



Cartaz Promocional - Consul Aquarela

Adriana FREITAS
Evandro MONTOVANI
Felipe ROMANIN
Fernanda OLIVEIRA
Janaina SANTOS
Juliana BRUNETTA
Reginaldo REIS
Viviane MOCIATI
Edson PAIVA

Centro Universitário FIEO – Osasco, SP

RESUMO

O desenvolvimento do Cartaz é para o produto *Refrigerador Consul Aquarela* da marca *Consul*. A 60 anos no mercado, a *Consul* lançou em 2007 o *Refrigerador Consul Aquarela*, que possibilita o consumidor a escrever nas portas e laterais do refrigerador com canetas desenvolvidas especialmente para essa finalidade. O projeto é fundamentado em pesquisas sobre a empresa e sobre o público. A definição do objetivo de *marketing* e do objetivo de comunicação norteou a criação da campanha publicitária que tem como conceito a emoção de se comunicar através do refrigerador. Para divulgação do refrigerador utilizamos o cartaz, possui grande destaque e impacto ao consumidor, cores fortes e imagens que remetem emoções no consumidor relacionado ao nosso cotidiano.

PALAVRA -CHAVE: Comunicação; Consul Aquarela; Emoção; Refrigerador; Vida.

1 - APRESENTAÇÃO

O cartaz desenvolvido teve como base informações reais passadas por um *briefing* cedidas pelo cliente Consul e fontes de pesquisas, com o objetivo de realizar uma campanha de comunicação para Consul no ano de 2009.

Para criação dos cartazes, foi elaborado por temas relacionados a datas e épocas comemorativas que transmitem emoção, situações do dia-a-dia, como casal encostado no refrigerador com vestidos com roupas de dormir, com a mensagem escrita “Bom Dia” e desenhos de um café da manhã na porta do refrigerador, noivos ensaiando para o

Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Cartaz modalidade Campanha publicitária, como representante da região Sudeste.

Aluno líder do grupo do Curso Publicidade e Propaganda, email: evandromontovani@msn.com.

Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO
email: paiva.sp@ig.com.br.



casamento, filha presenteando a mãe com refrigerador na data comemorativa com mensagem “Te Amo Mãe”, viagem de verão e inverno, e os especiais de final de ano como natal e ano novo. Todos os cartazes acompanham assinatura “Consul Aquarela. Dá vida a sua emoção”.

2 - INTRODUÇÃO

O conceito “emoção” enfatiza o objetivo do produto que é comunicação e interação da família através do refrigerador. O cartaz dá total visibilidade ao produto destacando o seu principal diferencial, a utilização do refrigerador como instrumento de interação e comunicação com os usuários em todos os momentos.

3 - OBJETIVOS

Despertar a curiosidade dos consumidores pelo lado emocional, para os Refrigeradores Consul Aquarela como sinônimo de diferencial e interativo, fazendo parte da casa e da vida do consumidor em forma de desenhos, cores e mensagens.

4 - JUSTIFICATIVA

Pelo fato dos refrigeradores linha Aquarela não se limitam às funcionalidades tradicionais de um refrigerador que serve para conservar e gelar os alimentos os cartazes desenvolvidos despertam as necessidades deste produto por seu diferencial, um 5-instrumento de interação e comunicação entre os moradores da casa.

5 - MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Foram utilizados programas como recurso: *adobe photoshop* e *coreldraw* e para divulgação o cartaz.

6 - DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Para alcançar os objetivos foi realizada a divulgação por cartazes, para tornar o produto conhecido, transmitindo de forma clara e objetiva retificando seu grande diferencial em relação aos concorrentes.

Os cartazes foram pensados para atingir o *target* do seguinte perfil: mulheres de 25 a 30 anos, de classe B, com grau de instrução superior ou cursando e que estejam em fase preparatória para o casamento. A compra do Refrigerador Consul Aquarela está



ligada a razões emocionais, pois o seu diferencial está relacionado à magia de poder se comunicar através do refrigerador.

