

## E-mail marketing: Rádio UNOESC 106,7 FM<sup>1</sup>

Andréa HECKLER<sup>2</sup>

Carla DAGOSTIN<sup>3</sup>

Elanderson CORREIA<sup>4</sup>

Evelin SERAFINI<sup>5</sup>

Paulo Ricardo dos SANTOS<sup>6</sup>

Silvia Simi dos SANTOS<sup>7</sup>

Suelen BALBINOT<sup>8</sup>

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC

### RESUMO

A UNOESC FM é um serviço de Radiodifusão Sonora (rádio) ou de Sons e Imagens (TV) destinadas à transmissão de programas educativo-culturais, que, além de atuar em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, vise à educação básica e superior, a educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. O objetivo principal da peça publicitária *e-mail marketing* desenvolvido para a rádio UNOESC FM de Joaçaba em Santa Catarina, teve o objetivo de conquistar novos ouvintes em especial os acadêmicos do *Campus* de Joaçaba, reforçando a idéia que é uma rádio educativa com temas jornalísticos e culturais. Assim fidelizar os ouvintes na estação 106,7 FM.

**Palavras-chave:** música; propaganda; rádio; universidade; web-banner.

### INTRODUÇÃO

Conforme a Wikipédia, Rádio é um recurso tecnológico das telecomunicações utilizado para propiciar comunicação por intermédio da transcepção de informações previamente codificadas em sinal eletromagnético que se propaga através do espaço.

A UNOESC FM completou 6 anos de transmissão, com muita música, informação e entretenimento, reunindo ouvintes com as mais diversas faixa etárias.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade digital/virtual (avulso).

<sup>2</sup> Estudante do 7º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: heckler.andrea@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: carla\_dagostin@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: elanderson.correia@unoesc.com.br

<sup>5</sup> Aluna líder estudante do 7º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: evelin\_serafini@hotmail.com

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: paulo.santos@unoesc.com.br

<sup>7</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda, email: silvia.simi@unoesc.com.br

<sup>8</sup> Estudante do 7º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: su\_zuxa@hotmail.com

A campanha “Pra ficar de boa, vem pra UNOESC FM”, instiga o telespectador a ouvir a rádio 106,7 FM e ter bons momentos sintonizados na frequência.

Esse trabalho foi desenvolvido no componente Agência Experimental, da 7ª fase do curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNOESC *Campus* de Joaçaba. A campanha consiste em promover a rádio e também divulgá-la para a região, atingindo os objetivos propostos neste trabalho.

Sendo uma campanha promocional, utilizamos de diversas ferramentas para divulgação da mesma, uma delas foi o *e-mail marketing*, meio rápido e barato, onde atinge o público alvo, por ser uma ferramenta em que os mesmo possuem mais acesso.

## **OBJETIVO**

O principal objetivo da peça publicitária de *e-mail marketing* é comemorar o aniversário da Rádio UNOESC através de uma promoção e atrair mais ouvintes para a frequência 106,7 FM. Informando também aos acadêmicos do *Campus* de Joaçaba e a comunidade em geral que a Rádio UNOESC 106,7 FM, possui temas educativos com informações jornalísticas e culturais, assim fidelizar os ouvintes na estação 106,7 FM.

## **JUSTIFICATIVA**

Com o conceito “Pra ficar de boa vem pra UNOESC FM” buscamos atrair o público a passar bons momentos na sintonia da 106,7 FM. À peça produzida faz ligação do bem estar do ouvinte quando está curtindo a rádio. A folha de caderno remete ao público alvo, que são os estudantes, e curtindo a rádio, participando via telefone ou redes sociais, o ouvinte se cadastra e concorre a um final de semana com acompanhante no hotel Paraíso em uma cidade turística da região, Piratuba – Santa Catarina.

Assim, para incentivar os acadêmicos da UNOESC, a mídia social, *e-mail marketing* foi desenvolvido dentro das leis de figura e de forma compatíveis com o público. Esta mídia foi escolhida para a campanha por ser uma mídia de grande repercussão, mas para que os resultados planejados fossem obtidos ficamos atentos na elaboração da peça. Desta forma desenvolvemos a criação remetendo todos os componentes da peça com atrativos relacionados a estudantes.

## MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O primeiro passo para criação de uma campanha publicitária é a elaboração de um *briefing* que foi desenvolvido pelo acadêmico responsável pelo atendimento em nossa Agência Experimental. Este foi o responsável pelo contato com o cliente, nos tornando mais próximo dele. O atendimento foi quem fez o levantamento das informações fundamentais sobre o cliente para o processo de desenvolvimento das ações de comunicação, conhecendo o cliente e levando as informações para os demais setores da agência. Segundo Ferrari (1998):

As verdadeiras atribuições do profissional de atendimento em linha gerais podemos dizer que é o responsável pelo gerenciamento da conta. Isso significa administrar o investimento do cliente em comunicação, através do planejamento e da coordenação dos seus esforços nessa área. [...] Fundamentalmente, o bom profissional de atendimento é aquele que consegue fazer o cliente confiar na agência, e a agência gostar e confiar no cliente. (FERRARI, 1998. P.63)

Depois de coletadas as informações através do *briefing* da Rádio UNOESC 106,7 FM, que segundo Corrêa (2004, p. 36), “uma boa campanha depende de um bom *briefing*”. Analisamos as ideias, objetivos do cliente em parabenizar a rádio pelo 6º aniversário e atrair mais ouvintes para participar dos programas que a rádio oferece. Tudo isso levando em consideração que o público alvo a ser atingido, se resume aos acadêmicos da UNOESC campus de Joaçaba, num total de 4.406 acadêmicos.

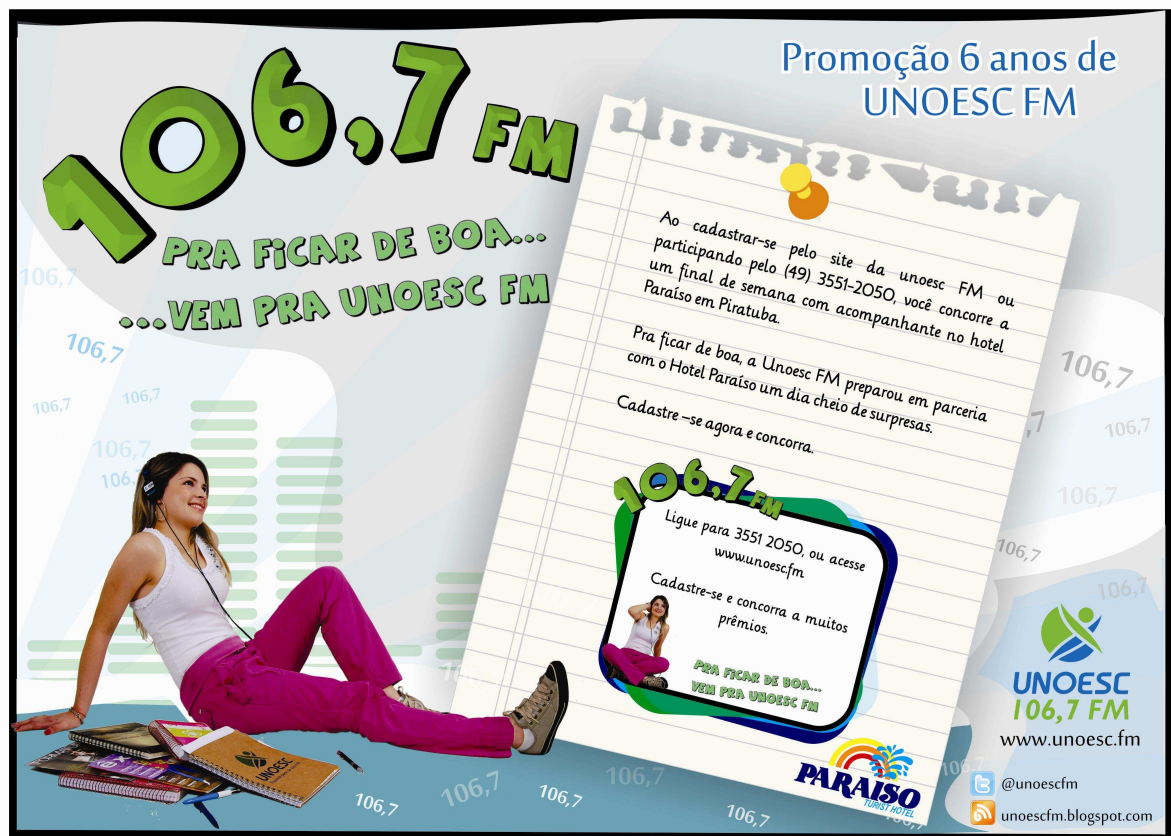
Inicia-se o planejamento de comunicação, o qual precisa de um conhecimento sobre diversas áreas, incluindo administração, *marketing* e comunicação. Conforme o autor Corrêa (2004, p. 111). “O planejamento é um sistema de trabalho, e a previsibilidade do que irá acontecer é uma das tarefas mais difíceis que existem no mundo empresarial”. Ainda descreve:

