



## PLANEJAMENTO DE AÇÕES ALTERNATIVAS PARA MAGOO AUTOMÓVEIS

Suellen FERREIRA<sup>1</sup>  
Juliana SILVA<sup>2</sup>  
Caetano DRUMOND<sup>3</sup>  
Felipe AMORE<sup>4</sup>  
Lamounier LUCAS<sup>5</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

### APRESENTAÇÃO

Com um nome curioso, pouco tempo de mercado, sem posicionamento claro perante o consumidor e atuando em setor econômico que sofre com a falta de credibilidade, a Magoo Automóveis integra o negócio de revenda de veículos de Belo Horizonte desde abril de 2006 e o desafio proposto para Agência 4ink, integrada por alunos do curso de Publicidade e Propaganda, era desenvolver um planejamento de comunicação de baixo custo, inovador e que trouxesse um retorno positivo.

Após o desafio aceito, os primeiros passos foram: levantamento máximo de informações acerca do tema e implantação de pesquisas e métodos que revelassem o perfil do mercado, da empresa e do público.

Uma vez reconhecidos seus pontos fracos e os possíveis diferenciais de mercado a serem explorados, a Agência desenvolveu um planejamento a curto e médio prazo para a empresa, propondo, inicialmente, sua estruturação interna e, posteriormente, a elaboração de ações de comunicação voltadas para atingir o seu *target*.

Levando-se em consideração a condição financeira da empresa contratante, foi possível construir um planejamento de comunicação estratégico à altura da necessidade do cliente que atue de forma eficaz e atinja os objetivos traçados.

---

<sup>1</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: suellencferreira@yahoo.com.br.

<sup>2</sup> Aluno suplente do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: carolina.juliana@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: lipeamore@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: caetanodrumond@gmail.com.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: raoult@bol.com.br.



## **2 OBJETIVOS**

Agência 4ink propõe os seguintes objetivos específicos para as ações em mídia alternativa:

- atingir através de campanha, os formadores de opinião e consumidores efetivos e potencial de revenda de veículos.
- impactar e interagir com o cliente de forma inusitada e criativa.
- realizar comunicação de baixo custo para o cliente.
- atuar como mídia segmentada.

## **3 JUSTIFICATIVA**

As ações apresentadas neste projeto possuem caráter inovador e foram elaboradas pela Agência de forma minuciosa, a fim de atingir efetivamente o *target* da empresa e conseqüentemente os objetivos propostos para a mesma. Através de um orçamento de baixo custo, a Agência 4 ink propõe ações com um modelo de abordagem distinta que não são praticadas pelas empresas concorrentes.

O conceito de proximidade está presente em todas as ações, uma vez que são diretas e visam grupos específicos, de modo a atingi-los pelo caráter de indivíduo e não como um todo, além disso, a interação entre os envolvidos e o público é constante, o que permite a mensuração permanente das ações e corrobora para possíveis alterações nas mesmas, a fim de torná-las eficazes.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Durante o processo de desenvolvimento do planejamento de comunicação a necessidade de obter informações para o conhecimento do negócio foi essencial. Como o setor de revenda de veículos ainda não é reconhecidamente profissional, coletar dados a seu respeito era um processo complexo, havia poucas publicações e estudos a cerca do tema e foi esse fato que levou a equipe a realizar uma série de pesquisas e métodos para elucidar a análise do mercado do cliente.

Nesse processo foram realizadas as seguintes fases: estudo do banco de dados do cliente, coleta de referencial teórico, *clipping*, observação participativa e



cliente oculto na empresa, cliente oculto na concorrência, grupo de foco e entrevistas em profundidade com profissionais do setor.

Após a coleta desse leque de informações a Agência se reuniu e analisou cada um dos métodos e os resultados alcançados através deles e obteve duas vertentes: a empresa atua em um setor mal visto e por isso é preciso se posicionar de forma contrária a essa percepção, além disso, a falta de uma comunicação da empresa junto ao público corrobora para a falta de posicionamento no mercado.

Contudo as propostas ressaltadas pela Agência foram ao encontro da estratégia de que somente organizando a empresa seria possível comunicar, e foi isso que ocorreu, após o planejamento e execução da comunicação visual e estruturação interna, a comunicação com o público foi esquematizada.

Para criar o conceito desta campanha, a Agência baseou-se na Lei Municipal 9.037/05 que tem o objetivo de transformar o complexo da Lagoa da Pampulha em um ponto turístico de alta relevância para a cidade, e, além disso, ressaltar a lagoa como ponto de lazer, cultura e entretenimento.

A micro-região da Pampulha e suas proximidades serão o foco das ações, uma vez que essa é a região de atuação da empresa. Por isso, para realizar a comunicação priorizam-se intervenções urbanas de natureza popular em toda a região, para assegurar um contato mais próximo com a comunidade. É importante ressaltar que as ações não visam aumento imediato de vendas, e sim, visibilidade da marca na região.

