

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo Administrativo nº 57/2024]

Apresentado por: Apollo Creative (57.167.969/0001-79)

Data: 23/01/2025

Contato: thiagosilva@apollocreative.com.br / 11 99760-8968 e 11 9 6371-3592

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'X' and the name 'Thiago'.

7

x

d

1

2

twice 5.

II - Capacidade de atendimento

A Agência atua em diversos segmentos da comunicação, oferecendo uma estrutura completa e integrada para que nossos clientes tenham uma visão estratégica e abrangente de seu negócio, do mercado e de seu público. Nosso compromisso é fornecer soluções que conectam marcas e pessoas, unindo criatividade, tecnologia e planejamento estratégico.

Valorizamos o capital humano como pilar essencial do nosso sucesso. Nossa equipe é constantemente capacitada por meio de treinamentos e aperfeiçoamento técnico, garantindo um ambiente de trabalho colaborativo, inovador e motivador. Esse investimento reflete diretamente na qualidade dos serviços prestados e na satisfação dos nossos clientes.

Acreditamos que a comunicação bem planejada fortalece marcas, gera valor e impulsiona negócios. Para isso, contamos com um time multidisciplinar, que alia expertise em diferentes áreas para desenvolver campanhas criativas, eficientes e alinhadas às necessidades de cada cliente.

Nosso modelo de atuação se baseia em um método estratégico e dinâmico, garantindo eficiência em todas as etapas do processo – do planejamento à execução. Trabalhamos com inteligência de dados, análise de mercado e inovação, mantendo sempre um olhar estratégico para obter os melhores resultados.

Nosso compromisso vai além da entrega de serviços; buscamos relacionamentos duradouros, baseados em ética, transparência e excelência. Para isso, seguimos os seguintes princípios:

1. Preservar a reputação e imagem dos nossos clientes e parceiros no mercado.
2. Manter a atualização constante das informações e metodologias aplicadas nos projetos.
3. Assegurar transparência em todas as contratações e negociações comerciais.
4. Valorizar o potencial humano, incentivando a criatividade e o crescimento profissional da equipe.
5. Otimizar os investimentos dos clientes, garantindo o melhor custo-benefício em negociações com veículos e fornecedores.
6. Desenvolver estratégias sustentáveis, promovendo o crescimento sólido dos negócios atendidos.
7. Proteger a confidencialidade das informações, assegurando total sigilo e integridade dos dados.
8. Incentivar um ambiente de respeito e colaboração, onde todas as vozes sejam valorizadas.

9. Praticar uma remuneração justa, compatível com a qualidade e complexidade do trabalho realizado.
10. Manter exclusividade de atendimento dentro do mesmo segmento, resguardando os interesses dos clientes.
11. Atuar com rigor contra qualquer prática ilícita, adotando uma postura firme contra corrupção e suborno.
12. Conformidade com a LGPD, garantindo que todas as nossas operações sigam rigorosamente as diretrizes de proteção de dados:

- Monitoramento constante da legislação vigente.
- Mapeamento dos dados tratados, desde a coleta até a eliminação.
- Aplicação de protocolos rígidos de segurança da informação.
- Treinamento contínuo da equipe para garantir boas práticas na gestão de dados.
- Implementação de políticas de privacidade claras e acessíveis aos clientes.

Nosso compromisso com a inovação, qualidade e ética faz da Agência uma referência em comunicação, garantindo soluções personalizadas, ágeis e altamente eficazes para nossos clientes.

a - Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles:

CLIENTE	SEGUIMENTO	DATA DE INÍCIO DO ATENDIMENTO
COPRA ALIMENTOS	VAREJO	JUL/2024
ÁGUA DE CHEIRO	COSMÉTICO	SET/2024
UBIZ CAR	MOBILIDADE URBANA	2023/2024
STARS CLINIC	ESTÉTICA	FEV/2024
PRIMACREDI	COOPERATIVA DE CRÉDITO	NOV/2020
NOVALAR	VAREJO (MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS)	OUT/2024
SOUZA PÃES	ALIMENTOS	JUL/2024
FRANGO NO POTE (FNP)	FAST FOOD	DEZ/2024
CREDISIS	BANCO/COOPERATIVA	SET/2024
BASTON - ABOVE & CHEMICOLOR		SET/2021

b - A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido - contendo, no mínimo, nome, formação e experiência dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação online e offline, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento:

Quantificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato 14

ESTUDO E PLANEJAMENTO (2 profissionais)

Vinicius Correia - Diretor de planejamento estratégico

Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, com experiência em planejamento estratégico, conteúdo e marketing de influência. Já atuou em agências como a VML, atendendo grandes marcas como: Grupo Petrópolis (Petra, Black Princess, Cacildis e TNT Energy Drinks), KitchenAid Brasil, AstraZeneca e Tintas Coral.

Laryssa Silva Nascimento - Diretora de Planejamento

Técnica em Administração e graduada em Publicidade e Propaganda, com mais de 6 anos de experiência em atendimento publicitário, planejamento estratégico, posicionamento e experiências de marca. Atuou remotamente em mais de 3 países, desenvolvendo estratégias para marcas como Outback, DPW, Accor, Jeep, Shopping Praiaamar, Leevin, Volvo, Volkswagen, entre outras.

CRIAÇÃO ONLINE E OFFLINE (3 profissionais)

Maerte Rodrigues Teixeira - Diretor de Arte

Tecnólogo em Design Gráfico e Técnico em Multimídia, com experiência em criação para Social Media, materiais ON e OFF, Identidades Visuais e desdobramento de materiais para campanhas. Atuou como Designer Júnior e Diretor de Arte Júnior em agências de publicidade, atendendo marcas como Ubizar, Faculdade CTA, Fórmula Animal, Primacredi, além de diversos microempreendedores.

Livia Monteiro - Diretora de Arte

Técnica em Design, atualmente cursando Publicidade e Propaganda, com experiência em Marketing, Growth e Branding. Atuou como Designer e Diretora de Arte em agências como a Prensa e em empresas de tecnologia, atendendo grandes clientes como Globo, Grupo Drumatts, AmigoTech e Jeep, desenvolvendo projetos que alinham estratégia e criatividade.

Leonardo Paladini - Diretor de Criação

Publicitário e Design Gráfico.

INTERNET (1 profissional)

Gabriel Silva - Coordenador de Conteúdo Digital

Graduado em Publicidade e Propaganda, com experiência em planejamento estratégico, produção de conteúdo e consultoria de marketing. Já atuou na Universal Franchising e na Revista Bem Viver Mulher, desenvolvendo estratégias de comunicação, produção de eventos e ações voltadas para o fortalecimento de marcas no mercado.

MÍDIA (2 profissionais)

José Vinícius da Silva Rocha - Coordenador de Mídia

Graduado em Marketing, com experiência em gestão de projetos, atendimento publicitário e mídia ON e OFF. Já atuou em agências como a Digital Comunicação, Promo Agência e Magic Publicidade, atendendo grandes marcas como Rede Onda Digital, Concessionária Yamaha (TVLAR Motos e Náutica), Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas - CIESA, Café do Norte e Construtora UNIPAR.

Lee Yuan Zhe - Gestor de Tráfego Pago

Graduado em Engenharia de Software, com experiência em marketing digital, tráfego pago e análise de dados. Já atuou em multinacionais como Medix e Betnacional, além de em um e-commerce como o Santapele.

ATENDIMENTO (2 profissionais)

Izabelle Hamzi - Executiva de Contas

Graduada em Comunicação Social com ênfase em Propaganda e Marketing, com experiência em atendimento publicitário. Atuou em agências como Africa e DPZ&T, em contas como BR Distribuidora (Vibra São Paulo, Postos Petrobras, VEM Conveniência, Vibra Energia), Ambipar, Vale, Renault e Perdigão.

Pedro Henrique - Atendimento Publicitário

Graduando em Publicidade e Propaganda. Kursou na área de Atacado e Varejo e atuou em clientes como o Max Atacadista.

OPERAÇÕES (1 profissional)

Vanessa Rodrigues - Diretora Operacional

Graduada em Ciências Contábeis, com formação técnica em Contabilidade e Administração de Empresas. Possui experiência consolidada nas áreas

administrativa, contábil, fiscal, financeira e de recursos humanos. Atuou na Sixt GSA Brazil, sendo responsável por operações financeiras e relatórios gerenciais. Foi Gerente na Olímpia Contábil, liderando equipes e supervisionando rotinas contábeis e fiscais. Também atuou na área administrativa da Ariinox Aços, contribuindo para a organização e eficiência dos processos internos.

ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO (1 profissional)

Michele Carvalho - Diretora Financeira

Graduada em Administração de Empresas, com experiência no Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro e na IBM. No MPRJ, fui responsável pela elaboração de guias de processos, atualização da movimentação dos processos em tempo real e apoio aos promotores. Na IBM, atuei no setor de Consultoria Financeira e Operações TELCO, com foco no controle de faturamento, análise de custos e atualização de planilhas financeiras.

DIREÇÃO GERAL (2 profissionais)

Thiago Silva - CEO

Graduado em Direito, Publicidade e Propaganda e Cinema, com mestrado em Direito Empresarial e Cidadania e pós-graduação em Branding e Comunicação Digital. Ampla atuação como diretor criativo, roteirista, produtor e em planejamento e gestão de projetos. Já atendeu grandes marcas como: Aleatory, Aramis, Via Mia, Capodarte, Água de Cheiro, Racco, Jafra, Shoppings Almeida Júnior, Ubiz Car, MOBIZAPSP, Frango no Pote, Baston, Aeroflex, My Health, Above, Credisis, Heineken, Amstel, Dydyo, Primacredi, Chemicolor, ESIC Brasil, entre outras.

