanha orientando sobre os problemas da Automedicação, através da criação de peças divertidas e diferentes, mas ao mesmo tempo de impacto para passar a mensagem.

Trouxemos como proposta uma relação alusiva ao alvo, que desde épocas remotas nossos ancestrais utilizavam arco e flecha como ferramentas impulsoras para acertar alvos distantes, algo que eles almejavam muito conseguir. No jogo de dardos também aplica-se a mesma lógica, acertar o alvo. Imersos nesse princípio, elaboramos um conceito para a campanha para reforçar a importância de procurar o médico e alertar para os perigos da Automedicação, criada como mote principal a chamada: "Só o seu médico pode acertar em cheio. Para a automedicação, eu digo não."

A campanha foi um sucesso, sendo veiculada em diversos meios de comunicação nas cidades de Videira e Fraiburgo e mídias variadas como outdoor, jornal, rádio, camiseta, site, Facebook, e-mail, panfletos e faixas. Além disso foi realizado evento no centro de Videira, com entrega de material impresso orientando sobre os perigos da automedicação e arrecadando 12 Kg de medicamentos. Também foi reproduzido um o mesmo alvo das peças gráficas em formato grande com balões, dessa forma as pessoas que passavam pelo centro eram convidadas a chegar até a tenda da Unimed e podiam arremessar um dardo estourando os balões e ganhando um brinde da Unimed conforme o balão que estourava.

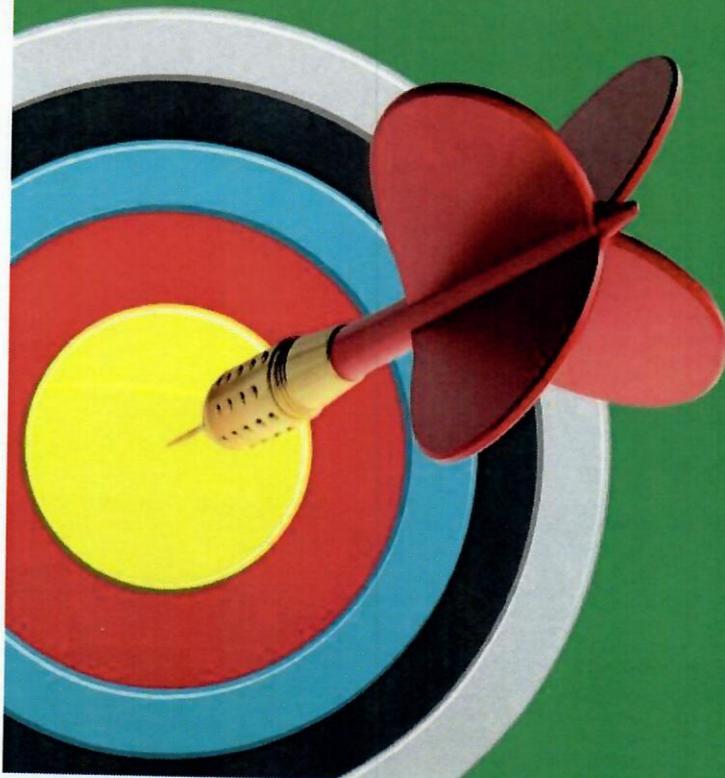
A campanha atingiu o resultado efetivo que era orientar a população. O resultado posterior veio ainda através de premiação realizada em Joinville, onde a Unimed Videira foi vencedora do 21º Prêmio de Marketing Unimed na categoria campanha publicitária, pequeno porte, sendo a única Unimed do estado de Santa Catarina a ganhar a premiação, que envolvia todas as Unimeds do Brasil.

