



CREAMA: 504	
Fis:	Ronrica
Matricula	

Repertório

Peça 01

Ficha-Técnica

Cliente: CREA/PB

Produto: Entidade Autárquica

Agência: Agência Mayday

Campanha: Dia do Engenheiro

Título: Já Pensou?

Criação: Rei Romão

Atendimento: Lulla Coutinho

Mídia: Ivan Costa

Produtora: Monte Filmes

Diretor: Lulla Coutinho

Diretor de Fotografia: Muca Jr.

Produção Musical: Produtora Zona

Data de Produção: 06 de dezembro de 2019

Exposição: Redes Sociais

Período: Dezembro 2019

Problema de Comunicação

O problema de comunicação proposto foi a criação de uma homenagem para os engenheiros e engenheiras da Paraíba, em alusão ao seu dia, comemorado em 11 de dezembro, no qual fosse possível evidenciar a importância do trabalho desses profissionais na vida de toda a população, além de apresentar, de maneira didática, a vastidão de áreas em que os engenheiros e engenheiras atuam, fazendo com que os profissionais se sentissem valorizados e a população tomasse conhecimento de que a engenharia está presente em muito mais áreas do que se imagina; além de quebrar um paradigma do pensamento local, de que engenharia se resume apenas à modalidade civil. A ideia foi criar um jingle com ritmo regional, bastante similar às músicas da cultura paraibana. Na letra, apresentamos itens elementares ao dia a dia, como celular, casa, carro, comida e muitos outros recursos a que a população tem contato rotineiramente, mas não se dá conta de que todas envolvem a Engenharia e as Geociências. No refrão, indagamos os espectadores com uma expressão muito comum na linguagem coloquial local, utilizada para expressar surpresa ao saber de algo: "Já pensou?". O questionamento foi utilizado a fim de fazê-los refletir sobre essa

quantidade de insumos e segmentos que são abrangidos pela Engenharia, apresentando itens como ar-condicionado, equipamentos de saúde, joias, utensílios domésticos e muito mais. A solução apresentada, portanto, foi suscitar a valorização profissional através do reconhecimento popular de quão intrínseca e necessária é a atuação dos profissionais da área tecnológica na vida de todas as pessoas, sem exceção.

Peça 02

Ficha-Técnica

Cliente: CREA/PB

Produto: Entidade Autárquica

Agência: Agência Mayday

Campanha: Anuidade

Título: Anuidade 2022

Criação: Rei Romão

Atendimento: Lulla Coutinho

Mídia: Ivan Costa

Produtora: Grão de Histórias

Diretor: Sacha Teixeira

Diretor de Fotografia: Fernando Dias

Trilha, Locução e Mixagem: Ideias Sonoras

Data da Produção: 23 de dezembro de 2021

Veiculação: TV Cabo Branco; TV Paraíba

Período: 01 a 30 de Janeiro de 2022

Problema de Comunicação

O problema de comunicação proposto a ser resolvido foi demonstrar a importância do pagamento da Anuidade do CREA-PB para que os profissionais da Engenharia, Agronomia e Geociências continuem sendo valorizados e beneficiados pela legalidade e pela atuação/fiscalização do ente que lhes representa, além de apresentar mais um benefício, qual seja, a data limite para efetuar o pagamento com o desconto concedido pela autarquia. Desse modo, a ideia foi embasada no conceito de apresentar a anuidade não como mais uma cobrança, mas como uma contribuição necessária para que os esforços feitos para se tornar um profissional de excelência não sucumbam perante a prática ilegal de contratação de profissionais ilegais e incapacitados. Para isso, utilizamos o conceito de tempo, atrelando as fases do filme ao período de quatro anos, pelo fato da campanha ter sido realizada em um ano de eleição e de copa do mundo, além de ser o período necessário para conclusão da graduação em grande parte das áreas. Este conceito tem como base o Zmet - Técnica de elicitação da metáfora de Zaltman- estudo desenvolvido pelo Dr. Gerald Zaltman, na Universidade de Harvard. O estudo, que foi desenvolvido para pesquisas de mercado e posteriormente adaptado à publicidade, mostra um significativo aumento no entendimento das mensagens quando apresentadas através de metáforas. Sendo