6.1 Produto

Os produtos são: Refrigerador Consul Aquarela *Frost Free* 340 e Refrigerador Consul Aquarela *Frost Free* 470 litros, que possuem como diferencial a possibilidade de se escrever na porta e nas laterais do refrigerador com canetinhas confeccionadas pela *Faber Castell*, que acompanham produto (*kit* com duas canetinhas e um apagador).

6.2 Nome

Linha Consul Aquarela

6.3 Pessoas

O *target* é formado por mulheres, por ser um produto que faz parte da cozinha, faixa etária de 25 a 30 anos de classe B, pelo fato da marca ser considerada a 2ª marca do fabricante, para atender a esta faixa de público. Porém os homens também fazem parte do nosso *target*, de forma secundária, pelo fato da compra do refrigerador ser feita em conjunto, ele também participa da decisão de compra.

As mulheres entre 25 e 30 anos, classe B, geralmente estão providenciando os preparativos para o casamento, onde o primeiro passo seria a compra dos móveis e eletrodomésticos da casa.

6.4 Problema

O consumidor compra um refrigerador por razões racionais. Ele avalia características, marca e preço e decide qual melhor se adéqua a sua necessidade.

Pelo fato do Refrigerador Consul Aquarela ter um apelo diferente, a integração na comunicação da casa, racionalmente o consumidor não mudaria sua decisão por este diferencial, portanto este comportamento passa a ser um problema para esta linha de Refrigeradores.

6.5 Plataforma

Utilizaremos como meio para a divulgação do produto cartazes.



6.6 Promessa

Fazer com que o consumidor perceba no Refrigerador Consul Aquarela razões emocionais, além das racionais, quando for decidir a compra, despertando a necessidade deste produto por seu diferencial, um instrumento de interação e comunicação entre os moradores da casa.

6.7 Apresentação

A comunicação do produto será trabalhada de forma que o consumidor possa perceber o diferencial do produto de forma emocional.

Análise Situacional

Potencialidades	Fragilidades
<ul style="list-style-type: none">✓ Tradição da marca;✓ Benefício inédito;✓ 2 tamanhos de refrigeradores;✓ Marca Classe A em economia de energia;✓ Não precisa descongelar nunca.	<ul style="list-style-type: none">✓ - Pode manchar o refrigerador caso a escrita permaneça por mais de 3 dias;✓ - Custo alto para comprar novas canetas (cerca de R\$ 25,00 o <i>kit</i> com duas cores).
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">✓ Aumento do crédito pessoal;✓ Aumento do crédito imobiliário;✓ Aumento de acessibilidade das pessoas na <i>Internet</i>;✓ Aumento da população;✓ Melhora do poder aquisitivo;✓ Aumento da compra do imóvel próprio;✓ Mais pessoas se casando.	<ul style="list-style-type: none">✓ Surgimento de novas marcas com o mesmo diferencial;✓ Aumento da taxa de juros.



7 - OBJETIVO DE MERCADO

Temos por objetivo de mercado crescer 5 pontos percentuais de participação ao longo da campanha, saltando de 3 pontos para 8 pontos percentuais de participação de mercado.

8 - OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Temos como objetivo de comunicação tornar o produto conhecido, transmitindo de forma clara e objetiva e retificar seu grande diferencial em relação aos concorrentes.

8.1 Conteúdo Básico da Comunicação

Características que representem um ambiente familiar, aconchegante, prático e de bem-estar. Este ambiente deverá ser uma cozinha freqüentada por uma família feliz.

9 - PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

9.1 Tipo de Divulgação

Serão fixados cartazes, para divulgação do produto em pontos estratégicos e será demonstrado o diferencial do produto em diferentes épocas do ano de forma emocional.

9.2 Descrição dos objetivos

Atribuir o produto ao cotidiano do consumidor de forma emocional.

9.3 Linha Visual

O fato do consumidor potencial da Consul Aquarela adquirir o produto por razões emocionais nos leva a criar um conceito completamente envolvente, onde “A” emoção é demonstrada com imagens simples.

