

Plano de Comunicação Integrada: Escadas Blumenau¹

Alexandre D'AVILA²

Gilbert Roland Fernandez BEROIS³

Gabriela ZABOENCO⁴

Rafael Jose BONA⁵

Cynthia Morgana Boos de QUADROS⁶

Roberta DEL-VECHIO⁷

Universidade Regional de Blumenau, FURB, Blumenau/SC

RESUMO

Este artigo se trata da defesa da Expocom para o Plano de Comunicação Integrada para a empresa Escadas Blumenau. O plano foi desenvolvido durante a execução do Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda do Curso de Comunicação Social (PP) da FURB (Universidade Regional de Blumenau) em 2011/1. O objetivo desse plano de comunicação integrada é apresentar a marca Escadas Blumenau para o mercado, destacando a segurança do produto. Apresentar a empresa Escadas Blumenau e sua identidade para o consumidor, ressaltando a segurança que seu produto proporciona. Espera-se que com as sugestões propostas nesse plano os objetivos sejam cumpridos.

PALAVRAS-CHAVE: Plano de Comunicação Integrada; Comunicação; Projeto Experimental.

1 INTRODUÇÃO

A economia brasileira se apresenta em expansão. Entre os anos de 2003 e 2010, a economia cresceu 37,3%, e para o ano de 2011 tem um crescimento previsto de 4,29%. No embalo deste crescimento econômico, vêm as empresas de construção civil, onde houve um crescimento de 11% em 2010 (o maior desde 1986), e estima-se um crescimento de 6% para 2011, e que nos próximos 5 anos este setor continue crescendo. (UOL ECONOMIA, 2011).

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Plano de Comunicação Integrada.

² Aluno líder do grupo e acadêmico do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB. E-mail: alexandrecure@hotmail.com

³ Aluno integrante do grupo e acadêmico do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB.

⁴ Aluna integrante do grupo e acadêmica do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB.

⁵ Professor orientador do trabalho. Curso de Publicidade e Propaganda da FURB.

⁶ Professor orientador do trabalho. Curso de Publicidade e Propaganda da FURB.

⁷ Professor orientador do trabalho. Curso de Publicidade e Propaganda da FURB.

O Brasil está entre os grandes vendedores de madeira do mundo e também é um grande consumidor. Porém, o mercado de madeira é apontado como o grande vilão do desmatamento na Amazônia. Para diminuir este impacto existem alternativas como o uso de madeira de reflorestamento, pois apesar dos problemas que envolvem esse mercado, a madeira continua sendo uma matéria prima essencial para diversas atividades. (EMPRESAS E FINANÇAS, 2011).

A empresa iniciou as atividades em 1960, como firma individual com a fabricação de artesanatos de madeira. Após alguns anos passou a fabricar móveis sob medida, portas, janelas e escadas de madeira. Em 1980 transformou-se em Marcenaria Werner LTDA, continuando com a mesma linha de produção. Em 1992 passou a produzir somente escadas.

Em 2010 optou-se por constituir uma microempresa, a Escadas Blumenau, com a intenção de aderir ao regime de impostos "Simples Nacional", para a redução de impostos e segurar mais os preços. Atualmente é produzido de 100 a 120 escadas por mês. A madeira utilizada para a fabricação de escadas é o Eucalipto. Esta madeira é comprada de serrarias que são credenciadas por trabalharem com madeira de reflorestamento.