assim, apresentamos situações “absurdas” como o camisa 10 perder a vaga na Copa do Mundo para um jogador amador, para depois apresentar o que acontece com os profissionais da engenharia e geociências, diante da contratação ilegal de profissionais, geralmente sem qualificação, para exercerem suas funções. Quisemos provocar a reflexão de que, se em outras áreas, como no futebol e na gestão pública ou privada, isso não aconteceria com tanta facilidade, também não deve acontecer na prática profissional da área tecnológica. Com esse gancho, reiteramos que a única maneira de combate efetivo ao exercício ilegal da profissão, por parte dos profissionais legalmente habilitados, é o pagamento da anuidade do Crea, pois é este Conselho que os representa que realizará essa fiscalização e trabalhará para inibir práticas ilegais dessa natureza. Então, a anuidade passa a ser enxergada como um investimento na preservação de tudo que se fez para se tornar um profissional da Engenharia, e não mais uma “cobrança em vão”.

João Pessoa/PB, 18 de Outubro de 2022

Luiz Henrique Coutinho de Oliveira
LUIZ HENRIQUE COUTINHO DE OLIVEIRA
Sócio/CPF n. 077.209.504-37
RG n° 3104507-SSP/PB

CNPJ: 17.317.536/0001-38
MAYDAY PRODUÇÕES LTDA - ME
Av. Gov. Flávio Ribeiro Coutinho, 500
Sala 414, Jardim Oceania - CEP: 58037-005
João Pessoa - PB

Capacidade de Atendimento

Relação dos principais clientes e início dos atendimentos: Conselho Regional de Engenharia e Agronomia da Paraíba - Crea/PB (2013), Prefeitura Municipal de Pitimbu/PB (2021), Sos Otorrino (2013), Oftalmo Premium (2016), Unicred do Nordeste (2019), Ver Hospital de Olhos (2018), Núcleo Urológico de Pernambuco (2018), Due Planejados (2015), Rayssa Imports (2013), Dermapele (2020), Construtora MMJ/SHO (2013), Casa Pequeno Davi (2014), Ministério Público do Trabalho (2014), Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Sergipe - CAU/SE (2022)

Para execução do contrato, serão disponibilizados sete profissionais da agência, conforme nomes a seguir, com respectivas experiências.

Reinaldo Romão de Araújo Júnior: Diretor de Criação, graduado em Design Gráfico, 20 anos de experiência no mercado publicitário.

Ivan Juvêncio da Costa Neto, Atendimento / Mídia, Graduado em Comunicação Social, habilitação em publicidade propaganda, 14 anos de experiência no mercado publicitário.

Luiz Henrique Coutinho de Oliveira, Planejamento / Atendimento, Graduado em Comunicação Social, habilitação em publicidade propaganda, 15 anos de experiência no mercado publicitário.

Luiz Fernando Mousinho da Silva, Direção de arte, graduado em Design Gráfico, 04 anos de experiência no mercado publicitário.

Eduardo José Bezerra da Silva, Direção de arte, graduado em Design Gráfico, 04 anos de experiência no mercado publicitário.

Fabricia de Fátima Ribeiro Lins, Radialista, com mais de 20 anos no mercado publicitário

Sandy Kathyllen Gomes Marques, Graduada em Marketing, estudante de design Gráfico e fotógrafa, com mais de seis anos no Mercado publicitário.

Grazielle Uchôa, Gestão de Conteúdo, Graduada Comunicação Social com habilitação em jornalismo, graduada em Relações Internacionais, 10 anos de experiência no mercado publicitário, incluindo 08 anos como assessora de comunicação do CREA/PB.