Facebook  
Dimensão: 1000x1000px

**SÓ O SEU MÉDICO PODE  
ACERTAR EM CHEIO.**

**PARA A AUTOMEDICAÇÃO,  
EU DIGO NÃO.**

ANS - nº 355091



**7 de abril  
Das 13h30 às 18h30  
No Largo da Estação**

**COLETA DE  
MEDICAMENTOS  
VENCIDOS**

Apoio  
**Rádio Videira**  
AM 730

**Unimed** 

*Handwritten signature*

**PEÇA 05:**  
SEMINOVOS - CARBONI

Produção: Tempero Propaganda  
Cliente: Carboni Veículos  
Título: O que você procura em um seminovo?  
Data de produção: Agosto de 2018  
Período de veiculação: Setembro de 2018

**PROBLEMA:**

A Carboni veículos, empresa de Videira que possui diversas unidades do Sul do Brasil procurou a Tempero Propaganda para desenvolver uma campanha de seminovos que mostrasse os diferenciais de comprar um veículo seminovo em uma concessionária Fiat, diferenciando de uma garagem de veículos e destacando os diferenciais da concessionária. Todo o material precisava estar em sintonia com as diretrizes da marca Fiat.

**SOLUÇÃO:**

Após estudo dos materiais de comunicação que a Fiat possuía e dos materiais feitos nas outras campanhas para o feirão de seminovos, buscou-se uma solução que evidenciasse os carros mais vendidos da marca, trazendo eles em um cenário urbano, tendo uma cidade de fundo e predominando os tons de vermelho da marca. Para criar um questionamento e interesse no consumidor foi utilizado em destaque a chamada "O que você procura em um seminovo?", fazendo a pessoa pensar e refletir sobre isso. Os diferenciais de comprar em uma concessionária foram destacados próximos aos carros, destacando os itens: Seminovos revisados e com garantia; Diversas marcas; Parceria com diversos bancos; e + de 100 opções de seminovos. O sucesso da campanha foi um incremento nas vendas em relação à campanha interior, atingindo um público novo que não costumava comprar na concessionária.

# SEMINOVOS CARBONI

TEMPERO  
PROPAGANDA

## O QUE VOCÊ PROCURA EM UM SEMINOVO?

**SEMINOVOS  
REVISADOS E  
COM GARANTIA**

**DIVERSAS  
MARCAS**



**+ DE 100  
OPÇÕES DE  
SEMINOVOS**

**PARCERIA  
COM DIVERSOS  
BANCOS**



## CARBONI

 **49 3551.9800**

 **carboniseminovos.com.br**

*Thiarles*  
Temporo Propaganda Ltda ME  
Thiarles Reginaldo de Souza - Diretor

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'a'.

**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO****EQUIPE TÉCNICA**

---

A seguir apresentamos currículo resumido dos profissionais postos à disposição. Declaramos ainda que caso venhamos a ser os vencedores do processo, a equipe será mantida durante toda a execução do contrato, admitindo-se substituições por profissionais do mesmo nível técnico em caso de troca. Destacamos ainda que possuímos um grande banco de talentos, onde cada vez que aumenta o número de clientes, há um planejamento muito organizado para fazer a contratação de novo colaborador para a função exigida. A agência também conta com muitos parceiros como freelancers, ilustradores, produtoras de vídeo, entre outros.

**1. THARLES REGINALDO DE SOUZA**

Área: atendimento/estudo e planejamento/administrativo e financeiro

Formação: Graduado em Tecnologia de Processos Gerenciais e Pós-Graduado em Criação e Produção Publicitária.

Experiência na área: mais de 20 anos

Informações adicionais:

-Atual Diretor Regional Meio-Oeste do Sinapro/SC (Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina).

-Atual coordenador do Núcleo de Jovens Empreendedores de Videira, participando desde 2014.

-Atuou por 11 anos como instrutor de informática, com ênfase em programas gráficos (CorelDraw, Photoshop, InDesign).

-Revista Êxito: Sócio fundador e diretor por 11 anos, editor, diretor de arte, diagramador e revisor.

-Participou do Curso de Licitações em Porto Alegre.

-Participou do curso de Planejamento de Campanha Eleitoral - Desenvolvendo Estratégias de Marketing Político, em Joaçaba/SC.

-Participou do Empretec, curso de empreendedorismo do Sebrae.

-Participou do Curso Básico e Avançado Adobe Photoshop CS 8.0 Standard e Aplicado em São Paulo.

