

**CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR CESREI LTDA
CESREI FACULDADE
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**ÁNDERSON PEREIRA DA SILVA
DIANDRA NADRYELE FARIAS SILVA CAVALCANTE**

CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA LANÇAMENTO DA AGÊNCIA DUALI

**CAMPINA GRANDE - PB
2023**

**ÁNDERSON PEREIRA DA SILVA
DIANDRA NADRYELE FARIAS SILVA CAVALCANTE**

CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA LANÇAMENTO DA AGÊNCIA DUALI

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade Campanha Publicitária, apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, pela referida instituição.

Orientador: Prof. Dr. Adelino Pereira da Silva.

**CAMPINA GRANDE - PB
2023**

S586c Silva, Anderson Pereira da.
Campanha publicitária para lançamento da Agência Duali / Anderson Pereira da Silva, Diandra Nadryele Farias Silva Cavalcante. – Campina Grande, 2023.
73 f. : il. color.

Campanha Publicitária (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Cesrei Faculdade – Centro de Educação Superior Cesrei Ltda., 2023.

"Orientação: Prof. Dr. Adelino Pereira da Silva".

Referências.

1. Marketing Digital. 2. Agência de Publicidade – Agência Duali. 3. Lançamento de Marca. 4. Marketing. I. Cavalcante, Diandra Nadryele Farias Silva. II. Silva, Adelino Pereira da. III. Título.

CDU 659.1(043)

**ÂNDERSON PEREIRA DA SILVA
DIANDRA NADRYELE FARIAS SILVA CAVALCANTE**

CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA LANÇAMENTO DA AGÊNCIA DUALI

Aprovado em: 05 / 06 / 2023.

BANCA EXAMINADORA

Adelino Pereira da Silva

Prof. Dr. Adelino Pereira da Silva – CESREI Faculdade
Orientador

Débora Marx Batista de Melo Chaves

Prof^ª. Ma. Débora Marx Batista de Melo Chaves – CESREI Faculdade
1^ª Examinadora

Fabiano Raposo Costa

Prof. Me. Fabiano Raposo Costa – CESREI Faculdade
2^º Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço ao Anderson Silva, meu companheiro de profissão, meu melhor amigo e parceiro de curso e da vida, pelo qual tive a honra de escrever e desenvolver esse projeto junto. Sem a sua paciência em meio à minha ansiedade, não teria conseguido chegar até aqui.

Muito obrigado a minha mãe, Noemia Farias, e minha irmã, Deborah Nathara, por me incentivarem a buscar o meu melhor potencial através dos estudos. Apesar dos obstáculos, cheguei até aqui e essa conquista não é só minha, mas sim, de todos nós.

Agradeço às minhas sobrinhas, Sophia Cavalcante, que sempre me inspira com sua alma artística e capacidade criativa; e Maria Cavalcante, que sempre foi um suspiro, me trazendo paz e alegria, mesmo sem compreender o que acontecia ao seu redor.

Gostaria de agradecer às minhas amigas Emmily Flôr, Júlia Lobo, Kallyne Victória e Thayse Guimarães por sempre me inspirarem e acreditarem no meu potencial. Vocês foram vitais para mim na superação de minhas inseguranças.

Por fim, gostaria de agradecer aos meus professores do curso de Publicidade e Propaganda que muito enriqueceram meus conhecimentos ao longo da graduação e, principalmente, ao nosso orientador e amigo Adelino Silva, que foi nosso mentor desde o primeiro dia de aula e não hesitou em conversar conosco compartilhando conhecimento.

Diandra Nadryele Farias Silva Cavalcante

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a minha maravilhosa esposa, Diandra Nadryele, que esteve ao meu lado e foi tão paciente comigo durante esta jornada e realização deste evento, acredito que se não fosse por ela, eu teria parado as aulas no início da pandemia, talvez eu nem escrevesse aqui esses agradecimentos.

Agradeço à minha mãe, que sempre apoiou todas as minhas escolhas e me ajudou a subir na trajetória da vida. Gostaria de agradecer também ao meu pai, José Carlos, que sempre me apoiou em tudo, e à minha irmã, Jhenyffer Martins, a quem tudo fiz para dar o exemplo.

Faço uma pausa para homenagear minhas sempre queridas e eternas avós Luzinete e Maria de Lourdes – mesmo que elas não estejam mais aqui fisicamente, elas vivem em meu coração para sempre.

Sou imensamente grato a todos os professores que me orientaram em meus estudos, mas especialmente ao professor Adelino Pereira; ele estava sempre “vigilando” a gente e garantindo que aproveitássemos ao máximo nossas aulas. Ele acabou se tornando um bom amigo para todos nós – um amigo que levarei para a vida.

Agradeço também a todos os meus amigos e familiares que sempre torceram por minhas vitórias, tanto pessoais quanto profissionais, sem vocês com certeza não estaria onde estou hoje, muito obrigado por tudo que fazem.

Ánderson Pereira da Silva

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| INTRODUÇÃO | 6 |
| 1. EXPLANAÇÃO DO AMBIENTE E MERCADO DO CLIENTE | 8 |
| 2. APRESENTAÇÃO DO <i>BRIEFING</i> | 9 |
| 3. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL | 10 |
| 4. PLANEJAMENTO DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA: ESTRATÉGIAS E CRONOGRAMAS DE VEICULAÇÃO | 11 |
| 5. MEMORIAL DESCRITIVO DAS PEÇAS DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA | 15 |
| 4.1 MÍDIA ELETRÔNICA AUDIOVISUAL (VT) | 15 |
| 4.2 MÍDIA ELETRÔNICA AUDITIVA (SPOT E/OU <i>JINGLE</i>)..... | 15 |
| 4.3 MÍDIA EXTERIOR (<i>OUTDOOR</i> , <i>BUSDOOR</i> , MOBILIÁRIO URBANO ETC) | 16 |
| 4.4 MÍDIA GRÁFICA (CARTAZ, FOLDER, PANFLETO ETC.) | 17 |
| 4.5 MÍDIA DIGITAL DE BASE (<i>LAYOUT PARA SITE/HOTSITE/LANDINGPAGE</i>) | 17 |
| 4.6 PERFIL DE REDE SOCIAL..... | 18 |
| 4.7 CRIAÇÃO DE ROTEIRO/CONTEÚDO PARA INFLUENCIADORES | 20 |
| 4.8 AÇÃO DE MÍDIA..... | 20 |
| 6. CONCLUSÃO | 22 |
| 7. REFERÊNCIAS | 23 |
| APÊNDICE 1 | 24 |
| APÊNDICE 2 | 27 |
| APÊNDICE 3 | 48 |
| APÊNDICE 4 | 50 |
| APÊNDICE 5 | 51 |
| APÊNDICE 6 | 53 |
| APÊNDICE 7 | 55 |
| APÊNDICE 8 | 56 |
| APÊNDICE 9 | 58 |
| APÊNDICE 10 | 60 |
| APÊNDICE 11 | 62 |
| APÊNDICE 12 | 64 |
| APÊNDICE 13 | 66 |
| APÊNDICE 14 | 69 |
| APÊNDICE 15 | 69 |

CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA LANÇAMENTO DA AGÊNCIA DUALI

Anderson Pereira da SILVA¹
Diandra Nadryele Farias Silva CAVALCANTE²
Adelino Pereira da SILVA³

RESUMO

O presente trabalho refere-se à Campanha Publicitária utilizada para o lançamento da Agência Duali, agência de publicidade localizada na cidade de Campina Grande (PB). Os nossos objetivos constituíram em gerar uma identidade visual atrativa, lançar a marca nas plataformas digital e tradicional, consolidar o nome Agência Duali no mercado, despertar o interesse de potenciais clientes e concretizar os primeiros contratos da empresa. Para atingir esses objetivos, foram utilizados planejamento estratégico e marketing de conteúdo para criar componentes visuais e sonoros, como criativos e vídeos para mídia digital, além de panfletos off-line, *outdoors*, VTs e *spots*, pois acreditamos ser crucial que todas as mídias sejam utilizadas para garantir o sucesso do lançamento. O relatório da campanha segue um método descritivo que descreve a implementação do processo criativo em sua totalidade. Nosso entendimento é que a abordagem criativa utilizada no desenvolvimento de materiais publicitários se alinha com a missão e visão da Duali e que alcançará e obterá uma resposta eficaz do público-alvo.