Instalações, infraestrutura e recursos materiais disponibilizados para execução do contrato: Sede localizada no quarto andar do mais novo e moderno Shopping / Business Mall da Capital, o Liv Mall. Dividida entre criação, recepção, sala de reunião, copa e diretoria e possui estacionamento privativo; 04 Computadores com processador Core I5, 32GB de Memória Ram, Placa de Vídeo de 4GB; 02 Notebooks Asus, Processador Core I5, 4GB de memória Ram; 01 Notebook Vaio, Processador Core I3 4GB de Memória Ram; 01 Notebook Acer, Processador Core I3, 08GB de Memória Ram; 01 Notebook Dell, Processador Core I7, 8GB de Memória Ram; 01 Câmera DSLR Cannon T5i, jogo de lentes, tripé de vídeo e foto, jogo de iluminação com 02 Sun Gun de 600 Leds e um Ring Light 60cm, Jogo de baterias, 01 microfone lapela Saramonic sem fio, 01 microfone lapela com fio, 01 Estabilizador DJI Osmo 4, 01 Iphone XR Câmera 4K 256BG, 02 impressoras formato A4, 02 impressoras formato A3 com Scanner e Copiadora, 01 TV Semp 42 polegadas LCD, 01 veículo Fiat Palio Economy.

Sobre a sistemática de atendimento, os prazos para criação de campanhas completas serão de 01 semana, contabilizando dias úteis, peça avulsa até dois dias úteis,

planejamento de mídia também terá prazo de uma semana. Vale salientar que haverá profissional disponível para execução imediata de pautas quentes.

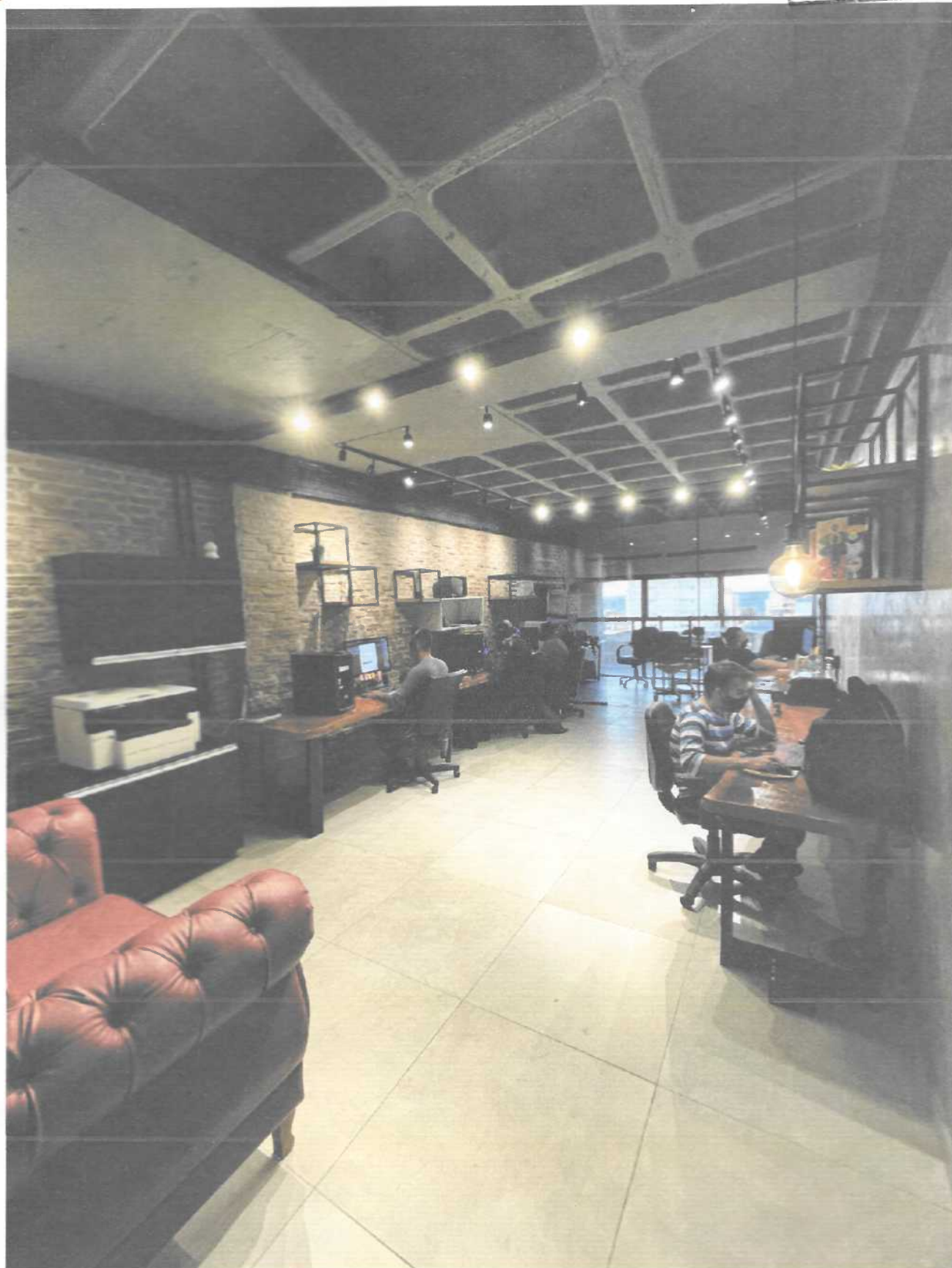
Estarão à disposição, sempre que necessário, as informações e índices da TV Fiscal, ComScore, IVC, Kantar Ibope Media, 6 Sigma, Pointlogic e Futura, sem ônus na vigência do contrato.

