

FUNDAÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DE GOIATUBA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA

11.9 - REPERTÓRIO
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CANNES PUBLICIDADE LTDA
CNPJ: 01.542.307/0001-87



CANNES
PUBLICIDADE

65
ANOS

CRIATIVA COMO SEMPRE. INOVADORA COMO NUNCA.



cannespublicidade



cannes.com.br

11.9 - RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 01

ELETOBRAS PIAUÍ
CAMPANHA IASC



CANNES

PUBLICIDADE

65

ANOS

CRIATIVA COMO SEMPRE. INOVADORA COMO NUNCA.

- Agência: Cannes Publicidade Ltda.
- Anunciante: Eletrobras Distribuição Piauí.
- Título: Campanha IASC 2017.
- Produto: Distribuição de Energia.
- Produção: Setembro/2017.
- Veiculação: Outubro/2017.
- Peças: Jingle 60", spots 30", textos para carro de som, Outdoors, Banners, Post, VT 30" institucional (55 Anos).

PROBLEMA

Anualmente, a ANEEL – Agência Nacional de Energia Elétrica - realiza um levantamento chamado IASC – Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor, junto aos consumidores de concessionárias de energia elétrica. Historicamente, os números obtidos junto aos consumidores da Eletrobras Distribuição Piauí não eram considerados positivos, pois refletiam alto grau de insatisfação dos consumidores que não reconheciam a qualidade da empresa e não demonstravam confiança na mesma. Na época, em setembro de 2017, a Assessoria de Comunicação (Ascom) da empresa acreditava que parte dos números insatisfatórios devia-se à falta de uma comunicação mais acentuada para esclarecer e pontuar as melhorias nos serviços, de forma que o cidadão pudesse perceber e deixar transparecer essa percepção na Pesquisa IASC que seria realizada nos meses finais de 2017. De posse desse estudo, a Ascom elaborou estratégias envolvendo não apenas a publicidade, mas também ações de assessoria de imprensa, relações públicas e endomarketing, integrando todas as ferramentas no intuito de reforçar a divulgação das melhorias implementadas pelos setores técnico e comercial da Eletrobras Distribuição Piauí.

ESTRATÉGIA

Responsável pelo atendimento à publicidade e propaganda da Eletrobras Distribuição Piauí, tendo vencido a licitação ocorrida em janeiro de 2017 e iniciado os trabalhos em maio do mesmo ano, a Cannes Publicidade, de posse do briefing elaborado pela Assessoria de Comunicação, criou, produziu e veiculou uma campanha publicitária com o tema **"Juntos, vamos cada vez mais longe"**, que tinha, como peça central, um jingle emotivo e envolvente, que buscava criar proximidade e empatia entre a empresa e seus clientes, mostrando as lutas e conquistas e a consequente melhoria dos serviços oferecidos. Esta ação de comunicação, que contou também com a realização da CARAVANA ELETROBRAS NA SUA CIDADE, levando informação e serviços aos municípios piauienses, buscou explorar bem os principais atributos considerados na pesquisa IASC, com linguagem e meios adequados, para melhorar índices que estavam ruins e manter ou melhorar índices que já estavam evoluindo. Ações planejadas que contribuíram sobremaneira para a melhoria da companhia nos índices de duração equivalente de interrupção por unidade consumidora (DEC) e frequência equivalente de interrupção por unidade consumidora (FEC), estabelecidos pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL). O DEC (número de horas em que, em média, cada cliente fica sem energia) encerrou o ano de 2017

CANNES PUBLICIDADE LTDA.

Zander Campos da Silva

Diretor Presidente

GOIÂNIA
(62) 3219-7600 / Fax: 3219-7601
zander@canes.com.br
Rua 17A, 933
Setor Aeroporto - 74070-900

BRASÍLIA
(61) 3564-3003 / Fax: 3564-3005
jander@canes.com.br
SCS, Q.2, Bl. D, 3, 16.601
Ed. Oscar Niemeyer - 70154-900

RECIFE
(51) 3052-0000 / Fax: 3052-0004
jander@canes.com.br
Rua Carlos de Alencar, 388
Oitombro - 51075-130

RECIFE
(51) 3241-7000 / Fax: 3241-4017
jander@canes.com.br
Av. Brasil, 203, 5º - 20071-1700
Ed. Novo Brasil, Santo Agostinho
30.140-001