Os resíduos que são restos de madeira vão para empresas que utilizam caldeiras em sua cadeia produtiva. Estes resíduos servem então para alimentar as caldeiras. Já a serragem é utilizada por empresas que produzem taxas e parafusos para o seu polimento e limpeza. A empresa Escadas Blumenau atua nas cidades de Blumenau, Gaspar, Indaial, Camboriú e Timbó, tendo apenas um cliente que se localiza fora do estado de Santa Catarina. A Escadas Blumenau é única empresa do estado que produz a escada Somente Para Esticar de 25 degraus, porém este modelo tem pouca procura, pois os profissionais tendem a substituí-la por andaimes, além de haver uma legislação que não permite o seu uso em determinados lugares, como em locais nos quais haja muito vento, por exemplo. Já as escadas mais vendidas é o modelo Para Pintor, de 7 degraus. Os tipos de clientes que mais compram essa escada são gesseiros e pintores. As escadas pequenas têm uma margem menor de lucro em relação as maiores. Ou seja, quanto menor a escada, menor o lucro. A margem de lucro das escadas pequenas é de 10% à 15%, enquanto as escadas maiores têm uma margem de 30%. A Escadas Blumenau faz uma distinção interna direcionando alguns modelos de escada para um tipo de profissional. A partir dessas informações coletadas é que se partiu para a confecção de um plano de comunicação integrada para a empresa Escadas Blumenau.

2 OBJETIVO

O objetivo desse plano de comunicação integrada é apresentar a marca Escadas Blumenau para o mercado, destacando a segurança do produto. Apresentar a empresa Escadas Blumenau e sua identidade para o consumidor, ressaltando a segurança que seu produto proporciona.

3 JUSTIFICATIVA

O plano de comunicação será voltado para os profissionais da construção civil, e os esforços de comunicação serão focados em Blumenau e nas cidades vizinhas, como Gaspar, Indaial, Camboriú e Timbó, nas quais a empresa já trabalha e pode expandir o seu mercado. Também será trabalhada a comunicação com displays e folders na cidade de Dois Irmãos, RS, pois a empresa fornece seus produtos para a revenda Herval, localizada nesta cidade.

Os esforços de comunicação também serão dirigidos para que a Escadas Blumenau adquira maior número de revendas que trabalhem com seus produtos.

A campanha irá focar na construção da imagem da marca, passando a idéia de segurança para o consumidor. Será trabalhado o aspecto da segurança proporcionada pela qualidade do produto, já que a construção civil aparece como um setor com grande número de acidentes de trabalho, principalmente aqueles proporcionados com quedas de altura, e também porque um dos pontos fortes dos produtos da Escadas Blumenau é a sua qualidade superior à da concorrência.

Estratégias do Plano de Comunicação Integrada:

- Rádio: O rádio será utilizado por alcançar uma grande parcela do público e por ter baixo custo de veiculação. Com o rádio a Escadas Blumenau tornará seu nome mais conhecido no mercado. Por meio dele será passado o conceito de segurança do produto e da preocupação da Escadas Blumenau com a segurança do trabalhador da construção civil.
- Jornal: Para divulgar a campanha aos consumidores serão feitos anúncios em jornais que veiculam nas cidades nas quais a campanha está sendo realizada. O jornal é um meio em que podem ser inseridas várias informações no anúncio e que atingirá tanto o público pessoa jurídica como o público pessoa física. Por meio do jornal, pretende-se transmitir o conceito de que a Escadas Blumenau fabrica escadas pensando na segurança do trabalhador.
- Lista Telefônica: Para que os consumidores possam encontrar com maior facilidade os produtos da Escadas Blumenau, será feito um anúncio na lista telefônica impressa e online.

Desta forma, o consumidor que procura por escadas de mão encontrará com mais facilidade os serviços oferecidos pela Escadas Blumenau. Nestes anúncios, a idéia de que a Escadas Blumenau fabrica escadas visando a segurança de seu usuário, será trabalhada.

- Catálogo: Para mostrar seus produtos aos clientes e possíveis clientes, será criado um catálogo, com os preços e modelos de escadas ofertadas pela Escadas Blumenau. Para levar este catálogo até os clientes, sugerimos a contratação de um representante.

- E-mail Marketing: A campanha trabalhará com ações de e-mail marketing para as empresas de construção civil e as revendas, a fim de apresentar a marca para este mercado, bem como seus produtos e atributos que fazem das escadas um produto seguro.

- Placa Externa: Será colocada na frente da empresa uma placa identificando-a, para que fique evidenciado para quem passe na Rua Amazonas (Blumenau/SC) local que se localiza a Escadas Blumenau.