Palavras-chave: Campanha Publicitária. Agência de Publicidade. Agência Duali. Lançamento de Marca. Marketing.

ABSTRACT

The present work refers to the Advertising Campaign used for the launch of Duali Agency, an advertising agency located in the city of Campina Grande (PB). Our goals were to generate an attractive visual identity, launch the brand on the digital and traditional platforms, consolidate the name Duali Agency on the market, arouse the interest of potential customers and materialize the company's first contracts. To achieve these goals, strategic planning and content marketing were used to create visual and sound components, such as creatives and videos for digital media, as well as offline flyers, billboards, VTs and spots, because we believe it is crucial that all media be used to ensure the success of the launch. The campaign report follows a descriptive method that describes the implementation of the creative process in its entirety. Our understanding is that the creative approach used in the development of

¹ Concluinte do curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade CESREI.

² Concluinte do curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade CESREI.

³ Orientador. Professor Doutor em Filosofia (UFPE/UFPB/UFRN) e Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas (UFPB).

advertising materials aligns with Duali's mission and vision and will reach and elicit an effective response from the target audience.

Keywords: Advertising Campaign. Advertising Agency. Duali Agency. Brand launching. Marketing.

INTRODUÇÃO

Para que uma nova empresa se insira no mercado, é necessário que exista uma campanha publicitária que atenda todas as necessidades da organização, onde identidade visual, marketing tradicional e digital estejam atrelados baseados em um planejamento estratégico para que o resultado final seja o sucesso da campanha e que, conseqüentemente, atinja positivamente o público-alvo. A partir desse viés, foi construída a campanha publicitária de lançamento da Agência Duali, já que a cada dia que se passa os consumidores se tornam mais exigentes.

Nessa perspectiva, Arianne Guazzelli e Jacqueline Xarão (2018, p. 15) afirmam que “as mudanças significativas no ambiente organizacional, causadas pelo cenário econômico atual, acarretam maiores exigências, principalmente por parte dos consumidores”. Por isso, acrescentam as autoras, que se “tornam fundamental a elaboração de estratégias para enfrentar os desafios do mercado e atingir os objetivos estabelecidos pela instituição”.

O planejamento estratégico vem a cada dia mais sendo usado para que campanhas tenham o resultado que é idealizado no início do projeto, o unir a identidade visual, marketing tradicional e digital, é buscar envolver o público-alvo com todas as ferramentas e aproximá-lo da empresa.

Portanto, a partir das novas exigências e comportamento do consumidor, foi desenvolvido e executado um estudo sobre a campanha publicitária de lançamento da Agência Duali, para que consigamos atingir os objetivos esperados, que são eles:

- a) O desenvolvimento de identidade visual da marca condizente com o *briefing* solicitado e atrativo para o *target* da empresa;
- b) Lançamento da Agência Duali em plataformas digitais e *online* de forma simultânea;

c) Fixar do nome Duali como uma agência de publicidade que oferece serviços de qualidade para seus clientes;

d) Gerar interesse das marcas em trabalhar com a Agência Duali;

e) Fazer com que, através da campanha, a marca conquiste seus primeiros clientes, gerando resultados não só para a própria agência, mas também para as empresas contratantes dos serviços.

Para a criação da campanha publicitária da Agência Duali, traçamos um *briefing* junto ao cliente. Segundo S'antanna (2005, p.109), “chama-se *briefing* todas as informações preliminares que contém as instruções que o cliente fornece à agência para orientar os seus trabalhos.” Na elaboração do *briefing*, identificamos quais são os pontos principais que o cliente quer alcançar com sua agência.

Em seguida, elaboramos um plano de ação no qual definimos o plano estratégico adotado, analisamos todos os objetivos do cliente e as comunicações necessárias. O plano de mídia e *layout* também foi executado, juntamente com os conceitos criativos, composições e métodos utilizados. Após o planejamento, demos início à criação: tema, conceito, *slogan*, direção de arte, peças, entre outros. Por fim, apresentamos os orçamentos e custos necessários para executar a campanha criada.

Para construção da campanha publicitária, foi necessário fazer uma pesquisa teórica no que diz respeito à criação de uma campanha publicitária, nas mídias tradicionais e novas mídias, nos debruçando sobre teóricos que expliquem o marketing e seus fundamentos. Nessa etapa captamos informações variadas sobre planejamento estratégico, imagem, *branding* e construção de marca, vendo as abordagens de acordo com o cliente. Para esse processo, quanto aos objetivos, fizemos uma pesquisa exploratória, que de acordo com (Cervo, 2007, p. 63) “têm por objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção dele e descobrir novas ideias. Realiza descrições precisas da situação e quer descobrir relações existentes entre seus elementos componentes”.

O trabalho conta também com uma pesquisa descritiva, visto que foi descrito todo o processo criativo e de execução da campanha publicitária para a Agência Duali. Conforme Gil (2008), este tipo de pesquisa descreve as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na

utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

Concluindo, acreditamos que o conjunto de ações previamente propostas e executadas na construção da campanha publicitária de lançamento da Agência Duali atingirá os objetivos almejados: informar o público sobre a nova agência de publicidade que está prestes a entrar no mercado campinense e, em sucessão, atraí-los e prospectá-los como clientes.

1. EXPLANAÇÃO DO AMBIENTE E MERCADO DO CLIENTE

A Agência Duali é uma agência de publicidade pronta para entrar no mercado publicitário de Campina Grande - PB, com o objetivo de ajudar as pequenas empresas a apresentarem suas marcas nas mídias digitais e tradicionais, ajudando assim a desenvolver o mercado local, gerando incentivos mercadológicos para que esses pequenos empreendedores cresçam e invistam mais em seu negócio.

A Duali possui potencial para destacar-se no mercado local, onde há concorrentes fortes, mas que é insuficiente em alguns pontos, essenciais para a realização de atividades de valor para o cliente. Por isso, a agência se propõe em criar planejamento estratégico, criação e produção de materiais próprios, como fotos e vídeos, e se reunir frequentemente para desenvolver e entender a situação do cliente no mercado.

O mercado atual onde a Duali será instalada possui uma gama muito ampla de concorrentes, alguns mais antigos, já bem conhecidos no mercado, mas aparentemente, com uma estrutura desatualizada ou ultrapassada. E, alguns que são novos no mercado, mas que carecem de habilidades para desenvolver material aprofundado para os clientes.

Com dois futuros publicitários como CEO's, a Duali estará entrando no mercado com o desafio de se firmar e se diferenciar dos concorrentes, apoiando seus parceiros com serviços de qualidade e atendimento personalizado, trabalhando com honestidade e respeito, crescendo e aprendendo juntos.

2. APRESENTAÇÃO DO BRIEFING

Zeca Martins (2019, p. 2) afirma que *briefing* é um documento de motivação de vendas claro, simples e abrangente que levará à primeira venda de um produto. Portanto, as campanhas publicitárias devem começar com uma sessão de redação com a equipe de atendimento para obter todas as informações do cliente. Este também é o momento de apresentar e identificar público-alvo e concorrentes.

Com base em uma reunião feita no mês de fevereiro de 2023 com o cliente, Agência Duali, captamos informações essenciais para o desenvolvimento da campanha de lançamento. Conforme consta no Apêndice 1, começamos pela identificação do segmento da empresa, sendo ela uma agência de publicidade e produtora de material visual mídia, criada na cidade de Campina Grande, sendo o mesmo local onde a agência atuará.

O público-alvo são empresas de segmentos variados que já estão inseridas no mercado local, mas que precisam de impulsionamento com o uso do marketing para atingir novos clientes e ter maior reconhecimento de marca.

A concorrência é formada por agências de marketing e publicidade da mesma região que possuem vasto *networking* no mercado e profissionais capacitados, mas possuem pontos negativos, conforme pesquisa feita, sendo eles: a falta de planejamento estratégico; não possuem contato rotineiro com cada marca e; são carentes da produção de material visual mídia, tendo, assim, que terceirizar esse tipo de serviço.

Com base nas informações acima, conseguimos definir os objetivos da campanha, que são:

- a) Desenvolver uma identidade visual atrativa;
- b) Divulgar a marca em plataformas digitais e mídias tradicionais;
- c) Especificar Agência Duali como o nome da agência de publicidade;
- d) Interessar o empregador pelo serviço;
- e) Ajudar a marca a conseguir seus primeiros clientes.