FLUMINENSE
(21) 3215-8000
jander@canes.com.br
100 Sul, Av. Brasil, 10000
Cariac - 21.040-000, 2º andar
77375-002

TERESINA
(66) 3311-1000
jander@canes.com.br
Rua Adolfo Bezerra, 500, 5º andar
Cidade Nova - 66.115-000, 5º andar
44000-200

com 6,4% de redução em relação ao mesmo período de 2016 e o FEC (número de vezes em que, em média, cada cliente fica sem energia) também apresentou evolução no ano de 2017, com retração de 10,4% em relação ao ano anterior. Melhorias reais estavam sendo obtidas, mas era necessário que os clientes captassem isso e traduzissem em boas avaliações da Empresa na pesquisa. Paralelo a isto, foi realizada uma campanha institucional, aproveitando a ocasião do aniversário de 55 anos da empresa, cujo carro-chefe era um comercial de TV com alta carga emocional, que mostrava o compromisso da empresa com o desenvolvimento das pessoas e do Estado.

RESULTADOS

Em meados de fevereiro de 2018 a ANEEL divulgou os dados da pesquisa nacional IASC 2017, cujos resultados podem ser conferidos no site <http://www.aneel.gov.br/iasc>. Os números divulgados refletiram diretamente o planejamento e os esforços de comunicação empregados, coroando de êxito a campanha. A avaliação da Eletrobras Distribuição Piauí, que, em 2016 era considerada "regular" por 42,62% dos entrevistados, saltou para um número de 52,67% de entrevistados considerando a empresa como "Excelente". Um crescimento de 24%, ou 10 pontos percentuais. Os índices que mais cresceram na pesquisa IASC foram: QUALIDADE PERCEBIDA (36,22%), SATISFAÇÃO (23,60%) e CONFIANÇA (7,80%). Além disso, a empresa foi a única da região Nordeste a apresentar trajetória de crescimento, enquanto todas as outras obtiveram retração (números negativos) nos quesitos avaliados. Em todo o país, a Empresa obteve a segunda melhor trajetória de crescimento, resultado que mostra o quanto a combinação entre ação e comunicação contribui para um recall positivo dos clientes. A pesquisa deixou evidente o crescimento da avaliação positiva dos consumidores em relação à Eletrobras Distribuição Piauí no período de apenas um ano e o quanto ainda há espaço para a melhoria. Isto demonstra a clara relação causa-efeito entre a ação de comunicação colocada em prática e os resultados da pesquisa, bem como reforça os resultados de uma parceria de sucesso entre a Assessoria de Comunicação da Eletrobras Distribuição Piauí e a Cannes Publicidade. A Distribuidora pretende reforçar em 2018 ações internas e externas com vistas a ampliar ainda mais os resultados, considerando o verdadeiro "case de sucesso" ocorrido em 2017.

DECLARAÇÃO

Declaramos que o CASE apresentado representa fielmente o PROBLEMA, a ESTRATÉGIA e os RESULTADOS obtidos com a campanha.

Teresina, 20 de agosto de 2018

CANNES PUBLICIDADE LTDA.

Zander Campos da Silva
Diretor Presidente

Júlia Pessoa Gomes

Responsável Institucional - P&O

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 01 - PEÇA 01: VT 30"

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda.
- **TÍTULO:** ELETROBRAS PIAUÍ 55 ANOS
- **PEÇA:** VT 30"
- **ANUNCIANTE:** ELETROBRAS DISTRIBUIÇÃO PIAUÍ
- **PRODUÇÃO:** Julho/2017
- **VEICULAÇÃO:** Julho e agosto/2017
- **VEÍCULO:** TV Globo Piauí
- **PRODUTO:** Concessionária de Energia Elétrica

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** A Cannes Publicidade teve como uma das primeiras campanhas desenvolvidas para a Eletrobrás Piauí, uma ação comemorativa dos 55 anos da empresa, uma campanha institucional com forte apelo emocional para resgatar a trajetória da mesma, as conquistas obtidas e o avanço proporcionado ao desenvolvimento do Estado do Piauí. Afinal, foi a partir dos investimentos da empresa que o Estado conseguiu chegar a 1.2 milhões de consumidores, tendo todos os municípios atendidos com energia elétrica e mais de 350 mil famílias atendidas no "PROGRAMA LUZ PARA TODOS". Esta campanha, que teve como uma das peças o VT de 30", tinha como missão exercer o papel regulatório de bem informar a população sobre as ações institucionais e valorizar o papel da Eletrobrás Distribuição Piauí na história socioeconômica do Estado, fortalecendo a sua imagem perante a comunidade e estreitando os laços com a população piauiense.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 01 - PEÇA 01: VT 30" (DVD ANEXO)