Mário Salman - CEO

Bacharel em Design Visual com ênfase em Propaganda e Marketing, possui experiência como Squad Leader Sênior e Diretor de Criação. Já atuou em projetos relevantes em startups como Faster, atendendo marcas como Warner, Ambev e Faculdade Descomplica.

c - As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato:

A agência possui uma parceria com espaços físicos que incluem escritórios, estúdios e ambientes de coworking, oferecendo infraestrutura moderna e completa para o desenvolvimento de projetos. O escritório administrativo é totalmente equipado para uma gestão ágil das demandas, enquanto os estúdios são voltados para a criação de conteúdos e produções audiovisuais de alta qualidade.

O espaço de coworking oferece um ambiente colaborativo que facilita a interação entre os profissionais da equipe, proporcionando flexibilidade e adaptação conforme as necessidades de cada projeto. Essa estrutura é fundamental para garantir eficiência, inovação e a entrega de resultados de alta qualidade.

Apresentamos a seguir nossa infraestrutura e recursos materiais que entendemos Compatíveis com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Câmara Municipal de Caieiras:

Instalações físicas disponíveis (Escritório, Estúdios e Espaço de Coworking)





7

2 6
11 10

7 10/11/12



2

1 d
10

+ KISS



2

h d

10

X Images.



7

glass s.

Infraestrutura e Recursos Materiais

EQUIPAMENTOS/SOFTWARES	ITENS
	NOTEBOOKS CELULARES CÂMERAS FOTOGRÁFICAS E DE VÍDEO SOFTWARES DE DESIGN ADOBE CREATIVE CLOUD FIGMA

d - A sistemática de atendimento e discriminar os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação da peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia:

Nosso time de atendimento atuará junto à Câmara Municipal de Caieiras, desenvolvendo um trabalho ágil e assertivo para atender todas as necessidades de comunicação, com foco na entrega de um trabalho planejado, criativo e estruturado, visando os desafios de cada projeto ou campanha. Realizaremos reuniões conforme necessário para entender os problemas de cada projeto e garantir soluções eficazes. Após cada interação, o profissional de atendimento registra as decisões e demandas no nosso sistema interno, com devolutiva a todos os envolvidos em até 2 dias, assegurando o cumprimento das tarefas e evitando falhas.

A equipe dedicada contará com profissionais especializados em atendimento, planejamento, criação, produção impressa e eletrônica, mídia, mídias sociais e gestão. Além disso, disponibilizamos uma equipe complementar de apoio. Aplicamos nossos esforços para obter as melhores condições comerciais junto a fornecedores e veículos, repassando todas as vantagens ao cliente. Para produções, serão apresentados, no mínimo, 3 orçamentos detalhados. Caso não seja possível, apresentaremos justificativas por escrito.

Em produções que envolvem direitos autorais, buscamos as melhores condições, respeitando as necessidades da Câmara Municipal de Caieiras quanto à duração de contratos de imagem, áudio e licenciamento de obras. Nosso processo garante qualidade, transparência e condições competitivas nas produções contratadas.

Nosso gerente e coordenador de produção gráfica monitoram todas as produções para garantir a qualidade dentro dos prazos. No departamento de mídia, utilizamos pesquisas de audiência e circulação, além de nosso sólido relacionamento com veículos do mercado, para garantir os melhores planos de mídia. Todos os estudos de mídia são comprovados por relatórios de veiculação, fotos e exemplares originais.

Entregaremos um relatório mensal até o dia 10, com despesas de produção e veiculação, além de um acompanhamento contínuo dos serviços em andamento. Todos os materiais produzidos serão armazenados de forma segura e transparente, com acesso facilitado para o cliente. No setor administrativo financeiro, garantimos que todos os pagamentos a veículos e fornecedores sejam feitos em até 48 horas após o repasse do cliente. Um relatório consolidado de pagamentos será enviado até o décimo dia útil do mês subsequente.

Além da equipe dedicada ao contrato, a Câmara Municipal de Caieiras também contará com o time de inteligência da nossa empresa, fortalecendo nossa capacidade de criar estratégias de comunicação mais assertivas e eficazes.

e - A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal, sem ônus adicionais, na vigência do contrato:

Para embasar todo o trabalho desenvolvido, a Agência utiliza recursos de pesquisa de mídia que serão colocados à disposição da Câmara Municipal de Caieiras, sem ônus adicionais, durante a vigência do contrato. Esses recursos incluem:

- **KANTAR IBOPE MEDIA:**

- **Audiência de TV:** Estudos que permitem análises em targets domiciliares e individuais.
- **Planejamento em TV:** Análises de alcance, frequência e planejamento de campanhas no meio TV.

- **KANTAR IBOPE MEDIA:**

- **Audiência em Rádio:** Estudos que permitem análises em targets domiciliares e individuais, além de possibilitar a qualificação da audiência.

- **ARQUIVO da Propaganda:** Histórico nos meios de TV, rádio e mídia impressa, permitindo a análise da comunicação de diversos players.
- **Semrush:** Ferramenta que fornece dados de pesquisa, desenvolvida para analisar os resultados orgânicos e os anúncios do Google AdWords.
- **Comscore:** Permite a mensuração de dados de veículos de mídia online, oferecendo informações para agências e anunciantes, além de insights de segmentação de audiência para o planejamento de campanhas.
- **Buzzmonitor:** Ferramenta de automação, monitoramento e gestão de social media, voltada para perfis de Facebook e Instagram de clientes e seus concorrentes.
- **mLabs:** Ferramenta de automação, monitoramento e gestão de social media, voltada para perfis no Instagram de clientes e seus concorrentes.
- **Google Ads:** Ferramenta para configuração e publicação de campanhas e anúncios de pesquisa e display, permitindo a inserção de palavras-chave no mecanismo de busca do Google.

- **Google Trends:** Ferramenta para comparação de buscas e tendências de interesse na web. É dividida por categorias, países, estados, termos relacionados e períodos, auxiliando no planejamento de campanhas online.
- **Data Studio:** Ferramenta que agrega e conecta diversas fontes de dados, por meio de gráficos e tabelas configuráveis, acelerando o processo de criação de relatórios com amostras integradas e modelos personalizados.
- **Google Analytics:** Ferramenta que permite o monitoramento do tráfego, acompanhamento de visitas e conversões do site.
- **Lapier:** Ferramenta de mídia que otimiza o tempo da equipe, integrando todos os aplicativos utilizados e agregando dados para acompanhamento e otimização de contas.
- **Supermetrics:** Ferramenta que integra todos os dados de campanhas de diferentes plataformas, facilitando a análise e otimização.
- **Hotjar:** Ferramenta de heatmap para validação e melhoria da usabilidade de um site e/ou aplicativo.
- **Bitbucket:** Ferramenta de versionamento de projetos web, permitindo o controle e gerenciamento de versões de código.
- **InVision Enterprise:** Ferramenta de prototipagem de layout para projetos web, permitindo a criação e testes de interfaces antes do desenvolvimento final.
- **Shape:** Ferramenta de gestão e automação de verba para Google e Facebook, que auxilia no acompanhamento dos gastos e cria regras e limites para evitar investimento excessivo ou insuficiente nas campanhas.

III - REPERTÓRIO

Ficha técnica - Peça 1

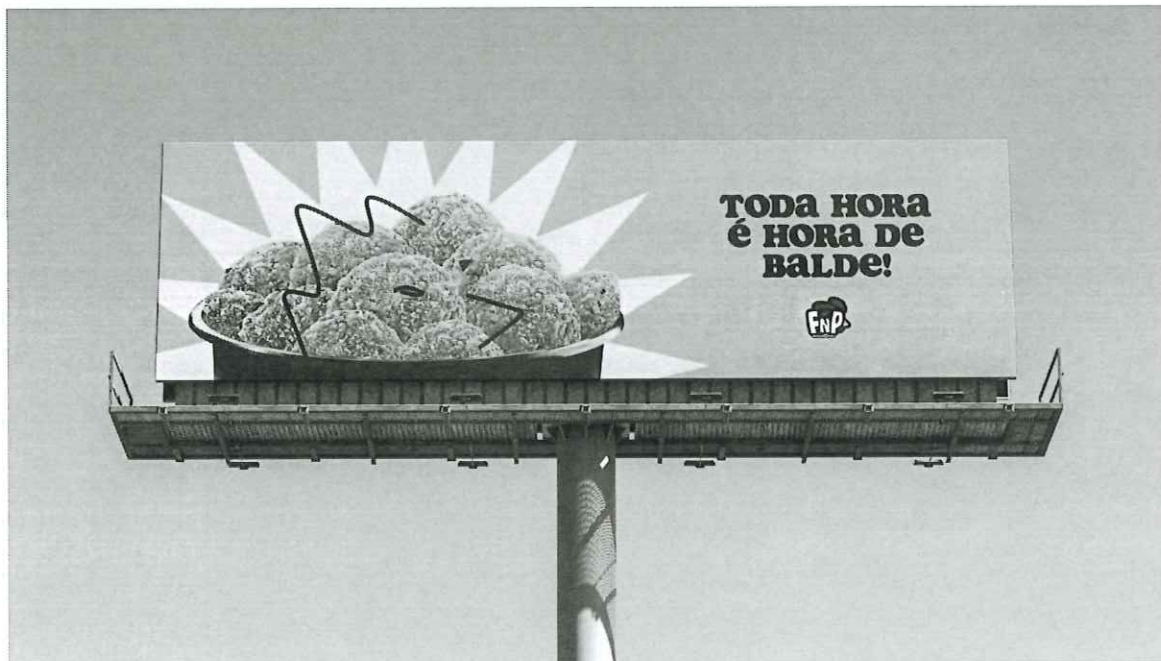
Cliente: Frango no pote (FNP)





A

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'X' and the name 'Guise'.



