

CONCORRÊNCIA - N ° 002/2022

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO –
CREA-MA

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Agência: Macromarket Comunicação.

Cliente: Cardio Check-Up.

Título: “Completa Você e Seu Coração”.

Formatos: VT Institucional (30”), Outdoor (9mx3m) e Redes Sociais (feed e story).

Data de Produção: Julho de 2022.

Data de Distribuição: Agosto de 2022.

O sucesso de uma empresa, além de um plano administrativo, está intrínseco a um bom planejamento publicitário. Diante disso, enquanto agência criativa que se reuniu para pontuar desafios de comunicação e elaborar o melhor plano estratégico para superá-los, trouxemos uma avaliação em relação aos trabalhos desenvolvidos no início de 2022 para um segmento de negócio muito presente em nossa sociedade, o ramo de atendimento e prestação de serviços à saúde em setor privado, como referente a clínica Cardio Check-Up, para fins de reflexão e entendimento de um exemplo de um caso que gerou resultados relevantes.

A clínica está no mercado de São Luís como uma das principais de sua área. Trata de uma unidade particular de saúde, disponibilizando cuidados médicos cardiovasculares. Pela complexidade envolvida nos cuidados com o coração, na combinação de várias especialidades da medicina, a clínica possui uma variedade de especialistas, pensando nas necessidades de seu público. Em poucas palavras, o que se quer dizer é que quem procura por cuidados cardiovasculares, precisa também de um nutricionista ou um psicólogo, por exemplo, pois as condições de saúde para serem tratadas precisam do apoio multidisciplinar.

A Cardio Check-Up se encontrava em um momento que precisava tornar mais evidente todos os serviços que dispunha, levando sua imagem a um público mais amplo, um reforço também na mente dos consumidores frequentes. Suas unidades físicas estão presentes nos bairros da Lagoa e Calhau, mas essa distribuição de serviços não era suficiente para tomar o devido conhecimento de um número adequado de pessoas para alimentar as fichas de atendimento da clínica. É por esse motivo que houve a necessidade de elaborar um plano de comunicação que suprisse os anseios do cliente da agência.

Nesse conceito, foi desenvolvida uma campanha que atendesse às expectativas e os desafios de comunicação, levando em consideração o momento então vivenciado, em que o quadro da pós-pandemia começa a ser restituído, voltando a normalidade; em relação ao auge dessa situação, o fluxo de pessoas no mercado foi retraído com o isolamento social, e o conceito de essencial foi mudando, sendo a ausência dos consumidores nos locais físicos algo que influenciou. A missão era ampliar os serviços a outros públicos, no objetivo de mostrar a questão multidisciplinar, renascendo de dias críticos para toda a sociedade. Detectamos que deveria ser comunicado através de uma linguagem persuasiva para esse target, com palavras e meios que atingissem

a todos e, assim inicialmente, o mote que julgou-se contemplar essa questão foi: "Cardio Check-Up, Completa Você e Seu Coração."

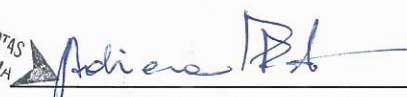
O conceito da campanha se constrói em consonância ao que a clínica apresenta internamente e o que se deseja tornar evidente externamente; uma explicação de forma criativa da presença das várias especialidades que compõem seu corpo clínico, propagando que a Cardio Check-Up é voltada para os cuidados com o coração, mas que também é completa para a saúde como um todo.

Complementando o conceito criativo, foi pensado e elaborado um layout que pudesse ser vendável a todos do entorno do interesse do cliente, com a criação de peças estratégicas conversando com o branding da Cardio Check-Up, enquanto marca, pensando na melhor visualização pelo público-alvo, seja qual for o seu formato e local veiculado. Assim, temos as mídias nos formatos de comunicação on-line e off-line; nesses dois grupos estão: as redes sociais, o VT institucional, o jingle, o backbus, outdoor e a plotagem interna nas unidades clínicas.