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 01 - PEÇA 02: ANÚNCIO JORNAL 17,3 X 26CM

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda.
- **TÍTULO:** JUNTOS, VAMOS CADA VEZ...
- **PEÇA:** Anúncio Jornal 17,3 x 26cm
- **ANUNCIANTE:** ELETROBRAS DISTRIBUIÇÃO PIAUÍ
- **PRODUÇÃO:** Setembro/2017
- **VEICULAÇÃO:** Outubro/2017
- **VEÍCULOS:** Jornal Meio Norte e Jornal O Dia
- **PRODUTO:** Distribuição de Energia

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Anualmente a ANEEL realiza um levantamento chamado IASC-Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor, junto aos consumidores de concessionárias de energia elétrica. Historicamente, os números obtidos junto aos consumidores da Eletrobrás Distribuição PiauÍ não eram considerados positivos pois refletiam alto grau de insatisfação dos consumidores, que não reconheciam a qualidade da empresa e não demonstravam confiança na mesma. Em setembro/2017 a Assessoria de Comunicação (Ascom) da empresa acreditava que parte dos números insatisfatórios se devia à falta de comunicação mais acentuada para esclarecer, de forma que o cidadão pudesse perceber e deixar transparecer essa percepção na Pesquisa IASC que seria realizada nos meses finais de 2017. Com o estudo em mãos, a Ascom, em conjunto com a Cannes, elaborou estratégias envolvendo não apenas a publicidade, mas também ações de assessoria de imprensa, relações públicas e endomarketing, integrando todas as ferramentas no intuito de reforçar a divulgação das melhores ações implementadas pelos setores técnicos e comercial da Eletrobrás Distribuição PiauÍ.

Juntos, vamos cada vez mais longe.

R\$ 20 milhões investidos em 30 novos
circuitos e 150Km de redes.

Redução nas quedas de fornecimento
e no tempo de resolução.



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 01 - PEÇA 03: OUTDOOR 9 X 3M

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda.
- **TÍTULO:** JUNTOS, VAMOS CADA VEZ...
- **PEÇA:** Outdoor 9 x 3m
- **ANUNCIANTE:** ELETROBRAS DISTRIBUIÇÃO PIAUÍ
- **PRODUÇÃO:** Setembro/2017
- **VEICULAÇÃO:** Outubro/2017
- **VEÍCULOS:** Urbana Outdoor
- **PRODUTO:** Distribuição de Energia

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Todos os anos, a ANEEL realiza o IASC – Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor. Um levantamento junto aos consumidores de concessionárias de energia elétrica. Os números obtidos junto aos consumidores da Eletrobras Distribuição Piauí não eram considerados positivos, historicamente, pois refletiam alto grau de insatisfação dos consumidores que não reconheciam a qualidade da empresa e não demonstravam confiança na mesma. Na época, setembro de 2017, a Assessoria de Comunicação (Ascom) da empresa acredita que parte dos números insatisfatórios devia-se à falta de comunicação mais acentuada para esclarecer e pontuar as melhorias nos serviços, de forma que o cidadão pudesse perceber e deixar transparecer essa percepção na Pesquisa IASC que seria realizada nos meses finais de 2017. De posse desse estudo, a Ascom elaborou estratégias envolvendo não apenas a publicidade, mas também ações de assessoria de imprensa, relações públicas e endomarketing, integrando todas as ferramentas no intuito de reforçar a divulgação das melhorias implementadas pelos setores técnico e comercial da Eletrobras Distribuição Piauí.