A

b

x

17

x miss.



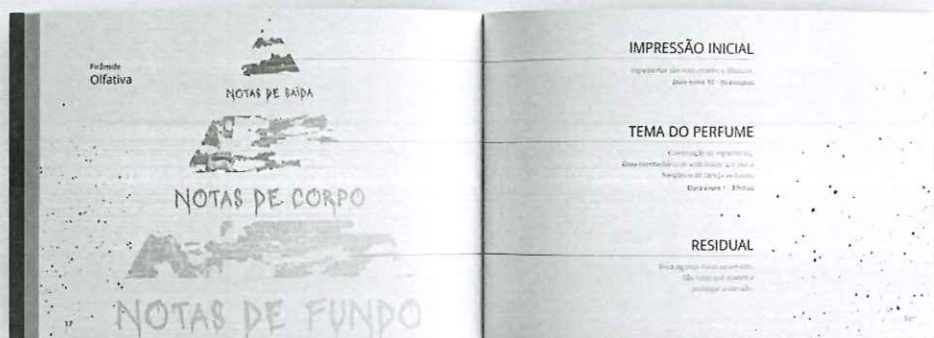
2

X Jhos S.

Ficha técnica - Peça 2

Cliente: Água de Cheiro



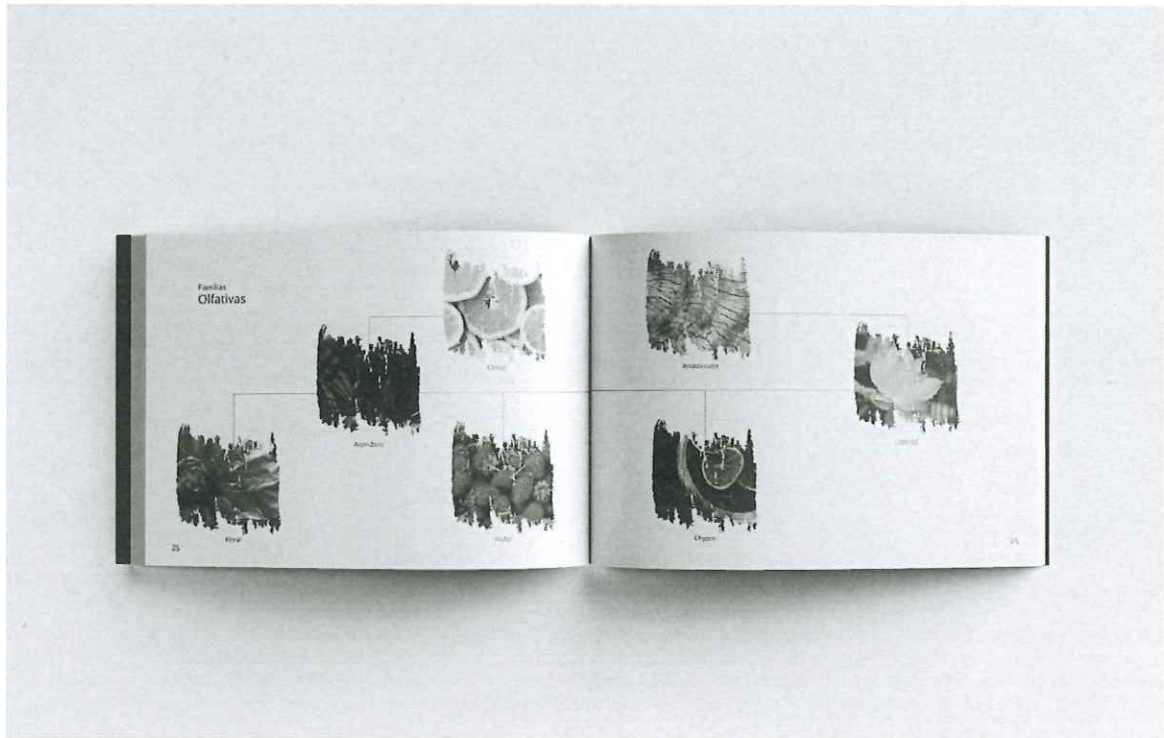


A

X

20

X 20/11/2019



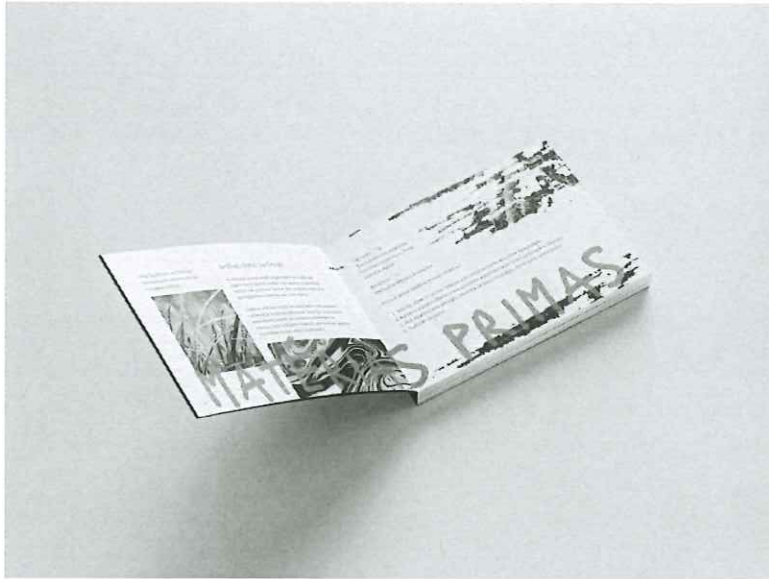
A

x d

21

AC

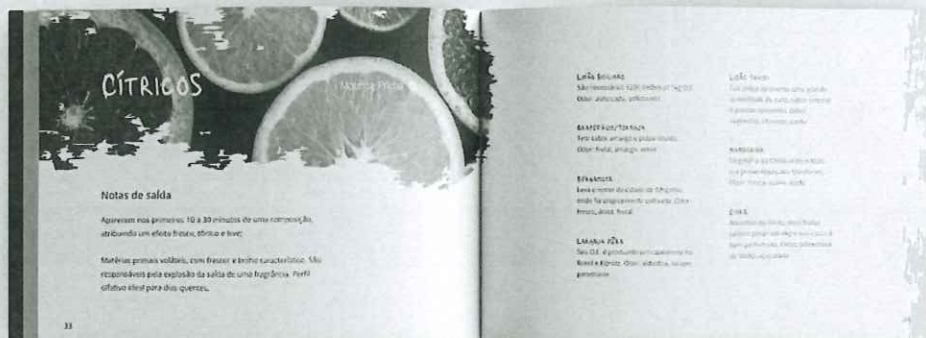
X Mrs. S.



A

10

22
5-
5-



CÍTRICOS

Notas de saída

Aparecem nos primeiros 10 a 30 minutos de uma composição, atenuando um efeito fresco, ácido e leve.

Notas mais voláteis, com frescor e brilho característicos. São responsáveis pela explosão da saída de uma fragrância. Perfil olfativo ideal para dias quentes.

33

Linha Brilho
Sua essência: 120 ml (4 fl. oz.)
Olor: amadeirado, sofisticado.

BAHIA FLORES
Fito: baía, anis, pimenta preta.
Olor: floral, amargo, amado.

ESSENCIA
Essência: 120 ml (4 fl. oz.)
Olor: amadeirado, sofisticado.

Linha Azul
Sua essência: 120 ml (4 fl. oz.)
Olor: amadeirado, sofisticado.

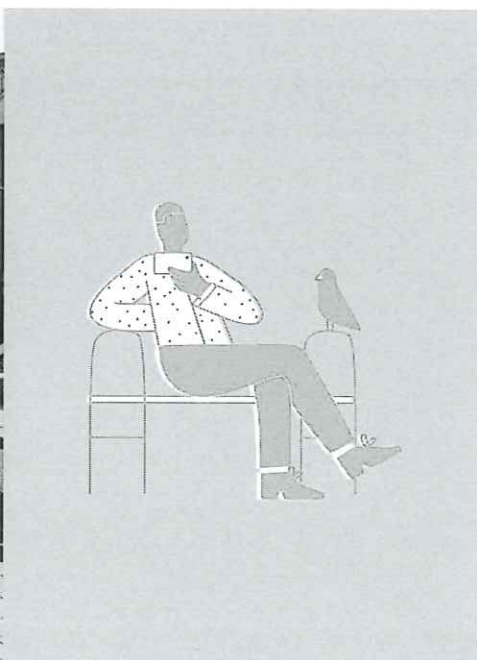
Linha Verde
Sua essência: 120 ml (4 fl. oz.)
Olor: amadeirado, sofisticado.

ESSENCIA
Essência: 120 ml (4 fl. oz.)
Olor: amadeirado, sofisticado.

