

<Recall>

A REVISTA DE MARKETING, ECONOMIA E NEGÓCIOS DO INTERIOR DE SÃO PAULO
Nº 177 - ANO 18 - DEZEMBRO 2015

Conheça os
vencedores
do XV Prêmio
Recall



- 3 PRÊMIO RECALL
- 9 DEPOIMENTOS
- 12 SHORT-LIST
- 22 JÚRI PRÊMIO
- 25 BLA-MARCELOTOMAZ
- 26 ARTIGO

Editorial

Nesta última edição do ano, Recall traz todas as informações sobre o 15º Prêmio Recall de Criação Publicitária. Confira os vencedores, fotos, depoimentos, análise do júri e muito mais desta que é a maior premiação publicitária do interior paulista.

Recall aproveita a oportunidade para desejar a todos um feliz Natal e um 2016 de muito sucesso e realizações.

Até o próximo ano.



Capa

Arte: William de Oliveira Teodoro
Foto: Alfredo Risk



<Recall>

Diretores: Eduardo Ferrari Batista de Santana (eduardo@revistarecall.com.br)
Ricardo Carvalho (ricardo@revistarecall.com.br)

Jornalistas Responsáveis: Ricardo Carvalho (MTb 24.667)
Paulo Viarti (MTb 26.493)

Edição Gráfica: William de Oliveira Teodoro (recall@revistarecall.com.br)

Cartum: Marcelo R. Tomaz - (16) 3622-1042

Site: William de Oliveira Teodoro (recall@revistarecall.com.br)

Mídias Sociais: Fonte Comunicações - (16) 2111-7200

Departamento Comercial: Tatiane (16) 3011-2988 (16) 99626-1605
recall@revistarecall.com.br
Eduardo Ferrari (16) 98161-8743
eduardo@revistarecall.com.br

Anuncie na Recall: recall@revistarecall.com.br Tel: (16) 3011-2988 /
(16) 99626-1605 / (16) 98161-8743

@revista_recall

Revista-Recall

Recall não se responsabiliza pelas opiniões dos entrevistados ou de artigos assinados.

A Revista Recall é uma publicação mensal da Revista Recall Editora Ltda. dirigida aos profissionais de propaganda, marketing, economia e negócios.

Troféus do 15º Prêmio Recall vão para 17 agências de 14 cidades do interior e litoral paulistas

Cerimônia de premiação foi realizada em novembro, em Ribeirão Preto, e contou com a presença de 120 pessoas, entre publicitários, jornalistas e empresários

Fotos: Alfredo Risk



Os 25 troféus da 15ª edição do Prêmio Recall de Criação Publicitária ficaram divididos entre 17 agências de 14 cidades do interior e litoral paulistas. A cerimônia de premiação ocorreu em 6 de novembro, no Teatro da Companhia Minaz, em Ribeirão Preto.

A maior vencedora da noite foi a Central Business de Comunicação, que possui unidades em São José dos Campos

e Mogi das Cruzes. A Sanchez Propaganda, de Limeira, também foi muito bem premiada, com três troféus, sendo a única agência a levar dois ouros. Já a Voo Propaganda, de Rio Claro; a Tatá Comunicação, de Marília; e a EE2 Propaganda, de Campinas; levaram dois troféus.

A Central Business levou a prata nas categorias material promocional e televisão e bronze em anúncio de jornal ou re-

< PRÊMIO RECALL



Coquetel reuniu publicitários, jornalistas e empresários



vista. A agência ainda ganhou o troféu Jack Ronc, por ter tido o maior número de peças no short-list. Assim como nas edições anteriores, o short-list com as peças selecionadas pelo júri só foi revelado no dia da premiação, e na edição deste ano reuniu trabalhos de 30 agências.

A Sanchez Propaganda levou dois troféus de ouro, em projeto gráfico e mídia exterior, e outro de bronze nesta última categoria. Já a Voo Propaganda conquistou a prata em projeto gráfico e o bronze em internet; a Tatá Comunicação ficou com prata e bronze na categoria spots e jingles enquanto a EE2

Propaganda levou ouro e bronze em material promocional.

Na categoria televisão, o ouro ficou com a Nova MCP, de Assis; e o bronze, com a DLM, de São José do Rio Preto. Em spots e jingles, o ouro foi para a Atua, de Sorocaba, enquanto na categoria anúncio em jornal ou revista, o ouro ficou com a Mixa e a prata com a Arpejo, ambas de Campinas. Em internet, a Alta Publicité e Comunicazione, de Ribeirão Preto, ficou com o ouro, e a e/w Propaganda, de Piracicaba, com a prata.

Na categoria projeto gráfico, o bronze foi para a DLS

Comunicação, de Birigui; e em mídia exterior, a Artmaker Comunicação, de Sorocaba, levou a prata. Já os premiados em programação visual foram a DSPA Ideias, Planejamento e Design, de Santos (ouro), a Atmo Propaganda, de São Carlos (prata), e a Nucleotcm Marketing e Comunicação Integrada, de Sorocaba (bronze).

Recorde

A 15ª edição do Prêmio Recall bateu o recorde de cidades inscritas. No total, 52 agências, de 27 municípios de diversas regiões do interior e litoral paulistas, inscreveram suas melhores criações. Esta foi a maior abrangência de toda a história da premiação. O total de peças chegou a 310.

O 15º Prêmio Recall contou com o apoio da ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade), responsável pela escolha dos jurados e apoiadora do evento desde a sua primeira edição, e da Central de Outdoor, que pela terceira vez está presente na premiação.>



O jornalista Paulo Pucci foi o mestre de cerimônias do evento



Teatro da Companhia Minaz foi o palco da cerimônia



Jair Correia é o criador dos troféus do Prêmio Recall desde a segunda edição



Equipe da Voo Propaganda, de Rio Claro, recebe o troféu de bronze na categoria internet, entregue por Jair Correia



Equipe da DLS Comunicação, de Birigui, recebe o troféu de bronze na categoria projeto gráfico, entregue por Grazielle Ambrózio, da área de marketing da DTP Comunicação Visual (2ª, da esq. p/ a dir.)