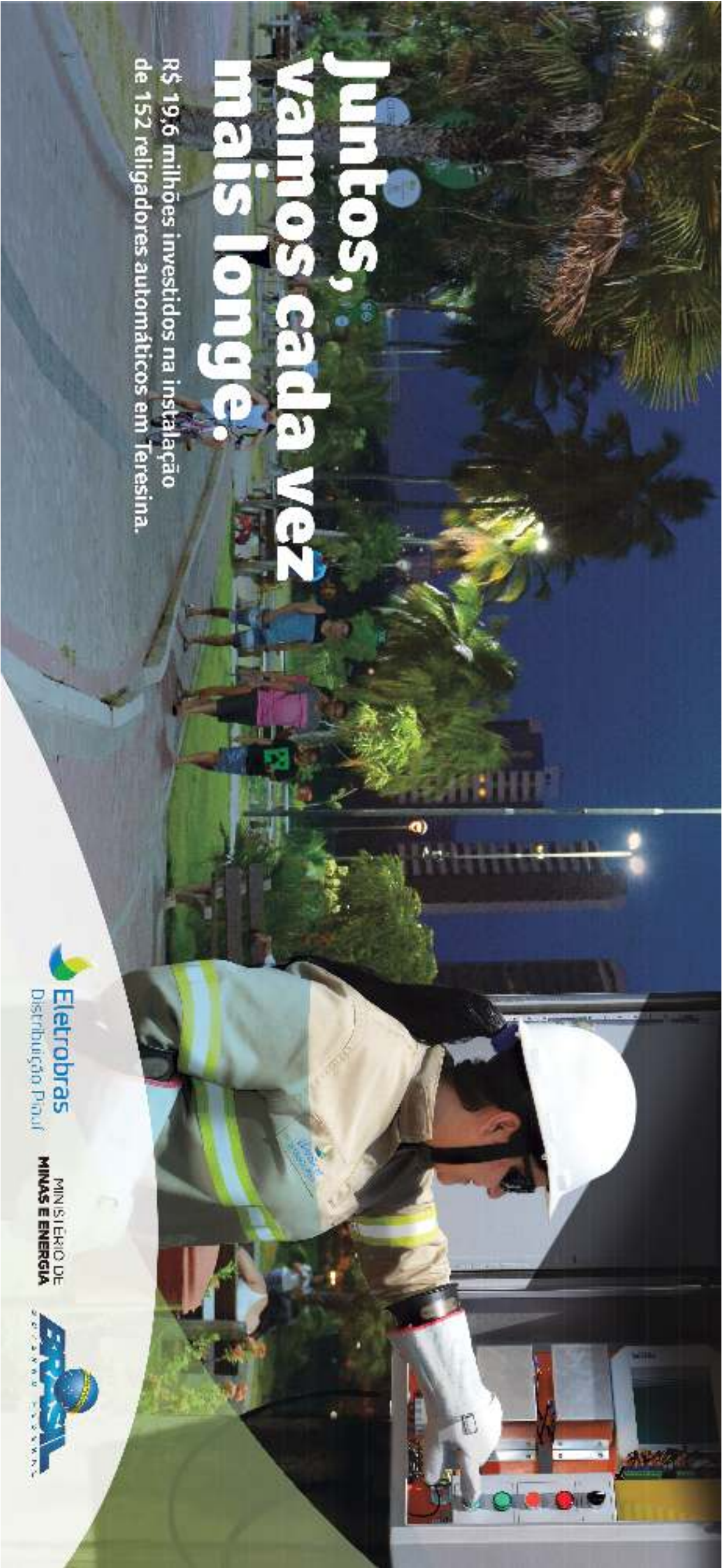
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 01 - PEÇA 04: WEB BANNER 763 X 350PX

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda.
- **TÍTULO:** JUNTOS, VAMOS CADA VEZ...
- **PEÇA:** Web Banner 763 x 350px
- **ANUNCIANTE:** ELETROBRAS DISTRIBUIÇÃO PIAUÍ
- **PRODUÇÃO:** Setembro/2017
- **VEICULAÇÃO:** Outubro/2017
- **VEÍCULOS:** Internet
- **PRODUTO:** Distribuição de Energia

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Anualmente, a ANEEL realiza um levantamento chamado IASC – Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor, junto aos consumidores de concessionárias de energia elétrica. Historicamente, os números obtidos junto aos consumidores da Eletrobras Distribuição PiauÍ não eram considerados positivos pois refletiam alto grau de insatisfação dos consumidores que não reconheciam a qualidade da empresa e não demonstravam confiança na mesma. Na época, setembro de 2017, a Assessoria de Comunicação (Ascom) da empresa acredita que parte dos números insatisfatórios devia-se à falta de comunicação mais acentuada para esclarecer e pontuar as melhorias nos serviços, de forma que o cidadão pudesse perceber e deixar transparecer essa percepção na Pesquisa IASC que seria realizada nos meses finais de 2017. De posse desse estudo, a Ascom elaborou estratégias envolvendo não apenas a publicidade, mas também ações de assessoria de imprensa, relações públicas e endomarketing, integrando todas as ferramentas no intuito de reforçar a divulgação das melhorias implementadas pelos setores técnico e comercial da Eletrobras Distribuição PiauÍ.