-Participou do Curso Intensivo Direção de Arte na Cuca Escola de Criativos em São Paulo.

-Membro da banca avaliadora de Planos de Negócios dos acadêmicos do curso de Administração e Ciência Contábeis da Unoesc Videira em 2015, 2016 e 2017.

-Membro no Lions Clube Videira Centro desde 2004, tendo assumido cargos de diretoria.

**2. LUANA FREISLEBEM**

Área: estudo e planejamento/redação/produção/social media

Formação: Graduada em Comunicação Social, Rádio e TV e Pós-Graduada em Criação e Produção Publicitária.

Experiência na área: 11 anos

Informações adicionais:

-Trabalhou 2 anos na Opec (Operações Comerciais) e como Locutora na Rádio Videira AM e Transamérica FM (Grupo Barriga Verde de Rádios).

-Promotora de Show's pela On The Rock's Show's.

-Locutora, Gerente Administrativa e Promotora de Shows pela Rádio Comunitária Liberdade FM por 6 anos.

0347

- Participou do XVI Prêmio Expocom 2009 em Blumenau, com exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, sendo vencedora com o programa de rádio "Cinemusic". Classificado para etapa nacional.
- Participou da Visita técnica à Rede Globo/RJ, Programa Altas Horas e visita às instalações da cidade cenográfica – Projac.
- Participou do Curso de Criação Gráfica (Photoshop, Corel Draw e Adobe InDesign).
- Membro da banca avaliadora de Planos de Negócios dos acadêmicos do curso de Administração e Ciência Contábeis da Unoesc Videira em 2015, 2016 e 2017.

### 3. SILIANE BET

Área: criação/arte/mídia

Formação: Design e Pós-Graduada em Criação e Produção Publicitária.

Experiência na área: 10 anos

Informações adicionais:

- Especialização em Carreiras Públicas de Assistentes e Técnicos. Anhanguera Educacional - SA, LFG, Brasil.
- Participou do Workshop de Criação Publicitária na Redhook - The Creativity Hotspot
- Participou do Curso de Extensão Universitária em Photoshop na Universidade do Oeste de Santa Catarina, UNOESC
- Participou do Workshop de Estudo de Costume e Etnias - The Creativity Hotspot, REDHOOK
- Participou do Curso Chora PPT – Apresentação de Projetos na Perestroika - Escola de Criatividade
- Participou do Entendimento de Cenário da Comunicação. Redhook - The Creativity Hotspot
- Participou do Curso Chave Mestra – Curso de Planejamento - Perestroika - Escola de Criatividade
- Participou do Onde está a graça – História e Aplicação do Humor, na Perestroika - Escola de Criatividade
- Participou do Gerenciamento de Tempo na High Stakes Academy
- Participou do Workshop de Reaprendizagem Criativa Brasil na Keep Learning School Brasil
- Participou da Capacitação Profissional e Técnica de Operação de CNC com Ênfase em Corte a Laser na Comunicação Visual - Borges Treinamentos
- Membro da banca avaliadora de apresentação de Projeto de Pesquisa de Design Gráfico dos acadêmicos do curso de Design na Universidade do Oeste de Santa Catarina, UNOESC em 2016
- Participou da Gravação do Programa A Culpa é do Cabral – 2ª Temporada, exibido pelo Canal Comedy Central Brasil
- Foi mediadora do debate - O limite do Humor, idealizado pelo curso de Jornalismo da Universidade Alto Vale do Rio do Peixe - UNIARP
- Trabalhou por dois anos como Designer Gráfico para a Nume Produções, sendo responsável pela identidade Visual de Shows como (Thiago Ventura - Isso é Tudo que Eu Tenho) e (Rafael Cortez - O Problema Sou Eu Não Você)
- Foi responsável técnica do Canal Comedy Central na Gravação do Especial da banda Pedra Letícia para o canal Comedy Central.
- Membro da banca de questionamento e discussão do Festival Risadaria de São Paulo em 2017, mediado por Rafinha Bastos - Cenário do Humor no Brasil.
- Participou da Conferência Semana D 2015 - Festival de Design Curitiba 2011 e 2014
- Participou do Workshop de Neuromarketing em Florianópolis, em agosto de 2018.