Então, finalizamos com as estratégias, definição das mídias e criativos utilizados no lançamento, citados a seguir: criação da identidade visual da marca, mídia audiovisual VT, *spot*, *outdoor*, panfletos, *layout* para *site*, criativos para

Instagram, vídeos para TikTok, roteiro para influenciadores que são da área de comunicação e impulsionamento de três conteúdos usando o tráfego pago.

Na ocasião do colhimento das informações, como consta no *briefing*, o orçamento disponível para desenvolvimento da campanha e de sua vinculação, foi o valor de R\$40.000,00 (quarenta mil reais).

3. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

O logotipo pode ser o primeiro contato de um cliente em potencial com uma empresa, então se torna essencial que ele mostre aspectos do que os fundadores acreditam. Além disso, combinar uma identidade visual sólida, consistente e coerente, fará com que os anúncios da empresa sejam reconhecidos em qualquer tipo de mídia. Como citam Ares, Schaefer e Weigold (2023, p. 7), “o anúncio identifica o respectivo anunciante. [...] O anunciante deseja ser identificado. Do contrário, por que anunciar?”.

Então, além da necessidade da presença da marca no mercado de forma constante, é de um comum acordo que ela seja facilmente identificada e conseguimos isso com aspectos visuais de *design* definidos no desenvolvimento de identidade visual. Como Alice M. Tybout e Tim Calkins (2018, p. 21) afirmam:

Para produzir o design de uma marca, os profissionais de marketing devem tomar várias decisões críticas referentes ao uso de nomes, cores, símbolos e afins, para ajudar os consumidores a perceber um produto de modo consistente com as intenções da marca.

Já para a Agência Duali, quanto à estética do logotipo, conforme Apêndice 2, com base no perfil da marca e na pesquisa das tendências atuais do mercado, optamos por um estilo minimalista, apenas com tipografia, com o próprio nome inserindo um símbolo e uma variante, derivados do próprio arquétipo. Seguindo as tendências, chegamos à conclusão de combinar o tradicional com o digital, assim: na paleta de cores aparece à alusão ao digital e as “regras” de fontes estão relacionadas às mídias tradicionais, mais simples e nostálgicas.

Além disso, fizemos o estudo para o desenvolvimento do nome da agência, que houvesse referências no número dois, dualidade, dualismo, marketing e comunicação, chegando à opção final, Agência Duali.

A tipografia do *logotipo* teve como base a fonte Aristotélica Display Trial e Aristotélica Small Caps Regular, com customizações, seguindo a ordem Agência na parte superior, e Duali na parte abaixo. A formação da palavra “Duali” foi criada da forma que formasse duas palavras “du” e “ali”, já que a sua criação teve como base um nome criado e pudesse ser lido das duas formas, fazendo, também, com que a diagramação fosse possível como a união de dois nomes.

O símbolo derivado é uma forma de dois pontos e letra a “U”, fazendo a referência a um sorriso e, também, lembrando-se do dualismo da marca, como se houvesse dois indivíduos frente a frente se cumprimentando.

Como escolhemos trazer a identidade do digital para a marca, definimos uma paleta de cores com verde, azul e roxo, formados em um degradê (ou holográfico), outra tendência que está em alta e podemos perceber no logotipo de empresas como Instagram, Tinder e Globoplay, por exemplo.

Nesse processo, também decidimos o *slogan* da agência, sendo ele: “Sua Marca Merece Estar Aqui e Ali”, para forçar a ideia de que o marketing das empresas precisa estar em todas as mídias, sejam elas *online* ou *offline*.

4. PLANEJAMENTO DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA: ESTRATÉGIAS E CRONOGRAMAS DE VEICULAÇÃO

Para o acompanhamento da campanha, elaboramos tabelas de planejamento e cronogramas para o melhor acompanhamento de tudo que será veiculado. Segue todas as tabelas com suas respectivas funções.

| CRONOGRAMA DE POSTAGENS INSTAGRAM | | | | | | | |
|-----------------------------------|----------|------|--|---------|----------------------------------|------------------|----------|
| Tema | Data | Hora | Legenda | Local | Marcação | Tipo de conteúdo | Status |
| Teaser 1 | 04/07/23 | 12H | Tá vindo uma coisa forte aí... você está preparado? 🧐 #AgênciaDuali | CG (PB) | | Reels | Aprovado |
| Teaser 2 | 07/07/23 | 12H | Acho que vimos alguma coisa ali no fundo... você também? 🤔 #AgênciaDuali | CG (PB) | | Reels | Aprovado |
| Making of | 11/07/23 | 12H | Tudo pronto, agora chegou a hora de você conhecer a nova agência de Campina Grande! 👁️ #AgênciaDuali | CG (PB) | | Reels | Aprovado |
| Mini VT (vinheta animada) | 14/07/23 | 12H | Agora sim: a Agência Duali chegou! 🎉 Unindo planejamento estratégico, criação visual e marketing de conteúdo, vamos fazer com que a sua marca esteja presente do jeito que ela merece. Você está pronto para vê-la aqui e ali? 🍷💙💜 #AgênciaDuali | CG (PB) | | Reels | Aprovado |
| Referências | 18/07/23 | 12H | O novo com o antigo, o tradicional com o digital: conheçam o moodboard e referências para a criação do visual da Agência Duali! 🍷💙💜 Arraste para o lado e confira. #AgênciaDuali #Moodboard #IdentidadeVisual #Design | CG (PB) | | Reels | Aprovado |
| Quem somos? | 21/07/23 | 12H | Eles possuem as ferramentas e apenas um sonho: fazer a diferença na sua empresa! 😊 Arraste para o lado para conhecer um pouco dos CEO's da Agência Duali. 🍷💙💜 #AgênciaDuali #Marketing #Publicidade #Digital | CG (PB) | andesilv_ diandran adryele | Carrossel | Aprovado |

| Nossos serviços | 21/07/23 | 12H | | CG (PB) | | Story | Aprovado |
|---|----------|----------------------------|-------------------------|--|--|-------------|----------|
| CRONOGRAMA DE ACOMPANHAMENTO DE MÍDIAS OFF-LINE | | | | | | | |
| Mídia | Peça | Objetivos | Período | Datas de Veiculação | | Responsável | |
| TV Cabo Branco | VT | Fortalecimento da marca | 15/07/2023 a 31/07/2023 | Todas as segundas e sábados | | Anderson | |
| TV Borborema | VT | Fortalecimento da marca | 15/07/2023 a 31/07/2023 | Todas as quartas e sábados | | Anderson | |
| Rádio Campina FM | Spot | Aumento de tráfego no site | 11/07/2023 a 31/07/2023 | Todos os dias | | Anderson | |
| Rádio Correio FM | Spot | Aumento de tráfego no site | 11/07/2023 a 31/07/2023 | Todos os dias | | Anderson | |
| Outdoor Cativa | Arte | Lembrança de marca | 17/07/2023 a 30/07/2023 | 17/07/2023 a 30/07/2023 | | Anderson | |
| Panfletos | Arte | Visibilidade da marca | 17/07/2023 a 30/07/2023 | 15/07/2023 11/07/2023 e 30/07/2023 | | Anderson | |

| CRONOGRAMA DE ANÚNCIOS TRÁFEGO PAGO | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------|-------------|-----------------|------------------|------------------|
| Campanha | Plataforma | Data de Início | Data de Fim | Tipo de Anúncio | Orçamento Total | Orçamento Diário |
| Teaser 1 | Meta Ads | 03/07/23 | 14/07/23 | Reconhecimento | R\$ 495 | R\$ 45 |
| | Google Ads | | | | R\$ 495 | R\$ 45 |
| Teaser 2 | Meta Ads | 07/07/23 | 14/07/23 | Reconhecimento | R\$ 504 | R\$ 72 |
| | Google Ads | | | | R\$ 504 | R\$ 72 |
| Making Of | Meta Ads | 11/07/23 | 14/07/23 | Reconhecimento | R\$ 150 | R\$ 50 |
| | Google Ads | | | | R\$ 150 | R\$ 50 |
| Mini VT (vinheta) | Meta Ads | 14/07/23 | 31/07/23 | Reconhecimento | R\$ 680 | R\$ 40 |
| | Google Ads | | | | R\$ 680 | R\$ 40 |
| VT | Meta Ads | 18/07/23 | 31/07/23 | Tráfego | R\$ 650 | R\$ 50 |
| | Google Ads | | | | R\$ 650 | R\$ 50 |
| VALOR TOTAL: | | | | | R\$ 4.958 | R\$ 514 |