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 01 - PEÇA 05: JINGLE 60"

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda.
- **TÍTULO:** JUNTOS, VAMOS CADA VEZ...
- **PEÇA:** Jingle 60"
- **ANUNCIANTE:** ELETROBRAS DISTRIBUIÇÃO PIAUÍ
- **PRODUÇÃO:** Setembro/2017
- **VEICULAÇÃO:** Outubro/2017
- **VEÍCULOS:** Rádios Difusora de Floriano, Serra da Capivara Teresina, Esperança Picos, Antares, Pioneira de Teresina, Liderança de Parnaíba
- **PRODUTO:** Distribuição de Energia

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Anualmente a ANEEL realiza um levantamento clamado IASC- Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor junto aos consumidores de concessionárias de energia elétrica. Historicamente, os números obtidos junto aos consumidores da Eletrobrás distribuição PiauÍ não eram considerados satisfatórios. Acreditava-se que parte dos números insatisfatórios se devia à falta de uma comunicação mais acentuada para esclarecer e pontuar as melhorias nos serviços, de forma que o contribuinte pudesse perceber e deixar transparecer essa percepção da Pesquisa IASC. Por isso, a Cannes elaborou uma campanha com o tema "JUNTOS, VAMOS CADA VEZ MAIS LONGE", que tinha entre outras peças um jingle emotivo e envolvente, que buscava criar proximidade e empatia entre a empresa e seus clientes, mostrando as lutas e conquistas e a consequente melhoria dos serviços oferecidos pela companhia.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
CASE 01 - PEÇA 05: JINGLE 60" (CD EM ANEXO)

8.1.4 - RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 02

SENAC-TO
SENAC 20 ANOS



CANNES

PUBLICIDADE

65

ANOS

CRIATIVA COMO SEMPRE. INOVADORA COMO NUNCA.

- **Agência:** Cannes Publicidade Ltda
- **Anunciante:** SENAC-TO
- **Título:** O que dá o futuro...
- **Produto:** Educação Profissionalizante
- **Produção:** Janeiro-Abril/2017
- **Veiculação:** Janeiro a Dezembro/2017
- **Veículos:** TV Anhangüera Palmas, Araguaína e Gurupi
 Jornal do Tocantins - Outdoor e outros.
- **Peças:** VT, Jingle, Documentário, Anúncios e Outros.

PROBLEMA

O Senac é uma entidade nacional, autônoma, de direito privado, criado através do Decreto Lei nº 8.621, em 10 de janeiro de 1946, mantida e administrada pelo comércio e serviços (setor terciário). Em 2017, a entidade comemora, paralelamente aos 25 anos da Federação do Comércio do Estado do Tocantins – Fecomércio, seus 20 anos de atividades na oferta de cursos de educação profissional aos colaboradores de empresas do segmento de comércio de bens, serviços e turismo, bem como o atendimento à comunidade menos assistida, com programações que visam a inclusão social e profissional dos mesmos.

Para marcar todo o ano de 2017, o Senac, além de uma campanha institucional, intensificou a oferta de cursos, com mais de 1.800 vagas disponíveis e distribuídas nas unidades de Palmas, Taquaralto, Centro de Idiomas, Araguaína e Gurupi em cursos que abrangem todas as áreas de atuação como: Beleza, Saúde, Estética, Idiomas, Gestão e Negócios, Informática, Infraestrutura, Artes, Design e Moda, Hospitalidade e Lazer. O problema de comunicação, portanto, era criar uma campanha emotiva, mas que, ao mesmo tempo, tivesse fôlego para durar todo o ano, englobando toda a comunicação de cursos da entidade.

ESTRATÉGIA

Para marcar esse vigésimo ano de história, a Cannes Publicidade, agência licitada para o atendimento do Senac Tocantins, criou um selo comemorativo para ser utilizado em todas as ações de comunicação no decorrer do ano, além de uma campanha institucional com o tema: O QUE DÁ FUTURO É OLHAR PRA FRENTE.

Este tema foi o mote para peças como anúncios de jornal e revista, mídia exterior, mídia digital, peças de não-mídia e para uma série de VTs divulgando os cursos oferecidos, de acordo com a demanda de cada unidade, com veiculações todas as semanas.