A campanha foi levada para os principais bairros da Capital, expandindo para regiões centrais e extremidades, seguindo a dinâmica dos transportes; seleção dos pontos específicos da Capital, com uso de outdoors, onde há mais fluxos de automóveis e que possam ser impactado pela mídia. No on-line, o propósito era o alcance de pessoas em horários específicos, com linguagem e formatos adaptados ao meio, que pudessem persuadir os seguidores e captar novos, com a combinação de tráfego orgânico e pago.

O referente caso foi um exemplo de assertividade, onde os resultados supriram a consistência das expectativas, uma vez que houve aumento na procura pelas consultas e demais serviços, e evolução de insights digitais, gerando efeitos positivos de engajamento para o perfil on-line da Cardio Check-Up.

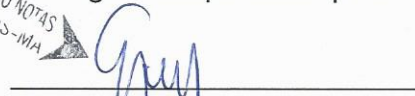
5º OFÍCIO NOTAS
SÃO LUÍS-MA



Adriana Pinto. Diretora Executiva. Macromarket Comunicação.
CNPJ: 03.130.467/0001-44.

Atesto para os devidos fins que o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, solicitado neste certame de licitação (CONCORRÊNCIA Nº 002/2022) é verídico e fidedigno ao que foi exposto no mês de março de 2022.

5º OFÍCIO NOTAS
SÃO LUÍS-MA



Edileuza Ferreira. Gestora Administrativa. Cardio Check-Up.
CNPJ: 08.890.358/0001-49.

São Luís, 13 de outubro/2022.



2



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Agência: Macromarket Comunicação.

Cliente: SOGASTRO.

Título: “Uma Nova Unidade, Um Novo Momento”.

Formatos: Site Wide (1080x1920px), Backbus (2,9mx2,4m) e Outdoor (9mx3m).

Data de Produção: Janeiro de 2020.

Data de Distribuição: Janeiro de 2020.

A Sociedade de Gastroenterologia do Maranhão/SOGASTRO é uma das clínicas mais tradicionais da capital maranhense. Fundada em 1994, foi planejada para ser um ponto de referência especializado no tratamento da saúde digestiva, com foco em exames, cirurgias e no tratamento específico de doenças ligadas ao aparelho digestivo.

Ao longo dos últimos 28 anos a empresa cresceu e se consolidou, evoluindo juntamente com as novas tecnologias que avançam a cada dia no âmbito da área médica. Para acompanhar as mudanças, um novo momento foi necessário para a SOGASTRO, com a transferência de sua sede principal do Centro da Capital São Luís para o bairro do Renascença, área nobre, que contempla grandes polos de clínicas médico-hospitalares. A partir de então, um novo público-alvo a ser considerado, das classes AB, 25+, entre homens e mulheres, em uma área bastante verticalizada.

Dessa forma, a empresa buscou na agência Macromarket Comunicação, o apoio necessário para um enorme desafio, o redesign de sua marca, existente desde o início de sua fundação e sem nenhuma atualização ao longo de todos estes anos. Sabendo que esse redesenho permitiria a revitalização e o fortalecimento do negócio, e que seu logotipo iria servir de ímã para atrair e fidelizar novos clientes, ampliando seu público e expandindo horizontes no mercado. Assim, surge um dos cases de maior empatia entre as empresas parceiras: redesenhar uma marca forte, consolidada no mercado local, mas que precisava, naquele momento, acompanhar com as modernas instalações e um novo tempo que a empresa estava se propondo a vivenciar.

Com um estudo sobre o conceito da marca, as formas e cores utilizadas, bem como o processo criativo utilizado, iniciaram os trabalhos de branding – análise da marca, passando por entrevistas e relatos de pessoas que estavam na época da fundação da empresa e se mantêm até os dias atuais, bem como as referências utilizadas naquele momento, no ano de 1994. “Desconstruir, nunca demolir”; foi com este pensamento que a agência propôs uma solução criativa para atender às expectativas dos 7 sócios diretores da SOGASTRO, mantendo alguns elementos da marca inicial em fusão com a releitura.