| CUSTO DE MÍDIA | | | |
|-----------------------------|-----------------------|--|-------------------|
| VEÍCULO | MEIO | ESPECIFICAÇÕES | VALOR |
| Televisão | TV Borborema | Veiculação de 10 chamadas | R\$ 12.000,00 |
| Televisão | TV Paraíba | Veiculação de 10 chamadas | R\$ 10.000,00 |
| Rádio | Campina FM | Veiculação de 80 chamadas | R\$ 3.012,00 |
| Rádio | Correio FM | Veiculação de 80 chamadas | R\$ 3.000,00 |
| Outdoor | Cativa Outdoor | Veiculação de 10 placas na praça de Campina Grande distribuídas em pontos estratégicos como Centro, principais avenidas e próximo a shoppings. | R\$ 5.000,00 |
| Internet | Meta Ads | Veiculação de campanhas no Instagram | R\$ 2.479,00 |
| Internet | Google Ads | Veiculação de anúncios na rede de pesquisa do Google e em inserções de vídeo no YouTube. | R\$ 2.479,00 |
| Material | Fornecedor | | |
| Panfletos | Caju | Produção de 2500 panfletos 22x28 em papel cochê 90g, para distribuição no centro, frente de shoppings e CDL. | R\$ 900,00 |
| Áudios | Mercado do off | Gravação e produção de spot e áudio narrado para o VT | R\$ 60,00 |
| Desenvolvimento site | BeeCube | Criação e desenvolvimento ponta a ponta do site | R\$ 1.000,00 |
| Hospedagem Site | NewHost | Hospedagem do site | R\$ 30,00 |
| Domínio | Registro BR | Domínio do site | R\$ 40,00 |
| VALOR TOTAL: | | | R\$ 40.000 |

5. MEMORIAL DESCRITIVO DAS PEÇAS DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA

4.1 MÍDIAS ELETRÔNICAS AUDIOVISUAIS (VT)

Segundo Cobra e Urdan (2017, pg. 315), “a televisão é o meio que dispõe de maior impacto e credibilidade. Ela entra nos lares com som e imagem, facilitando a introdução de diversas marcas de produtos no mercado brasileiro”. Então, para aproveitarmos por completo o uso de som e imagem, para o VT, decidimos trabalhar com a estética de recortes e usar a técnica de *motion designer*. Além disso, também utilizamos de maneira vasta a paleta de cores decidida na identidade visual e áudio narrado para contar a história criada.

Identificamos as necessidades dos potenciais clientes da Agência Duali e criamos uma narrativa a partir disso: empreendedores que possuem um pequeno negócio e querem que sua marca seja reconhecida e referência em todo o mercado.

Conforme demonstrado no Apêndice 3, com base no público-alvo, escolhemos Maria como personagem para o VT publicitário, que é uma microempresária que busca alavancar sua marca. Com o tempo, Maria percebeu os anúncios da Agência Duali em diferentes mídias em seu trabalho diário e entrou em contato com a empresa ao ver que era a solução certa para o seu negócio.

Nesta comunicação publicitária, para representar Maria, decidimos usar a imagem de um dos CEOs, pois esta é mais uma oportunidade de fixar sua imagem e dar a conhecer ao público quem está por trás da agência para melhor identificar e humanizar os negócios.

4.2 MÍDIA ELETRÔNICA AUDITIVA (SPOT E/OU JINGLE)

Cobra e Urdan (2017, pg. 319) afirmam que o rádio está mais próximo das pessoas, e é por meio desse tipo de mídia que elas acreditam que receberão as notícias com exclusividade e que também é um ótimo artifício caso o anunciante queira atingir um grande público ao mesmo tempo. Então, pensando nisso, decidimos pela criação do *spot* para vinculação na rádio, com o intuito de, mais uma vez, usar da necessidade do cliente em potencial.

No *spot*, ele (o cliente em potencial) começa sendo questionado sobre se gostaria que a sua empresa estivesse presente no mercado e, logo em seguida, é apresentado a solução, a saber: a contratação dos serviços da Agência Duali. Como está descrito no Apêndice 4, decidimos por um locutor masculino e com aspecto jovial para continuarmos passando os traços dos CEO's da empresa, já que é composta por um casal de jovens-adultos. Para o *background*, escolhemos trilha branca animada e efeitos sonoros de *fade in* no início e *fade out* no final.

4.3 MÍDIA EXTERIOR (*OUTDOOR*, *BUSDOOR*, MOBILIÁRIO URBANO ETC)

Conforme consta no Apêndice 5, no uso da mídia exterior, foi escolhido a mídia *outdoor*, com o intuito de reforçar a fixação da marca junto com o público, tendo em vista que a mensagem passada nesse tipo de mídia vai de encontro ao público, dentro de padrões de simplicidade e objetividade e sem a necessidade de verbas muito altas, segundo Cobra (2017).

Em sua produção, seguimos o padrão gráfico de referência repassado pelo cliente, conservando todas as suas características possíveis, como a especificidade de cor, tipografia e estilo. A ideia foi enfatizar a marca, colocando-a em destaque, com texto de apoio enfatizando a presença da instituição na cidade e seu propósito.

Além disso, optamos por incluir a imagem de que está por trás da agência, no caso os seus CEO's, assim como foi usado em outras produções, tendo em mente que não queríamos usar uma arte "chapada", apenas com texto e informações da empresa. O uso deles, vem como uma tentativa de humanização da marca, mostrando que realmente são pessoas comprometidas a fazer o que está sendo oferecido e propondo com que o público crie uma associação entre a marca e a imagem dos seus proprietários.

O uso de *QR Code* entrou no campo da arte como uma forma de vincular uma mídia a outra, neste caso quando uma pessoa escaneia este *QR Code* quando chega a mensagem no *outdoor*, ela é automaticamente direcionada para a página do Linktree da agência, onde poderá descobrir mais informações sobre como a Agência Duali pode ajudar com o posicionamento e veiculação de sua marca no mercado.

4.4 MÍDIA GRÁFICA (CARTAZ, FOLDER, PANFLETO ETC.)

Ao escolher qual mídia gráfica utilizar nessa campanha, analisamos e refletimos sobre como essa mídia surgiu e como podemos modernizar o processo, mas fazendo basicamente o que já é feito e o quanto podemos desenvolver criativamente, pensando muito além de apenas uma campanha, assim com esta que foi desenvolvida.

A nossa decisão de criar um panfleto baseou-se no fato de ser um tipo de discurso publicitário que se aproxima do cotidiano do grande público. Esse gênero de discurso visa envolver o leitor em momentos de total distração e, em última análise, provocar uma reação em resposta à mensagem apresentada. Como afirmou Ruth Amossy (2005, p. 20), “o panfleto é definido em termos de ato pelo qual o enunciador se engaja, se coloca como fiador do que constata e procura influenciar o auditório”. A autora acrescenta ainda que ele “[...] distingue-se pela forte presença do enunciador no discurso, por um eu performativo”.

Por isso, optamos por um modelo dupla face com um grafismo na frente que se assemelha a alguns adesivos com o símbolo e o nome da agência, conforme Apêndice 6. O verso é uma ideia para conectar o panfleto ao *outdoor*. Então, usamos o mesmo estilo, mas desta vez com um *layout* diferente que se encaixa melhor, considerando que as proporções do folheto são muito menores do que as proporções da publicidade externa *outdoor*.

No verso do panfleto, continuamos ainda a ideia de usar um *QR Code* para direcionar o público para um *site* online, neste caso o Linktree. Devido ao longo tempo de contato desse tipo de mídia, colocamos o endereço do *site* da Agência Duali, para que o público receptor da mensagem possa ter mais uma opção de entrar em contato ou de poder conhecer mais um pouco sobre a marca.