Além disso, a Cannes criou também um documentário em vídeo e uma Revista para a Fecomércio, entidade mãe do Senac Tocantins, que comemora 25 anos.

CANNES PUBLICIDADE LTDA.

Zander Campos da Silva
 Diretor Presidente

Clériston Córdova
 Coordenador de Marketing e Comunicação
SENAC-TO

RESULTADOS

A campanha teve suas primeiras veiculações no mês de janeiro de 2017, obtendo uma boa média de inscrições realizadas para os cursos. Institucionalmente, embora ainda seja muito cedo para avaliar uma campanha que pretende durar todo o ano de 2017, pode-se dizer que os primeiros frutos também já começaram a aparecer (com base em dados de abril de 2017). O Senac é referência em qualificação profissional, chegando ao número de 325 mil pessoas beneficiadas em quase todos os 139 municípios tocantinenses, por meio de suas 5 unidades em Palmas, Araguaína e Gurupi), além de uma unidade móvel.

DECLARAÇÃO

Declaramos que o CASE apresentado representa fielmente o PROBLEMA, a ESTRATÉGIA e os RESULTADOS obtidos com a campanha.

Palmas, 14 junho de 2019.

CANNES PUBLICIDADE LTDA.

Zander Campos da Silva
 Zander Campos da Silva
 Diretor Presidente

Clériston Córdova

Clériston Córdova
 Coord. de Marketing e Comunicação
 SENAC-TO

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 02 - PEÇA 01: VT 30"

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda
- **TÍTULO:** CURSOS SENAC-TO
- **PEÇA:** VT 30"
- **ANUNCIANTE:** SENAC TOCANTINS
- **PRODUÇÃO:** Janeiro-Abril/2017
- **VEICULAÇÃO:** Janeiro a Dezembro/2017
- **VEÍCULO:** TV Anhanguera (TO), TV Record (TO)
- **PRODUTO:** Educação Profissionalizante

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Completando 20 anos de atuação no Estado do Tocantins, o Senac Tocantins solicitou à Cannes Publicidade a criação de VT's com os cursos oferecidos pelo Senac das unidades de Palmas, Araguaína e Gurupi. Foram criados, então, VT's com divulgação destes cursos, com troca de janelas, de acordo com a demanda de cada unidade. Estes VT's reforçaram a importância para os futuros alunos terem conteúdos e oportunidades para buscar uma formação completa e novos horizontes profissionais, através dos cursos Senac.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
CASE 02 - PEÇA 01: VT 30" (DVD ANEXO)

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 02 - PEÇA 02: ANÚNCIO PARA JORNAL 20,3 X 27CM

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda
 - **TÍTULO:** O QUE DÁ FUTURO
 - **PEÇA:** Anúncio para jornal 20,3 x 27cm
 - **ANUNCIANTE:** SENAC TOCANTINS
 - **PRODUÇÃO:** Janeiro-Abril/2017
 - **VEICULAÇÃO:** Janeiro a Dezembro/2017
 - **VEÍCULO:** Jornal O Popular, Jornal O Hoje
 - **PRODUTO:** Educação Profissionalizante
- **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Na comemoração dos 20 anos de atuação no Tocantins, o SENAC-TO, solicitou à Cannes uma campanha que comemorasse a data ao mesmo tempo em que mostrasse que a instituição representa, para seus alunos, um futuro promissor. Desta maneira, a Cannes criou a campanha “O que dá futuro é olhar pra frente”, mostrando jovens vislumbrando um futuro profissional. Dentre as peças criadas, o anúncio de jornal com tema descontraído e jovial, fazendo referência de 20 anos com o selo comemorativo.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
CASE 02 - PEÇA 02: ANÚNCIO PARA JORNAL 20,3 X 27CM



**O QUE DÁ
FUTURO
É OLHAR PARA
FRENTE**

HÁ 20 ANOS, O SENAC ACREDITA E
INVESTE NO QUE O TOCANTINS TEM
DE MELHOR: O TOCANTINENSE.