O conceito da campanha teve como slogan “A sua seminovos na Pampulha”, que traduz a idéia de proximidade do consumidor em relação à loja e conseqüentemente cria um elo com a marca, para que no momento em que o consumidor for efetivar a compra, a Magoo Automóveis venha a ser uma preferência.

Mesmo utilizando ações alternativas, a campanha criada para a Magoo Automóveis possui unidade, tanto de conceito quanto de layout, o que propicia ao público a possibilidade de associar as ações espalhadas pela Pampulha, à uma única marca. Assim, a campanha é reforçada e o posicionamento passado de forma clara e objetiva.

As mídias alternativas propostas incluem o transporte coletivo urbano da capital e o Complexo Arquitetônico da Lagoa da Pampulha, as intervenções serão executadas da seguinte forma:



### Quadro 01 – Ação ônibus

Ação ônibus	
<b>Objetivos</b>	A fim de mobilizar universitários que estão saindo da faculdade e utilizam o transporte público, esta ação visa ser descontraída e surpreender os passageiros, uma vez que a pessoa responsável pela ação, inicialmente assemelha-se a um vendedor de balas que trabalha em ônibus.
<b>Descrição</b>	De forma descontraída e bem humorada um homem irá interagir com os passageiros do ônibus. A abordagem terá como foco a Magoo Automóveis, de modo a torná-la uma opção no momento em que a pessoa for adquirir veículos seminovos e usados na Pampulha, A ação gira em torno de “não fique apenas no gostinho, compre seu carro na Magoo”. Por fim, balinhas coloridas serão distribuídas dentro de uma embalagem em forma de um carrinho e juntamente um flyer da empresa.
<b>Divulgação</b>	Não haverá divulgação massiva.
<b>Data de realização</b>	Dois vezes por semana, nos meses de março e abril, em diversas linhas de ônibus que cubram a região da Pampulha. Horário: 12h e às 18h.
<b>Material</b>	Pessoa para execução, balinhas coloridas dentro de uma embalagem em forma de um carrinho, camiseta de eventos e flyer da empresa.
<b>Custos</b>	Balinhas, flyer, passagem de ônibus e camiseta de eventos da empresa.
<b>Observação</b>	Para que a ação seja executada de forma formal e legalizada, a Agência entrou em contato com a BHTRANS e foi concedida a possibilidade do projeto mediante a autorização do órgão.

Fonte: Agência 4ink.

### Quadro 02 – Ação Van

Ação VAN	
<b>Objetivos</b>	Tornar esta ação descontraída, em um momento que o consumidor está relaxado e tranquilo, de modo a não gerar bloqueios na recepção da proposta. Posicionar a Magoo Automóveis como uma referência de qualidade, inovação e profissionalismo.
<b>Descrição</b>	A ação ocorrerá no entorno da Lagoa da Pampulha, com o propósito de chamar a atenção do público no local, através de banner institucional e jingle da empresa. Antes de embarcar, os convidados terão acesso a um mapa com o trajeto a ser percorrido, os pontos que serão observados e a parada final. A viagem será guiada por um estudante de Turismo que usará a camiseta de eventos da Magoo e que terá como função, convidar o público para um passeio, apresentando os principais pontos turísticos no entorno da lagoa. O trajeto seguirá até a Magoo Automóveis, o público ficará na loja por aproximadamente dez minutos, conhecendo a estrutura, o ambiente e os veículos à venda. Após essa visita, a Van retorna ao ponto onde os passageiros embarcaram para deixá-los.
<b>Divulgação</b>	Não haverá uma divulgação massiva, porque o número de participantes será reduzido. A divulgação se dará exclusivamente pela van plotada, banner da empresa, jingle e guia turístico que convidará determinadas pessoas para participar da ação no local.
<b>Data de realização</b>	As ações ocorrerão três vezes ao dia em finais de semana alternados, nos meses de abril, maio e junho.
<b>Material</b>	Van (patrimônio da empresa), camiseta de evento para o guia, banner institucional, jingle, copos de água mineral e brindes.
<b>Trajatória</b>	10 km da Lagoa da Pampulha, a saída se dará em frente ao Museu de Arte da Pampulha (MAP), passará pela Casa do Baile, Mineirinho, Mineirão, Igreja São Francisco de Assis, Parque Guanabara, Parque Ecológico Promotor Francisco Lins do Rêgo e por fim, Magoo Automóveis (loja 02). Duração: 40 minutos.
<b>Custos</b>	A Van, camiseta de evento, banner institucional e jingle são de acervo da empresa. Contrato com o estudante estará dentro da lei, através contrato de serviço temporário.
<b>Observações</b>	Para que essa ação seja efetuada com segurança, tanto para a empresa quanto para os passageiros, a Van será regulamentada para transporte de passageiros sem fins financeiros pela BHTRANS. O órgão analisou a possibilidade, mas ainda é preciso aprovação efetiva do projeto.