4.5 MÍDIA DIGITAL DE BASE (LAYOUT PARA SITE/HOTSITE/LANDINGPAGE)

O *site* da Agência Duali foi criado para apresentarmos ao público a empresa, os seus serviços, localização, portfólio, clientes e contatos. Todas essas informações foram pensadas e distribuídas nesse ambiente levando em consideração a

experiência do usuário, de modo que ele consiga fazer uma boa navegação, que, como explicou Nielsen:

Uma boa navegação é previsível e faz com que as pessoas se sintam confortáveis em explorar o site. Ela não precisa ser analisada ou memorizada porque reflete a impressão dos usuários de como as informações devem ser representadas no espaço da web. Uma boa navegação tem sentido e ordem, e há pouca ou nenhuma ambiguidade sobre onde os itens estão. (NIELSEN, J., 2000, p.178).

A análise da Nielsen (2000) nos levou a optar por uma perspectiva de *site* de página única, onde os itens são dispostos verticalmente, para melhor compreensão e facilidade de navegação para os internautas.

Para aumentar a fidelidade da imagem da Duali junto ao público e criar memórias duradouras e associações positivas à marca, optamos por *banners* de apresentação com fotos e mensagens atraentes que reforçam a entrada recente da agência no mercado e incentivam os clientes em potencial a procurar e solicitar serviços.

Tomamos a decisão de incluir o portfólio como forma de demonstrar as capacidades da agência ao público por meio do *site* institucional. Essa forma de persuasão tem como objetivo incutir confiança e entusiasmo nos clientes em potencial sobre a contratação da empresa, conforme ilustrado no Apêndice 7.

4.6 PERFIL DE REDE SOCIAL

Sobre a estratégia usada nas redes sociais, escolhemos seguir pelo marketing de conteúdo⁴ que tem como intenção, segundo a Rockcontent, engajar o público-alvo e crescer a rede de clientes e potenciais clientes usando a criação de conteúdo; e também na criação de *storytelling* nas publicações. Para Giglio (2017):

Storytelling é um ato de contar histórias. Mas, com técnicas para criar uma conexão emocional como público, compartilhando conceitos, boas práticas e atitudes desejáveis. Sendo estimulante

⁴ PEÇANHA, Vitor. **O que é Marketing de Conteúdo?** Tudo que você precisa saber para se tornar um especialista no assunto. Rockcontent, 7 abr. 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-de-conteudo/>>. Acesso em: 14 mai. 2023.

para que sujeitos e grupos assimilem as informações relatadas na narrativa e incorporem boas práticas.

O emprego da cultura do remix fica evidente na utilização do *Teaser 1* (ver Apêndice 8) – apoiado por um *storytelling* –, que é definido como um movimento que incentiva trabalhos derivados ou combinados por meio da edição de materiais existentes para criar uma nova produção, de acordo com o Cultura do Remix. Este áudio foi criado para incitar a expectativa do público, e foi gerado a partir de um vídeo viral no Instagram e TikTok, intitulado “Tá vindo uma coisa forte aí!”, que foi alterado. O vídeo é em preto e branco para amplificar a sensação de antecipação e mistério em torno da próxima produção.

Para o *Teaser 2* (localizado no Apêndice 9), nosso objetivo foi despertar a curiosidade do público-alvo, reforçando o lema da Agência Duali: “Sua marca merece estar presente aqui e ali”. Este mote pretende mostrar a flexibilidade da publicidade e como qualquer local pode tornar-se um ambiente ideal para ela, com o logotipo exposto em locais inesperados. O teaser foi executado em preto e branco para manter a consistência com as campanhas anteriores.

O vídeo intitulado “Making of” (encontrado no Apêndice 10) serve como uma demonstração do processo por trás da criação de um novo empreendimento. Ao longo do vídeo, o espectador percebe a aproximação e a humanização que envolvem o processo. O vídeo começa em preto e branco, mas à medida que avança, faz a transição para cores. Essa mudança visa alertar o público sobre o fato de que a “surpresa” da marca está sendo revelada lentamente a eles.

Quando chegamos à seção da produção do “Mini VT” (encontrada no Apêndice 11), nos deparamos com uma exibição de cores vibrantes. Nossa decisão de utilizar as últimas tendências em paletas de cores e colagens empregadas por outros criativos resultou em uma apresentação marcante do *slogan* da marca.

O Apêndice 12 é um carrossel que mostra aspectos visuais dos quais a estética da Agência Duali foi inspirada. No Apêndice 13, somos apresentados a Diandra e Anderson, os CEOs da Agência Duali, por meio de um carrossel que destaca seus traços individuais de personalidade. A apresentação visa responder à pergunta: “Quem somos?”. E, por fim, como uma sequência de *stories* que exigia uma opção de destaque, tomamos a decisão de incluir os serviços prestados pela agência em “Nossos Serviços” (Apêndice 14).

4.7 CRIAÇÃO DE ROTEIRO/CONTEÚDO PARA INFLUENCIADORES

Ao considerar a estratégia de comunicação em que a agência foi fundada, não podemos ignorar as profissões que surgiram com o crescimento da Internet, especialmente os influenciadores de mídia social. Segundo Higuchi, Almeida e Key (2022), temos que considerar alguns fatores ao selecionar influenciadores para promover nossos produtos ou serviços, como o tipo de influenciador, histórico, posicionamento, perfil de seguidores, sinergias com marcas e investimento de curto e longo prazo. Avaliamos todos esses pontos, mas demos mais ênfase em alguns deles (como consta no Apêndice 15), como posicionamento e sinergia com a marca, pois precisavam fazer sentido para toda a trajetória criada para a Duali.

Portanto, como seus CEO's, todas essas *personas* são formados ou estão cursando publicidade. Por isso, decidimos usar as histórias desses influenciadores para elevar a agência. Criamos um *storytelling*, começando com uma breve introdução para chamar a atenção do público, que depois foi utilizado para divulgar a instituição e redirecionar o público para o Instagram e/ou *site* da Duali. O tom da divulgação fica a critério do próprio influenciador, pois cada um tem sua forma de se comunicar com seu público.

4.8 AÇÃO DE MÍDIA

Para as ações de mídia, vamos utilizar uma ação de panfletagem, com o intuito de, mais uma vez, reforçar a fixação da marca junto com o público. Essa ação acontecerá em pontos específicos da cidade, onde contém um grande fluxo de transeuntes, para que consigamos atingir muitas pessoas, alcançando a meta estabelecida. Também será colocado uma quantidade de panfletos na CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), por se tratar de um 'ponto quente', tendo em vista o público-alvo do nosso cliente.

Outra ação utilizada, será a *online*, nesse caso, o tráfego pago, anunciando campanhas no Google Ads e Facebook Ads, com o intuito de gerar mais tráfego no *site* e reconhecimento de marca. Tendo em vista a importância dessa ferramenta

para as empresas, “a importância do uso tático do tráfego pago resume-se em manter a empresa ou marca mais competitiva no ambiente online.” (Higuchi, Almeida e Key, 2022, p.195). Tendo isso em mente, é de extrema importância estar presente nessas novas ferramentas de anúncios.

Serão anunciados o VT, que também irá para a TV, e os mesmos vídeos que irão para o Instagram, seguindo uma ordem cronológica, para que não perca o sentido e atrapalhe a quebra de expectativa que será criada por nós, nas redes sociais.

Além disso, faremos um *Press Kit* para os influenciadores.

O *press kit* — ou kit de imprensa, ao traduzir para o português — vem tradicionalmente dos escritórios de assessoria de imprensa, e foi criado para apresentar uma empresa ou um serviço para a mídia. Nele, estão presentes objetos que traduzem o que é aquele negócio.⁵

Será entregue uma *ecobag* estampada com uma das variações do logo, presente no manual de identidade visual. Junto com ela irá 3 *bottons* também contendo variações da logo em cada um deles.

⁵ Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/press-kit/>>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

6. CONCLUSÃO

Para criar a Campanha de Lançamento da Agência Duali, analisamos todos os principais recursos que existem em uma agência de publicidade. Esse caminho nos permite aplicar nosso conhecimento teórico para construir uma campanha que leve em consideração o que o cliente entrega no *briefing*, concretizando quatro anos de trabalho nas disciplinas do curso de Publicidade e colocando em prática.

Este projeto requer organização e pesquisa aprofundada, sempre em busca dos melhores resultados. Independentemente de nossas preferências pessoais, devemos nos ater ao que funciona melhor para nossos clientes na teoria e na prática.