< PRÊMIO RECALL



Publicitários da Voo Propaganda, de Rio Claro, recebem o segundo troféu da noite, desta vez de prata, na categoria projeto gráfico



Sérgio Silveira, diretor regional da Central de Outdoor, apoiadora do Prêmio Recall



A Sanchez Propaganda, de Limeira, ficou com os troféus de ouro e bronze em mídia exterior



A Artmaker Comunicação, de Sorocaba, conquistou a prata em mídia exterior



Publicitárias da DSPA Ideias, Planejamento e Design, de Santos, recebem o troféu de ouro na categoria programação visual, entregue por Ricardo Carvalho, diretor da Recall



A EE2 Propaganda, de Campinas, ganhou os troféus de ouro e bronze na categoria material promocional



O troféu de prata na categoria material promocional, entregue por Tatiane Boff, do departamento comercial da Recall, foi para a Central Business de Comunicação, de São José dos Campos e Mogi das Cruzes



A Central Business de Comunicação também levou o troféu de bronze na categoria anúncio de jornal ou revista, entregue pelo editor da Recall, Paulo Viarti



Publicitários da Agência Mixa, de Campinas, recebem o troféu de ouro na categoria anúncio de jornal ou revista



Publicitários da Atua Agência, de Sorocaba, recebem o troféu de ouro na categoria spots e jingles, entregue por Roy Edward, diretor da Next Produções, empresa parceira da Recall

< PRÊMIO RECALL



Equipe da DLM, de São José do Rio Preto, recebe o troféu de bronze na categoria televisão, entregue pelo diretor da Recall, Eduardo Ferrari



A Central Business de Comunicação ainda levou o troféu de prata na categoria TV



Grande vencedora da noite, a Central Business de Comunicação conquistou o quarto troféu da noite, o Jack Ronc, por ter obtido o maior número de peças no short-list



Peças que compuseram o short-list ficaram expostas para apreciação do público



A palavra dos vencedores

“Este ano o Prêmio Recall se superou mais uma vez e mostrou que é uma premiação madura, uma referência de qualidade. É a premiação que melhor representa o talento das agências do interior paulista. Seu júri, formado por profissionais altamente qualificados, é a prova da consolidação desse evento. Muito bem organizado, ele oferece a oportunidade para que o mercado como um todo possa sentir a evolução criativa das agências e serve como estímulo para os profissionais buscarem sempre o novo, a ousadia, a criatividade em benefício dos negócios de seus clientes. Uma premiação que valoriza não só as agências, mas também os clientes e fornecedores envolvidos. Estimula e valoriza o negócio da publicidade. A Central Business, por sua vez, sai desta edição valorizada, agraciada com quatro prêmios. Para se ter uma noção da importância deste prêmio para nós, fizemos um grupo no Whatsapp que ficava on-line acompanhando cada passo da premiação, uma torcida envolvendo nossas unidades em São José dos Campos e Mogi das Cruzes. E foi por onde comemoramos até tarde da noite. Foi com enorme alegria que recebemos essas “sementes” (significado do troféu desta edição), que, com certeza, irão germinar e produzir novas peças ainda mais ousadas. Foi um reconhecimento a uma equipe talentosa, que busca sempre superar as barreiras de verba e produção, por meio do talento criativo, que é a alma deste prêmio. Estes quatro prêmios nos estimulam a procurar sempre ideias inovadoras, valorizam os nossos clientes e nos posicionam melhor perante muitos prospects. O Prêmio Recall já faz parte da história da Central Business, uma agência que tem investido muito na melhora do produto criativo. Temos orgulho dessas conquistas e queremos participar

das próximas edições para contribuir com a evolução do nosso mercado. Muito obrigado pelo reconhecimento”.

Julio Isnard

Diretor de criação da Central Business de Comunicação

São José dos Campos e Mogi das Cruzes

“O Prêmio Recall é, notoriamente, um dos reconhecimentos mais relevantes para a criatividade das agências do interior de São Paulo. O troféu de ouro na categoria televisão, a mais tradicional e competitiva nos festivais publicitários, mostra que o trabalho da NovaMCP está cumprindo seus objetivos, que são potencializar os resultados e otimizar os investimentos dos clientes por meio de ideias criativas. Obrigado e parabéns a Recall por mais uma premiação de alto nível”.

Eddie Silva

Diretor executivo de criação da NovaMCP

Assis

“Receber um prêmio é um grande incentivo, é um medidor de que você está trilhando um bom caminho. Mas não podemos esquecer que o foco é sempre o cliente. Nosso trabalho existe para que ele atinja seus objetivos”.

Antonio Albino

Diretor de arte da Atmo Propaganda e Marketing

São Carlos

< DEPOIMENTOS

“É um privilégio ter nosso trabalho reconhecido pelo Prêmio Recall. Temos uma grande felicidade de profissionais na nossa área perceberem e identificarem nas nossas criações a criatividade e a qualidade que sempre buscamos. Iniciativas e prêmios como este promovido pela revista Recall é ótimo para o nosso mercado, e as agências devem sempre investir nas inscrições de peças. Agradecemos a todos os nossos clientes e parceiros que acreditam nas nossas ideias e investem na nossa criatividade. Obrigado Mirai Motors, Postos Qualy 10e Pierucci Estúdio. Como diz nosso slogan, Deus é bom”.

Francisco Ribeiro

Diretor de atendimento da Tatá Comunicação Marília

“O Prêmio Recall é um dos mais respeitados do mercado de comunicação no interior de São Paulo. Para a NucleoTCM, conquistá-lo representa sempre uma distinção importante, especialmente este ano, em que pela primeira vez fomos premiados na categoria programação visual, com o rótulo da cerveja ‘Exquadrilha da Fumaça’, para o cliente Bamberg, um trabalho em que temos investido fortemente e representa uma parte fundamental do mix de comunicação das empresas”.

Marco Tulio Proença

Diretor de criação e sócio da NucleoTCM Marketing e Comunicação Integrada Sorocaba

“O prêmio foi muito bom e teve grande repercussão em São José do Rio Preto, pois trabalhamos bem esta conquista nas redes sociais e nas colunas sociais dos veículos de comunicação. Esta é uma premiação séria. Ganhar prêmio sempre é bom, da Recall então, melhor ainda”.

José Roberto de Lalibera

**Diretor da DLM
São José do Rio Preto**

“Este é o segundo ano que a Mixa participa do Prêmio Recall de Criação Publicitária. Em 2014, fomos a Ribeirão Preto e trouxemos a Campinas uma série de referências interessantes para os futuros trabalhos. As inspiroações foram tantas que, junto à maturidade dos novos projetos, conseguimos crescer, evoluir e conquistar a primeira colocação na categoria anúncios em jornais e revistas em 2015. Só de estar no short-list foi uma grande surpresa. Sabíamos que tínhamos feito o melhor, mas a qualidade dos outros trabalhos selecionados nos colocava em um cenário nada tranquilo. Receber o troféu de ouro do maior prêmio publicitário do interior de São Paulo foi mais que uma vitória, foi o reconhecimento de que, com apenas três anos e meio, a agência, está no caminho certo. Agradecemos a toda a equipe da revista Recall, ao júri e às agências participantes por mais uma edição de sucesso, e um obrigado especial ao cliente Hotel Vale do Sol, que confiou em nossas diretrizes, assim como toda a equipe da Agência Mixa, que busca o melhor a cada dia. Estamos muito orgulhosos de fazer parte do 15º Prêmio Recall.”