Fonte: Agência 4ink.

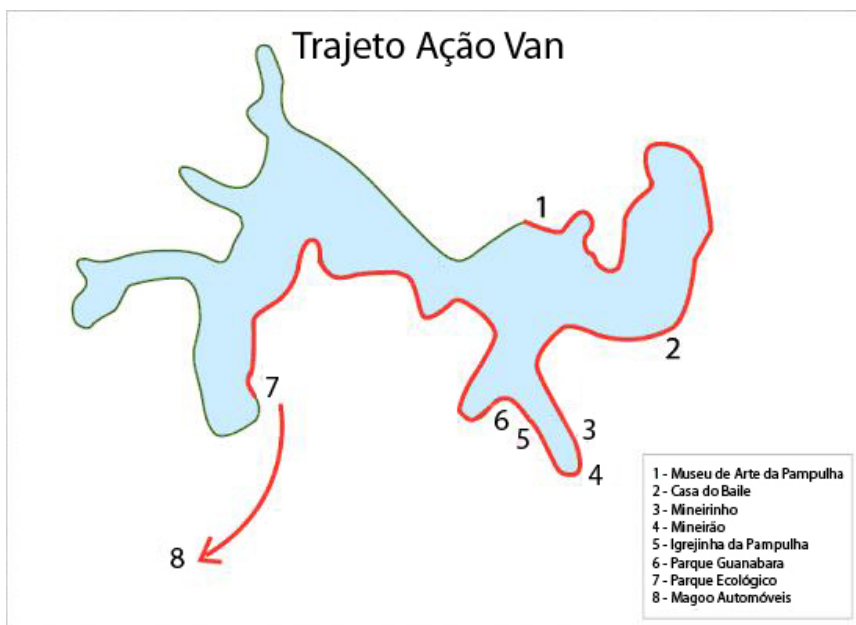


Figura 01 – Percurso da ação da van

Fonte: Agência 4 ink

As estimativas dos custos dessas ações, bem como sua duração, se encontram detalhadas nas tabelas a seguir:

Tabela 01 – Áreas de atuação das atividades em linhas de ônibus da região.<sup>6</sup>

AÇÃO ONIBUS																				
LINHAS (Microregiões)	BRINDES (UNI)		Passagem (R\$)	Pessoal execução* (R\$)	Meses										Total Inserções	Custo Fixo Para Ação				
	FLAYER UNI	CARRO (R\$)			Março					Abril										
					1	2	3	4	5	1	2	3	4	5						
Pampulha	3302 - Nova Pampulha	100	R\$ 0,24	R\$ 2,00	R\$ 400,00			1				1					2			
	2004 - Bandeirantes	100						1								1			2	
Castelo	3301 - Castelo	100						1					1						2	
Ouro Preto	3301 - Santa Terezinha	100						1						1					2	
	3502 - Ouro Preto	100								1					1				2	
	8501- Engenho Nogueira	100									1				1				2	
Sarandi	4403 A - Zoológico	100									1						1		2	
	4403 C - Sarandi	100										1					1		2	
	<b>Total</b>	<b>800</b>				<b>R\$ 192,00</b>	<b>R\$ 32,00</b>	<b>R\$ 400,00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>16</b>
R\$ 624,00																				

Fonte: Agência 4 ink.

Tabela 02 – Planejamento do passeio turístico durante os finais de semana na região da Pampulha.<sup>7</sup>

Ação VAN																																
Local	Pessoal Execução (R\$)	Gasolina (R\$)	Água Mineral 200ml (150 uni)	Flyer* (150 uni)	Caneta* (150 uni)	Meses															Total (vezes)	Total Tabela (estimativa)										
						Março					Abril					Maio																
						1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5												
Pampulha	R\$ 400,00	R\$ 2,46	R\$ 15,00					3				3				3				3				3				3			15	R\$ 1.774,38
	<b>Trajetória</b>	<b>10 Km</b>																														
	<b>Custo p/ 450km</b>	<b>R\$ 89,63</b>																														
																		R\$ 1.774,38														

Fonte: Agência 4 ink.

A necessidade de novas abordagens para causar impacto no consumidor, implica em comunicação de baixo custo e criativa, essas são as propostas da Agência 4 ink.

<sup>6</sup> O item assinalado de asterisco (\*) tem como observação: o pessoal para execução da ação é pessoa com contrato de temporário junto à empresa, devidamente regulamentado.

<sup>7</sup> Os itens assinalados com o símbolo de asterisco (\*) fazem parte do acervo da empresa.