20 ANOS
TOCANTINS

Fecomércio TO
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

Senac

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 02 - PEÇA 03: CARTAZ 32 X 45CM

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda
- **TÍTULO:** O QUE DÁ FUTURO
- **PEÇA:** Cartaz 32 x 45cm
- **ANUNCIANTE:** SENAC TOCANTINS
- **PRODUÇÃO:** Janeiro-Abril/2017
- **VEICULAÇÃO:** Interna
- **PRODUTO:** Educação Profissionalizante

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Na comemoração dos 20 anos de atuação no Tocantins, o SENAC-TO, solicitou à Cannes uma campanha que comemorasse a data ao mesmo tempo em que mostrasse que a instituição representa, para seus alunos, um futuro promissor. Desta maneira, a Cannes criou a campanha “O que dá futuro é olhar pra frente”, mostrando jovens vislumbrando um futuro profissional. A peça cartaz, fixado nas unidades de Palmas, Araguaína e Gurupi, com referência aos 20 anos com o selo comemorativo.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
CASE 02 - PEÇA 03: CARTAZ 32 X 45CM



**O QUE DÁ
FUTURO
É OLHAR PARA
FRENTE**

**HÁ 20 ANOS, O SENAC ACREDITA E
INVESTE NO QUE O TOCANTINS TEM
DE MELHOR: O TOCANTINENSE.**

Senac **20** ANOS
TOCANTINS

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 02 - PEÇA 04: OUTDOOR 9 X 3M

FICHA TÉCNICA

- **Agência:** Cannes Publicidade Ltda.
- **Título:** O QUE DÁ FUTURO...
- **Peça:** Outdoor 9x3m
- **Anunciante:** SENAC TOCANTINS
- **Produção:** Janeiro-Abril/2017
- **Veiculação:** Janeiro a Dezembro/2017
- **Veículo:** Soluções Painéis
- **Produto:** Educação profissionalizante

● **Problema de Comunicação:** Para comemorar os 20 anos de atuação no Tocantins, o SENAC-TO, atendido pela Cannes via licitação, solicitou uma campanha que comemorasse a data ao mesmo tempo em que mostrasse que a instituição representa, para seus alunos, um futuro promissor. Assim, a Cannes criou a campanha “O que dá futuro é olhar pra frente”, mostrando jovens vislumbrando um futuro profissional. Dentre as peças criadas, o outdoor, com arte bem jovial e alegre, trazia ainda um selo comemorativo de 20 anos.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 02 - PEÇA 04: OUTDOOR 9 X 3M



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CASE 02 - PEÇA 05: JINGLE 30"

FICHA TÉCNICA

- **AGÊNCIA:** Cannes Publicidade Ltda
- **TÍTULO:** O QUE DÁ FUTURO
- **PEÇA:** Jingle 30"
- **ANUNCIANTE:** SENAC TOCANTINS
- **PRODUÇÃO:** Janeiro-Abril/2017
- **VEICULAÇÃO:** Jan. a Dez./2017
- **VEÍCULO:** Rádio Araguaia
- **PRODUTO:** Institucional

● **PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Para marcar esse vigésimo ano de história, a Cannes Publicidade, agência licitada para o atendimento do Senac Tocantins, criou um selo comemorativo para ser utilizado em todas as ações de comunicação no decorrer do ano, além de uma campanha institucional com o tema: O QUE DÁ FUTURO É OLHAR PRA FRENTE. Este tema foi o mote para uma campanha, que incluiu um jingle para rádio. A campanha teve suas primeiras veiculações no mês de janeiro de 2017, obtendo uma boa média de inscrições realizadas para os cursos. Institucionalmente, embora ainda seja muito cedo para avaliar uma campanha que pretende durar todo o ano de 2017, pode-se dizer que os primeiros frutos também já começaram a aparecer (com base em dados de abril de 2017). O Senac é referencia em qualificação profissional, chegando ao número de 325 mil pessoas beneficiadas em quase todos os 139 municípios tocantinenses, por meio de suas 5 unidades em Palmas, Araguaína e Gurupi), além de uma unidade móvel.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
CASE 02 - PEÇA 05: JINGLE 30" (CD EM ANEXO)

DECLARAÇÃO

A agência CANNES PUBLICIDADE LTDA declara, para os devidos fins, que os **CASES** apresentado no EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2022, serviços de publicidade, da **FUNDAÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DE GOIATUBA**, representam fielmente os **PROBLEMAS**, as **ESTRATÉGIAS** e os **RESULTADOS** obtidos em cada peça.

Por ser verdade, firmamos a presente.

Goiânia, 23 de dezembro de 2022.

Cannes Publicidade Ltda


Zander Campos da Silva
Diretor Presidente