Linha Azul
Sua essência: 120 ml (4 fl. oz.)
Olor: amadeirado, sofisticado.

Ficha técnica - Peça 3

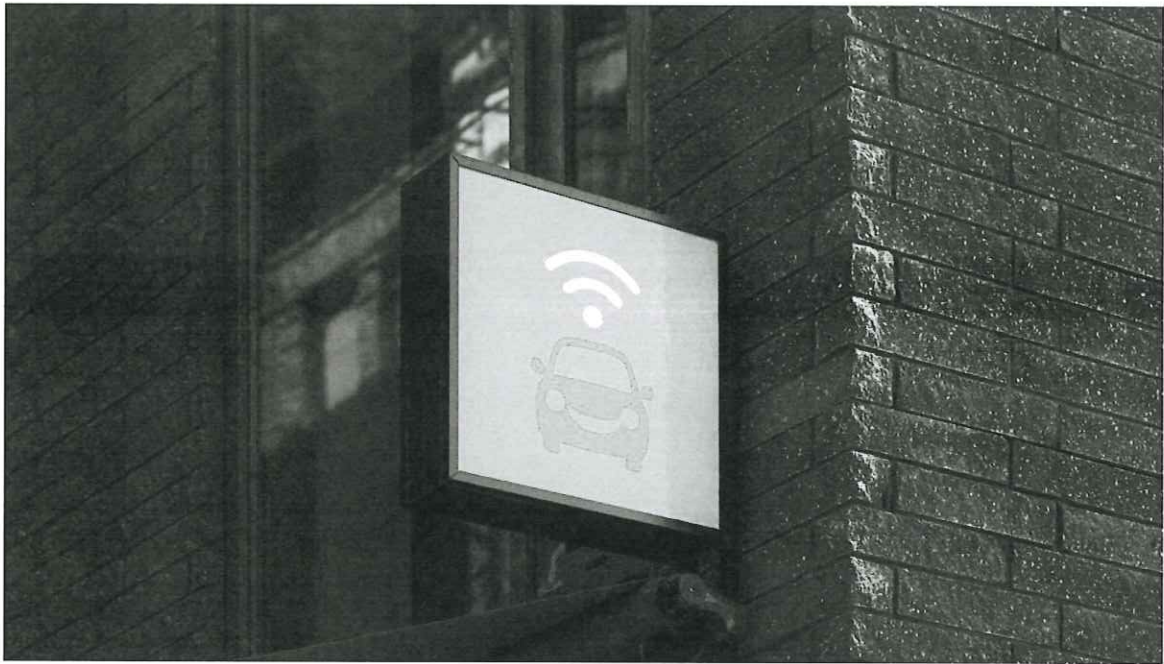
Cliente: Ubiz Car



A



X



2

x d

4
X gross S.





A

do

2

27

X JWSY S.

IV - RELATOS DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Solução de Problema de Comunicação - Lançamento do Absinto Privé

Cliente: Água de Cheiro

A Água de Cheiro enfrentava o desafio de lançar o perfume Absinto Privé de maneira impactante, com o objetivo de atrair clientes da concorrência e, ao mesmo tempo, garantir a retenção do público. A solução proposta foi a produção de um filme de lançamento, cuja estratégia focava em impactar e engajar o público digital de forma eficaz.

A produção do filme foi realizada em um prazo extremamente curto: 6 horas para a criação e 24 horas para a entrega final. O filme foi lançado de maneira orgânica, sem investimentos em mídia paga, e conseguiu atingir um público amplo, impactando mais de 5 milhões de brasileiros em todo o território nacional.

O principal problema a ser resolvido era a retenção de público, ou seja, a necessidade de gerar engajamento e interesse contínuo com o lançamento do novo perfume no mercado digital. A solução foi desenvolvida para alcançar não apenas um grande número de pessoas, mas também garantir que o público se conectasse com a marca de maneira relevante e envolvente.

O resultado foi um grande sucesso: o perfume Absinto Privé tornou-se um sucesso de vendas, demonstrando a eficácia da estratégia digital adotada. A ação não apenas superou as expectativas em termos de alcance, mas também contribuiu para a consolidação da marca e a fidelização dos clientes.

Solução de Problema de Comunicação - Rebranding e Capacitação de Franqueados e Motoristas

Cliente: Ubiz Car

A Ubizcar enfrentava o desafio de estruturar seu departamento de marketing e desenvolver uma estratégia eficaz para o crescimento da marca. Quando Alessio Cavalcanti, CEO e fundador da marca, procurou a agência, seus objetivos eram claros: realizar o rebranding da empresa, criar um plano de marketing sólido, desenvolver as divisões da marca e implementar essas mudanças de maneira prática e eficaz.

Em resposta a esses desafios, a agência desenvolveu um rebranding completo da marca, criando uma nova identidade visual e redefinindo a proposta de valor da Ubizcar. Além disso, foi elaborado um plano de negócios detalhado e estruturadas

as diferentes divisões da marca, com foco no alinhamento estratégico de todos os processos e áreas da empresa.

Uma das principais soluções implementadas foi a criação de cursos de capacitação e apostilas específicas para franqueados e motoristas. O curso, com um total de 700 horas de conteúdo, incluiu mais de 530 filmes educacionais produzidos, cobrindo uma variedade de tópicos essenciais para o sucesso do negócio. Além disso, foram implementados suítes de treinamento para garantir a capacitação contínua e a atualização dos franqueados e motoristas.

A criação do portal do franqueado também foi uma inovação importante, proporcionando uma plataforma centralizada para a gestão de informações e a oferta de soluções em tempo real para os franqueados. Essas ações foram fundamentais para impulsionar a eficiência operacional e garantir que todos os envolvidos na rede de franquias estivessem alinhados com as diretrizes e objetivos da Ubizcar.

O impacto das ações desenvolvidas foi significativo: as campanhas de marketing e as iniciativas de treinamento atingiram cerca de 5 milhões de brasileiros. Atualmente, considerando a presença digital da marca, estima-se que a Ubizcar alcance organicamente mais de 10 milhões de brasileiros, consolidando sua posição no mercado e expandindo a influência da marca.

Solução de Problema de Comunicação - Reposicionamento de Marca

Cliente: Frango no Pote (FNP)

Quando assumimos a conta do Frango no Pote (FNP), a marca ainda não havia realizado campanhas publicitárias significativas e enfrentava dificuldades nas áreas de estratégia comercial, estratégia de campanha publicitária e estratégia digital. O principal desafio era realizar um reposicionamento completo da marca, alinhando suas ações de comunicação às tendências de mercado e utilizando as plataformas digitais de maneira estratégica e assertiva.

A estratégia adotada envolveu a criação da campanha de reposicionamento da marca, intitulada "Toda Hora é Hora de FNP". Desenvolvemos uma proposta que considerava as necessidades de comunicação da marca, com foco no uso de plataformas emergentes, como o TikTok, além de incorporar outras estratégias digitais inovadoras para ampliar o impacto e o engajamento com o público.

O projeto foi fundamentado em estratégias de mercado atualizadas, com o objetivo de reposicionar a marca de forma eficaz e relevante, criando uma conexão mais forte com o público-alvo da marca.

Além disso, a campanha contou com um investimento significativo de quase R\$ 500.000,00 em mídia, o que permitiu expandir consideravelmente o alcance da marca e maximizar sua visibilidade nas principais plataformas digitais. Esse investimento foi essencial para garantir o sucesso da campanha e aumentar o impacto nas audiências-alvo.

Através da execução dessa campanha, conseguimos resolver as problemáticas de comunicação da marca e estabelecer uma base sólida para o crescimento contínuo da Frango no Pote (FNP) no ambiente digital.

A

x do

30

x mgis.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Proposta de Campanha Publicitária

EDITAL DE **CONCORRÊNCIA Nº 01/2024**

Processo Administrativo nº 57/2024]

Apresentado por: Apollo Creative (57.167.969/0001-79)

Data: 23/01/2025

Contato: thiagosilva@apollocreative.com.br / 11 99760-8968 e 11 9 6371-3592

Thiago S.

I - Plano de Comunicação Publicitária

a- Raciocínio Básico

Diagnóstico das Necessidades de Comunicação do Município

A Câmara Municipal de Caieiras enfrenta um desafio significativo no que diz respeito à comunicação com a população. A principal questão identificada é a falta de conhecimento e envolvimento da população nas atividades do poder legislativo. Isso se reflete na baixa participação cidadã nas sessões da Câmara e na percepção de distanciamento entre os governantes e os governados.

Para abordar essa questão, a comunicação precisa ser direcionada a uma audiência diversificada, com especial atenção aos jovens adultos e cidadãos que ainda não compreendem a relevância do processo legislativo no seu dia a dia. A população precisa entender não só como as sessões da Câmara funcionam, mas também como elas impactam diretamente o seu cotidiano e o desenvolvimento de Caieiras.

As ações de comunicação devem ser pensadas para:

1. Educar a população sobre o papel da Câmara Municipal e a importância das sessões legislativas.
2. Promover a transparência, mostrando como as decisões impactam a cidade.
3. Incentivar o acompanhamento das sessões, usando a comunicação para aproximar os cidadãos da gestão pública.
4. Criar um canal direto e acessível para o diálogo, com foco na aproximação e na construção de confiança.