Pâmela Nunes

Coordenadora de conteúdo da Agência Mixa Campinas

“Estamos muito felizes pela conquista deste 9º Prêmio Recall, que indica que a agência está caminhando para o crescimento esperado e continua proporcionando aos clientes um trabalho com qualidade e reconhecido pelo mercado. O Prêmio Recall é uma referência de seriedade e profissionalismo e agrega visibilidade ao trabalho das agências do interior, que estão elevando o nível da premiação a cada ano”.

André Beldi

**Diretor de Novos Negócios da Atua Agência
Carlos Bonassi
Diretor Estratégico da Atua Agência
Sorocaba**

“Nós aguardamos com muita ansiedade o resultado do Prêmio Recall, pois sabemos da importância que ele representa para o nosso meio. Portanto, ganhar o pri-

meiro troféu nos proporcionou uma sensação inexplicável. Além de todos os prazeres que a nossa profissão já nos oferece, voltar para a casa com um troféu nas mãos mostra o quanto o nosso trabalho é emocionante e surpreendente e está sendo reconhecido”.

Raquel Bruno

**Atendimento da DLS Comunicação
Birigui**

“Ganhar o prêmio máximo em internet comprova ainda mais a excelência de toda a equipe Alta em conseguir resultados efetivos aos seus clientes e ainda promover a comunicação integrada dentro da agência. Valeu equipe Alta. Valeu Recall.”

Beto Furlan

**Diretor de Planejamento da Alta Publicitá e Comunicazionee
Ribeirão Preto**

“O ano de 2015 foi especial para a Voo Propaganda. Completamos 10 anos, mudamos nosso posicionamento e nosso nome e iniciamos uma nova fase em nossa história. E se começamos voando alto, com novos clientes e campanhas maravilhosas, chegamos ao Prêmio Recall otimistas, mas tranquilos e sem qualquer pressão, com o sentimento de dever cumprido. Mas como é bom ter o trabalho reconhecido, poder voltar para casa com os troféus e celebrar com toda a nossa equipe, clientes e fornecedores. É apenas o nosso segundo ano no Prêmio Recall e já subimos no ranking com três troféus, conquistas que valorizamos muito e que nos motivam cada vez mais. Estamos ansiosos pela jornada que se aproxima, confiantes no potencial de nossos criativos e na expectativa de um ano repleto de boas ideias. E claro, na esperança de fazer bonito, pelo terceiro ano consecutivo, no Prêmio Recall de Criação Publicitária”.

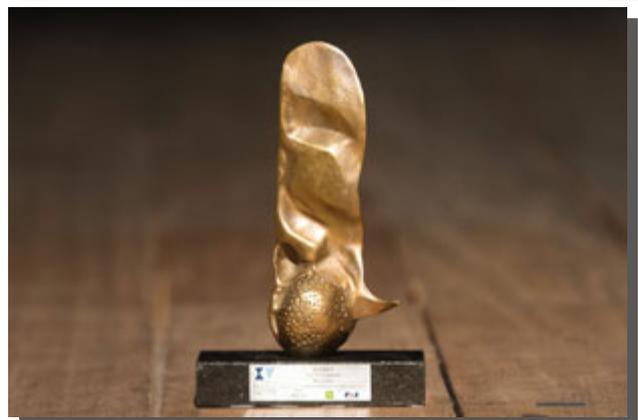
Lucas Carvalho

**Diretor de arte e sócio-proprietário da Voo Propaganda
Rio Claro**

“Para nós, da Sanchez Propaganda, foi uma grata surpresa o resultado desta edição do Prêmio Recall. É apenas a terceira vez que participamos, em três anos de agência, e isso mostra nossa evolução dentro de uma premiação tão renomada e competitiva. Gostaríamos de agradecer a toda a organização do evento, que é maravilhoso e muito importante por incentivar a evolução constante do mercado, principalmente em nossa cidade”.

Rafael Sanches

**Diretor Executivo de Contas da Sanchez Propaganda
Limeira**



VENCEDORES PRÊMIO RECALL 2015

INTERNET SHORT-LIST

Alta Publicitá e Comunicazone – Ribeirão Preto

Peça: Vídeo Case Paçoquita Cremosa – Caça ao Tesouro

Cliente: Santa Helena Indústria de Alimentos

Link: www.youtube.com/watch?v=ycevMV5gOx4



Atua Agência – Sorocaba

Peça: Hotsite Consciência Azul

Cliente: Prefeitura Municipal de Sorocaba

Link: <http://conscienciaazul.com.br/>



Atua Agência – Sorocaba

Peça: Fazer por Merecer – Futebol

Cliente: Centro Universitário Newton Paiva

Link: www.youtube.com/watch?v=WpqY8ZJEmJY



DLS Comunicação – Birigui

Peça: Doe Suas Roupas!

Cliente: 5aSec Birigui

Link: www.dlscomunicacao.com.br/?link=doe_roupas



e/w Propaganda – Piracicaba

Peça: Feliz Páscoa

Cliente: Palmitos Golden Palm

Link: <https://www.facebook.com/palmitosgoldenpalm/photos/a.746925441997721.1073741828.746846585338940/966023990087864/?type=1&permPage=1>



Platz – Indaiatuba

Peça: Tome Consciência

Cliente: Agência Platz

Link: www.youtube.com/watch?v=ogXWrrshXkY



Produto Propaganda – Campinas

Peça: Site Institucional

Cliente: Produto Propaganda

Link: www.produto.com.br



Quest Comunicação Total – Assis

Peça: Site Casa Di Conti

Cliente: Casa di Conti

Link: <http://www.casadiconti.com.br/>



Verbo Comunicação – Sorocaba

Peça: Não É Só Uma Latinha

Cliente: Verbo Comunicação

Link: www.youtube.com/watch?v=W8sOhOoyLH4



Voo Propaganda – Rio Claro

Peça: Só Quem Ama Sabe o Valor Deste Contato

Cliente: Contato Pet Center

Link: www.youtube.com/watch?v=TRF0rOFcboY



YouAndUs – Campinas

Peça: Campanha MySafety – Todos Podem Ser o Herói do Dia

Cliente: Ineltec Tecnologia

Link: www.youtube.com/watch?v=Jf0Es0UPov0



BRONZE

Voo Propaganda – Rio Claro

Peça: Só Quem Ama Sabe o Valor Deste Contato

Cliente: Contato Pet Center

Diretor de Criação: Eduardo Scatolin

Redação: Juliano Martins

Atendimento: Mirian Marinovic

Produtora TV: Casa Amarela Filmes

Produtora Som: Casa Amarela Filmes

Aprovação Cliente: Letícia Contato



PRATA

e/w Propaganda – Piracicaba

Peça: Feliz Páscoa

Cliente: Palmitos Golden Palm

Diretor de Criação: Daniel Belucco

Diretor de Arte: Diogo Ribeiro

Atendimento: Paulo Emirandetti Jr.