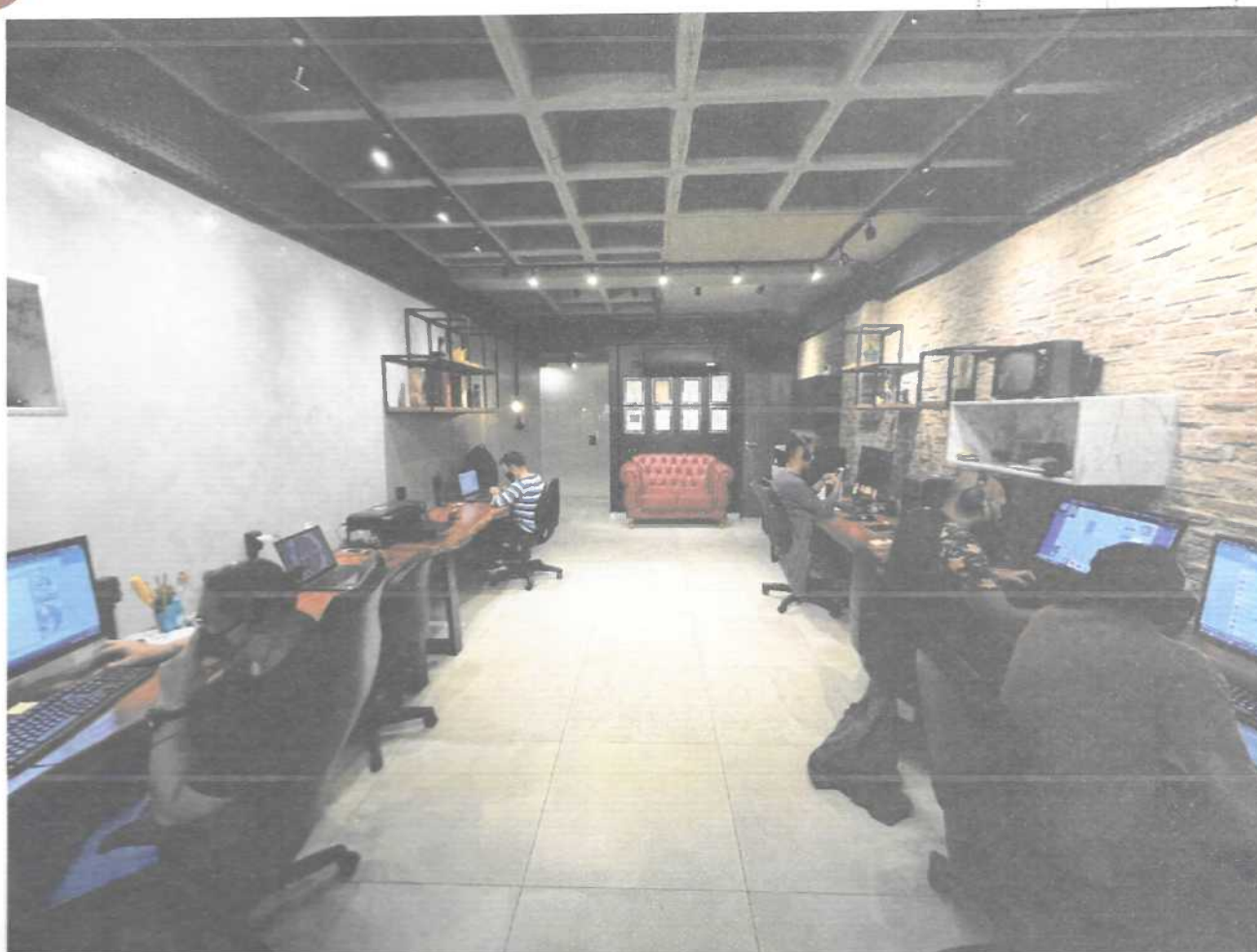




AJUDA
**SUA
MARCA**

CREATMA: 549	
Fis:	
Mattouk	Rodrigues





João Pessoa - Paraíba, 18 de setembro de 2022.

Luiz Henrique Coutinho de Oliveira
LUIZ HENRIQUE COUTINHO DE OLIVEIRA
Sócio/CPF n. 077.209.504-37
RG n° 3104507-SSP/PB

[CNPJ: 17.317.536/0001-38]
MAYDAY PRODUÇÕES LTDA - ME
Av. Gov. Flávio Ribeiro Coutinho, 500
Sala 414. Jardim Oceania - CEP: 58037-005
João Pessoa - PB

Relato de solução de problemas

Ficha -Técnica

Cliente: Oftalmo Premium

Produto: Clínica Oftalmológica

Agência: Agência Mayday

Peças: Calendário 23x38,5cm, Triplex 300g, Laminação Fosca; Folder 20x20cm aberto, 10x20cm fechado, Couchê 170g; Envelope 42x30cm, Offset 90g. Tiragem: 30 mil unidades

Criação: Rei Romão

Atendimento: Lulla Coutinho

Mídia: Ivan Costa

Distribuição: Apartamentos nos bairros de Tambaú, Bessa, Cabo Branco, Manaíra e Intermares – Dezembro de 2019

Aprovação: Fabiano Brandão e Thamyres Henriques

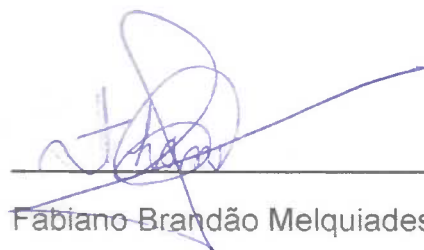
Problema de Comunicação

Após rompimento do seu proprietário com antigos sócios em outra empresa do segmento. O cliente decidiu abrir uma clínica nova e sem sociedade. O ponto escolhido como sede fica há cerca de seiscentos metros da sua antiga empresa. No planejamento para o lançamento, o empresário deixou claro que queria segmentar seu público para os bairros próximos à orla, pois não tinha o interesse de superlotar sua clínica, mas sim conseguir um público cativo, em número suficiente e que permitisse um atendimento especial para cada paciente, sem aglomerações e longas filas de espera. A clínica foi lançada, e os clientes foram chegando aos poucos, porém visualizamos que, no primeiro ano, por