- Brindes: Para criar maior aproximação empresa-cliente, sugere-se a criação de brindes institucionais, como canetas e trenas. Será enviado aos clientes também um brinde que será feito pela própria Escadas Blumenau. Se trata de uma escada de madeira pequena, para colocar de enfeite sobre a mesa. Nessa escada haverá um personagem que quando manipulado desce essa escada e sempre cai de pé na base dela.

- Folder: No folder haverá uma história em quadrinhos com os personagens da Escadas Blumenau, focada na segurança no trabalho no setor de construção civil, e também conterá dicas de segurança. Este material visa demonstrar a preocupação da Escadas Blumenau com a segurança do trabalhador e a qualidade de seus produtos. Este folder estará a disposição nos pontos de venda, e será entregue para as empresas junto com o brinde e também pelo representante em suas visitas.

- Display: Serão postos displays nas revendas que trabalham com a Escadas Blumenau. Nestes displays estarão o personagem criado para a campanha, criando assim uma assimilação do consumidor com as demais peças publicitárias. Junto a esses displays também estarão expostos os folders institucionais e promocionais.

- Folder: Junto ao display, estarão à disposição do consumidor os folders, que conterão fotos de modelos de escadas ofertados pela Escadas Blumenau, bem como sua descrição e preços. Este folder visa mostrar os demais produtos com que a empresa trabalha e também seus atributos que contribuem para a produção de uma escada de qualidade e mais segura.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A idéia criativa foi ser baseada nos conceitos de segurança que a escada traz ao seu usuário. Para isso, foram trabalhados aspectos de sua fabricação, que tem como resultado final, uma escada de qualidade e mais segura. Os aspectos no processo de produção que a tornam mais seguras em relação às escadas da concorrência são:

- A escada é feita de forma artesanal: fabricá-la de maneira artesanal torna o produto mais seguro e resistente;
- Processo de secagem: o processo de secagem da madeira é feita de forma natural, o que resulta em um processo de colagem mais eficaz dessa madeira, e resulta também ao final de processo de produção em uma escada mais segura. Este processo de secagem também evita que as escadas empenem futuramente;
- Madeira selecionada: a madeira utilizada é pré-selecionada por um profissional qualificado, que utiliza apenas as partes externas da tora, que são as partes ideais para a construção de uma escada mais resistente. Este processo de seleção torna o produto final, ou seja, a escada, mais segura.

Desta forma, evidenciaremos os atributos que tornam os produtos da Escadas Blumenau mais seguros que os da concorrência.

O slogan a ser criado deve ressaltar também essa ideia, de que cada etapa da produção da escada é pensada para torná-la mais resistente e segura.

Para a construção da logo, sugere-se a utilização de cores que remetam à uma ideia de fabricação artesanal, como o marrom, por exemplo, pois esse é um dos fatores primordiais que fazem dos produtos da Escadas Blumenau mais seguros. Sugere-se também a utilização de uma cor que remeta aos produtos da Escadas Blumenau, como o amarelo, que é a cor da escada produzida pela empresa. A combinação das cores também deve remeter à segurança do trabalhador da construção civil.

Para uma maior identificação com o cliente, e também para passar uma imagem de preocupação com a segurança do trabalhador, sugere-se a criação de um personagem, que poderá ser trabalhado em cima de algumas dicas de segurança que a empresa poderá dar para os trabalhadores da construção civil. Para o suporte teórico para os métodos e técnicas utilizados foram utilizados Bertomeu (2006) e Sant'Anna et. al. (2009).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A cor amarela é uma cor que expressa precaução e atenção. O marrom nos dá a sensação de estabilidade e afasta a insegurança (FARINA, 1975). A representação das duas cores justifica o uso nas peças, pois o amarelo revela a atenção que o trabalhador deve ter ao utilizar o equipamento, pois se trata de uma ferramenta que envolve riscos, por outro lado o marrom passa a ideia de estabilidade e a sensação de segurança. O marrom também é usado para se referir à forma artesanal como a escada é feita, forma esta que resulta em um produto de maior qualidade e segurança.

O mascote escolhido foi feito para representar o trabalhador da construção civil, de forma descontraída e divertida, mostra o que se deve e o que não se deve fazer ao utilizar a escada, buscando esclarecer questões sobre a segurança no trabalho.