Aprovação Cliente: Renata Cristina Tarossi



OURO

Alta Publicitá e Comunicazone – Ribeirão Preto

Peça: Vídeo Case Paçoquita Cremosa – Caça ao Tesouro

Cliente: Santa Helena Indústria de Alimentos



PROJETO GRÁFICO

SHORT-LIST

Diretor de Criação: ZeppaTudisco
Diretor de Arte: André Almeida
Redação: João Almeida
Atendimento: Larissa Oliveira
Aprovação Cliente: Luciana Perso-
 li e João Lise
Arkus – Jaú
Peça: O Conto Modal
Cliente: 11 Editora e Livros



Atua Agência – Sorocaba
Peça: Splice Magazine
Cliente: Splice

Audi Comunicação – Presidente Prudente
Peça: Catálogo "Mãe Única"
Cliente: Magazine Torra Torra



DLS Comunicação – Birigui
Peça: Livro DesingLab Birigui – IED
 Brasil
Cliente: Sindicato das Indústrias de
 Calçados de Birigui



Marketi-in – Limeira
Peça: Convite o Fantástico Mundo da Educa
Cliente: Sistemas de Ensino SER



NW3 Comunicação – Ribeirão Preto
Peça: Campanha de Férias
Cliente: Shopping Santa Úrsula



Sanchez Propaganda – Limeira
Peça: Cartão Fotográfico
Cliente: Punctum Núcleo de Fotografia



Voo Propaganda – Rio Claro
Peça: Revista Voo
Cliente: Voo Propaganda



BRONZE

DLS Comunicação – Birigui
Peça: Livro DesingLab Birigui – IED
 Brasil

Cliente: Sindicato das Indústrias de Calçados de Birigui
Diretor de Criação: Lygia Spinelli
Diretor de Arte: João Paulo Saghabi
Redação: Rogéria Lázari
Atendimento: Olavo Martins
Gráfica, CTP e Fotolito: Arte Mídia
Aprovação Cliente: RossanaCodog-
 noBasseto



PRATA

Voo Propaganda – Rio Claro
Peça: Revista Voo
Cliente: Voo Propaganda
Diretor de Criação: Eduardo Scatolin
Diretor de Arte: Lucas Carvalho
Redação: Juliano Martins
Gráfica: Artegráfica
Aprovação Cliente: Eduardo Scatolin

OURO

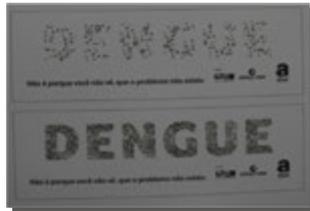
Sanchez Propaganda – Limeira
Peça: Cartão Fotográfico
Cliente: Punctum Núcleo de Fotografia
Diretor de Criação: Tiago Sanchez



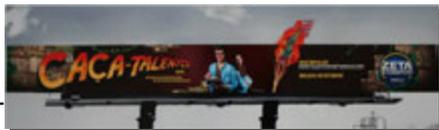
< SHORT-LIST

MÍDIA EXTERIOR SHORT-LIST

Diretor de Arte: Moisés Guedes
Redação: Ingrid Graf
Atendimento: Rafael Sanchez
Gráfica: AtualCard
Aprovação Cliente: Nelson Shiraga



Atua Agência – Sorocaba
Peça: Dengue
Cliente: Atua Agência



Artmaker Comunicação – Sorocaba
Peça: Dia Nacional de Combate ao Fumo
Cliente: ABOS



DLS Comunicação – Birigui
Peça: Caça-Talentos
Cliente: Zeta Sistema de Ensino



Nova MCP – Assis
Peça: Outdoor Triplo Pedofilia
Cliente: Prefeitura de Assis



Sanchez Propaganda – Limeira
Peça: Adestramento para o seu Pet?
Cliente: Mister Pet Brasil



Sanchez Propaganda – Limeira
Peça: Classificados JL – Você Vende!
Cliente: Jornal de Limeira

BRONZE

Sanchez Propaganda – Limeira
Peça: Adestramento para o seu Pet?
Cliente: Mister Pet Brasil
Diretor de Criação: Tiago Sanches



PRATA

Artmaker Comunicação – Sorocaba
Peça: Dia Nacional de Combate ao Fumo
Cliente: ABOS
Diretor de Criação: Érico Sinti
Diretor de Arte: Etto Marconi e Victor Yossano
Redação: Daniel Fazzio e Guilherme Aranha
Atendimento: Juliana Shikawa
Fornecedores: BR Outdoor e Abos
Gráfica: InGraf
Aprovação Cliente: Joice



PROGRAMAÇÃO VISUAL
SHORT-LIST

Sanchez Propaganda – Limeira
Peça: Classificados JL – Você Vende!
Cliente: Jornal de Limeira
Diretor de Criação: Tiago Sanches
Diretor de Arte: Moisés Guedes
Redação: Ingrid Graf
Atendimento: Rafael Sanchez
Gráfica: Tíbia Comunicação Visual
Aprovação Cliente: Carlos gullo



3atos Comunicação – Franca
Peça: Sucos Somos
Cliente: Somos



Agência Arpejo - Campinas
Peça: Iogurte LatFruits
Cliente: UNASP



Atmo Propaganda – São Carlos
Peça: Identidade Visual do Aparecyda Restaurante
Cliente: Aparecyda Restaurante



DSPA Ideias, Planejamento e Design – Santos
Peça: Café Vista da Fazenda
Cliente: Fazenda Iracema



EE2 Propaganda – Campinas
Peça: Identidade Visual DelizieMediterranee
Cliente: BonnaCucina



EE2 Propaganda – Campinas
Peça: Identidade Visual Simple
Cliente: Simple Home Solution

EE2 Propaganda – Campinas
Peça: Identidade Visual Don Manoel
Cliente: Don Manoel



Nucleotcm Marketing e Comunicação Integrada – Sorocaba
Peça: Rótulo Cerveja Exquadrilha da Fumaça Bamberg
Cliente: Cervejaria Bamberg

Produto Propaganda – Campinas
Peça: Geladeira de Vinhos
Cliente: Restaurante Kabar

BRONZE
Nucleotcm Marketing e Comunicação Integrada – Sorocaba
Peça: Rótulo Cerveja Exquadrilha da Fumaça Bamberg
Cliente: Cervejaria Bamberg
Diretor de Criação: Marco Tulio Proença



Diretor de Arte: Antonio Carlos Carames Júnior
Redação: André Gomes
Atendimento: Gabriela Ramires
Gráfica: Indemetal Gráficos
CTP – Fotolito: Sistema de Impressão Digital
Aprovação Cliente: Alexandre Bazzo e Janaína Bazzo