se tratar de um novo empreendimento, e as pessoas já estarem habituadas aos seus antigos médicos, o fluxo estava sendo limitado aos atuais pacientes do proprietário, com pouco aporte de novos clientes. Contudo, esbarrávamos no impasse do empresário não querer investir nos meios de massa, para não atingir bairros que não estavam no seu plano e gerar uma indesejada lotação. Assim, no planejamento do ano seguinte, fizemos um estudo na região, e constatamos que a maioria dos moradores da área não percebera a existência de uma nova clínica, então fizemos um levantamento do número de prédios existentes nas redondezas, e calculamos a proporção por números de apartamentos e moradores, para obter uma média aproximada de pessoas. Em seguida, com a chegada do final do ano, desenvolvemos um kit com um calendário do ano seguinte, com acabamento elegante e um folder igualmente acabado contendo informações da clínica, armazenados em um envelope personalizado. Fora montada uma equipe que fez a distribuição destes envelopes nas caixas de correspondência dos prédios próximos à clínica. O sucesso foi tão imediato, com um incremento de 43% nas consultas, que logo expandimos a ação para os bairros vizinhos, com igual sucesso. Esta ação se tornou marca registrada da empresa, fazendo com que os seus pacientes já fiquem aguardando a chegada do novo calendário. Até hoje, vemos que o calendário surte efeito o ano inteiro, pois é muito comum que pessoas cheguem à clínica relatando que se esqueceram de fazer a revisão oftalmológica, mas ao ver o calendário em casa, lembraram e agendaram. Depois de anos, o calendário segue sendo a mídia âncora da empresa, com investimento cada vez maior nesta peça que

