

# PROPOSTA DE INVESTIMENTO

**Cliente:** Colégio Objetivo Esplanada

**Responsável:** Nelson Machado

**Proposta:** Construção e Promoção de Marca

**Validade:** Por 30 dias

Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

# calibre®

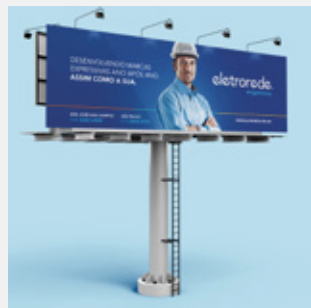
## A AGÊNCIA

Data:  
08 de abril de 2019

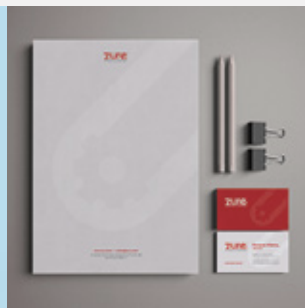
A Calibre é especializada em trazer marcas para a vida e vida para marcas, criando fundações estratégicas e abrangentes que garantem uma maior acertividade.

Validade:  
30 dias.

## NO PORTFÓLIO



Cliente: Eletrorede  
Job: Outdoor



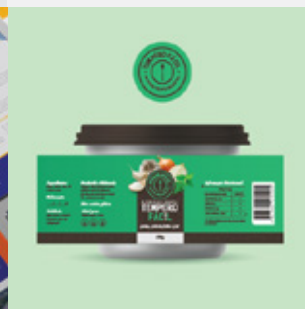
Cliente: Zure Construtora  
Job: Logo, IDV e Papelaria



Cliente: SGI Assessoria  
Job: Logo e MIV e Presença Digital



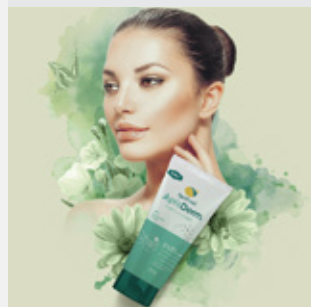
Cliente: Eletrorede  
Job: Lâminas Informativas



Cliente: Tempero Fácil  
Job: Embalagem



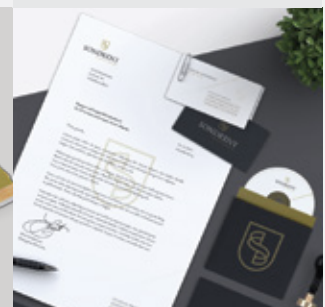
Cliente: ApisBrasil  
Job: Stand



Cliente: ApisBrasil  
Job: Campanha



Cliente: Mangalarga  
Job: Revista



Cliente: Sndreny Advocacia  
Job: Logo, IDV e Papelaria



Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

**calibre**<sup>®</sup>

## **SOBRE OS SERVIÇOS RELACIONADOS:**

Data:  
08 de abril de 2019

Validade:  
30 dias.

Nossa abordagem à estratégia de marca reside na coerência de seu aspecto singular, seja marca corporativa, produto ou serviço.

### **BRANDING**

Tem a capacidade de tornar a marca mais conhecida, mais desejada, mais positiva na mente e no coração dos consumidores.

#### **Estratégia:**

de médio a longo prazo

### **DESIGN**

Melhora os aspectos de segurança, processuais, funcionais, ergonômicos e visuais de um produto ou serviço.

#### **Estratégia:**

de médio a longo prazo

**OBJETIVO  
ESPLANADA**

### **PUBLICIDADE**

Ideal na divulgação de produtos, serviços e ideias junto ao público, afim de conduzi-lo a uma atitude favorável ao objetivo.

#### **Estratégia:**

de curto prazo a médio prazo

### **DIGITAL**

Serviço de orientação pela inovação e pela capacidade de impactar criativamente os negócios dos clientes, utilizando conhecimentos em mídia digital.

#### **Estratégia:**

de curto a médio prazo



Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

**calibre**<sup>®</sup>

## OBJETIVOS E METAS DA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO: COLÉGIO OBJETIVO ESPLANADA

Data:  
08 de abril de 2019

Definir com exatidão objetivos e metas realistas e mensuráveis é fundamental para que o seu negócio seja bem-sucedido.