O mascote também trata de humanizar o produto, faz com que se crie uma certa empatia com o consumidor. Seu traço artesanal traduz a forma que o produto foi construído. A chamada “Feitas com madeira selecionada e de forma artesanal” está em todas as peças para justificar a qualidade e a segurança da escada. Esta chamada visa manter uma unidade na campanha, pois traduz a essência da escada e revela toda a fase de construção, desde a seleção da madeira que passa pela mão do artesão até o acabamento final. O slogan “Segurança a cada degrau” visa passar a ideia de que cada etapa da produção é feita pensando na segurança do produto e na segurança de seu usuário.

Inserimos histórias em quadrinhos para humanizar a campanha e criar uma identificação com o consumidor, o profissional da construção civil. O plano de comunicação foi trabalhado também em com alguma características de humor, para demonstrar os perigos existentes na construção civil de uma forma suave e não agressiva, mostrando dessa forma, a preocupação da empresa com o bem estar do usuário. No folder institucional foi usado essas histórias em quadrinhos, demonstrando a preocupação com segurança por parte da Escadas Blumenau, e também dando dicas de segurança no verso. As cores marrom e amarela estão sempre presentes. Acompanhando essa história, e visando criar uma sinergia no plano de comunicação, o spot do rádio utiliza o mesmo enredo da história em quadrinhos, trabalhando um pouco mais com o humor, para criar demonstrar a preocupação da empresa em produzir produtos seguros e também a preocupação com a segurança do trabalhador de uma forma suave, que não cause impactos negativos no público alvo. Nas peças de jornal e as ilustrações tem uma função didática, procura esclarecer e alertar de forma simples e direta os riscos que se corre ao utilizar a escada. Sempre utilizando as cores

da marca e enfatizando que o produto da Escadas Blumenau traz segurança ao usuário. O Selo abaixo em cada peça de jornal é do Programa Nacional de Prevenção de Acidentes de Trabalho, que é uma iniciativa do Tribunal Superior do Trabalho e do Conselho Superior da Justiça do Trabalho, em parceria com o Ministério da Saúde, o Ministério da Previdência Social, o Ministério do Trabalho e Emprego e a Advocacia-Geral da União, e tem como principal objetivo reverter o cenário do crescente número de acidentes de trabalho no Brasil. Aderir à esta campanha mostra que a Escadas Blumenau está realmente preocupada com a segurança de seus produtos, e que está atenta às novidades que ocorrem nos setores de prevenção no Brasil, passando uma imagem de qualidade e seriedade. O display procura chamar atenção do consumidor no ponto de venda, destacando não só a escada mas também o personagem que representa o próprio usuário, criando assim uma identidade com o resto da campanha e gerando lembrança no consumidor.

O E-mail Marketing pretende atender principalmente o departamento comercial de empreiteiras, construtoras, e também as revendas. Sendo assim, seu layout é mais comercial, mostrando em fotos as escadas mais indicadas para esses segmentos. O site visa divulgar a imagem e os produtos da empresa, com fotos dos modelos dos produtos, dicas de segurança, além de um serviço para o cliente fazer seu orçamento online, facilitando assim a comunicação cliente-empresa. Os materiais de papelaria e os brindes trabalham com a logo e as cores da empresa, frisando sua imagem no mercado. A trena em especial é um brinde totalmente direcionado para os profissionais da construção civil, e desta forma, a imagem da marca estará inserida também no meio de trabalho desses profissionais.

Todas as peças contêm as cores da marca, de modo que crie uma sinergia na campanha e uma identidade forte para a Escadas Blumenau.