Estes momentos serão desenhados de forma mágica no refrigerador, fazendo com que o receptor (no caso a mulher) sinta-se envolvido com a mistura das cores das canetinhas.

Este conceito busca com que a mulher se sinta presente naquele momento e não veja apenas uma figura qualquer sendo desenhada no refrigerador. A magia da vida



sendo transcrita de forma visual fará com que ela se lembre da marca e dos sentimentos mágicos que presenciou ao assistir a campanha.

9.4 Linha Textual

A linha textual que acompanhará os cartazes servirá como complemento as imagens, que por si só já transmitem a mensagem desejada.

As chamadas dos cartazes serão de forma direta, resgatando o conceito “A” emoção e os textos de apoio trazem informações sobre a característica do produto.

10 - PLANO DE TRABALHO CRIATIVO

O tema da campanha é o elemento que integra suas diversas peças de comunicação, uma vez que ela está presente em todas elas. O tema da campanha também é essencial daquilo que é mais importante dizer em toda campanha e a própria extensão comunicativa da estratégia de comunicação adotada. (SAMPAIO, 1995: 240)

10.1 Tema

A Interatividade

10.2 Slogan

Consul Aquarela. Dá vida à sua emoção.

11 - DETALHAMENTO DA PEÇA DESENVOLVIDA

11.1 Cartaz

Cliente: Consul

Produto: Refrigerador Consul Aquarela

Cor: 4 cores

Formato: 120x175cm

Título: Dá vida a sua emoção.

11.2 Texto

Alguns detalhes transformam emoções.



A linha Consul Aquarela traz mais interatividade para os seus momentos.

Você pode escrever e desenhar nas portas e laterais.

Consul Aquarela dá vida a sua emoção.

- Vem com kit de 2 canetas e apagador.
- Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- Tecnologia *Frost Free*.
- Classe A em consumo de energia.

As canetas do kit são nas cores vermelha e violeta com uso exclusivo para os refrigeradores Aquarela.*4004-0014 – capitais e regiões metropolitanas. Para demais regiões 0800 97 00 999.

11.3 Justificativa

Este meio será utilizado por atender um público segmentado, além de ser um meio que expressa credibilidade e visibilidade do consumidor. Os cartazes causarão impacto e serão fixados em pontos estratégicos das lojas de varejo que atendem diretamente o *target*.

12 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA

12.1 Meio Utilizado: Cartaz

12.2 Formato: 120x175cm

13 - PLANILHA GERAL DE ORÇAMENTO

Descrição	Fornecedor	Quantidade	Custo unitário	Custo Total
Cartaz	<i>Color Screen</i>	14.200	R\$ 0,98	R\$13.916



14 - CARTAZ

14.1 Cartaz Institucional

**Alguns detalhes
Transformam
Emoções**

Consul
Para de sua casa

- Vem com kit de 2 canetas e apêndices.
- Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- Tecnologia Frost Free.
- Classe A em consumo de energia.

A linha Consul Aquarela traz mais interatividade para os seus momentos. Você pode escrever e desenhar nas portas e laterais. Consul Aquarela dá vida a sua emoção.

consul aquarela
Dá vida a sua emoção

As cores são indicadas nas cores verdadeiras e vividas com um acréscimo para as refrigeradoras Aquarela, 4000-006 - capital e região metr. goit. anal. Para demais regiões 0800 48 00 000.



14.2 Cartaz Institucional Noivos

Alguns detalhes mudam as emoções

Consul
Para a sua casa

- Vem com kit de 2 canetas e apagador
- Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- Tecnologia Frost Free.
- Classe A em consumo de energia.

A linha Consui Aquarela traz mais interatividade para os seus momentos. Você pode escrever e desenhar nas portas e laterais. Consui Aquarela dá vida a sua emoção.

Consul aquarela
Dá vida a sua emoção



14.3 Cartaz Promocional Dia das Mães

Concurso Cultural
Emoção de Mãe

Consul
Para de vez em quando

- Vem com kit de 2 canetas e apagador.
- Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- Tecnologia Frost Free.
- Classe A em consumo de energia.