Validade:  
30 dias.

### OBJETIVO PRIMÁRIO:

---

Aumentar o faturamento da empresa, através da qualificação e diferenciação de marca.

### OBJETIVOS SECUNDÁRIOS:

---

#### Interno

- Diagnosticar a marca;
- Qualificar a identidade de marca;
- Ações de relacionamento: Troca, comunicação e valorização;
- Aumentar a adesão das atividades extracurriculares;

#### Externo

- Aumentar a visibilidade da marca;
- Aumentar o número de matrículas;
- Aumentar a adesão ao período integral;
- Diminuir a evasão de alunos.

### METAS:

---

- Coletar e organizar as informações sobre a empresa, o público-alvo, concorrência e mercado;
- Realçar os diferenciais competitivos da marca;
- Avaliar e melhorar os pontos de contato da marca;
- Implementar inovação, planejamento de ações e campanhas ao calendário anual;
- Implementar indicadores de desempenho da comunicação.



Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

**calibre**<sup>®</sup>

## **BANDING:**

Data:  
08 de abril de 2019

Validade:  
30 dias.

### **DIAGNÓSTICO DE MARCA**

---

A avaliação contribuirá para o amadurecimento da gestão corporativa através de um olhar estratégico e metodológico sobre as principais necessidades da marca.

Temas relacionados:

- Imersão no segmento de atuação;
- Definição dos objetivos da empresa;
- Entendimento dos diferenciais competitivos;
- Diagnóstico de branding;
- Análise SWOT de marca;
- Diagnóstico de força de marca;
- Identificação de stakeholders;
- Análise dos concorrentes;
- Identificação e diagnóstico dos stakeholders da marca;
- Diagnóstico de gestão de pontos de contato da marca;
- Diagnóstico de identidade da marca;
- Diagnóstico de comunicação de marca.

### **ESTRATÉGIA E IDENTIDADE DE MARCA**

---

#### **PLATAFORMA DE MARCA**

---

É composta pelos pilares que sustentam a marca, no que ela acredita e o que ela promete.

Temas relacionados:

- Análise da Visão, missão e valores;
- Pontos de diferenciação com a concorrência;
- Personalidade.



Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

**calibre**<sup>®</sup>

Data:  
08 de abril de 2019

Validade:  
30 dias.

#### IDENTIDADE VERBAL

---

Uma marca deve ter um discurso único e identificável, que reflita os seus atributos e sua cultura corporativa, seja internamente, com a equipe, parceiros e colaboradores, ou externamente, junto a clientes e ao mercado.

- Manual de Identidade Verbal

## PUBLICIDADE:

#### CAMPANHA DE LANÇAMENTO

---

##### ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

---

Tem como objetivo, traçar estratégias para que a mensagem seja mais assertiva. Ele tem etapas como: definição da mensagens, ações, canais e indicadores de resultados.

- Plano de comunicação.

#### CAMPANHAS DE PROMOÇÃO DA MARCA

---

Em um mercado extremamente competitivo é fundamental promover a sua marca, produtos ou serviços, de forma planejada, estratégica e criativa.

- Pesquisa e análise de dados;
- Brainstorm;
- Concepção da ideia;
- Planejamento da campanha;
- Orçamentos;
- Validação e aprovação;
- Produção;
- Veiculação;
- Acompanhamento;
- ROI.



Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

**calibre**<sup>®</sup>

Data:  
08 de abril de 2019

Validade:  
30 dias.

## PLANO DE MÍDIA

---

Tem como objetivo potencializar o alcance (público-alvo) e gerar impacto através da definição dos canais, plataformas e formatos onde você investirá para veicular a mensagem.

- Plano de mídia.

## OUTROS:

### DIGITAL

---

A publicidade digital transformou a maneira de conectar marcas e consumidores, sendo a melhor forma de promoção por meio de dispositivos e canais digitais.