Portanto, a Agência Duali nasceu quando começamos a desenvolver a identidade visual e *briefing*, definimos o slogan “a sua marca merece estar aqui e ali” para que pudéssemos preservar neste projeto o que acreditamos: as empresas devem usar todos os meios de comunicação (*off-line* e *online*) de modo estratégico e coerente para atrair, reter e fidelizar seu público-alvo.

Desenvolver e criar o lançamento da Agência Duali também nos permitiu entender e praticar os conceitos de *design*, fotografia, áudio, redação e marketing. Com base nas pesquisas realizadas e nos materiais produzidos, acreditamos ter criado uma campanha com forte apelo visual e que será bem recebida pelo público-alvo.

7. REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. **Imagem de si no discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.
- COBRA, Marcos; URDAN, André T. **Marketing Básico, 5ª edição**. São Paulo Grupo GEN, 2017.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GUAZZELLI, Arianne, M.; XARÃO, Jacqueline Cucco.
- MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!** São Paulo: Editora Saraiva, 2012.
- NIELSEN, Jakob. E LORANGER, Hoa. **Usabilidade na Web – Projetando websites com qualidade**. Brasil, Editora Campus, 2000.
- Planejamento estratégico**. Grupo A: Porto Alegre, 2018.
- SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica, prática**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2005.
- SPADIN, Ana C R.; JUSKI, Juliane R.; FORECHI, Marcilene; et al. **Produção de imagem na propaganda**. Porto Alegre: Grupo A, 2020.
- TYBOUT, Alice M.; CALKINS, Tim. **Branding**. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.
- YANAZE, Mitsuru Higuchi Yanaze.; ALMEIDA, Edgar.; YANAZE, Leandro Key Higuchi. **Marketing Digital: conceitos e práticas**. São Paulo: SaraivaUni, 2022.
- GIGLIO, Kamil. **Como incorporar o storytelling na sua sala de aula**, 2017. Disponível em [hps://kamilgiglio.blogspot.com/2017/07/como-incorporar-o-storytelling-na-sua.html?m=1](https://kamilgiglio.blogspot.com/2017/07/como-incorporar-o-storytelling-na-sua.html?m=1). Acesso: 15 maio 2023.
- XAVIER, Adilson. Storytelling: **Histórias que deixam marcas**. 1.ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.

APÊNDICE 1

Briefing Campanha Publicitária de Lançamento da Marca Agência Duali



CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR CESREI LTDA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

*Material coletado pelo atendimento de:
Anderson Pereira da Silva
Diandra Nadryele Farias Silva Cavalcante*

BRIEFING

CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE LANÇAMENTO DA MARCA AGÊNCIA DUALI

1. IDENTIFICAÇÃO DO CLIENTE

Cliente: Agência Duali.

Campanha: Lançamento de marca.

Local: Campina Grande, Paraíba.

Categoria: Agência de Publicidade e Produtora de Material Visual Mídia.

2. PÚBLICO-ALVO

Empresas de segmentos variados que já estão inseridas no mercado local, mas que precisam de impulsionamento com o uso do marketing para atingir novos clientes e ter maior reconhecimento de marca.

3. CONCORRÊNCIA

No mercado de Campina Grande, identificamos algumas das principais concorrências, a saber: Agência Fysgar, Salsa Propaganda, Bravo Comunicação, Caracal Agência Criativa, Agência Klike e Bem Na Fita Propaganda.

Conforme pesquisa feita no mercado onde estará inserida a Agência Duali, foi possível identificar que as agências de publicidade, mencionadas acima, não trabalham com:

- Planejamento estratégico para o todo o marketing dos clientes,;
- Não possuem contato rotineiro com cada marca;
- São carentes da produção de material visual mídia, tendo, assim, que terceirizar esse tipo de trabalho.

Essas são empresas que já estão há alguns anos no mercado, conhecem bem a cidade onde estão inseridas, possuem vasto *network* e profissionais capacitados.

4. OBJETIVOS

Os objetivos da campanha são:

- Desenvolver uma identidade visual que atraia a atenção do público-alvo especificado;
- Lançar a marca nas plataformas digitais e mídias tradicionais para maior visibilidade;
- Fixar o nome Agência Duali como uma agência de publicidade que oferece serviços de qualidade para seus clientes;
- Gerar interesse das marcas em trabalhar com a Agência Duali;
- Fazer com que, através da campanha (conjunto de ações de mídia offline e online), a marca conquiste seus primeiros clientes, gerando resultados não só para a própria agência, mas também para as empresas contratantes dos serviços.

5. ESTRATÉGIAS

As estratégias pensadas para o desenvolvimento e posterior veiculação da Campanha Publicitária, são:

- Criação da identidade visual da marca Agência Duali;

- Criação e veiculação de mídia eletrônica áudio visual VT com duração mínima de 30s e máxima de 1 min;
- Criação e veiculação de mídia eletrônica auditiva SPOT de 30s;
- Criação e veiculação de mídia exterior OUTDOOR em quatro pontos;
- Criação e veiculação de mídia gráfica panfletos para serem distribuídos em pontos específicos para atingirmos o público-alvo;
- Produção de layout para site;
- Criação de dezessete criativos para o Instagram (distribuídos em stories, feed e reel);
- Vinculação de três vídeos no Tik Tok;
- Criação de um roteiro para cinco influenciadoras da região;
- Tráfego pago para impulsionar ao menos três criativos para o reconhecimento de marca.

6. ORÇAMENTO

O orçamento disponível para a criação e a execução da Campanha Publicitária é de até R\$ 40.000,00 (quarent mil reais).

APÊNDICE 2
Manual de Identidade Visual

Manual de
**Identidade
Visual**

AGÊNCIA

DUALi

CLIENTE

Agência Duali

Agência de publicidade localizada
na cidade de Campina Grande, Paraíba.

PROJETO

Identidade Visual

PRODUÇÃO

Anderson Pereira da Silva

Diandra Nadryele Farias Silva Cavalcante

Conceito

Sobre a estética, o cliente solicitou que fosse minimalista, apenas com tipografia e símbolo inserido no próprio nome; a mistura de referências de mídias tradicionais e digital, deveriam se camuflar. Também que o logotipo funcionasse bem quando inserido em preto ou branco.

Colagens
Jornais
Cores
Minimalismo
Digital
Degradê



Logotipo

Sobre o nome, desde o início do brainstorming, o cliente solicitou que a marca tivesse referências que representa-se o número dois, dualidade, dualismo, marketing e comunicação. Depois de muita análise e debate, chegamos ao Duali, formando assim a **Agência Duali**.

AGÊNCIA
DUALi

SÍMBOLO



OUTRA FORMA DE DIAGRAMAÇÃO POSSÍVEL

**DU
ALi**

A disposição da marca sobre uma malha construtiva tem como objetivo orientar e facilitar uma reprodução exata da mesma em um suporte cuja execução seja manual, como pintura em parede, entre outros.

GRID TIPOGRÁFICO



Uma das fontes tipográficas escolhida para o projeto foi a **Aristotelica Display Trial** de fácil leitura e que pudesse ser usada em textos longos ou curtos, com sua variação em DemiBold é possível também colocar palavras em destaque.

Outra fonte é a **Aristotelica Small Caps Regular** que pode ser usada em subtítulos e também é de fácil leitura.

A última fonte do projeto, é a **Montserrat** que possui várias variações que podem ser usadas como títulos, subtítulos, legendas ou para textos corridos. Ela também possui adaptação para número, que as outras não tem.

ARISTOTELICA SMALL CAPS REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Aristotelica Display Trial Extra Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Aristotelica Display Trial Demibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

O logotipo possui branco e background em degradê com variações de verde, roxo e azul. Para que haja a reprodução exata seja em mídias digitais ou impressas e em ótima qualidade, o logotipo é fornecido em RGB e CMYK.