Para participar é simples! Faça um desenho com o tema "Emoção de mãe" e concorra a produtos exclusivos da marca Consul. Mais informações no hotsite: www.consul.com.br/emocao

Consul
aquarela
Dá vida a sua emoção

As vendas do 30' são sua única via para a venda com uma exclusão para os participantes Aquapril, Pádua, Onda - Cidades e Região Participativas. Para demais regiões (0800 07 03 000).



14.4 Cartaz Institucional Viagem Verão

Embarque suas emoções

Consul
Parte da sua vida

- *Vem com kit de 2 canetas e apagador.
- *Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- *Tecnologia Frost Free.
- *Classe A em consumo de energia.

A linha Consul Aquarela traz mais interatividade para os seus momentos. Você pode escrever e desenhar nas portas e laterais. Consul Aquarela dá vida a sua emoção.

Consul aquarela
Dá vida a sua emoção

As câmeras do HD não são cores, vermelho e violeta, com lens exclusivas para as câmeras digitais Aquarela HD. HD – Digital e outras características. Para detalhes consulte 0800 87 00 899.



14.5 Cartaz Institucional Viagem Inverno

**Embarque
suas
emoções**

Consul
Para a sua vida

- Vem com kit de 2 canetas e apagador.
- Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- Tecnologia Frost Free.
- Classe A em consumo de energia.

A linha Consul Aquarela traz mais interatividade para os seus momentos. Você pode escrever e desenhar nas portas e laterais. Consul Aquarela dá vida a sua emoção.

Consul
aquarela
Dá vida a sua emoção

As canetas do kit vêm com uma cor diferente e a caneta com uma cor diferente para os refrigeradores de 470 litros. Consulte o manual. Para detalhes e preços, consulte o site: 0800 07 00 000.



14.6 Cartaz Institucional Natal

Natal
é tempo de
emoção

Consul
Para de sua casa

- Ven com kit de 2 canetas e apagador.
- Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- Tecnologia Frost Free.
- Classe A em consumo de energia.

A linha Consul Aquarela traz mais interatividade para os seus momentos. Você pode escrever e desenhar nas portas e laterais. Consul Aquarela dá vida a sua emoção.

Consul aquarela
Dá vida a sua emoção

As cores do kit são nas cores, ver matéria visualizada com uso exclusivo para as refrigeradoras Aquarela 4000-0000 - capital e região, mais opções. Para demais regiões 0800 0770 0 0000.



14.7 Cartaz Institucional Ano Novo

**Um brinde
a essa
emoção**

Consul
Para a sua vida

- Vem com kit de 2 canetas e apagador.
- Disponível em duas capacidades: 340 e 470 litros.
- Tecnologia Frost Free.
- Classe A em consumo de energia.

A linha Consul Aquarela traz mais Interatividade para os seus momentos. Você pode escrever e desenhar nas portas e laterais. Consul Aquarela dá vida a sua emoção.

Consul aquarela
Dá vida a sua emoção

7

As portas do kit são nas cores vermelha e verde e vêm com apagador para os rascunhos. Para mais informações sobre a linha Consul Aquarela, ligue 0800-000000 ou visite o site www.consul.com.br. Cada loja e região possui condições. Para demais regiões, ligue 0800-000000.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda , teoria , técnica e Prática**. São Paulo:Pioneira, 1996.

MARTINS, Jorge S. **Redação Publicitária: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 1997.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária: Sedução pela palavra**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. 8ª edição. São Paulo: Global,2002.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: sedução pela palavra**. São paulo:Pioneira Tompson Learning, 2005.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

PAIVA, Edson. **Comunicação persuasiva em pontos - de - venda**. São Paulo: Iglu,2006.

PAIVA, Edson. **Projeto Experimental de Propaganda**. São Paulo: Iglu, 2005.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SISSORS, Jack Zanville, BUMBA, Lincoln. **Planejamento de mídia**. São Paulo: Nobel,2001.