Como proposta para construção da nova logo, refizemos de maneira tridimensional o globo, retirando os frisos e deixando sua forma circular chapada, em 3 dimensões. O estômago se manteve, agora em um plano secundário, por dentro, envolvido pelo globo e em tons de prata, mais futurista, na cor verde, um pouco mais clara. A fonte se manteve, como traço original da marca, em caixa baixa, sem alteração, como alusão ao passado (memória afetiva). Ao final dos estudos, chegamos a uma nova versão, apresentada e aprovada pela diretoria de maneira unânime.

Além desse rebranding, viu-se a carência de uma presença digital, uma maior aproximação com a tecnologia. A partir disso, com o novo conceito formado, foi estruturado um site e criado um perfil na rede social Instagram, uma das mais utilizadas atualmente, concentrando um grande número de usuários. E para divulgar esse novo momento, a equipe de criação elaborou peças para mídias on-line (redes sociais), off-line (backbus) e para TV (vídeo institucional), levando a nova imagem da clínica para os principais públicos de interesse do cliente, elencados estrategicamente. (Em anexo as principais: site, backbus e outdoor)

Foi dessa forma, com a elaboração de um briefing preciso, organização e planejamento, que a SOGASTRO alcançou seus objetivos estratégicos de posicionamento para a mudança de sua logo e imersão digital, após 25 anos de uso, sem nenhuma alteração gráfica. Um caso que se estampa com uma reflexão a ser aplicada no processo de outras reconstruções. Seus resultados serviram para mostrar que esse rebranding é extremamente importante para qualquer que seja a empresa, possibilitando mudar a percepção do público sobre a marca, mantendo-a atualizada e em melhor destaque entre os concorrentes; também essencial para mostrar que a marca está em constante evolução.

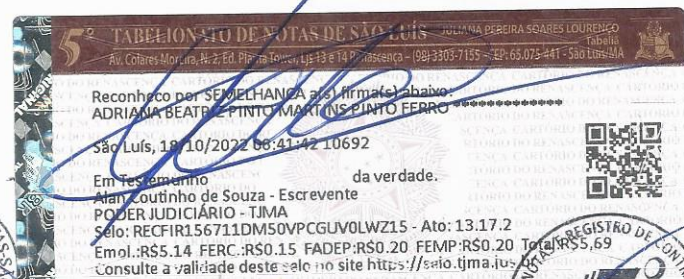
Portanto, como consequência positiva, o que se foi alcançado evidencia maior visibilidade no segmento de atuação, atração de novos clientes e aumento das oportunidades de novos negócios, um efeito que se adequa ao mercado e seus consumidores, gerando mais engajamento e crescimento financeiro expressivo. A SOGASTRO, desde então, segue em passos firmes, com duas unidades em pleno funcionamento – Renascença e Cohab – preparada para os próximos desafios.

Adriana Beatriz Pinto Martins Pinto Ferro.
Diretora Executiva. Macromarket Comunicação.
CNPJ: 03.130.467/0001-44.

Atesto para os devidos fins que o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, solicitado neste certame de licitação (CONCORRÊNCIA Nº 002/2022) é verídico e fidedigno ao que foi exposto no mês de janeiro de 2020.

Deuzana Pascoal.
Gestora Administrativa. Sociedade de Gastroenterologia do Maranhão LTDA/SOGASTRO.
CNPJ: 97.490.197/0001-26.

São Luís, 13 de outubro/2022.



Thais Carneiro Cutrim
Escrevente Autorizada

(ANEXOS)

A handwritten signature in blue ink, located in the lower right quadrant of the page. It consists of a series of loops and strokes, typical of a cursive signature.A handwritten signature in blue ink, located in the bottom left quadrant of the page. It features a large, sweeping loop followed by a few smaller strokes.A handwritten signature in blue ink, located in the bottom center of the page. It is a large, fluid, cursive signature with a prominent initial loop.A handwritten signature in blue ink, located in the bottom right quadrant of the page. It is a compact, cursive signature with several loops.A small handwritten signature or mark in blue ink, located at the very bottom right of the page. It appears to be a simple, stylized mark or a very short signature.