Degradê principal



Verde escuro

#115146

C: 88% M: 40% Y: 66% K: 44%
R: 17 G: 81 B: 70

Verde claro

#1E917B

C: 80% M: 20% Y: 58% K: 4%
R: 30 G: 145 B: 123

Azul

#509AB6

C: 68% M: 24%
Y: 22% K: 3%
R: 80 G: 154 B: 182

Roxo claro

#5E539D

C: 75% M: 73% Y: 3% K: 0%
R: 94 G: 83 B: 157

Roxo escuro

#44235C

C: 86% M: 99% Y: 28% K: 22%
R: 68 G: 35 B: 92

Reduções

AGÊNCIA
DUALi



12,08 cm x 3,63 cm



9 cm x 2,7 cm



7,03 cm x 2,11 cm

Para preservar a legibilidade,
o logotipo nunca deve aparecer
menos que os seguintes tamanhos:

Digital - 85,84 pt x 26,48 px

Impresso - 3,03 cm x 0,93 cm



3,03 cm x 0,93 cm

Aplicações em fundo colorido



Aplicação em fundo preto



Aplicações

Proposta de aplicação
Cartão **de Visita**

AGÊNCIA
DUALi

Verso



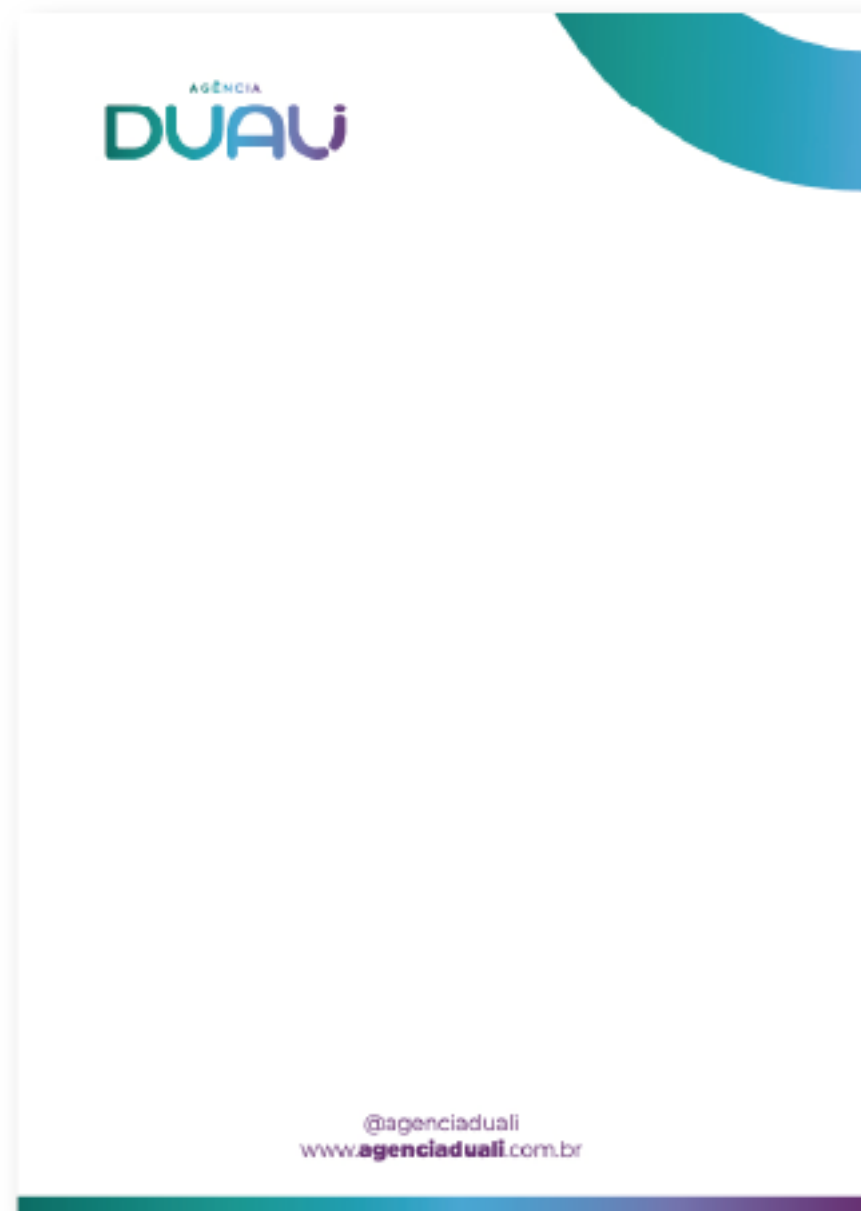
Formato
90 mm × 50 mm

Fontes usadas

Aristotelica Display Trial Extra Light
Aristotelica Display Trial Demi Bold
Montserrat Black
Montserrat Regular

Frente





Fonte usada

Montserrat Black
Montserrat Regular



Aplicação de slogan e símbolo



Fontes usadas

Aristotelica Display Trial Extra Light
Aristotelica Display Trial Demi Bold









APÊNDICE 3
VT

| Roteiro VT | |
|--|---|
| Cliente: Agência Duali | Peça: VT |
| Título: A sua marca aqui e ali! | Duração: 44" |
| Áudio | Motion Graphics |
| <p>Trilha instrumental.</p> <p>Loc. Mulher: Essa é Maria, uma pequena empreendedora que sempre desejou que a sua marca crescesse e se tornasse um sucesso.</p> <p>Um dia, ela viu um outdoor de uma agência que prometia ajudar pequenos empreendedores a prosperarem.</p> <p>Em outro dia, Maria ouviu o nome da mesma agência no rádio.</p> <p>Mais tarde do mesmo dia, ela estava andando na rua e para sua surpresa, pegou um panfleto dessa mesma agência.</p> <p>Então Maria resolveu visitar as redes sociais e entrar em contato.</p> <p>Essa é uma história sobre o quanto é importante que sua marca esteja presente em todas as mídias para ter sucesso.</p> <p>Agência Duali, a sua marca merece estar presente aqui e ali.</p> <p>Fim da trilha instrumental.</p> | <p>Cena 1: Conjunto de imagens contendo “Maria” e elementos que remetem a empreendedorismo, sucesso, evolução e dinheiro.</p> <p>Cena 2: “Maria” em frente a um outdoor com cara de dúvida.</p> <p>Cena 3: um rádio com um balão falando sobre a Agência Duali.</p> <p>Cena 4: “Maria” recebendo de uma mão um panfleto da agência.</p> <p>Cena 5: “Maria” feliz em seu celular e em sua volta, símbolos de redes sociais e seta de crescimento.</p> <p>Cena 6: Texto de apoio para a voz.</p> <p>Cena 7: Finalizando com a logo e o slogan da agência.</p> |



Assista ao VT

Leia o QR Code



Ou acesse o URL

<https://drive.google.com/file/d/17IKLMtxsrJK6c5jD8ko5P7wG1V3HXTyF/view?usp=sharing>

APÊNDICE 4 SPOT

| Script Spot | |
|---|---|
| Cliente: Agência Duali | Peça: VT |
| Título: A sua marca merece estar presente aqui e ali! | Duração: 30" |
| Áudio | Técnico |
| <p>Você gostaria que a sua empresa estivesse mais presente no mercado?</p> <p>A Agência Duali está preparada para te ajudar, seja no digital ou nas mídias tradicionais.</p> <p>Não deixe que a sua marca fique esquecida, acesse agora www ponto agência duali ponto com ponto br e entre em contato.</p> <p>Agência Duali, a sua marca merece estar presente aqui e ali!</p> | <p>Início do BG Fade in</p> <p>Fade out Fim do BG</p> |

Ouçá o spot

Leia o QR Code



Ou acesse o URL

<https://drive.google.com/file/d/1fxATyngNligghXhJH1asRuwdl6JWolnC/view>

APÊNDICE 5
Outdoor

AGÊNCIA

DUALi

Chegamos para fazer a sua
marca estar presente **aqui e ali!**



Aponte a câmera do
seu celular para cá!



www.agenciaduali.com.br



APÊNDICE 6
Panfleto



APÊNDICE 7
Site Institucional



Visite o site institucional

Leia o QR Code



Ou acesse o URL

www.agenciaduali.com.br

APÊNDICE 8

Teaser 1

| Roteiro Teaser 1 | |
|--|--|
| Cliente: Agência Duali | Peça: Vídeo redes sociais |
| Título: Teaser 1 | Duração: 25" |
| Áudio | Vídeo |
| <p>Anderson: Se prepara, viu?</p> <p>Diandra: Se preparar pra quê?</p> <p>Anderson: Sei de nada, não... mas se prepara!</p> <p>Diandra: Se preparar pra quê?</p> <p>Anderson: Vem aí, uma coisa, muito forte!</p> <p>Diandra: Mas o que é que vem aí?</p> <p>Anderson: Não posso dizer mais nada.</p> <p>Diandra: Me fala!</p> <p>Anderson: Sei lá!</p> | <p>Ánderson chega, puxa a cadeira e senta-se e posiciona-se na mesa de frente para Diandra, logo em seguida ela olha para ele se sentando.</p> <p>Ánderson solta a fala e logo em seguida começa uma discussão a respeito do que ele falou.</p> <p>Termina com Ánderson falando “sei lá!” e em seguida surge o símbolo da agência.</p> |