6.

**4. SIMARA VILLABRUNA**

Área: atendimento/mídia/estudo e planejamento

Formação: Comunicação Social, Publicidade e Propaganda

Experiência na área: 12 anos

Informações adicionais:

- Atuou por 4 anos em agências de Santa Catarina e Paraná
- Atuou por 3 anos na Rádio Videira AM e Transamérica FM (Grupo Barriga Verde de Rádios) no setor de Operações Comerciais.
- Curso de Mídia – Grupo de Mídia de Santa Catarina (Joinville – SC)
- Curso de Atendimento e Marketing Digital (Maragogi – AL)
- Membro do GMSC (Grupo de Mídia de Santa Catarina), ocupando o cargo de Executiva Ética.
- Participou do Workshop de Neuromarketing em Florianópolis, em agosto de 2018.

**5. NATANAEL ANDRADE**

Área: arte

Formação: Design

Experiência na área: 7 anos

Informações adicionais:

- Participou da Semana D de Design 2013 e 2015 – Curitiba - PR
- Participou da Bienal Brasileira de Design 2015 – Florianópolis - SC
- Participou do SCMC 2014 (Santa Catarina Moda e Cultura)
- Participou do Festival Mundial de Publicidade 2015 – Gramado – RS

**6. GABRIELA SAVARIS WOITKO**

Área: arte/produção

Formação: Publicidade e Propaganda

Experiência na área: 5 anos

Informações adicionais:

- Cursou Design Gráfico Avançado
- Trabalhou 4 anos no Estúdio Fotográfico GeA na área de criação, diagramação, tratamento e edição de imagens.
- Participou do Workshop Adobe Photoshop, Illustrator e InDesign.
- Participou da Palestra Marketing Digital: quais os caminhos possíveis.
- Experiência com Corel Draw, Photoshop, Lightroom e Illustrator.

**7. RAFAEL HOPPE**

Área: desenvolvimento/infraestrutura/segurança da informação (freelancer)

Formação: Graduado em Gestão de TI, especialista em Segurança da Informação

Experiência na área: 20 Anos

Informações adicionais:

- Atuou em diversos segmentos da área de TI, desenvolvimento de sites e sistemas web, infraestrutura de redes computacionais e segurança da informação.
- Treinamento em instalação, configuração e administração de sistemas Linux com ênfase em segurança.
- Treinamento em configuração, gerenciamento e manutenção dos servidores do Windows Server 2008.
- Treinamento em instalação e configuração do Windows Server 2012.
- Treinamento em blindagem de servidores Linux, ISO 27002.
- Treinamento em Pentest Profissional, Segurança Hacker.
- Treinamento em teste de intrusão em redes wireless.
- Treinamento em engenharia reversa e análise de malware.

-Treinamento em análise forense digital.

**8. CLARISSA GOETTEN MEZARI**

Área: redação/planejamento (freelancer)

Formação acadêmica: Graduação – Publicidade e Propaganda – UNIVALI

Pós-Graduação Incompleta – MBA em Estratégias de Marketing - UNOESC Campus Joaçaba

Experiência na área: 11 anos

Informações adicionais:

-Redatora e Publicitária – Editora e Revista Êxito – 2013

-Assistente de Marketing – Carboni Iveco – 2013 a 2014

-Cursos e palestras:

-2013 - CorelDraw e Photoshop (CETESC)

-2013 – Curso de Oratória (CETESC)

-2012 – Treinamento de Micro e Macro Captação para Escolas (Multsoluções Assessoria Empresarial)

-2011- Facebook Marketing (OAJ Gestão de Marketing)

-2011 - Curso de Formação de Consultores em Marketing Digital (OAJ Gestão de Marketing)

-2012 - Indesign e Illustrator (MxCursos)