Agência: Macromarket Comunicação.
Cliente: Cardio Check-Up.
Produto: VT Institucional.
Título: "Completa Você e Seu Coração".
Formato: MP4 30".
Data de Produção: Julho de 2022.
Data de Distribuição: Agosto de 2022.

(MÍDIA ENTREGUE EM PENDRIVE)



Agência: Macromarket Comunicação.

Cliente: Cardio Check-Up.

Produto: Outdoor.

Título: "Completa Você e Seu Coração".

Formato: 9mx3m.

Data de Produção: Julho de 2022.

Data de Distribuição: Agosto de 2022.



COMPLETA VOCÊ E SEU CORAÇÃO.

Consultas, exames e especialidades, em um só lugar.



**CARDIO
CHECK-UP**
A saúde começa pelo coração

SAIBA MAIS



[@cardiocheck_up](#)

Un.Lagoa: ☎ (98) 3877.7000 | 📍 Un.Cathau: ☎ (98) 3213.7777

CARDIO CHECK-UP
Outdoor (9mx3m)

Agência: Macromarket Comunicação.

Cliente: Cardio Check-Up.

Produto: Post Para Redes Sociais.

Título: "Completa Você e Seu Coração".

Formato: Feed (1080x1080px) e Story (1080x1920px)

Data de Produção: Julho de 2022.

Data de Distribuição: Agosto de 2022.

P.

Q

Q

Q

Q

Agência: Macromarket Comunicação.

Cliente: SOGASTRO.

Título: “Uma Nova Unidade, um Novo Momento”.

Formato: Site Wide (1080x1920px).

Data de Produção: Janeiro de 2020.

Data de Distribuição: Janeiro de 2020.

(MÍDIA ENTREGUE EM PENDRIVE)



187

Agência: Macromarket Comunicação.

Cliente: SOGASTRO.

Título: "Uma Nova Unidade, um Novo Momento".

Formato: Backbus (2,9mx2,4m).

Data de Produção: Janeiro de 2020.

Data de Distribuição: Janeiro de 2020.




17



@sogastro_oficial

sogastro

Agora no

Renascença

ED. BUSINESS CENTER

Renascença
Av. Colares Moreira, Lote 3A

Cohab

Av. Jerônimo de Albuquerque, N 9

3877 7511 | 3269 0721
3245 0677 | 3244 5200

📞 Agendamentos: **98111 8941**

MACRO

SOGASTRO
Backbus (2,9mx2,4m)

Agência: Macromarket Comunicação.

Cliente: SOGASTRO.

Título: "Uma Nova Unidade, Um Novo Momento".

Formato: Outdoor (9mx3m).

Data de Produção: Janeiro de 2020.

Data de Distribuição: Janeiro de 2020.





sogastro

Agora no

Renascença

ED. BUSINESS CENTER

Renascença | Cohab

Agendamento via WhatsApp

☎ 3877 7511 | 3244 5200 | 3269 0721 | 3245 0677

☎ 98111 8941

📷 sogastro_oficial

SOGASTRO
Outdoor (9mx3m)

Eu, Adriana Beatriz Pinto Martins Pinto Ferro, representante legal da empresa A. B. P. M. Pinto Ferro ME/Macromarket Comunicação, empresa de CNPJ nº 03.130.467/0001-44, situada a Rua dos Azulões, nº 01- Renascença II, São Luís-MA, atesto veracidade em todo o conteúdo exposto para os devidos fins deste certame, CONCORRÊNCIA - N ° 002/2022, CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA/MA.



São Luís, 18 de outubro de 2022.

A. B. P. M. PINTO FERRO E
Adriana B. P. Martins Pinto Ferro
CNPJ:03.130.467/0001-44
R. dos Azulões, Renascença
Edif. Off. Tower, Sala 1125



P.

18
P
P

P. 12

18.

P. 12