Compreensão do Objeto da Licitação

O objeto da licitação é a criação de uma campanha publicitária voltada para a divulgação e o esclarecimento sobre o funcionamento e a importância das sessões da Câmara Municipal de Caieiras. O objetivo central é informar, educar e engajar a população, incentivando a participação ativa nos processos legislativos e promovendo maior transparência.

A campanha deverá ser multifacetada, envolvendo peças publicitárias para meios digitais e impressos, além de ações que incentivem a interação com os cidadãos, principalmente nas redes sociais, site institucional da Câmara e outros canais locais.

O desafio central da campanha está em transformar um tema muitas vezes visto como técnico e distante — o funcionamento da Câmara Municipal — em algo acessível e interessante para todos os cidadãos de Caieiras, independentemente do nível de conhecimento prévio sobre o assunto.

Diagnóstico do Desafio de Comunicação

O maior desafio de comunicação a ser enfrentado pela campanha é o distanciamento entre o poder legislativo e os cidadãos, causado pela falta de compreensão sobre o funcionamento das sessões e a importância da Câmara Municipal. Muitas vezes, a falta de participação da população nas decisões da Câmara se deve à falta de entendimento sobre o impacto das decisões legislativas no dia a dia da cidade.

Além disso, existe a necessidade de humanizar o poder legislativo, mostrando-o como uma instituição acessível e transparente, que está ao serviço da população. A linguagem precisa ser clara, objetiva e, ao mesmo tempo, educativa, evitando termos técnicos e criando uma relação de proximidade com o público.

Por fim, a motivação para o engajamento nas sessões e a participação cívica também representa um desafio. A população precisa ser convencida de que sua presença e acompanhamento das sessões podem realmente fazer diferença nas decisões que impactam o município.

b- Estratégia de Comunicação Publicitária

I. Partido Temático e Conceito

Partido Temático: "Conhecer para Crescer"

O partido temático propõe uma relação direta entre o conhecimento e o desenvolvimento, seja da cidade, do cidadão ou do processo democrático. Conhecer a Câmara Municipal, entender suas funções e participar ativamente das decisões, permite ao cidadão contribuir de forma mais eficaz para o crescimento coletivo da cidade.

O crescimento se dá tanto em um nível individual – ao capacitar o cidadão com informações claras e acessíveis, fortalecendo seu papel como protagonista nas decisões do município – quanto no nível coletivo – ao permitir que todos, juntos, contribuam para um futuro melhor para Caieiras.

Conceito Criativo: "Conhecer para Crescer"

O conceito criativo "Conhecer para Crescer" parte do princípio de que a informação e a educação são ferramentas poderosas para a transformação social. Ao compreender as decisões da Câmara e o impacto delas no cotidiano da cidade, o cidadão se torna capaz de agir de maneira mais consciente e ativa, ajudando a moldar um futuro melhor para Caieiras.

A ideia é criar uma conexão entre o conhecimento e o progresso tanto individual quanto coletivo. Conhecer o processo legislativo e acompanhar as decisões da Câmara é uma forma de crescer como cidadão, assumindo um papel mais ativo e consciente no futuro da cidade.

O conceito visa quebrar a barreira do desconhecimento sobre a política e as decisões legislativas, ao mesmo tempo que promove uma cidadania ativa, baseada em informação clara e acessível. Esse conceito também envolve a transparência como um elemento chave, garantindo que a Câmara Municipal de Caieiras se apresente como um espaço aberto e acolhedor, pronto para receber a população.

II. Estratégia de Comunicação Publicitária

A seguir, a estratégia de comunicação publicitária será detalhada com base nos principais pontos que definirão a campanha para o sucesso do desafio comunicacional. A estrutura será baseada nas perguntas-chave: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios utilizar.

O que dizer

A mensagem principal da campanha destaca a importância da transparência nas decisões da Câmara Municipal e o impacto direto que essas decisões têm no cotidiano dos cidadãos de Caieiras. A campanha reforça que as sessões estão abertas para o acompanhamento público, incentivando a participação ativa da população nas discussões que moldam o futuro da cidade.

Mensagens-chave incluem:

- "Você sabia que suas ideias e opiniões podem influenciar as decisões da Câmara?"
- "Acompanhe as sessões ao vivo e fique por dentro das decisões que moldam o futuro de Caieiras."
- "A Câmara Municipal de Caieiras está mais próxima de você do que nunca. Participe e acompanhe!"

A quem dizer

O público-alvo da campanha será todos os moradores de Caieiras, com ênfase em jovens adultos e cidadãos interessados em acompanhar o poder legislativo. Isso inclui pessoas que podem não ter conhecimento prévio sobre o funcionamento das sessões ou que não participam ativamente dos processos cívicos, mas que têm um interesse em como as decisões políticas afetam sua vida.

Além disso, é importante incluir na comunicação aqueles que já têm um envolvimento mínimo ou interesse em entender melhor o papel da Câmara e como suas decisões impactam o município, criando um convite para maior engajamento e participação.

Como dizer

A comunicação será feita em tom educativo e transparente, utilizando uma linguagem simples, objetiva e acessível. O objetivo é evitar jargões técnicos e garantir que as informações cheguem de forma clara, sem criar barreiras ao entendimento do público. A ideia é criar uma sensação de conexão e proximidade, fazendo com que o público se sinta convidado a participar ativamente.

Será fundamental o uso de exemplos práticos de como as decisões da Câmara impactam a vida diária das pessoas, utilizando stories, vídeos curtos, infográficos e ilustrações para desmistificar os processos legislativos.

A campanha também fará uso de testemunhos e depoimentos de pessoas que acompanharam as sessões ou participaram de momentos decisivos da Câmara, mostrando que a transparência e a participação são acessíveis e importantes para todos.

Quando dizer

A campanha será veiculada ao longo de 60 dias, com uma abordagem contínua para garantir o acompanhamento constante e a fixação da mensagem na mente da população.

- **Lançamento da campanha:** A campanha será iniciada com um vídeo explicativo nas redes sociais e rádio local, informando sobre o que são as sessões da Câmara e convidando a população a acompanhar.
- **Ações periódicas:** Durante os 60 dias, será realizada uma sequência de conteúdos informativos e engajadores, com posts semanais, transmissões ao vivo das sessões e enquetes que incentivam o engajamento.
- **Pico de engajamento:** O período de maior divulgação será nos dias que antecedem as sessões mais importantes, incentivando a participação ativa e acompanhando discussões que envolvem diretamente a população.

Que meios utilizar

A campanha será multicanal, utilizando diferentes plataformas de comunicação para garantir um alcance amplo e eficaz, com base no comportamento de consumo de mídia da população de Caieiras. A escolha dos meios visa maximizar o impacto da mensagem, garantindo que o público tenha acesso à informação em formatos diversos.

Meios principais:

A campanha será multicanal, utilizando diferentes plataformas de comunicação para garantir um alcance amplo e eficaz, com base no comportamento de consumo de mídia da população de Caieiras. A escolha dos meios visa maximizar o impacto da mensagem, garantindo que o público tenha acesso à informação em formatos diversos.

1. Mídias Digitais

- **Redes Sociais:**

- Facebook e Instagram: Criar postagens regulares, vídeos curtos e Stories, convidando a população a acompanhar as sessões ao vivo, participar de enquetes e interagir com as decisões da Câmara.
- YouTube: Criar vídeos mais elaborados, como "como funciona a Câmara", e entrevistas com vereadores para desmistificar o processo legislativo, além de transmissões ao vivo das sessões.

- **Site Institucional da Câmara:**

- Disponibilizar uma seção interativa com transmissões ao vivo das sessões, resumos das decisões, informações sobre como participar e contribuir nas sessões.
- Criar um blog ou área de notícias para manter a população informada sobre as principais decisões da Câmara e o impacto delas na cidade.

- **WhatsApp:**

- Utilizar grupos de WhatsApp para informar rapidamente a população sobre as datas das sessões, temas importantes, ou resultados de votações. O WhatsApp é uma excelente ferramenta de diálogo direto e pode ajudar a criar uma comunidade de cidadãos engajados.

2. Mídias Tradicionais

- **Rádio Local:**

- Spots de rádio com mensagens curtas e diretas convidando a população a acompanhar as sessões, explicando como a participação ativa pode influenciar as decisões. Programas ao vivo com vereadores para discutir o impacto das votações e convidar os cidadãos a se engajar.

- **Jornais Locais e Panfletos:**

- Anúncios e artigos em jornais locais explicando o funcionamento da Câmara e como os cidadãos podem se envolver. Distribuição de panfletos nos principais pontos da cidade, como praças, escolas e centros de saúde, destacando o convite para acompanhar e participar das sessões.

- Infográficos sobre como as decisões da Câmara afetam diretamente o dia a dia da população, usando uma linguagem clara e acessível.

- **Painéis e Outdoors:**

- Anúncios em locais estratégicos da cidade (praças, centros comerciais, terminais de ônibus), com mensagens simples e impactantes como "A Câmara está mais próxima de você do que nunca. Participe!".
- QR Codes para facilitar o acesso ao site e plataformas digitais da Câmara.

3. Meios Eletrônicos

- **TV Local:**

- Criação de peças publicitárias para serem transmitidas em canais de TV locais, como entrevistas, programas de esclarecimento sobre o papel da Câmara Municipal e como as pessoas podem acompanhar as sessões ao vivo.
- Transmissão ao vivo de algumas sessões em horários acessíveis para alcançar aqueles que não possuem acesso à internet.