PRATA
Atmo Propaganda – São Carlos



Digital

< SHORT-LIST

MATERIAL PROMOCIONAL SHORT-LIST

Diretor de Arte: KaryneAkemySugayama

Atendimento: Andrea Oliveira

Aprovação Cliente: Luíz Levy



DLM – São José do Rio Preto

Peça: Nuvem na Janela

Cliente: Bebidas Poty



EE2 Propaganda – Campinas

Peça: Um Brinde Aos Clientes

Cliente: EE2 Propaganda

MATERIAL PROMOCIONAL

Central Business Comunicação – São José dos Campos

Peça: Cabine Sensorial

Cliente: Cebrace



Central Business Comunicação – São José dos Campos

Peça: Display Térmico Multifuncional

Cliente: Cebrace



Central Business Comunicação – São José dos Campos

Peça: Raio X da Limpeza das Mãos

Cliente: Hospital viVale



EE2 Propaganda – Campinas

Peça: EPTV – Você Vive Aqui

Cliente: EPTV Campinas

BRONZE

EE2 Propaganda – Campinas

Peça: EPTV – Você Vive Aqui

Cliente: EPTV Campinas

Diretor de Criação: Lucas Salles

Diretor de Arte: Ancelmo Vancetto

Redação: José Neto

Atendimento: Guilherme Coelho e Carolina Ribeiro

Gráfica: Projeto Segn

Aprovação Cliente: Frank Alcantara



PRATA

Central Business Comunicação – São José dos Campos

Peça: Raio X da Limpeza das Mãos

Cliente: Hospital viVale

Diretor de Criação: Thiago Kruschewky

Diretor de Arte: Vera Chinigo Giglio

Redação: Tiasley Silva



Você vive, a Medicar cuida.

1975

2003

2012



Sua vida em boas mãos.

(16) 3512-4400

Atendimento Emergencial 24 horas | Aconselhamento Médico por Telefone | Transporte de Pacientes | Disk Enfermagem
Fonoaudiologia Domiciliar | Fisioterapia Domiciliar | Cobertura na América Latina - Siem e Sibem | Proteção a Terceiros no Trânsito

Av. Caramuru, 644 | República
Ribeirão Preto-SP | www.medicar.com.br

JORNAL E REVISTA SHORT-LIST

Atendimento: Natália Oliveira
Fornecedores: FacStore Ambientes Comerciais e Fábio Machado
Aprovação Cliente: Pâmela Santos



OURO

EE2 Propaganda – Campinas
Peça: Um Brinde Aos Clientes
Cliente: EE2 Propaganda
Diretor de Criação: Lucas Salles
Diretor de Arte: Lucas Salles
Redação: José Neto
Atendimento: Guilherme Coelho e Luiz Fernando Módulo
Fornecedor: Babers
Gráfica, CTP e Fitolito: X-Pring
Aprovação Cliente: Guilherme Coelho



Agência Arpejo – Campinas
Peça: Amizades
Cliente: SpecialDog



Agência Kife – São Carlos
Peça: Retrato
Cliente: Tim Calçados



Agência Mixa – Campinas
Peça: Capa 1972
Cliente: Vale do Sol



Central Business – Mogi das Cruzes
Peça: Pássaro
Cliente: Grupo Serveng



Central Business – Mogi das Cruzes
Peça: Escova
Cliente: Conselho Regional de Odontologia de São Paulo

Central Business – Mogi das Cruzes
Peça: Fio Dental
Cliente: Conselho Regional de Odontologia de São Paulo



Central Business – Mogi das Cruzes



Peça: Tubarão
Cliente: Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes

Central Business – Mogi das Cruzes

Peça: Jacaré
Cliente: Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes

Sanchez Propaganda – Limeira

Peça: Sua Casa Completa

Cliente: Roque Imóveis



BRONZE

Central Business – Mogi das Cruzes

Peça: Jacaré
Cliente: Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes
Diretor de Criação: Julio-Isnard

Diretor de Arte: Marcos Marcenari e VandersonChacon
Redação: Rodrigo Alencar
Atendimento: Flávia Silvério
Aprovação Cliente: Marcos Bertaiolli

PRATA

Agência Arpejo – Campinas
Peça: Amizades
Cliente: SpecialDog
Diretor de Criação: Felipe Pinheiro
Diretor de Arte: Felipe Pinheiro
Redação: Fábio Ramos



< SHORT-LIST

SPOTS E JINGLES SHORT-LIST

Atendimento: Miryan Garcia
Aprovação Cliente: Fernando Manfrin

OURO

Agência Mixa – Campinas
Peça: Capa 1972
Cliente: Vale do Sol
Diretor de Criação: Rauany Nunes Farias
Diretor de Arte: Pâmela Nunes Farias
Atendimento: Raphael Carnelós
Planejamento: João Rodrigues Folharini
Mídia: Amanda Stefanini
Aprovação Cliente: Adriane Bulk

Alta Comunicazione – Ribeirão Preto

Peça: Jingle Musical Net Sabe
Cliente: Algar Multimidia

Atua Agência – Sorocaba

Peça: Cada Gota
Cliente: Atua Agência

Atua Agência – Sorocaba

Peça: Dengue – Prevenção
Cliente: Prefeitura Municipal de Sorocaba

Tatá Comunicação – Marília

Peça: Combustível Ruim
Cliente: Postos Qualy 10

Tatá Comunicação – Marília

Peça: Oficina do Bum
Cliente: Mirai Pós Venda

Tatá Comunicação – Marília

Peça: Oficina do Nheco
Cliente: Mirai Pós Venda

BRONZE

Tatá Comunicação – Marília
Peça: Oficina do Nheco
Cliente: Mirai Pós Venda

Diretor de Criação: Otávio Ribeiro
Redação: Otávio Ribeiro e Renato Borowski
Atendimento: Francisco Ribeiro
Aprovação Cliente: Cristiano

PRATA

Tatá Comunicação – Marília
Peça: Combustível Ruim
Cliente: Postos Qualy 10
Diretor de Criação: Thiago Pierucci e Otávio Ribeiro
Redação: Thiago Pierucci
Atendimento: Francisco Ribeiro
Aprovação Cliente: Anderson

TELEVISÃO SHORT-LIST

OURO

Atua Agência – Sorocaba
Peça: Dengue – Prevenção
Cliente: Prefeitura Municipal de Sorocaba
Diretor de Criação: Leo Sanchez e Rogério Nestri
Diretor de Arte: Natália Fanchini, Tiago Rodrigues, Rogério Fretias, Elaine Navarro, Kaun Lacerda, SttevamMurraro e Afonso Baptistella
Redação: Wesley Dias e Rodrigo Apu
Atendimento: Amanda Contieri e Núbia Milanezi
Produtora TV: RTV Digital Films
Produtora de Som: Music House Produtora
Aprovação Cliente: Edson Egilio e Ronaldo Maldonado

Agência Cria.Nossa – Américo Brasiliense

Peça: Pescador
Cliente: Inmidia Digital

Artmaker Comunicação – Sorocaba

Peça: Colégio Dom Aguirre – Aqui, Tudo é Conhecimento
Cliente: Colégio Dom Aguirre