[...] um planejamento, seja ele empresarial, de *marketing* ou de comunicação, deve reunir as seguintes características: Buscar o equilíbrio entre o proposto e a realidade do mercado; servir como padrão de referência para as ações propostas; possuir a flexibilidade necessária para se adaptar as possíveis mudanças de mercado; manter a consistência das ações e a sua continuidade e ser um instrumento de trabalho do dia-a-dia dos executivos. (CORRÊA, 2008. P.113)

Para a criação da peça foram realizados diversos *brainstorms*, reunindo todo o grupo para discussão de ideias até chegar a um conceito adequado para os objetivos, mostrando

que o ouvinte passará bons momentos em sintonia com a Rádio UNOESC 106,7 FM, assim o slogan foi definido: “Pra ficar de boa vem pra UNOESC FM”.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



O slogan “Pra ficar de boa vem pra UNOESC FM”, foi desenvolvido com objetivos traçados, passando a ideia para o receptor, de que na Rádio UNOESC você pode desfrutar de momentos tranquilos, pois é uma rádio educativa e que seleciona músicas mais apropriadas para serem transmitidas.

Após o conceito decidido, a partir dos raves é que vimos à necessidade de formas mais complexas para elaboração da peça. Assim, convidamos uma acadêmica da UNOESC, na faixa etária de 17 a 25 anos, que é a média da maioria dos acadêmicos da instituição, para participar da seção de fotos no laboratório de fotografia da universidade.

Equipamentos como refletores e uma câmera fotográfica Nikon D40X, de alta definição foram necessários para dar qualidade e iluminação adequada às imagens. Para que as fotos ficassem de acordo com os raves da criação, a modelo ficou sentada, bem

descontraída, para que na produção da peça, pudéssemos colocá-la da maneira planejada. A fotografia foi editada e tratada no programa Adobe Photoshop CS5 e o programa Corel Drawn para a montagem de toda a peça. As cores da roupas foram escolhidas justamente para que o rosa transmita emoções descontraídas, o branco transmita pureza e ordem e o verde para o bem estar.

**Objetivo criativo:** Com cores vivas e materiais escolares, objetivamos transmitir a idéia que mesmo nos meios acadêmicos onde o índice de trabalhos é grande, você pode conciliar estudos com música e informação e nada melhor do que curtir a Unoesc FM e sentir-se muito bem, como diz o slogan, “ficar de boa”.

**Conceito:** “Pra ficar de boa, vem pra UNOESC FM”.

O e-mail marketing foi encaminhado pelos funcionários da UNOESC FM, para todos os contatos cadastrados na base de dados da rádio, além do grande número de e-mail de acadêmicos registrados no portal de ensino.

## CONSIDERAÇÕES

A Campanha promocional “Pra ficar de boa, vem pra Unoesc FM” tem como público-alvo os acadêmicos da Unoesc e jovens da sociedade em geral. Essa peça tem como objetivo complementar e dar continuidade à campanha desenvolvida pelas acadêmicas dos Cursos de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda que desenvolveram essa mídia, o *e-mail marketing*, visando divulgar e reforçar a frequência da rádio Unoesc FM.

A campanha atingiu os objetivos, atingindo um *share of mind* de 40% do mercado de abrangência.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. 1. ed. São Paulo: Global, 2008.

FERRARI, Flavio. **Planejamento e atendimento**. 4. ed. São Paulo: Layola, 1990.

LUPETTI, M. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: Futura, 2003, pág 54.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. São Paulo: Campus, 1999.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.