



EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE CAMPANHA DE MARKETING

1. Disposições Gerais

1.1 A Rede Salesiana Brasil, localizada na SHCS CR Quadra 506, Bloco "B", Loja 66 - Asa Sul – Brasília/DF, mediante a divulgação deste edital, torna pública a concorrência para criação e produção de Campanha de Marketing, direcionada às matrículas 2017/2018 da Rede Salesiana Brasil de Escolas (RSB-Escolas), para todas as agências de publicidade que possam se interessar.

2. Inscrição:

2.1 A inscrição da empresa concorrente deverá ser feita, por meio do preenchimento da ficha em anexo, que deverá ser enviada até o dia 10 de março de 2017, para o endereço: assessoriacomunicacao@rsb.org.br

2.2 As empresas inscritas deverão enviar até o dia 20 de abril de 2017 o material de criação, que será analisado pela equipe de Comunicação da Rede Salesiana Brasil (RSB).

3. Processo de Seleção

O processo de seleção acontecerá da seguinte forma:

3.1 De 21 a 28 de abril: seleção das 3 melhores campanhas;

3.2 Dia 28 de abril: publicação das 3 melhores campanhas;

3.3 Dia 03 de maio: apresentação das 3 melhores campanhas, por videoconferência, para a RSB-Escolas, em horário a ser agendado;

3.4 Dia 04 de maio: anúncio da Campanha vencedora.

Obs.: O processo de escolha da Campanha será realizado pelos Coordenadores/Delegados Inspetoriais para a Comunicação, pelos animadores e gestoras de Polo e pela Diretoria Executiva da RSB-Escolas.

4. Objetivos:

4.1 A Campanha de Marketing tem por objetivo apresentar o estudo, a concepção, a conceituação, a criação e a produção da Identidade visual da Campanha de Matrículas 2017/2018 a ser utilizada em nível nacional pelas escolas da **Rede Salesiana Brasil de Escolas**;

4.2 A empresa concorrente deverá apresentar um Plano de Comunicação Publicitária (campanha simulada), observando o tema e outras informações constantes no Briefing, contemplado no Anexo I deste Edital. A campanha simulada deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

4.2.1 Raciocínio básico: apresentação de texto em 2 (duas) laudas, com 30 linhas no máximo, sem anexos, na qual a empresa demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing (Anexo I).

4.2.2 Estratégia de comunicação publicitária: apresentação de texto em 2 (duas) laudas, com 30 linhas no máximo, sem anexos, no qual a licitante:

Defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a Campanha de Marketing. Não serão considerados os esboços, layouts, roteiros, story-boards ou similares no julgamento do quesito. Deverá explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária, sugerida para a solução de problema específico de comunicação.

4.2.3 Ideia criativa: apresentação de texto em 2 (duas) laudas, com 30 linhas no máximo, sem anexos, na forma do subitem 3.1.2.4, constituída de:

Texto em que a empresa concorrente se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não ser assumida em forma de um slogan, passível de ser utilizado em ações de comunicação pela RSB-Escolas. A empresa apresentará campanha publicitária com exemplos de peças, que corporificam objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação, conforme apresentados no Briefing (Anexo I); deve demonstrar harmonia entre a temática e o conceito, segundo sua estratégia de comunicação publicitária e estar de acordo com a redução de mensagem explicitada na alínea anterior. Os exemplos de peças são limitados a 6 (seis), independente do meio de divulgação, do tipo e/ou característica da peça, e devem ser enviados, em anexo, com o restante da proposta.

4.2.4 Métrica de mensuração: apresentação de uma métrica de mensuração (Return On Investment – ROI) para que, durante e no final do processo da campanha de marketing, seja possível mensurar a contribuição da campanha para a decisão do público-alvo de conhecer e efetivar a matrícula no colégio.

Importante: a métrica de mensuração da campanha deve ser de fácil manejo, aplicação e interpretação, pois cada colégio, com seus recursos próprios, deverá aplicar a fórmula para mensurar e avaliar os seus resultados.

5. Peças a serem produzidas:

Banner, outdoor, flyer, busdoor, 5 postagens padronizadas para a publicação no Facebook, Instagram e Twitter; capa de site; cartões de: aniversário, boas vindas, dia do estudante, dia do professor, dia dos pais, dia das mães, páscoa e natal; Agenda do estudante: contendo capa, página de abertura, abertura de cada mês e datas salesianas incorporadas no miolo da agenda; spot para rádio, jingle para rádio e TV; vídeo-30s'.

Todos os materiais gráficos devem ser enviados em arquivo aberto nos formatos: PSD, CDR e JPG, contendo em anexo cada imagem utilizada na Campanha.

6. Remuneração e formas de pagamento:

6.1 O valor da Campanha a ser remunerado para a empresa vencedora será de R\$ 75.000,00 (Setenta e cinco mil reais) e será efetuado em duas parcelas, uma no valor de R\$ 35.000,00 (Trinta e cinco mil reais) a ser paga no dia 25/5/2017, e outra no valor de R\$ 40.000,00 (Quarenta mil reais) a ser paga no dia 25/06/2017.

6.2 O pagamento será realizado mediante a aprovação e de todas as artes, em mídias digitais de arquivo aberto, com todas as indicações de fontes e detalhes da criação, no prazo determinado pela RSB.

7. Prazo de Entrega da Campanha:

A Agência selecionada deverá produzir todas as peças da Campanha no período de 05 de maio a 20 de julho de 2017.

8. Esclarecimentos:

8.1 A agência concorrente assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação, exigidos nesta concorrência, confirmando que o ANUNCIANTE não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo de concorrência.

8.2 O manual de identidade visual com as fontes, cores e logo da RSB-Escolas será disponibilizado assim que a empresa entregar a ficha de inscrição.

8.3 A agência vencedora da Campanha cede todos os direitos de criação para a Rede Salesiana Brasil de Escolas, que ficará como proprietária de todas as peças e artes, podendo utilizá-las, modificá-las e alterá-las conforme o seu interesse e por tempo ilimitado.

8.4 Todos os custos com fotografia, atores, modelos, cantores, gravação de som, direito autoral de música e de imagem, transporte, produção de animação, designer gráfico, ou outros, serão de responsabilidade da agência contratada.