5. Estratégias de Engajamento

- **Ações de Gamificação:**

- Criar competências interativas nas redes sociais ou no site institucional, como quizzes e desafios sobre o funcionamento da Câmara e a importância da participação cívica. Oferecer prêmios simbólicos para incentivar o engajamento, como ingressos para eventos ou encontros com vereadores.

-

- **Aplicativo da Câmara (se viável):**

- Desenvolver um aplicativo móvel que permita aos cidadãos receber notificações sobre sessões, votações e resultados de forma personalizada. O aplicativo também poderia permitir que os cidadãos enviassem sugestões ou comentários diretamente para os vereadores.

c- Idéia Criativa

Ideia Central: A campanha publicitária da Câmara Municipal de Caieiras será desenvolvida com base no conceito "Conhecer para Crescer", que destaca a

relação direta entre informação e progresso social. A ideia criativa visa transformar um tema tradicionalmente percebido como burocrático e distante em algo acessível, relevante e envolvente para a população, promovendo a transparência e estimulando a participação cidadã.

Abordagem Criativa: A comunicação será pautada em uma narrativa clara, objetiva e envolvente, utilizando elementos visuais e textuais que transmitam proximidade e acolhimento. O tom será educativo e motivacional, reforçando que o conhecimento sobre o funcionamento da Câmara Municipal impacta diretamente o cotidiano dos cidadãos.

Será utilizada uma linguagem descomplicada e moderna, afastando-se de jargões técnicos e priorizando uma comunicação direta, com exemplos práticos e cotidianos que demonstrem a importância das decisões legislativas para a cidade.

Elementos Criativos:

- **Slogan:** "Conhecer para Crescer"
- **Identidade Visual:** Design moderno e amigável, com cores institucionais combinadas a elementos visuais que remetem à inclusão e ao engajamento comunitário.
- **Conteúdo Audiovisual:** Utilização de vídeos curtos, infográficos e animações para explicar de forma didática o funcionamento da Câmara e o impacto das sessões legislativas.
- **Narrativas Humanizadas:** Depoimentos reais de cidadãos, líderes comunitários e vereadores destacando a importância da participação popular.
- **Interatividade:** Enquetes, quizzes e desafios gamificados nas redes sociais e site institucional para estimular o aprendizado sobre o papel da Câmara.

Aplicabilidade da Ideia Criativa: A ideia criativa será aplicada em todos os materiais da campanha, garantindo coesão entre os diferentes canais de comunicação. A identidade visual e a linha editorial serão padronizadas para fortalecer o reconhecimento da campanha e maximizar seu impacto.

A estratégia incluirá a presença nos meios digitais, com conteúdos interativos e transmissões ao vivo, além de ações offline, como spots de rádio, materiais impressos e outdoors estrategicamente posicionados na cidade. O uso de multiplataformas garante maior alcance e engajamento, promovendo o fortalecimento da relação entre a Câmara e os cidadãos.

Relação das Peças da Campanha A campanha contará com um conjunto de peças estratégicas para garantir ampla divulgação e engajamento do público. As peças planejadas incluem:

Peças Digitais:

- **Posts para Redes Sociais** (Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter)
- **Stories Interativos** (Enquetes, Quiz e Perguntas)
- **Vídeos Institucionais** (Reels e TikTok)
- **Banners para Site e Blog**
- **E-mail Marketing** (Newsletters e Comunicados Oficiais)
- **Anúncios Patrocinados** (Facebook Ads e Google Ads)

Peças Impressas:

- **Banners e Faixas** (para eventos e locais públicos)
- **Cartazes Informativos** (postos de atendimento e prédios públicos)
- **Folder Explicativo** (distribuição em ações presenciais)

Peças Audiovisuais:

- **Spots para Rádio** (chamadas institucionais)
- **Vídeos Publicitários** (produção de material para TV e redes sociais)

Eventos e Ações Presenciais:

- **Palestras e Workshops** (em parceria com instituições locais)
- **Ações Comunitárias** (com distribuição de materiais informativos)
- **Coletivas de Imprensa** (divulgação oficial das iniciativas)
- **Campanhas de Conscientização** (datas comemorativas e temas sociais)

Essas peças serão desenvolvidas com identidade visual alinhada à comunicação da Câmara Municipal de Caieiras, garantindo consistência e fortalecimento da marca institucional.

Nesta seção, apresentamos exemplos visuais das peças que compõem a campanha, destacando os principais elementos de design, mensagens-chave e formatos utilizados para engajar o público-alvo.

Identidade Visual e Diretrizes de Design

As peças seguem uma identidade visual consistente, com paleta de cores, tipografia e elementos gráficos alinhados à proposta da campanha. O design prioriza a clareza da informação e a harmonia visual, garantindo reconhecimento imediato da marca.

Exemplos de Peças

Postagens para Redes Sociais

- **Post Carrossel:** Apresentação interativa de informações sobre o produto/serviço.
- **Post Estático:** Imagem principal acompanhada de legenda estratégica.
- **Stories Animados:** Conteúdo dinâmico para engajamento rápido.
- **Reels/Vídeos Curtos:** Demonstração de produtos/serviços com chamada para ação.

Materiais Impressos

- **Folder Informativo:** Resumo da campanha com informações essenciais.
- **Cartaz Promocional:** Peça visual de grande impacto para exposição.
- **Flyer:** Material compacto para distribuição direta ao público.

Anúncios Digitais

- **Banners Web:** Aplicados em websites e plataformas digitais.
- **Anúncios em Stories e Feed:** Adaptados para Facebook, Instagram e TikTok.
- **Google Display Ads:** Peças otimizadas para campanhas de remarketing.

Justificativa dos Exemplos

As peças serão desenvolvidas com base nas melhores práticas de comunicação visual e marketing digital, garantindo coerência entre os canais e impactando positivamente o público-alvo. Cada formato foi selecionado estrategicamente para maximizar o alcance e engajamento da campanha.

As prévias visuais serão apresentadas no anexo ou link de compartilhamento das artes finais.

Estratégia de Mídia ON e OFF

A estratégia de mídia desenvolvida para a Câmara Municipal de Caieiras tem como objetivo informar a população sobre o funcionamento das sessões legislativas, promovendo transparência e engajamento cívico. O plano combina ações ON e OFF, utilizando canais digitais e tradicionais para alcançar diferentes públicos de forma eficiente. Com um orçamento de R\$150.000,00 e veiculação de 60 dias, as ações foram planejadas para maximizar o alcance e estimular a participação dos cidadãos, fortalecendo a conexão entre o legislativo e a comunidade.

Mídia ON

Redes Sociais (Facebook, Instagram):

Objetivo: Divulgar conteúdos educativos sobre o papel das sessões legislativas e transmitir ao vivo as reuniões.

Formato: Postagens patrocinadas (cards, vídeos curtos, carrosséis), stories interativos e transmissões ao vivo.

Investimento: R\$40.000,00

Site Oficial da Câmara:

Objetivo: Centralizar informações sobre as sessões legislativas e publicar materiais institucionais.

Formato: Atualização de banners e criação de artigos explicativos.

Investimento: R\$5.000,00

Google Ads (Rede de Pesquisa e Display):

Objetivo: Direcionar tráfego para o site oficial e aumentar a visibilidade da campanha.

Formato: Anúncios em pesquisa e banners em sites locais.

Investimento: R\$15.000,00

Mídia OFF

TV Local:

Objetivo: Alcançar ampla audiência com conteúdos informativos sobre o papel da Câmara e as sessões legislativas.

Formato: Comerciais ou matérias de pautas importantes da Câmara de 30 segundos exibidos em horários de alta audiência.

Investimento: R\$30.000,00

Portais de Comunicação Local (incluindo Jornais Impressos):

Objetivo: Informar sobre o calendário das sessões e divulgar matérias educativas.

Formato: Anúncios e encartes explicativos em versões digitais e impressas.

Investimento: R\$20.000,00

Rádio Local:

Objetivo: Transmitir mensagens sobre a importância da participação cívica e anunciar as sessões.

Formato: Spots de 30 segundos em horários estratégicos.

Investimento: R\$15.000,00

Outdoor:

Objetivo: Destacar mensagens chave da campanha e informar sobre o papel da Câmara.

Formato: Outdoors localizados em áreas de grande circulação.

Investimento: R\$ 25.000,00

Resumo do investimento por veículo

Veículo	Investimento (R\$)
ON	
Redes Sociais (Meta Facebook e Instagram)	R\$40.000,00
Site Oficial	R\$5.000,00
Google Ads	R\$15.000,00
Subtotal ON	R\$60.000,00
OFF	
TV Local	R\$30.000,00
Portais de Comunicação	R\$20.000,00
Rádio	R\$15.000,00
Outdoor	R\$25.000,00
Subtotal OFF	R\$90.000,00
Total Geral	R\$150.000,00

Thiago S.

6

1

2 3

tr / t

I - Plano de Comunicação Publicitária

a- Raciocínio Básico

Diagnóstico das Necessidades de Comunicação do Município

A Câmara Municipal de Caieiras enfrenta um desafio significativo no que diz respeito à comunicação com a população. A principal questão identificada é a falta de conhecimento e envolvimento da população nas atividades do poder legislativo. Isso se reflete na baixa participação cidadã nas sessões da Câmara e na percepção de distanciamento entre os governantes e os governados.

Para abordar essa questão, a comunicação precisa ser direcionada a uma audiência diversificada, com especial atenção aos jovens adultos e cidadãos que ainda não compreendem a relevância do processo legislativo no seu dia a dia. A população precisa entender não só como as sessões da Câmara funcionam, mas também como elas impactam diretamente o seu cotidiano e o desenvolvimento de Caieiras.