comprovou ter eficácia o ano inteiro, e não apenas no momento do seu recebimento, pelo fato de ter excelente acabamento e as pessoas de fato utilizarem o mesmo nas suas casas ou trabalhos. Com ele, a marca Oftalmo Premium está na casa das pessoas 365 dias por ano.



João Pessoa, 18 de Outubro de 2022.



Fabiano Brandão Melquiades De Araujo Eireli (Oftalmo Premium)

CNPJ: 18.072.003/0001-04

Thamyres Henriques – Diretora Administrativa



Relato de solução de problemas

Relato 02

Ficha-Técnica

Cliente: Rayssa Imports

Produto: Perfumaria Seletiva

Agência: Agência Mayday

Campanha: Rayssa Day

Criação: Rei Romão

Atendimento: Lulla Coutinho

Mídia: Ivan Costa

Produtora de vídeo: Viva Filmes

Peças: Filme para TV; Panfleto formato 15x21cm, couchê 115g; Revista Digital formato PDF com hyperlink para compra online

Veiculação: TV Cabo Branco

Período: Novembro 2019

Aprovação: Rafaela Mesquita e Max Costa

Problema de Comunicação

A empresa Rayssa Imports já era um nome tradicional no mercado, mas se deparou com um problema de comunicação depois que a cultura americana da Black Friday foi se tornando cada vez mais popular no Brasil. A questão se instalava na coincidência do mês da Black Friday com o mês de aniversário da empresa, pois antes dessa cultura cair nas graças da população paraibana, o mês de novembro era usa pela Rayssa como mote de promoção para seu aniversário. Após isso, essa data tão importante acabou sendo um pouco apagada, em meio a uma enxurrada de informações publicitárias de todo o mercado, falando que novembro é o mês da Black Friday. Então, em 2019, com a necessidade de destacar o nome da Rayssa na multidão de Black Friday, antecipamos o aniversário para o início de novembro e criamos o Rayssa Day, que apesar de possuir o nome no singular, se tratava de uma campanha com 03 dias de duração. Foi um processo de antecipação da Black Friday e transformação dessa data para o aniversário da empresa, assim, quando a Black chegasse, a Rayssa já teria finalizado sua promoção e faturado sem interferência de todas as outras empresas do mercado, que só focariam no fim do mês. E assim ocorreu. Fizemos uma mídia massiva, com TV e milhares de panfletos, que atingiu o público

peessoense e fez com que todas as lojas da Rede ficassem lotadas nesses dias, resultando em um sucesso de vendas, inclusive chegando a esgotar todas as unidades de muitos dos produtos anunciados. Esse sucesso se repete até hoje, e o Rayssa Day virou data marcada no calendário da população de João Pessoa. Em 2020, com a pandemia, houve a necessidade da adaptação dos panfletos para uma revista digital, enviada por aplicativos de mensagens e pelas redes sociais. Também houve a implementação do serviço de delivery para evitar a saída das pessoas das suas residências, além da promoção ganhar mais dias, sendo a semana inteira, evitando assim a aglomeração na loja que limitou o número de clientes. As mudanças surtiram efeito, e o Rayssa Day 2020 ampliou o sucesso da campanha, pois também iniciou o envio para outras cidades e estados, através da revista digital e da compra online.



João Pessoa, 18 de Outubro de 2022.

Mf Comercio de Perfumes Ltda – Rayssa Imports

CNPJ: 43.603.500/0001-20

Urânia Sulamita Virgínio Freire Costa - Diretora