Central Business Comunicação – São José dos Campos

Peça: Dengue 2015
Cliente: Prefeitura Municipal de Taubaté

DLM – São José do Rio Preto

Peça: Lousa Dona Elza
Cliente: Bebidas Poty

Nova MCP – Assis

Peça: Microfone
Cliente: Prefeitura de Tarumã

On Comunicação – Santos

Peça: É Hora de Volta às Aulas
Cliente: Papelaria Jambo

Quest Comunicação Total – Assis

Peça: Matsuda Pet 15 Anos
Cliente: Matsuda

BRONZE

DLM – São José do Rio Preto

Peça: Lousa Dona Elza
Cliente: Bebidas Poty

Diretor de Criação: StefenPolasSauter

Diretor de Arte: Ailton Marques e Tiago Mulatti

Redação: Solange Massuia

Atendimento: José Roberto de Lalibera, Marcelo de Lalibera e Michelle Dias

Produtora TV: Galo de Briga Filmes

Produtora Som: Áudio Fenix Produtora

Fornecedor: Studio Tribelato

Aprovação Cliente: José Luiz Franzotti e Ana Luiza Bueno

PRATA

Central Business Comunicação – São José dos Campos

Peça: Dengue 2015

Cliente: Prefeitura Municipal de Taubaté

Cliente: Bebidas Poty

Diretor de Criação: Thiago Kruschewky

Diretor de Arte: Raul Pacheco

Redação: Fernando Carvalho

Eles contam tudo

sobre os negócios da comunicação na RECORD NEWS



DOMINGO
às 21h30

[f /portalgnp](#) [@ProgramaGNP](#)

grandesnombresdapropaganda.com.br

SP 42 UHF / RJ 52 UHF / BH 27 UHF / DF 46 UHF / SC 6 VHF
Demais localidades consulte: www.recordnewstv.com.br
Também na TV por Assinatura e Via Satélite Digital



Elisangela Peres

Raul Nogueira Filho

< SHORT-LIST

MAIOR NÚMERO DE PEÇAS NO SHORT-LIST TROFÉU JACK RONC

Produtora TV: Outracena
Produtora Som: Neri Studio
Aprovação Cliente: Rose Duarte

OURO

Nova MCP – Assis
Peça: Microfone
Cliente: Prefeitura de Tarumã
Diretor de Criação: Eddie Silva
Diretor de Arte: José Carricondo, Vinicius Gonçalves e Fabricio Takaasi
Redação: Eddie Silva
Produtora TV: Talia Filmes
Produtora Som: Rodrigo Gouveia
Aprovação Cliente: Nelson Junior

1 PEÇA

3atos Comunicação – Franca
Agência Cria.Nossa – Américo Brasiliense
Agência Kife – São Carlos
Agência Mixa – Campinas
Arkus – Jaú

Atmo Propaganda – São Carlos
Audi Comunicação – Presidente Prudente
DSPA Ideias, Planejamento e Design – Santos
e/w Propaganda – Piracicaba
Marketi-in – Limeira
Nucleotcm Marketing e Comunicação Integrada – Sorocaba
NW3 Comunicação – Ribeirão Preto
On Comunicação – Santos
Platz – Indaiatuba
Verbo Comunicação – Sorocaba
YouAndUs – Campinas

2 PEÇAS

Agência Arpejo – Campinas
Alta Publicitá e Comunicazione – Ribeirão Preto
Artmaker Comunicação – Sorocaba
DLM – São José do Rio Preto
Nova MCP – Assis
Produto Propaganda – Campinas
Quest Comunicação Total – Assis

VENCEDOR - 9 PEÇAS

Central Business Comunicação

São José dos Campos e Mogi das Cruzes



**TELEFONE MUITO MAIS ECONÔMICO: FALE COM CLIENTES
ATÉ DE GRAÇA E PASSE CARTÃO SEM OCUPAR SUA LINHA.**

TEM UM NET EMPRESAS PARA CADA EMPRESA.

4004-8844
www.netempresas.com.br



NET EMPRESAS. PARA QUEM PRECISA DAQUELA FORÇA, É AGORA.

Consulte todos as cidades participantes deste oferta e disponibilidade técnica para instalação em seu endereço, características e condições de aquisição, inclusive individual, dos serviços apresentados.



GRÁFICA
**NEW
CORES**

Uma nova gráfica.



Foto: Ismar Neuber

Rua D. Pedro II, 2233 Campos Eliseos
Ribeirão Preto SP - Tel.: 16 3979 1570
E-mail.: atendimento@newcores.com.br

newcores.com.br

De revistas a flyers conte com a gente. Cote 16 | 3979 1570

Criatividade dos publicitários é arma contra a crise

Na edição deste ano, o júri foi composto por Cássio Zanatta, Rogério Lima e Margot Takeda

A crise econômica que assola o país não foi suficiente para abalar a criatividade dos publicitários do interior paulista, que, mesmo com verbas reduzidas, conseguiram surpreender os jurados da 15ª edição do Prêmio Recall de Criação Publicitária.

Neste ano, o júri, coordenado pelo publicitário Stalimir Vieira, teve as presenças de Cássio Zanatta, Rogério Lima e Margot Takeda. Zanatta participou do evento pela sexta vez. Ao longo de sua carreira, ganhou 19 Leões no Festival de Cannes três Prêmios Abril. É um dos mais premiados redatores do Clube de Criação de São Paulo e já passou por agências como DPZ, AlmapBBDO, Young&Rubicam, GiovanniDraftFCB e Africa, da qual foi vice-presidente de criação.

Rogério Lima também está habituado a julgar os trabalhos do Prêmio Recall, pois integrou o júri pela quarta vez. Em sua carreira acumula diversos prêmios nacionais e internacionais, entre eles, dois Leões de Cannes (ouro em filme e prata em press and poster), Clio, London Festival, medalha de prata no New York Art Directors Club, Profissionais do Ano e diversas medalhas no Clube de Criação de São Paulo. Atua como diretor de arte desde 1989 e já trabalhou na Grey 141, AlmapBBDO, Young&Rubicam,

Lew Lara, Loducca, EURO RSCG, Publicis Brasil, Neogama BBH e Taterka. Em 2002 fundou um estúdio de animação 3D e motion graphics, que funcionou até 2009.

Fotos: Recall



Cássio Zanatta, Rogério Lima e Margot Takeda, jurados da 15ª edição do Prêmio Recall

Durante este período produziu e dirigiu comerciais para Natura, Nokia, Banco Real, Hyundai, KIA Motors, Bradesco e diversos outros anunciantes.

A terceira jurada, Margot Takeda, é estreada no Prêmio Recall e muito respeitada e conceituada na área de design. Formada em desenho industrial pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo, fez especialização em design de embalagem e tem passagens pela agência de propaganda Hakuodo e Makoto Saito Design Office, do Japão. No Brasil trabalhou na DPZ e DM9DDB, como diretora de arte. Ao trocar a propaganda pela área de design, abriu sua própria empresa, a A10 Design, em 1996, e já atendeu mais de 200 clientes, como BRF Brasil Foods, Perdigão, Batavo, Hospital Israelita Albert Einstein, O Boticário, Danone, Honda, AmBev, Banco Honda, Visa, Editora Abril, Nestlé, Sony, entre outros.

