



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 2018/2019 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 30 de março de 2018, para o endereço: assessoriacomunicacao@rsb.org.br.

2.2 As empresas inscritas deverão enviar até o dia 10 de abril de 2018 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 11 a 18 de abril: seleção das 3 melhores campanhas;
- 3.2 Dia 18 de abril: publicação das 3 melhores campanhas;
- 3.3 Dia 20 de abril: apresentação das 3 melhores campanhas, por videoconferência, para a RSB-Escolas, em horário a ser agendado;
- 3.4 Dia 23 de abril: 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 2018/2019 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 4.2.1, 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:

1. Uma imagem padrão na vertical e outra na horizontal que possa ser adaptada para os diferentes formatos gráficos, seja banner, outdoor, flyer e outros;
2. 10 vídeos de 15 segundos para Facebook retratando como o diferencial da educação salesiana: educador falando, profissional da área da educação, alunos, pais, animação em 2D com caráter mais de humor, interativo, ambientes que falem da tecnologia pensando no material digital, uma educação 3.0, qualidade e bons resultados nos vestibulares e Enem;
3. 6 gifs animados referentes à temática da Campanha;
4. Story telling para as redes sociais com 10 postagens em sequência que mostrem como é bom estudar num Colégio Salesiano;
5. Capa de site e de Facebook;
6. Criação de uma arte gráfica padrão para os aprovados nos vestibulares;
7. Agenda do estudante: contendo capa, página de abertura, abertura de cada mês e datas salesianas incorporadas no miolo da agenda;
8. Spot para rádio;
9. Jingle para rádio e TV; vídeo-30s em formato de animação 2D, com o mesmo jingle'.

Observações:

- As peças devem trabalhar segmentos específicos com propostas específicas, seja pelo texto e/ou imagem.

Ex.: a) As peças direcionadas ao Ensino Médio devem considerar um espaço para enaltecer informações como de cada localidade como aprovados no vestibular, resultados do Enem, etc. Ou seja, o conceito deve ser significativo, direto e simples, de modo que tenha espaço nas peças para apresentar estas outras características....

b) Para o Ensino fundamental (I e II) a proposta deve enaltecer o cuidado, o trabalho em grupo, a estrutura física e as tecnologias, a proposta educativa evangelizadora que temos que auxiliam os alunos a serem protagonistas....

c) Para a Educação Infantil o carinho, acolhida, alegria de ser criança na escola salesiana, a singeleza da infância...

- 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 criação e da produção 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 na data da assinatura deste contrato, e outra no valor de R\$ 40.000,00 (Quarenta mil reais) a ser paga na entrega efetiva da campanha.



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 24 de abril a 18 de maio de 2018.

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.