-2012 - Webinar - Seminários sobre Mídias Sociais/Marketing Digital (Trespontos)

-2013 - Seminário de Liderança e Gestão de Negócios do Oeste de SC

-2013 - Curso Marketing Viral (UNOESC)

-2013 - Curso Comportamento do Consumidor (FGV)

-2013 - Visita técnica: 3M, Natura e Escola de Marketing Industrial

-2014 a 2018 – gerenciamento de redes sociais, e-commerce e produção de conteúdo das empresas Max's Pastificio e Estúdio Cão

**9. AMARILDO GROTTTO**

Área: produção 3D, mockups e renderizações (freelancer)

Formação: Graduação – Design Gráfico com Ênfase em Multimídia – Unoesc Videira

Experiência na área: 10 anos

Informações adicionais:

-Web Designer – Technicad – De 2005 a 2006

-Designer – MP4 / Branardi – De 2006 a 2009

-Designer – MZ2 Web Design Studio – De 2010 a 2011

-Diretor de Arte, Designer e Editor de Vídeo – Êxito Editora e Comunicação – De 2011 a 2014

-Designer – Jango Gráfica – De 2014 a 2015

-Instrutor de Photoshop Básico para Fotografia – Otimiza Cursos - 2015

-Domínio dos softwares Adobe Photoshop, CorelDraw, Adobe InDesign, Cinema 4D R16, Sony Vegas

## DESCRIÇÃO DAS INSTALAÇÕES FÍSICAS E DO INSTRUMENTAL TÉCNICO

A Tempero Propaganda declara possuir escritório localizado na Rua Brasil, número 370, sala 403, Centro, no município de Videira, Santa Catarina. A agência encontra-se em local referencial da cidade, próxima aos principais pontos do comércio local, bancos e prefeitura.

Também se destaca pelo moderno edifício da sua sede, aonde encontram-se banco, escritórios e clínicas. Conta com sala ampla – são 100m<sup>2</sup> divididos entre banheiro masculino/feminino, cozinha, forno microondas, ampla sala de reunião, ar-condicionado e TV para apresentação dos projetos e campanhas, área de descontração, recepção e espaçoso setor de criação, contando com equipamentos modernos que oferecem suporte completo ao desenvolvimento dos trabalhos oferecidos, totalizando 09 (nove) computadores adaptados para cada função da agência, impressora colorida multifuncional com tamanho de impressão até formato A3, frigobar, celulares iPhone e Samsung, um tablet Samsung, uma câmera Nikon D3200 com lente 18-55mm e 50mm, dois notebooks e duas mesas digitalizadoras. Os computadores estão conectados a uma rede de compartilhamento com todos os arquivos da agência, tendo ainda servidor para backup (storage) com backup espelhado. Além disso possui avançados softwares para edição e criação de imagens, áudio e vídeo. Dispõe de rede de fibra ótica para conexão de internet. Possui também em seu espaço interno local para produção de protótipos e testes, com mesa e ferramentas para execução de tais funções. Há espaço físico disponível para expansão da agência em mais 50% do seu quadro atual.

A Tempero Propaganda é filiada/certificada pelos seguintes órgãos:

- Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Videira (Aciav): acesso constante a cursos, palestras, eventos e informações pertinentes, além de grande rede de contato.
- Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL Videira): acesso constante a cursos, palestras, eventos e informações pertinentes, além de grande rede de contato.
- CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão): além da exigência de tal certificação para atender órgãos públicos, têm-se acesso a pesquisas em âmbito local, estadual e nacional sobre mídias e mercado publicitário.
- Sinapro (Sindicato das Agências de Propaganda): acesso a cursos, eventos e pesquisas em âmbito local, estadual e nacional sobre mídias e mercado publicitário.
- GMSC (Grupo de Mídia de Santa Catarina): a Tempero Propaganda possui membro de sua equipe na diretoria do GMSC, além de acesso a cursos, eventos, pesquisas e busca de soluções que fortaleçam e valorizem o mercado publicitário.

