

FabraQuinteiro

Rua Manuel Guedes, 330
São Paulo - 04536-070
fone: (55) 11 - 3708-5300 fax: (55) 11 - 3078-5725

Cliente – Epson

Veículo – Gazeta Mercantil

Data veiculação – 18/Abril/2005

Formato – 3 “selos” bico de pena dos colunistas coloridos saindo das impressoras + 1 página 4 cores com anúncio alusivo aos 80 anos da Gazeta Mercantil

Objetivo

Transformar o lançamento da nova diagramação da Gazeta Mercantil – agora com cores – numa oportunidade para lançar o novo conceito de comunicação da marca Epson em 2005 .

Solução de Mídia

A busca pela diferenciação é uma constante nos dias de hoje. Chamar a atenção virou a norma regente no mundo globalizado e repleto de oportunidades. As marcas utilizam a Comunicação para conseguir ultrapassar as barreiras do ponto de venda, quase sempre “mudos” e imóveis, e sensibilizar o consumidor.

A marca Epson sempre esteve ligada a atributos de qualidade de impressão, que podem ser traduzidos, entre outros, em cores e imagens mais fiéis.

O novo conceito, adotado em 2005, traduz a alma da marca: “Dê Epson à sua imaginação” abrindo as portas da criatividade e da personalização do uso de seus produtos de excelente qualidade para o consumidor final.

FabraQuinteiro

Rua Manuel Guedes, 330
São Paulo - 04536-070
fone: (55) 11 - 3708-5300 fax: (55) 11 - 3078-5725

Por outro lado, "Dê Epson à sua imaginação" para seu público interno e prestadores de serviço, representa um convite à ousadia e a tudo o que é diferente e inovador

O aniversário de 80 anos da Gazeta mercantil abriu a possibilidade para que a marca pudesse inaugurar este novo conceito e mais ainda: em forma de homenagem a um veículo, dos mais importantes e tradicionais da imprensa nacional, e por um custo extremamente atraente – todos os anúncios alusivos ao aniversário da Gazeta Mercantil tiveram negociação especial.

Sendo assim, a agência, literalmente deu "Epson à sua imaginação" e passou a negociar a participação do cliente tendo em mente o total aproveitamento da ação para os dois lados.

A Gazeta Mercantil tem como um de seus ícones as ilustrações com "bico de pena". Estas imagens saíam de pequenas impressoras Epson, só que coloridas, reforçando os conceitos:

- do jornal – agora com cor
- da marca – Epson é qualidade de impressão a cores

Resultados

Como ganhos adicionais à negociação feita conseguimos uma colocação inédita: a Gazeta Mercantil nunca havia colocado nem cor nem mensagens publicitárias na sua página 3. O anúncio alusivo de 1 página ficou na seqüência.

No dia 18, o jornal realizou um café da manhã para o mercado publicitário e anunciante, nesta data a Epson disponibilizou um de seus

FabraQuinteiro

Rua Manuel Guedes, 330
São Paulo - 04536-070
fone: (55) 11 - 3708-5300 fax: (55) 11 - 3078-5725

produtos Premium (Multifuncional) para ser sorteado, ampliando assim a ação associando-a mais fortemente junto ao veículo.

Por ter sido, esta, uma ação Institucional e de aproveitamento de uma oportunidade, resultados imediatos de venda não puderam ser mensurados. Certamente a imagem da marca foi beneficiada

“Porque meu case deve ser vencedor”

Esta ação trabalhou a total sinergia entre a marca, o conceito de comunicação, o uso do meio jornal e do veículo Gazeta Mercantil.

Este case deve ser vencedor pelo ineditismo da ação – uso do bico de pena **colorido e associado diretamente a um produto (Epson)**.

Todos os esforços para que a ação se realizasse foram eficientes, a negociação financeira permitiu ao cliente participar de uma edição histórica com ainda maior destaque.

A quebra de paradigmas possibilitou a realização de um excelente caso de utilização de um grande meio em prol da comunicação de uma grande marca.