



PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA A EMPRESA MINI'S PORÇÕES E PETISCOS

José Carlos Szczotka – UNIUV^{1*}

Luana Luise Siqueira Luczka - UNIUV^{2*}

Morgana Rafaella Ratochinski – UNIUV^{3*}

Professora Orientadora: Julliana Biscaia

Agência Financiadora: Mini's Porções e Petiscos

Modalidade de apresentação: Comunicação Oral

INTRODUÇÃO

Os salgados sempre foram a preferência de muitos brasileiros com a rotina diária agitada. Em decorrência disso, muitos hábitos e costumes estão naturalmente se adaptando a uma nova realidade, o mercado está cada vez mais antenado à tecnologia, o consumismo cresce, e os clientes buscam inovação, praticidade e economia. O mercado está cada vez mais exigente. O presente trabalho trata-se de um planejamento de campanha sobre a MINIS PORÇÕES E PETISCOS, um estabelecimento alimentício que busca conciliar a tradição de salgados inovando no tamanho, com a busca constante em novidades de sabores. Este trabalho relata informações levantadas pelos acadêmicos, com a intenção de solucionar problemas de comunicação, que está ocorrendo na empresa. Para isso foi criada a agência Fênix Comunicação, para ser desenvolvida uma campanha de comunicação para atrair mais olhares ao estabelecimento, que é novo no mercado e precisa ser divulgado. O objetivo do trabalho é obter informações relevantes sobre a empresa e consumidores, para o desenvolvimento de uma campanha eficaz. Foi utilizada técnica das pesquisas bibliográficas, pesquisas online e também entrevistas com questionários estruturados. O resultado da pesquisa foi bem parcial, 50% já tem o conhecimento da Mini's e 50% não sabem nem onde se localiza a novidade na cidade.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Criar uma campanha para a Mini's.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Ressaltar a tradição dos salgados a qualidade com a inovação em seus tamanhos minis;
- b) Incentivar o consumidor a consumir minis, para festas evitando desperdícios, e sendo favorável sua praticidade;
- c) Melhorar o posicionamento e a fixação da marca.

METODOLOGIA

Para identificar o consumidor da empresa, foram elaboradas duas formas de pesquisa: uma por meio do Facebook, pela plataforma SurveyMonkey. Também foram usadas técnicas para identificar os pontos fortes, fracos, ameaças e

¹ Acadêmica do 8º semestre de Publicidade e Propaganda. E-mail: jose_carloszezinho@hotmail.com

² Acadêmica do 8º semestre de Publicidade e Propaganda. E-mail: Luana.luise@hotmail.com

³ Acadêmica do 8º semestre de Publicidade e Propaganda. E-mail: morgana_1048-1041@hotmail.com



oportunidades da empresa. Foi realizada análise de mercado, concorrência, possíveis consumidores. Foi utilizada técnica de *personas*. Foi elaborado planejamento e estratégia de mídia, táticas de veiculação. Foi realizado desenvolvimento do conceito da campanha.

RESULTADOS

Com as informações levantadas, foi elaborado o conceito “Mini’s, pequeno no tamanho, grande no sabor.” A campanha foi elaborada com o foco de evitar o desperdício, por causa do tamanho, pois por exemplo, em aniversários infantis, não tem desperdício, e as pessoas podem experimentar os variados sabores. A campanha também colaborou para posicionar a empresa diante do seu público desejado.

REFERÊNCIAS

BRITO, M.P. As gerações. **Advivo**. Disponível em: <<http://advivo.com.br/blog/marco-paulo-valeriano-de-brito/as-geracoes>>. Acesso em: 01 jun. 2015

FARIAS, E. Salgados. **Brasil econômico**. Disponível em: <<http://brasileconomico.ig.com.br/>>. Acesso em: 23 abr. 2015.

LIMA, A. Mini coxinhas no copo. **Incalfer**. Disponível em: <<http://www.incalfer.com.br/blog/coxinhas-no-copo/>>. Acesso em: 17 abr. 2015.

PATRUS, A. **Brasil já é um dos maiores mercados de salgadinhos**. Abre associação brasileira. Disponível em: <<http://www.abre.org.br/noticias/brasil-ja-e-um-dos-maiores-mercados-de-salgadinhos>>. Acesso em: 01 maio 2015.

SATO, N. **Crescimento de salgadinhos**. Supermercado moderno. Disponível em: <<http://www.sm.com.br/detalhe/crescimento-de-salgadinhos-sera-de-33perc-ate-2015>>. Acesso em: 8 abr. 2015.