Legenda

Tá vindo uma coisa forte aí...
você está preparado? 🍷 #AgênciaDuali

Para assistir

Leia o QR Code



Ou acesse o URL

<https://drive.google.com/file/d/1A8uzo85sTvPQ7MHhZsjl8F7EV9bmNL-/view?usp=sharing>

APÊNDICE 9

Teaser 2

| Roteiro Reels | |
|-------------------------------|--|
| Cliente: Agência Duali | Peça: Vídeo redes sociais |
| Título: Teaser 2 | Duração: 25" |
| Áudio | Vídeo |
| Trilha sonora instrumental | <p>Ânderson se direcionando para a cozinha. Ele abre a geladeira. Ao abrir a logo está colada na porta da geladeira e fica bem de frente com a câmera em seguida ele senta-se na mesa, abre o notebook, e mostra a logo da Duali que está colada na tampa. Logo depois corta para um quadro onde Diandra chega e cola a logo da Duali e sai em seguida. Finaliza com a frase "Sua marca merece estar presente aqui e ali!"</p> |



Legenda

Acho que vimos alguma coisa ali no fundo... você também? 😊 #AgênciaDuali

Para assistir

Leia o QR Code



Ou acesse o URL

https://drive.google.com/file/d/1BL5U31_4xof7sJu5Q29sGmtYxPf07iVS/view?usp=sharing

APÊNDICE 10

Making Of

| Roteiro Reels | |
|-------------------------------|--|
| Cliente: Agência Duali | Peça: Vídeo redes sociais |
| Título: Making of | Duração: 35" |
| Áudio | Vídeo |
| Trilha sonora instrumental | <p>O vídeo inicia com Ánderson e Diandra trabalhando em seus notebooks, em seguida corta para um time lapse de Ánderson fazendo alguma edição de trabalho no seu notebook.</p> <p>Após isso mostrar momentos do ensaio fotográfico, fazendo poses e descontraídos, enquanto eles estão nesse momento, a cor do vídeo muda de preto e branco, para colorido, encerrando com um lettering escrito "Chegou a hora de conhecer a nova agência de Campina Grande!" e em seguida surge o símbolo da duali.</p> |



Legenda

Tudo pronto, agora chegou a hora de você conhecer a nova agência de Campina Grande! ●●
#AgênciaDuali

Para assistir

Leia o QR CODE



Ou acesse o URL

<https://drive.google.com/file/d/1PFCywnDCu ru2MD9GLx6yUZLdB8ztZ36Y/view?usp=sharing>

APÊNDICE 11
Mini VT



Legenda

Agora sim: a Agência Duali chegou! 🎉

Unindo planejamento estratégico, criação visual e marketing de conteúdo, vamos fazer com que a sua marca esteja presente do jeito que ela merece.

Você está pronto para vê-la aqui e ali? 🍷💙💜
#AgênciaDuali

Para assistir

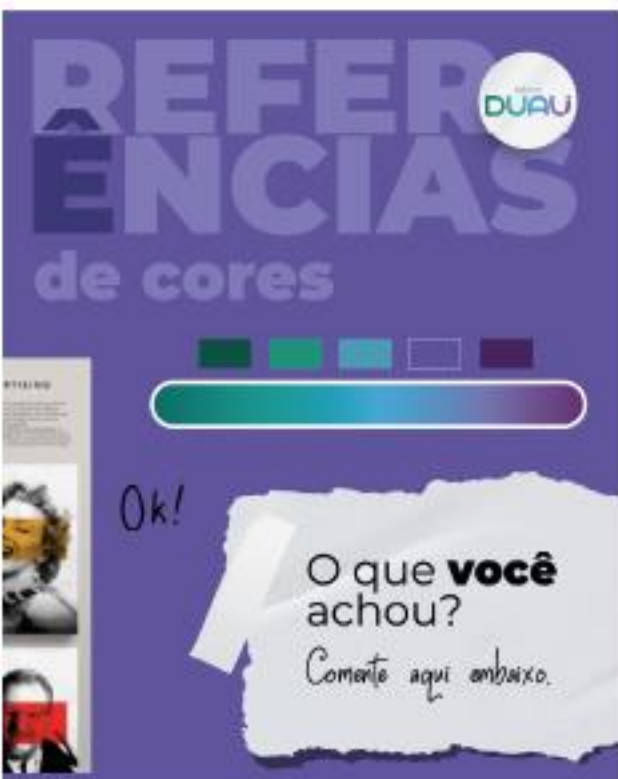
Leia o QR Code



Ou acesse o URL

<https://drive.google.com/file/d/1LDkW6e742XRMI78Jn0hhEzdrbAA6pa8X/view?usp=sharing>

APÊNDICE 12
Essência da Agência Duali



Legenda

O novo com o antigo, o tradicional com o digital: conheçam o moodboard e referências para a criação do visual da Agência Duali! 🍀💙💜

Arraste para o lado e confira. #AgênciaDuali

#Moodboard #IdentidadeVisual #Design

APÊNDICE 13
Quem Somos?



Legenda

Eles têm as ferramentas e apenas um sonho: fazer a diferença na sua empresa! 😊

Arraste para o lado para conhecer um pouco dos CEO's da Agência Duali. ❤️💙💜 #AgênciaDuali

#Marketing #Publicidade #Digital



agenciaduali
Campina Grande, Paraíba

!!
Diandra

@diandranadryele



- ✓ CEO Duali
- ✓ Publicitária
- ✓ Designer
- ✓ Social media
- ✓ Redatora



10.328 curtidas

agenciaduali

Veja todos os 328 comentários

1 SEMANA ATRAS

PODE CONFIAR!

**A dupla de publicitários
que vai ajudar a sua marca
estar presente aqui e ali!**

agência
DUALI



Dexe um comentário
aqui embaixo para eles!

APÊNDICE 14
Nossos Serviços

Tudo o que sua agência precisa para estar presente!

Agência DUAU

Não tá falando!

O que a **Agência Duali** tem a

O f e r e c e r

Envie uma mensagem..

Tudo o que sua agência precisa para estar presente!

- ✓ Gerenciamento de Redes Sociais;
- ✓ Criação de Identidade Visual;
- ✓ Planejamento estratégico para mídia online e offline;
- ✓ Fotografia;
- ✓ Vídeos;
- ✓ Assessoria.

Wow

Envie uma mensagem..

Não perca mais **tempo!**
Faça o seu orçamento.

Agência DUAU

Sua marca merece estar presente aqui e ali!

Envie uma mensagem..

APÊNDICE 15

Roteiro para Influenciadores Digitais



CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR CESREI LTDA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

*Anderson Pereira da Silva
Diandra Nadryele Farias Silva Cavalcante*

SCRIPT PARA INFLUENCERS

CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE LANÇAMENTO DA MARCA AGÊNCIA DUALI

- Sequência de três stories;
- Começar despertando a curiosidade dos seguidores que são empreendedores, fazê-los questionar se estão investindo no marketing da sua empresa.
- Logo em seguida, falar sobre o lançamento da Agência Duali e que ela tem a intenção de fazer com que os empreendedores consigam fazer com que suas empresas tenham presença digital e em mídias online, como tv, rádio, outdoor, entre outros.
- Finalizar chamada de ação para que os seguidores entre em contato com a agência e inserir sticker link com www.agenciaduali.com.br.
- Marcar a agência em todos os stories @agenciaduali.
- **Palavras-chave:** Agência Duali, presença no mercado, online, offline, marketing, Campina Grande, publicidade, empresa, marca, novidade, tv, rádio, outdoor, redes sociais.

Influenciadores selecionados (apenas de Campina Grande e que estão ligados a publicidade/comunicação):

1. Gaby Bezerra (@gabybezerramota);
2. Jaciara Patricio (@jaciaraPatricio);
3. Raquel Vieira (@anaraquelvr);
4. Esdras (@sucupiraoficial);
5. Raynnara Lira (@raynnaralira).