- Atualização do site:
  - => Correção do sistema;
  - => Melhoria do conteúdo;
  - => Melhoria da experiência de usuário;
- Redes sociais:
  - => Campanhas institucionais;
  - => Ações de relacionamento;
- E-mail marketing.

### RELAÇÕES PÚBLICAS

---

Permitirá comunicar sua marca e seus valores de forma ampla e criar narrativas em torno de seus produtos e serviços.

- Gerência de comentários e críticas;
- Assessoria de comunicação;
- Gerência de contatos e relacionamentos;
- Produção de conteúdo;
- Gerência de crises;
- Ações de relacionamento interno.



Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

**calibre**<sup>®</sup>

## AÇÕES DE MARKETING DE GUERRILHA

---

Data:  
08 de abril de 2019

As intervenções urbanas são as mais usadas no marketing de guerrilha e uma das que mais impressiona o receptor.

Validade:  
30 dias.

- Definição dos objetivos;
- Concepção da ideia;
- Validação e aprovação;
- Produção;
- Montagem;
- Registro da campanha;
- Veiculação pós-ação (redes sociais);
- ROI.

## INVESTIMENTO

---

**TOTAL:**  
**R\$ 21,600,00**

·  
·  
·  
**DESCONTO DE: 10%**  
**R\$ 19.440,00**

**FORMA DE PAGAMENTO (SUGERIDA):**  
8x de **R\$ 2.430,00**

·  
·  
·  
**MODALIDADE DE CONTRATO:**  
Contrato por job

**MODALIDADE DE PAG. (SUGERIDA):**  
Entrada + Depósito mensais

## CRONOGRAMA DO PROJETO

---

### TEMPO DE DESENVOLVIMENTO:

Entregas regulares no período de 08 meses (a ser negociado em contrato).





Rua Carolina Silva Dias, 25,  
Jd. Rodolfo, São J. dos Campos,  
São Paulo.

**calibre**<sup>®</sup>

## **SOBRE OS PRAZOS**

Data:  
08 de abril de 2019

Os prazos de finalização dos materiais estarão sujeitos a entrega das informações e arquivos necessários para a realização dos trabalhos, bem como, o processo de aprovação das etapas de desenvolvimento.

Validade:  
30 dias.

## **IMPORTANTE**

As propostas criativas apresentadas e descartadas possuem proteção de autoria. O uso não autorizado pode trazer implicações legais.

Fica prevista a realização de no máximo 03 alterações em cada job. Acima desse número, será cobrado 5% (cinco por cento) do valor do mesmo.

Uma taxa de urgência poderá ser cobrada mediante ao esforço de entrega nos seguintes casos: feriados, horas extras ou inclusão não planejada de no mínimo 01 semana de antecedência. Essa taxa é flexível e será negociada individualmente, respeitando a extraordinariedade de cada caso.

Em caso de desistência do serviço prestado por parte do cliente, ou mesmo a não satisfação com o andamento do projeto, será cobrado 20% (vinte por cento) do valor total do material, por questões administrativas, tais como: tempo dos profissionais envolvidos, desgaste mediante ao uso do equipamento, entre outras.

O material desenvolvido será entregue ao cliente em um CD ou DVD - em formatos finais de impressão (.jpg, .eps ou .pdf). Não cabendo a agência ser responsável por armazenar esses dados após o mesmo ser entregue.

A proposta não contempla impressões, produções fotográficas ou de vídeos. Quando necessário, a agência poderá indicar os fornecedores mais qualificados. São opcionais as inscrições em banco de imagens ou de vídeos, onde a conta pode ser aberta e administrada em nome do cliente.

Os arquivos abertos (.ai ou .psd/editáveis) possuem proteção autoral e somente serão liberados mediante ao acréscimo de 30% (trinta por cento) do valor correspondente. Esse valor refere-se a entrega do arquivo manipulável e livre para ser desdobrado ou alterado.





**calibre**<sup>®</sup>

+55 12 4141.2188  
[agenciocalibre.com.br](http://agenciocalibre.com.br)

[fb.com/agenciocalibre](https://fb.com/agenciocalibre)  
[contato@agenciocalibre.com.br](mailto:contato@agenciocalibre.com.br)