

## All Type Soluções Criativas<sup>1</sup>

Suyanne ALFAIA<sup>2</sup>

André CALHEIROS<sup>3</sup>

Haisan HOSSARY<sup>4</sup>

Paloma GOMES<sup>5</sup>

Urçula FERNANDES<sup>6</sup>

Instituto Federal do Amazonas, Manaus, AM

### RESUMO

Em uma campanha publicitária o anunciante pode fazer um conjunto de ações. Todas as ações vão trabalhar com a mesma mensagem, a fim de atingir com mais força o público alvo. Há a necessidade de um bom planejamento e escolha de ações corretas para que essa campanha publicitária tenha sucesso e atinja seus objetivos. A Agência de Publicidade e Propaganda é a maior responsável pela criação de campanhas aliadas com resultados positivos para as empresas que disputam a atenção dos consumidores, e a All Type Soluções Criativas é uma Agência Jr. de Publicidade e Propaganda dedicada a esse segmento. Hoje é uma aposta nossa, pelas vantagens que este projeto de Agência Jr. oferece como a mensuração dos resultados com maior precisão e principalmente a possibilidade de interagir com o público gerando envolvimento e engajamento, além de desenvolver uma publicidade de qualidade, fazendo com que seus clientes consigam chegar ao ápice de sua divulgação.

**PALAVRAS-CHAVE:** agência; campanha; criação; planejamento; publicidade.

### 1 INTRODUÇÃO

A All Type Soluções Criativas vem para superar desafios, inovar e surpreender com alternativas criativas em campanhas publicitárias.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Tecnologia em Produção Publicitária, email: suyanealfaia@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Tecnologia em Produção Publicitária, email: andrecalheiros@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Tecnologia em Produção Publicitária, email: haisan.hossary@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Tecnologia em Produção Publicitária, email: pallomythagomes@gmail.com.

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Tecnologia em Produção Publicitária, email: urcularegina@yahoo.com.br.

A agência nasceu através de um projeto experimental aplicado ao curso de Tecnologia em Produção Publicitária, a partir da iniciativa de uma professora da Língua Portuguesa. Antes da agência, havia desafios propostos aos alunos com temas diversos, principalmente com temas regionais, para a criação de campanhas publicitárias.

Atualmente, o projeto é desenvolvido dentro da Universidade para instigar os alunos a conhecer a realidade do atual mercado. Todas as campanhas realizadas e que estão presentes no portfólio da All Type foram desenvolvidas para as disciplinas do curso.

## **2 OBJETIVO**

O “Ser diferente” é o grande objetivo da agência para chamar a atenção, despertar o interesse, provocar o desejo e levar a memorização, pois seja offline ou online, a publicidade precisa disso pra existir. A publicidade além de puxar o lado criativo, exige muita dedicação, pelo fato de estar mudando e se modificando constantemente. Mudam os conceitos, mudam as regras, mudam as formas de falar, mudam os veículos de comunicação, e as agencias precisam estar em constante mudanças com o mercado. E o diferencial no mercado é a principal arma na captação de clientes. A agência busca o diferencial no visual da campanha, na comunicação com os consumidores, na redação, na forma de influenciar o consumidor e principalmente na forma de estabelecer relacionamento da marca com o público. E a alltype através da vontade de seus colaboradores, vem com o objetivo de fazer algo diferente e novo para a publicidade do estado.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Estimulados pelo acréscimo de conhecimento, e pelas oportunidades oferecidas para o desenvolvimento do profissionalismo acadêmico, a All Type foi criada no intuito de mostrar, que um grupo de alunos pode inovar e buscar melhorias para o universo mercadológico publicitário da nossa região. Idealizada inicialmente para a realização de desafios e trabalhos referentes a disciplina de Língua Portuguesa, a agencia busca um diferencial inovador, e o crescimento do lado criativo no contexto acadêmico, além desse diferencial o outro diferencial buscado pela agência, é oferece benefícios aos seus clientes, que vão além da venda de produto ou serviço, e que vão agregando também , conceito de

cada marca para diversificar segmentos atendidos, e aumentar a área de cobertura e principalmente ir em buscar dos bons resultados.

Os consumidores são influenciados por diversos fatores no momento da decisão de compra, sendo estes, internos e externos. Em seu livro administração de marketing, Kotler (1998, p.163) apresenta um modelo que demonstra os fatores psicodinâmicos internos e externos que atuam sobre o consumidor, como por exemplo: os fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A publicidade e o marketing têm se tornado uma parte essencial no mundo dos negócios. Enquanto algumas Agências de Publicidade e Propaganda podem ficar com os métodos convencionais de fazer publicidade. A All Type recorre a métodos de publicidade diferentes e modernos. Com linguagens e ações que chamem a atenção do público. Para tornar a campanha um assunto numa roda de amigos ou até mesmo promover a discussão em uma sala de aula. Promovendo assim, o relacionamento com o público, mais próximo da marca.