As ações de comunicação devem ser pensadas para:

1. Educar a população sobre o papel da Câmara Municipal e a importância das sessões legislativas.
2. Promover a transparência, mostrando como as decisões impactam a cidade.
3. Incentivar o acompanhamento das sessões, usando a comunicação para aproximar os cidadãos da gestão pública.
4. Criar um canal direto e acessível para o diálogo, com foco na aproximação e na construção de confiança.

Compreensão do Objeto da Licitação

O objeto da licitação é a criação de uma campanha publicitária voltada para a divulgação e o esclarecimento sobre o funcionamento e a importância das sessões da Câmara Municipal de Caieiras. O objetivo central é informar, educar e engajar a população, incentivando a participação ativa nos processos legislativos e promovendo maior transparência.

A campanha deverá ser multifacetada, envolvendo peças publicitárias para meios digitais e impressos, além de ações que incentivem a interação com os cidadãos, principalmente nas redes sociais, site institucional da Câmara e outros canais locais.

O desafio central da campanha está em transformar um tema muitas vezes visto como técnico e distante — o funcionamento da Câmara Municipal — em algo acessível e interessante para todos os cidadãos de Caieiras, independentemente do nível de conhecimento prévio sobre o assunto.

Diagnóstico do Desafio de Comunicação

O maior desafio de comunicação a ser enfrentado pela campanha é o distanciamento entre o poder legislativo e os cidadãos, causado pela falta de compreensão sobre o funcionamento das sessões e a importância da Câmara Municipal. Muitas vezes, a falta de participação da população nas decisões da Câmara se deve à falta de entendimento sobre o impacto das decisões legislativas no dia a dia da cidade.

Além disso, existe a necessidade de humanizar o poder legislativo, mostrando-o como uma instituição acessível e transparente, que está ao serviço da população. A linguagem precisa ser clara, objetiva e, ao mesmo tempo, educativa, evitando termos técnicos e criando uma relação de proximidade com o público.

Por fim, a motivação para o engajamento nas sessões e a participação cívica também representa um desafio. A população precisa ser convencida de que sua presença e acompanhamento das sessões podem realmente fazer diferença nas decisões que impactam o município.

b- Estratégia de Comunicação Publicitária

I. Partido Temático e Conceito

Partido Temático: "Conhecer para Crescer"

O partido temático propõe uma relação direta entre o conhecimento e o desenvolvimento, seja da cidade, do cidadão ou do processo democrático. Conhecer a Câmara Municipal, entender suas funções e participar ativamente das decisões, permite ao cidadão contribuir de forma mais eficaz para o crescimento coletivo da cidade.

O crescimento se dá tanto em um nível individual – ao capacitar o cidadão com informações claras e acessíveis, fortalecendo seu papel como protagonista nas decisões do município – quanto no nível coletivo – ao permitir que todos, juntos, contribuam para um futuro melhor para Caieiras.

Conceito Criativo: "Conhecer para Crescer"

O conceito criativo "Conhecer para Crescer" parte do princípio de que a informação e a educação são ferramentas poderosas para a transformação social. Ao compreender as decisões da Câmara e o impacto delas no cotidiano da cidade, o cidadão se torna capaz de agir de maneira mais consciente e ativa, ajudando a moldar um futuro melhor para Caieiras.

A ideia é criar uma conexão entre o conhecimento e o progresso tanto individual quanto coletivo. Conhecer o processo legislativo e acompanhar as decisões da Câmara é uma forma de crescer como cidadão, assumindo um papel mais ativo e consciente no futuro da cidade.

O conceito visa quebrar a barreira do desconhecimento sobre a política e as decisões legislativas, ao mesmo tempo que promove uma cidadania ativa, baseada em informação clara e acessível. Esse conceito também envolve a transparência como um elemento chave, garantindo que a Câmara Municipal de Caieiras se apresente como um espaço aberto e acolhedor, pronto para receber a população.

II. Estratégia de Comunicação Publicitária

A seguir, a estratégia de comunicação publicitária será detalhada com base nos principais pontos que definirão a campanha para o sucesso do desafio comunicacional. A estrutura será baseada nas perguntas-chave: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios utilizar.

O que dizer

A mensagem principal da campanha destaca a importância da transparência nas decisões da Câmara Municipal e o impacto direto que essas decisões têm no cotidiano dos cidadãos de Caieiras. A campanha reforça que as sessões estão abertas para o acompanhamento público, incentivando a participação ativa da população nas discussões que moldam o futuro da cidade.

Mensagens-chave incluem:

- "Você sabia que suas ideias e opiniões podem influenciar as decisões da Câmara?"
- "Acompanhe as sessões ao vivo e fique por dentro das decisões que moldam o futuro de Caieiras."
- "A Câmara Municipal de Caieiras está mais próxima de você do que nunca. Participe e acompanhe!"

A quem dizer

O público-alvo da campanha será todos os moradores de Caieiras, com ênfase em jovens adultos e cidadãos interessados em acompanhar o poder legislativo. Isso inclui pessoas que podem não ter conhecimento prévio sobre o funcionamento das sessões ou que não participam ativamente dos processos cívicos, mas que têm um interesse em como as decisões políticas afetam sua vida.

Além disso, é importante incluir na comunicação aqueles que já têm um envolvimento mínimo ou interesse em entender melhor o papel da Câmara e como suas decisões impactam o município, criando um convite para maior engajamento e participação.

Como dizer

A comunicação será feita em tom educativo e transparente, utilizando uma linguagem simples, objetiva e acessível. O objetivo é evitar jargões técnicos e garantir que as informações cheguem de forma clara, sem criar barreiras ao entendimento do público. A ideia é criar uma sensação de conexão e proximidade, fazendo com que o público se sinta convidado a participar ativamente.

Será fundamental o uso de exemplos práticos de como as decisões da Câmara impactam a vida diária das pessoas, utilizando stories, vídeos curtos, infográficos e ilustrações para desmistificar os processos legislativos.

A campanha também fará uso de testemunhos e depoimentos de pessoas que acompanharam as sessões ou participaram de momentos decisivos da Câmara, mostrando que a transparência e a participação são acessíveis e importantes para todos.

Quando dizer

A campanha será veiculada ao longo de 60 dias, com uma abordagem contínua para garantir o acompanhamento constante e a fixação da mensagem na mente da população.

- **Lançamento da campanha:** A campanha será iniciada com um vídeo explicativo nas redes sociais e rádio local, informando sobre o que são as sessões da Câmara e convidando a população a acompanhar.
- **Ações periódicas:** Durante os 60 dias, será realizada uma sequência de conteúdos informativos e engajadores, com posts semanais, transmissões ao vivo das sessões e enquetes que incentivam o engajamento.
- **Pico de engajamento:** O período de maior divulgação será nos dias que antecedem as sessões mais importantes, incentivando a participação ativa e acompanhando discussões que envolvem diretamente a população.

Que meios utilizar

A campanha será multicanal, utilizando diferentes plataformas de comunicação para garantir um alcance amplo e eficaz, com base no comportamento de consumo de mídia da população de Caieiras. A escolha dos meios visa maximizar o impacto da mensagem, garantindo que o público tenha acesso à informação em formatos diversos.

Meios principais:

A campanha será multicanal, utilizando diferentes plataformas de comunicação para garantir um alcance amplo e eficaz, com base no comportamento de consumo de mídia da população de Caieiras. A escolha dos meios visa maximizar o impacto da mensagem, garantindo que o público tenha acesso à informação em formatos diversos.

1. Mídias Digitais

- **Redes Sociais:**

- Facebook e Instagram: Criar postagens regulares, vídeos curtos e Stories, convidando a população a acompanhar as sessões ao vivo, participar de enquetes e interagir com as decisões da Câmara.
- YouTube: Criar vídeos mais elaborados, como "como funciona a Câmara", e entrevistas com vereadores para desmistificar o processo legislativo, além de transmissões ao vivo das sessões.

- **Site Institucional da Câmara:**

- Disponibilizar uma seção interativa com transmissões ao vivo das sessões, resumos das decisões, informações sobre como participar e contribuir nas sessões.
- Criar um blog ou área de notícias para manter a população informada sobre as principais decisões da Câmara e o impacto delas na cidade.

- **WhatsApp:**

- Utilizar grupos de WhatsApp para informar rapidamente a população sobre as datas das sessões, temas importantes, ou resultados de votações. O WhatsApp é uma excelente ferramenta de diálogo direto e pode ajudar a criar uma comunidade de cidadãos engajados.

2. Mídias Tradicionais

- **Rádio Local:**

- Spots de rádio com mensagens curtas e diretas convidando a população a acompanhar as sessões, explicando como a participação ativa pode influenciar as decisões. Programas ao vivo com vereadores para discutir o impacto das votações e convidar os cidadãos a se engajar.

- **Jornais Locais e Panfletos:**

- Anúncios e artigos em jornais locais explicando o funcionamento da Câmara e como os cidadãos podem se envolver. Distribuição de panfletos nos principais pontos da cidade, como praças, escolas e centros de saúde, destacando o convite para acompanhar e participar das sessões.

- Infográficos sobre como as decisões da Câmara afetam diretamente o dia a dia da população, usando uma linguagem clara e acessível.