Margot foi jurada no Clube de Criação de São Pau-



lo, na Bienal de Design da ADG, no Festival Brasileiro de Promoção, Design e Embalagem, no London Festival e também presidente de júri da categoria de design. Já foi premiada no London Festival, New York Festivals, Clube de Criação de São Paulo, The Annual Art Director Club Awards, Bienal de Design da ADGe no Festival Brasileiro de Promoção, Design e Embalagem.

Honraria

Cássio Zanatta sente-se honrado em participar do Prêmio Recall. De acordo com ele, em um ano de muitas dificuldades para a economia do Brasil, as agências mantiveram o número de inscrições, o que é muito importante e revela grande interesse por este evento. “É importante para o mercado do interior ter esse aval do Prêmio Recall, que é muito respeitado e sério, tanto pela organização quanto pelo corpo de jurados. Quero que as agências continuem a acreditar nesta premiação, feita com seriedade e profissionalismo. É muito gratificante ver que as agências estão apostando nisso, e cada ano está mais crível a qualidade do prêmio”, diz.

Para o publicitário, uma das maiores dificuldades é convencer o cliente do valor da ideia, de como é importante ser diferente. “As peças premiadas nem sempre são as de produção mais cara, que usam garotos-propaganda caros. A produção é importante, mas a ideia também. E quando vemos boas ideias, nossa satisfação é muito grande. Sabemos que em ano de crise, o cliente tem medo de investir em algo desconhecido, mas esse é o nosso papel. Estamos aqui para premiar justamente quem teve essa ousadia de propor algo diferente ao cliente e damos os parabéns para aqueles que conseguiram fazer isso”, finaliza Zanatta.

Evolução

Seu colega de júri e também experiente no Prêmio Recall, Rogério Lima, acredita que toda esta bagagem adquirida neste premiação permitiu a ele ver uma evolução durante os diferentes momentos pelos quais passou a publicidade do interior.

“Como todos sabem, vivemos uma época difícil economicamente, e isso reflete nas empresas, anunciantes, agências e também na verba



< JÚRI PRÊMIO

publicitária e na aprovação das ideias. Nesses períodos, as pessoas tendem a ser mais conservadoras, avessas aos riscos. E o papel de quem trabalha na área de criação é justamente expor o cliente a este risco. No momento que se cria algo ousado, diferente, você o expõe, e é tudo o que o cliente não quer naquele momento, mas ele precisa disto se quiser se destacar, aparecer no mercado. Nosso papel, como criativos, é ingrato, pois precisamos tentar convencer a necessidade de se expor e apostar em ideias diferenciadas, que vão fazer a marca dele se destacar e conseguir resultados, apesar de todas as dificuldades do mercado. Somos bastante críticos ao avaliar as ideias, já que não conseguimos mensurar os resultados somente pelas inscrições”, comenta Lima.

De acordo com ele, a agência não pode se basear simplesmente na ideia, mas sim na ideia que gere resultados. Nós não fazemos arte, fazemos propaganda, então a ideia precisa dar resultados e aumentar as vendas, e isto gera mais confiança para o cliente e comentários entre as pessoas, que falam sobre determinada propaganda criativa, valorizando o negócio como um todo.

Claro que o cliente quer resultados imediatos, mas precisa entender que a marca não vai durar só no ano de crise, ela tem um valor permanente, que independe da situação econômica”, afirma.

Na edição deste ano, Lima sentiu falta de humor

nas peças. “Nos anos anteriores vimos muitos comerciais e spots engraçados, mas acredito que isso pode ser um reflexo do país. Nesse momento de pessimismo, quando você cria uma peça leve, ela se destaca das demais. Afinal, comunicação é fazer com que a marca converse com o consumidor”, ressalta Lima.

Estreia

Margot Takeda, que estreou neste ano no Prêmio

Recall, surpreendeu-se com a qualidade das peças. “Acredito muito nesse trabalho da Recall, pois há uma grande vontade de todos os publicitários, não apenas de São Paulo, mas de todo o interior, de pensar em coisas diferentes. Sabemos que para fazer algo inovador e criativo é preciso buscar conhecimento e ter apoio do cliente o tempo todo. Participar do Prêmio Recall faz muita diferença, pois permite à agência ficar mais conhecida não apenas no interior, mas em São Paulo. Vi muitos trabalhos interessantes e criativos. Parabéns às agências. Como sou da área de design, percebi que



algumas peças estavam bem caprichados, com atenção aos detalhes. Para mim, os clientes das agências têm papel fundamental na criatividade do país, pois ajudam a entender que é preciso tê-la para fazer com que o Brasil saia desta crise”, conclui Margot.>

Under Armour

Unir apelo, nome, marca, ícone, logística, inovação, conceito, tudo isso de uma forma harmoniosa e de bom gosto não é para qualquer empresa não. Ok que em alguns segmentos esse conjunto de fatores é fundamental e em outros nem tanto, mas no caso desta jovem empresa do setor esportivo, o acerto foi retumbantemente reconhecido pelo mercado e pelos concorrentes.

Brigando de igual para igual com gigantes do mercado, como Oakley, Nike e Adidas, a Under Armour tem se saído muito bem e deixado uma ótima impressão por onde passa, inclusive aqui no Brasil. Sua estratégia de divulgação de marca sempre teve maior foco em ações de marketing voltadas para o cinema e também para as forças armadas norte-americanas, a qual é fornecedora de equipamentos.

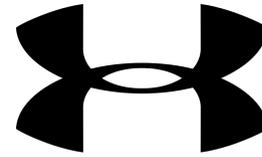
Com o discurso de uma marca feita por atletas para atletas, tem na performance dos seus produtos um dos pontos altos da sua grande conquista de espaço. Com apenas 19 anos, a empresa já é a segunda marca esportiva no mercado norte-americano, atrás apenas da Nike, tendo passado a Adidas neste ano.

Olhando pelo prisma do design, a forma com que os elementos se encaixam na marca de maneira perfeitamente simétrica é o sonho de consumo de qualquer designer. O "U" em contraponto ao "A", um complementando o outro e ambos unidos e equilibrados formando uma figura única, faz dela uma potente ferramenta quando aplicada aos produtos.

Sua aplicabilidade é quase perfeita, muito disso graças à simetria, mas não é só isso que faz dela um ponto a ser observado com atenção neste mundo extremamente competitivo, ágil e voraz por inovação. A Under Armour trabalha com "brechas" deixadas pelos seus concorrentes, pois enquanto a Nike, Adidas, Reebok estão travando batalhas ferozes por atletas de elite mundo afora, a Under Armour está se colocando em filmes de Hollywood focados em temas cuja performance é o carro-chefe, como superação, guerras e atividades militares diversas.