Há um novo culto dos anunciantes modernos que estão experimentando ideias que são verdadeiramente inovadoras. Anúncios em jornais e folhetos coloridos já estão fora daquilo que chamados de bons resultados. Buscamos não associar a publicidade apenas com os anúncios de jornal, anúncios de televisão ou anúncios de rádio, mas sim incorporar novas mídias, e fortalecer aquelas que acreditamos que venham a dar bons frutos a determinadas ações e campanhas publicitárias.

Existem diferentes tipos de publicidade e propaganda técnicas que estão disponíveis para promover produtos e serviços. No entanto, algumas das tendências mais recentes na publicidade estão ganhando popularidade um bom exemplo é o meio digital.

Muitos dos métodos da nova era da publicidade são resultados do advento da Internet, enquanto algumas das tendências são apenas ideias novas que transformaram a mídia publicitária em métodos de publicidade brilhantes e espirituoso. Publicidade na Internet é um conceito vasto e implica vários subtipos, muitos dos quais só foram introduzidos recentemente. Publicidade e-mail ou e-mail marketing é uma das tendências anteriores, enquanto os novos incluem banners publicitários, publicidade pixel, blog de publicidade, propaganda e publicidade contextual e palavra-chave.

Na nossa visão, a nova era da Publicidade pode ser aliada aos métodos convencionais. Com as escolhas corretas de mídia e linguagem para os resultados esperados. Buscamos a melhoria constante em nosso desempenho, bem como a potencialização dos resultados através de estratégias, de pesquisa e de desafios.

Podemos notar que os novos meios têm uma similaridade aos meios convencionais e podem ser facilmente inseridos nos planejamento de campanha. Como o Banner Publicidade Web, se a publicidade outdoor é utilizada em estradas, em seguida, um tipo semelhante chamado banner de publicidade é usado na web. São as tiras horizontais de publicidade que são vistos no topo de quase todas as páginas web. Banners da Web são geralmente construídos com imagens ou quaisquer outros objetos multimídia e animação. Banners da Web são geralmente ligados a páginas da web que estão relacionados com o conteúdo do site já existente.

É uma excelente estratégia é pode ser considerada tão funcional quanto um outdoor. Enfim, os métodos e técnicas presentes em nossa agência mudam acompanhando a mudança dos meios de comunicação.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Uma agência de Publicidade e Propaganda geralmente é composta por setores nomeados: atendimento, pesquisa, planejamento de comunicação, planejamento de campanha, redação, mídia e criação. Para a All Type esses setores foram reajustados de acordo com aptidão de cada membro da equipe, para determinadas tarefas a serem cumpridas. Na AllType são utilizados os seguintes processos para a criação de uma campanha: O briefing:

[...] passo inicial que transmite todo um cenário para o desenvolvimento de um projeto. Consequentemente, suas informações deverão fazer parte do planejamento de comunicação, sendo este a resposta ao *briefing*, Por isso, uma boa campanha depende de um bom *briefing* (CORRÊA, 2004, p. 156).

É uma peça fundamental para a elaboração das etapas seguintes, um elemento chave para o planejamento de todas as etapas da pesquisa de acordo com as necessidades do cliente.

Depois do briefing, os processos de pesquisas: histórica, de mercado, atualidade.

Logo em seguida na concepção da campanha: a elaboração das mensagens que é escolhida a linguagem e as cores do visual da campanha de acordo com a informação que deseja transmitir. Com a campanha pronta são escolhidos os canais de comunicação que atendam a eficácia e adequação à mensagem. Trata-se de uma negociação de compra de espaços como, por exemplo, (televisão, rádio, revista, jornal, internet). Com tudo pronto, vem à apresentação para o cliente. Ajustes, se, necessário. Depois da aceitação do cliente, a execução da campanha e avaliação dos resultados finais.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Com a All Type compreendemos que não é possível elaborar campanhas sem um amplo conhecimento de mercado, sem um briefing bem feito, sem regras, mais do que isso, conhecendo bem as regras é possível quebrá-las, pois com o conhecimento dessas regras é possível criar sonhos, mundos, sabores, cores e isso é o grande propósito da Publicidade. Tudo vai depender na ideia e do objetivo da campanha. No final não é só vender por vender, é proporcionar benefícios aos consumidores.

O que pode ter parecido um grande desafios a nós, estudantes. Foi na verdade um grande aprendizado e continua sendo. Pois o mercado sempre está em constante transformação. Mas mudar nunca foi problema para nós. A All Type é uma agência de publicidade jovem que está em constante mutação. Somos criativos e entendemos muito bem o que é superar um desafio. Somos, antes de tudo, experimentalistas no mundo acadêmico e estamos dispostos a dar novas possibilidades aos nossos trabalhos.

Em suma, os desafios propostos foram realmente desafios para a All Type, mas como não há evolução sem um grande desafio, o que foi pedido, foi cumprido e como o próprio nome da Agência já diz. Todos foram cumpridos usando soluções criativas e mais do que isso, foram feitos com competência.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CORREA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. São Paulo: Ed. Global, 1998.  
KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2000.