- **Painéis e Outdoors:**

- Anúncios em locais estratégicos da cidade (praças, centros comerciais, terminais de ônibus), com mensagens simples e impactantes como "A Câmara está mais próxima de você do que nunca. Participe!".
- QR Codes para facilitar o acesso ao site e plataformas digitais da Câmara.

3. Meios Eletrônicos

- **TV Local:**

- Criação de peças publicitárias para serem transmitidas em canais de TV locais, como entrevistas, programas de esclarecimento sobre o papel da Câmara Municipal e como as pessoas podem acompanhar as sessões ao vivo.
- Transmissão ao vivo de algumas sessões em horários acessíveis para alcançar aqueles que não possuem acesso à internet.

5. Estratégias de Engajamento

- **Ações de Gamificação:**

- Criar competências interativas nas redes sociais ou no site institucional, como quizzes e desafios sobre o funcionamento da Câmara e a importância da participação cívica. Oferecer prêmios simbólicos para incentivar o engajamento, como ingressos para eventos ou encontros com vereadores.

-

- **Aplicativo da Câmara (se viável):**

- Desenvolver um aplicativo móvel que permita aos cidadãos receber notificações sobre sessões, votações e resultados de forma personalizada. O aplicativo também poderia permitir que os cidadãos enviassem sugestões ou comentários diretamente para os vereadores.

c- Idéia Criativa

Ideia Central: A campanha publicitária da Câmara Municipal de Caieiras será desenvolvida com base no conceito "Conhecer para Crescer", que destaca a

relação direta entre informação e progresso social. A ideia criativa visa transformar um tema tradicionalmente percebido como burocrático e distante em algo acessível, relevante e envolvente para a população, promovendo a transparência e estimulando a participação cidadã.

Abordagem Criativa: A comunicação será pautada em uma narrativa clara, objetiva e envolvente, utilizando elementos visuais e textuais que transmitam proximidade e acolhimento. O tom será educativo e motivacional, reforçando que o conhecimento sobre o funcionamento da Câmara Municipal impacta diretamente o cotidiano dos cidadãos.

Será utilizada uma linguagem descomplicada e moderna, afastando-se de jargões técnicos e priorizando uma comunicação direta, com exemplos práticos e cotidianos que demonstrem a importância das decisões legislativas para a cidade.

Elementos Criativos:

- **Slogan:** "Conhecer para Crescer"
- **Identidade Visual:** Design moderno e amigável, com cores institucionais combinadas a elementos visuais que remetem à inclusão e ao engajamento comunitário.
- **Conteúdo Audiovisual:** Utilização de vídeos curtos, infográficos e animações para explicar de forma didática o funcionamento da Câmara e o impacto das sessões legislativas.
- **Narrativas Humanizadas:** Depoimentos reais de cidadãos, líderes comunitários e vereadores destacando a importância da participação popular.
- **Interatividade:** Enquetes, quizzes e desafios gamificados nas redes sociais e site institucional para estimular o aprendizado sobre o papel da Câmara.

Aplicabilidade da Ideia Criativa: A ideia criativa será aplicada em todos os materiais da campanha, garantindo coesão entre os diferentes canais de comunicação. A identidade visual e a linha editorial serão padronizadas para fortalecer o reconhecimento da campanha e maximizar seu impacto.

A estratégia incluirá a presença nos meios digitais, com conteúdos interativos e transmissões ao vivo, além de ações offline, como spots de rádio, materiais impressos e outdoors estrategicamente posicionados na cidade. O uso de multiplataformas garante maior alcance e engajamento, promovendo o fortalecimento da relação entre a Câmara e os cidadãos.

Relação das Peças da Campanha A campanha contará com um conjunto de peças estratégicas para garantir ampla divulgação e engajamento do público. As peças planejadas incluem:

Peças Digitais:

- **Posts para Redes Sociais** (Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter)
- **Stories Interativos** (Enquetes, Quiz e Perguntas)
- **Vídeos Institucionais** (Reels e TikTok)
- **Banners para Site e Blog**
- **E-mail Marketing** (Newsletters e Comunicados Oficiais)
- **Anúncios Patrocinados** (Facebook Ads e Google Ads)

Peças Impressas:

- **Banners e Faixas** (para eventos e locais públicos)
- **Cartazes Informativos** (postos de atendimento e prédios públicos)
- **Folder Explicativo** (distribuição em ações presenciais)

Peças Audiovisuais:

- **Spots para Rádio** (chamadas institucionais)
- **Vídeos Publicitários** (produção de material para TV e redes sociais)

Eventos e Ações Presenciais:

- **Palestras e Workshops** (em parceria com instituições locais)
- **Ações Comunitárias** (com distribuição de materiais informativos)
- **Coletivas de Imprensa** (divulgação oficial das iniciativas)
- **Campanhas de Conscientização** (datas comemorativas e temas sociais)

Essas peças serão desenvolvidas com identidade visual alinhada à comunicação da Câmara Municipal de Caieiras, garantindo consistência e fortalecimento da marca institucional.

Nesta seção, apresentamos exemplos visuais das peças que compõem a campanha, destacando os principais elementos de design, mensagens-chave e formatos utilizados para engajar o público-alvo.

Identidade Visual e Diretrizes de Design

As peças seguem uma identidade visual consistente, com paleta de cores, tipografia e elementos gráficos alinhados à proposta da campanha. O design prioriza a clareza da informação e a harmonia visual, garantindo reconhecimento imediato da marca.

Exemplos de Peças

Postagens para Redes Sociais

- **Post Carrossel:** Apresentação interativa de informações sobre o produto/serviço.
- **Post Estático:** Imagem principal acompanhada de legenda estratégica.
- **Stories Animados:** Conteúdo dinâmico para engajamento rápido.
- **Reels/Vídeos Curtos:** Demonstração de produtos/serviços com chamada para ação.

Materiais Impressos

- **Folder Informativo:** Resumo da campanha com informações essenciais.
- **Cartaz Promocional:** Peça visual de grande impacto para exposição.
- **Flyer:** Material compacto para distribuição direta ao público.

Anúncios Digitais

- **Banners Web:** Aplicados em websites e plataformas digitais.
- **Anúncios em Stories e Feed:** Adaptados para Facebook, Instagram e TikTok.
- **Google Display Ads:** Peças otimizadas para campanhas de remarketing.

Justificativa dos Exemplos

As peças serão desenvolvidas com base nas melhores práticas de comunicação visual e marketing digital, garantindo coerência entre os canais e impactando positivamente o público-alvo. Cada formato foi selecionado estrategicamente para maximizar o alcance e engajamento da campanha.

As prévias visuais serão apresentadas no anexo ou link de compartilhamento das artes finais.

Estratégia de Mídia ON e OFF

A estratégia de mídia desenvolvida para a Câmara Municipal de Caieiras tem como objetivo informar a população sobre o funcionamento das sessões legislativas, promovendo transparência e engajamento cívico. O plano combina ações ON e OFF, utilizando canais digitais e tradicionais para alcançar diferentes públicos de forma eficiente. Com um orçamento de R\$150.000,00 e veiculação de 60 dias, as ações foram planejadas para maximizar o alcance e estimular a participação dos cidadãos, fortalecendo a conexão entre o legislativo e a comunidade.

Mídia ON

Redes Sociais (Facebook, Instagram):

Objetivo: Divulgar conteúdos educativos sobre o papel das sessões legislativas e transmitir ao vivo as reuniões.

Formato: Postagens patrocinadas (cards, vídeos curtos, carrosséis), stories interativos e transmissões ao vivo.

Investimento: R\$40.000,00

Site Oficial da Câmara:

Objetivo: Centralizar informações sobre as sessões legislativas e publicar materiais institucionais.

Formato: Atualização de banners e criação de artigos explicativos.

Investimento: R\$5.000,00

Google Ads (Rede de Pesquisa e Display):

Objetivo: Direcionar tráfego para o site oficial e aumentar a visibilidade da campanha.

Formato: Anúncios em pesquisa e banners em sites locais.

Investimento: R\$15.000,00

Mídia OFF

TV Local:

Objetivo: Alcançar ampla audiência com conteúdos informativos sobre o papel da Câmara e as sessões legislativas.

Formato: Comerciais ou matérias de pautas importantes da Câmara de 30 segundos exibidos em horários de alta audiência.

Investimento: R\$30.000,00

Portais de Comunicação Local (incluindo Jornais Impressos):

Objetivo: Informar sobre o calendário das sessões e divulgar matérias educativas.

Formato: Anúncios e encartes explicativos em versões digitais e impressas.

Investimento: R\$20.000,00

Rádio Local:

Objetivo: Transmitir mensagens sobre a importância da participação cívica e anunciar as sessões.

Formato: Spots de 30 segundos em horários estratégicos.

Investimento: R\$15.000,00

Outdoor:

Objetivo: Destacar mensagens chave da campanha e informar sobre o papel da Câmara.

Formato: Outdoors localizados em áreas de grande circulação.

Investimento: R\$ 25.000,00

Resumo do investimento por veículo

Veículo	Investimento (R\$)
ON	
Redes Sociais (Meta Facebook e Instagram)	R\$40.000,00
Site Oficial	R\$5.000,00
Google Ads	R\$15.000,00
Subtotal ON	R\$60.000,00
OFF	
TV Local	R\$30.000,00
Portais de Comunicação	R\$20.000,00
Rádio	R\$15.000,00
Outdoor	R\$25.000,00
Subtotal OFF	R\$90.000,00
Total Geral	R\$150.000,00