Além disso será colocado à disposição do cliente o material humano disponível, formado por profissionais com amplo conhecimento da área e forte envolvimento junto ao cliente, buscando soluções criativas e inovadoras.

### DIFERENCIAIS:

- Experiência com órgãos públicos: parte da equipe já atendeu e/ou atende as prefeituras de Anita Garibaldi, Rio das Antas, Treze Tílias e Matos Costa, além da

Secretaria de Desenvolvimento Regional de Videira e a Câmara de Vereadores de Timbó.

- Experiência com setor de saúde: parte de sua equipe possui forte experiência com esse setor por atender atualmente ou em outras empresas que trabalhou somente esse setor através de planos de saúde, hospital e laboratório de análises clínicas.
- Experiência com setor industrial: equipe com grande experiência nesse setor por atender ou estar atendendo indústrias do setor de alimentos, ração e papel.

Será colocado ainda, regularmente à disposição da Prefeitura de Caçador, sem ônus adicional, durante a execução do contrato, as seguintes informações, órgãos e pesquisas:

**ISTOCK (GETTY IMAGES):** acesso a banco de imagens, com imagens em alta resolução liberadas para uso e sem problemas com direitos autorais.

**KANTAR IBOPE MEDIA:** líder de pesquisa de mídia e uma das maiores empresas de pesquisa de mercado da América Latina, fornece um amplo conjunto de informações e estudos sobre opinião pública, intenção de voto, consumo, marca, comportamento e mercado, no Brasil e em mais 14 países. A empresa auxilia veículos, agências de publicidade e anunciantes na tomada de decisão sobre seus investimentos.

**INFORMAÇÕES DE MÍDIA:** filiada ao CENP e SINAPRO, a agência tem acesso a informações de mídia através das principais ferramentas como Kantar Ibope Media, Ipsos, Metamídia e ComScore, além de pesquisas de audiências fornecidas por veículos e parcerias de softwares com iClips e Operand com o Sinapro e Fenapro.

**IVC - INSTITUTO VERIFICADOR DE COMUNICAÇÃO:** é uma entidade do Brasil, sem fins lucrativos, que conta com serviço de auditoria multiplataforma, que contemplam circulação e distribuição de jornais e revistas, publicações digitais, eventos, audiência na web, incluindo devices móveis, aplicativos e web radio. Seu objetivo é fornecer ao mercado dados isentos e detalhados sobre comunicação, incluindo tráfego web, tanto de desktops quanto de smartphones, tablets e aplicativos, bem como circulação e distribuição de publicações, eventos e mídia out of home.

**DASHGO:** métricas de Redes Sociais são essenciais para entender o quão efetiva é a sua estratégia. A Tempero Propaganda assina mensalmente o aplicativo DashGo, que fornece métricas das principais redes sociais e relatórios e análises de dados.

**OPERAND:** trabalhamos com o software de gestão para equipes criativas que permite integrar todos os setores da agência, apontar horas no timesheet, acompanhar à distância o andamento de todos os projetos, ter um histórico de todo o andamento de cada job e das pessoas envolvidas, além de outros recursos para aumento da produtividade e qualidade criativa.

**MÍDIA DADOS:** publicação referência na área de mídia que possui dados de parceiros de pesquisa tradicionais como IBGE, Kantar Ibope Media, Nielsen, Comscore, IVC, Pointlogic, Ipsos Connect e Datafolha e GFK. O anuário traz ainda histórico de 27 anos de informações de mídia.

**IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA:** produção, análise, pesquisa e disseminação de informações de natureza estatística — demográfica e socioeconômica, e geocientífica — geográfica, cartográfica, geodésica e ambiental.

**ÍNDICE FIRJAN DE DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL (IFDM):** estudo do Sistema FIRJAN que acompanha anualmente o desenvolvimento socioeconômico de todos os mais de 5 mil municípios brasileiros em três áreas de atuação: Emprego e Renda, Educação e Saúde. Criado em 2008, ele é feito, exclusivamente, com base em estatísticas públicas oficiais, disponibilizadas pelos ministérios do Trabalho, Educação e Saúde.