A seguir apresentamos algumas peças criadas:



Figura 01: Peça publicitária Jornal
Fonte: os autores

Folder 1



Figura 02: Folder
 Fonte: os autores

Folder 1



Figura 03: Folder (continuação)
 Fonte: os autores

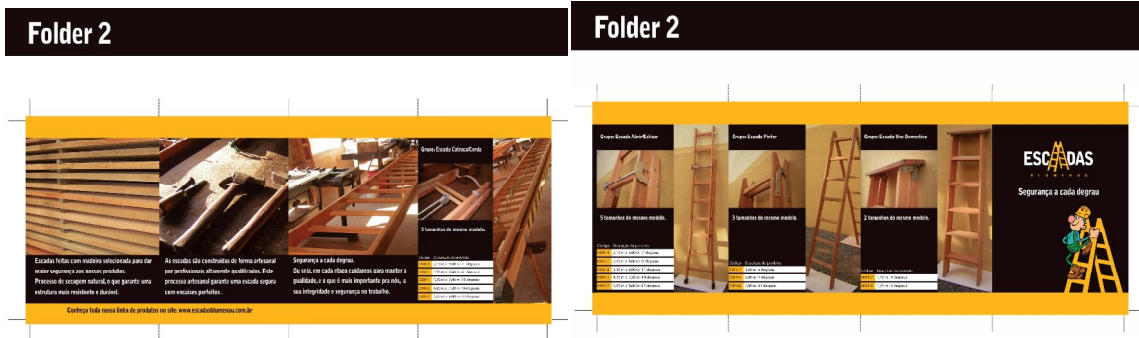


Figura 04: Folder 2
Fonte: os autores

Figura 05: Folder 2 (continuação)
Fonte: os autores



Figura 06: Display
Fonte: os autores

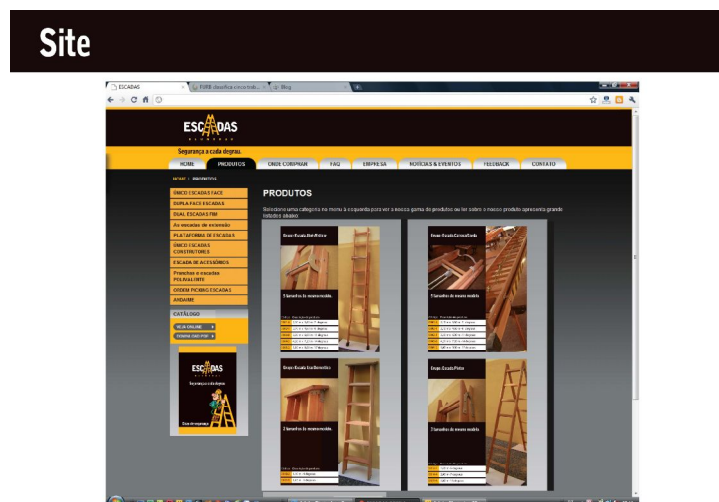


Figura 07: Site
Fonte: os autores

Brindes



Figura 08: Brindes
Fonte: os autores

6 CONSIDERAÇÕES

Este artigo tratou de defender o Plano de Comunicação Integrada para a empresa Escadas Blumenau. Conforme já citado o plano foi desenvolvido durante a execução do Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda do Curso de Comunicação Social (PP) da FURB (Universidade Regional de Blumenau) em 2011/1. Espera-se que a partir das sugestões propostas o cliente possa apresentar a marca Escadas Blumenau para o mercado, destacando a segurança do produto.

REFERÊNCIAS E BIBLIOGRAFIA DE APOIO

BERTOMEU, J. V. C. Criação na propaganda impressa. Thomson Learning: São Paulo. 3ªed. 2006.

EMPRESAS E FINANÇAS. **Como funciona a indústria da madeira.** Disponível em < <http://empresasefinancas.hsw.uol.com.br/industria-da-madeira.htm>>. Acesso em: 02 de Abril. 2011.

FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em publicidade.** São Paulo: Editora da USP, 1975.

SANT'ANNA, A. ROCHA JÚNIOR, I., GARCIA, L. F. D. **Propaganda: teoria, técnica e prática.** 8ª.ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

UOL ECONOMIA. **Economia brasileira cresce 7,5% em 2010, maior alta em 24 anos.** Disponível em: < <http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/03/03/economia-brasileira-tem-maior-crescimento-desde-1986.jhtm>>. Acesso em: 05 de Abril. 2011.