Olhando com cuidado, percebemos a sua marca atrelada a grandes atores de ação em filmes em que o exército americano é a peça principal do enredo. Concorre ali apenas com a Oakley, que há mais tempo descobriu este filão e, pelo que vejo, não está disposta a cedê-lo tão facilmente, como a Adidas fez recentemente no setor esportivo.

A Under Armour começou a me chamar a atenção pelo



UNDER ARMOUR



seu design de marca, naming e junção inteligente destes dois elementos na construção do seu logotipo. De lá para cá, ganhou um forte observador e, hoje, um consumidor. Para quem gosta de acompanhar o crescimento rápido de empresas, estudar os motivos que a levaram a chegar até lá, entender o processo e extrair boas ideias, acompanhar este case de forma mais detalhada é um bom começo. Eu indico. >



Bla-marcelotomaz nasceu em 2005, como um blog de opinião, criado para falar facilmente sobre temas nem sempre tão fáceis, como branding, design, propaganda, marcas e afins. Quem quiser saber mais sobre o assunto, basta acessar www.bla-marcelotomaz.com.br

Marketing de alto impacto e eficaz

Em momentos de instabilidade econômica, reduzir custos e otimizar recursos é vital para o sucesso das empresas. No atual cenário econômico brasileiro, os departamentos de marketing e comunicação são os que mais sofrem com diminuição ou, até mesmo, cortes de investimentos. Diante disso, surgem as dúvidas: Como manter ações assertivas de marketing com o orçamento reduzido? É possível fazer mais com menos?

A saída está em ações inovadoras que ofereçam, ao mesmo tempo, baixo custo e elevada taxa de assertividade. Com a proliferação dos telefones celulares no Brasil – o país tem mais de 280 milhões de aparelhos, segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) –, as principais empresas têm ampliado a presença em canais diretos de relacionamento com os consumidores. Alternativas de comunicação direta, como o SMS, estão se mostrando cada vez mais como um recurso poderoso para rapidamente difundir informações para públicos de interesse.

Empresas que desejam marcar presença no mundo mobile têm utilizado o SMS marketing para publicidade e processos de interação com seus consumidores. A ferramenta é muito eficaz para ações de marketing e funciona como uma opção de mídia eficiente, econômica, 100% mensurável (em termos de entrega e interação) e totalmente personalizável para campanhas segmentadas e que precisam atingir clientes de forma individual.

O perfil do mercado brasileiro também reforça a importância do SMS para campanhas de marketing. No Brasil, temos 208 milhões de celulares pré-pagos

habilitados, que correspondem a 74% do total de aparelhos em uso. Esses telefones são de pessoas que não necessariamente têm pacote de dados, e muitas vezes nem utilizam aplicativos. Como é compatível com 100% dos aparelhos, o SMS é um canal de alto alcance para ações de comunicação e marketing com todos os usuários. Tudo isso transforma o famoso torpedo em um canal de fácil utilização para a aquisição de novos clientes e o engajamento dos atuais.

Segundo pesquisa mundial da Nielsen com usuários de celulares de 10 países, 85% dos entrevistados brasileiros afirmam que o uso do SMS está entre as atividades mais executadas nos últimos 30 dias, contra 66% para o acesso ao e-mail. O levantamento ouviu 1.603 entrevistados, com idades entre 16 e 64 anos, no Brasil. Também participaram do estudo países como Austrália, China, Coreia Do Sul, Estados Unidos, Índia, Itália, Reino Unido, Rússia e Turquia.

Levantamento da Frost & Sullivan indica que o SMS possui uma taxa de abertura de 98% (em comparação com 22% dos e-mails) e índice de respostas de 26% (contra 5% dos e-mails). Os dados revelam que, mesmo com o amplo uso de smartphones, o envio de mensagens curtas ainda é muito mais popular.

Comparada às demais mídias, os torpedos (SMS) são extremamente eficazes, não demandam um planejamento complexo, apresentam baixo custo para o envio e oferecem retorno mais alto, se comparados a outros canais. Entre os principais exemplos da utilização desse recurso estão geração de leads qualificados, conversão de vendas, download de aplicativos e links para sites responsivos. Além disso, engajar e

reter clientes com campanhas efetivas de SMS custa menos e amplia rapidamente os resultados.

Com o SMS, é possível entregar promoções e ofertas e ampliar a interação com os consumidores. Campanhas de SMS bem-sucedidas exigem o mapeamento do perfil do público-alvo e a escolha da abordagem certa de comunicação. O essencial é despertar o interesse do consumidor, identificar-se sempre e, sobretudo, respeitar o cliente.

Diante do desafio de reinventar as campanhas de marketing no Brasil, tornando-as mais eficazes e assertivas, a utilização do SMS não sai de moda e continua sendo um recurso essencial. Quando bem utilizada, essa ferramenta supera os aplicativos de comunicação mais recentes e populares, muitas vezes utilizados de forma indevida, e segue garantindo uma comunicação efetiva e de alto impacto. As pesquisas comprovam isso e reforçam que fazer marketing via SMS é bom e eficaz. >



Cristiane Higashi é diretora de Novos Negócios da Zenvia e tem mais de 14 anos de experiência no mercado de mobile.

Melhor que uma novidade, só duas.



Novo site:
muito mais
fácil de
navegar e
encontrar o
que precisa.
Acesse!

Aplicativo
Tribuna Ribeirão:
informação na sua
mão, a qualquer
momento.
Baixe!

O jornal **Tribuna Ribeirão** traz duas novidades que vão te informar com muito mais agilidade: seu novo site e um aplicativo para celular e tablet. Com uma plataforma mais moderna e prática, o novo site valoriza as notícias do dia e permite maior interação com o jornal, possibilitando compartilhar informações e registrar opiniões na página. O aplicativo já está disponível na Google Play Store e, em breve, também na App Store e Windows Phone Store.

Informar-se ficou muito mais fácil!



Tribuna
UM JORNAL COM CARA E CORAGEM

Rua São Sebastião 1380
Centro - Ribeirão Preto/SP
16 3632 2200

www.tribunaribeirao.com.br



RUA CLEMENTE FERREIRA, 595
 JARDIM SÃO LUIZ
 RIBEIRÃO PRETO/SP
 CEP: 14020-410
 FONE: (16) 2111.7200
 WWW.FONTE.JOR.BR
 FONTE@FONTE.JOR.BR

@FONTE 

FONTE.ASSESSORIADEIMPRESA 

NÃO DEPENDA DA



Para que uma jogada funcione,
 é preciso muito mais do que uma
 bela coincidência; é preciso estratégia,
 conhecimento, capacidade e experiência.

A Fonte Assessoria de Imprensa é especialista
 em Comunicação Empresarial. Com quase
 duas décadas de mercado, possui a expertise
 e o know-how necessários para que as jogadas
 da sua empresa sejam mais do que um chute,
 sejam certeiras.

APOSTE NA FONTE