**GOOGLE ANALYTICS:** serviço oferecido pela Google que permite acesso a estatísticas de visitação a sites usados para entender melhor o público e mensurar os resultados de marketing. Ela permite acompanhar o volume de visitas, o tempo que o usuário gasta nas páginas e, inclusive, a quantidade de conversões ou de faturamento de serviços online.

**GOOGLE TRENDS:** reúne uma gigantesca base de dados para mostrar quais temas estão sendo pesquisados no momento, quais foram pesquisados nos últimos 30 dias (ou no último ano, ou nos últimos 5 anos, ou em qualquer data pré-definida desde 2004). Além disso, a ferramenta permite que o usuário filtre os resultados com base em fatores demográficos (país e estado), período de tempo, fontes de busca (google news, google shopping, google imagens e youtube) e categoria.



G.



*Ar.*



## SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A sistemática de atendimento da Tempero Propaganda é organizada de forma que as solicitações de trabalhos possam ser recebidas, analisadas e encaminhadas para o tráfego de maneira otimizada. O setor de atendimento recebe a demanda e faz o briefing com o solicitante, em seguida ele é verificado pela equipe de planejamento e classificado como campanha de pequeno, médio ou grande porte.

O processo de brainstorming acontece em seguida com o setor encarregado para iniciar a realização do trabalho (planejamento, criação, redação, produção, mídia, revisão, etc). Após desenvolvido, o trabalho volta para o setor de atendimento, que retorna o material para a aprovação do cliente e após volta para a agência para a finalização.

Todo o fluxo dentro da agência é controlado pelo sistema Operand, que faz o controle de timesheet (gerenciamento de tempo) para controle de prazos e eficiência da produção, além de integrar todos os setores da agência.

Especificamente para a Prefeitura de Caçador, a Tempero Propaganda pretende trabalhar da seguinte forma:

- Reuniões conforme necessidade para definição de um panorama macro, com planejamento em conjunto das ações dos próximos meses, discussão de datas importantes e assuntos que mereçam atenção especial e devam ser levados a conhecimento da população.
- Reuniões realizadas por um dos sócios da agência, em conjunto com mais pessoas do setor quando necessário (planejamento, criação, mídia ou produção).

- Após coletado o briefing com o cliente e entendimento do problema a ser resolvido, essa demanda é repassada à agência envolvendo os setores necessários e aplicando as técnicas 5W2H para definição de quem cuidará de cada setor.
- Desenvolvimento da demanda e envio à Prefeitura de Caçador, sendo a campanha ou plano de mídia apresentado pessoalmente se for necessário para melhor compreensão e defesa do conceito criativo.

Referente aos prazos de criação de campanhas, a Tempero Propaganda organiza-se da seguinte forma para fazer entrega de material com a qualidade e planejamento necessário, além de testes, aplicações e revisões antes de envio ao cliente:

CAMPANHAS	PRAZOS
Criação de campanha	Até 03 dias úteis
Criação de peças avulsas	Até 03 dias úteis
Produção de publicidade legal	Até 03 dias úteis
Elaboração de plano de mídia	Até 05 dias úteis

Esses prazos podem ser ajustados conforme necessidade do cliente, podendo ser reduzidos ou estendidos. A Tempero Propaganda se compromete em prestar atendimento conforme a necessidade da Prefeitura de Caçador, sempre colocando sua equipe à disposição. O setor Administrativo/Financeiro presta atendimento em tempo integral. Emissão de faturas, notas fiscais dentre outras solicitações previstas podem ser solicitadas conforme necessário.

A agência está localizada há poucos quilômetros, distância que permite fazer reuniões semanais ou até com maior frequência conforme a demanda do cliente, visto que a agência atende clientes de outras cidades, como São Paulo, e consegue fazer trabalhos de qualidade com as facilidades das tecnologias, realizando reuniões presenciais conforme a necessidade e demanda do cliente.

Videira, 9 de janeiro de 2019.

  
Tempero Propaganda Ltda ME  
Thiarles Reginaldo de Souza - Diretor