

A gente se vê.

CASE • 4.15 MELHOR ESTRATÉGIA DE MÍDIA

A assinatura era um encontro marcado. A mídia virou o convite: fomos aonde Pernambuco **se vê todo dia** e marcamos o encontro no RioMar.

CONTEXTO E DESAFIO

Aniversário institucional costuma virar autoelogio que ninguém lembra. Para os 80 anos, o Senac PE queria o contrário: gente dentro do Senac. Uma programação gratuita de 10 dias no RioMar Recife (21 a 30/08), com kart, robótica, gastronomia e saúde, precisava encher. E o Estado inteiro precisava sentir que o Senac está perto.

IDEIA DE MÍDIA

Transformamos "a gente se vê" em planejamento. O critério não foi audiência, foi encontro. Cada meio ocupa um **ponto de encontro real**: o terminal de ônibus, a traseira do coletivo, a praça de alimentação, a rádio da cidade. No maior deles, o RioMar, a pista de kart da ação foi montada **aos pés da torre de LED**: quem via o anúncio já estava dentro da experiência.



Uma assinatura que se completa no lugar: "**a gente se vê no caminho do seu sonho**", no outdoor de Serra Talhada e na traseira do ônibus em Caruaru.

7.062

participações em 10 dias

117,7%

da meta de 6.000 participações

3.869

inscritos na programação

7

praças, do Recife ao Sertão

46

telas em 6 terminais de ônibus

6

matérias espontâneas



RioMar Recife • Torre panorâmica de LED. A pista de kart montada aos pés da tela: o anúncio e o encontro no mesmo lugar.

Quatro movimentos, *um só encontro.*

O plano não foi desenhado por meio, e sim pelo **caminho das pessoas**: do trajeto diário até a porta do evento. 60,6% do investimento foi concentrado no mês do convite; setembro sustentou a lembrança.

01

O convite

21 A 30/08 · RIOMAR E ENTORNO

- Torre panorâmica de LED + painel de acesso aos empresariais (bonificado), dentro do RioMar
- Painel digital Av. Antônio de Góes, na chegada ao shopping
- Globo Impacto Recife
- Meta por interesses + push notification (3.529 disparos)

Papel: transformar atenção em presença. A mídia no local do evento chama quem já está ali.

02

O caminho

26/08 A 09/09 · GRANDE RECIFE

- 46 telas em 6 terminais integrados (Joana Bezerra, Pelópidas Silveira, Tancredo Neves, Xambá, Caxangá, PE-15)
- Circuitos de painéis digitais Trend e Way em vias de fluxo
- TV Guararapes: jornal local e rotativos

Papel: o público que o Senac quer atrair passa pelo terminal todo dia, indo estudar ou trabalhar. Por isso, terminais e não só vias de fluxo.

03

O Estado

AGO E SET · 6 POLOS ALÉM DA CAPITAL

- Caruaru, Petrolina, Garanhuns, Serra Talhada, Vitória de Santo Antão e Paulista
- Afiladas Globo (Asa Branca e Grande Rio) nos telejornais locais
- Uma rádio local por cidade, 4 spots por dia
- Backbus, outbus, outdoor e LEDs em shoppings e avenidas

Papel: 80 anos são de Pernambuco inteiro. Cada polo recebeu um mix sob medida para o seu jeito de circular.

04

A lembrança

SETEMBRO · ESTADO

- Vídeo programático e YouTube com os personagens da campanha
- Meta: alcance por interesses + retargeting
- Mais 11 painéis Way no Recife e reforço nas afiliadas

Papel: converter o pico do aniversário em memória de marca e em procura por cursos depois do evento.

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO



Agosto (convite): 60,6% Setembro (lembrança): 39,4% Base: plano de mídia V10, sem reserva técnica

EFICIÊNCIA

Torre do RioMar negociada a 47% da tabela, com painel dos empresariais bonificado. Telas dos terminais a 11% da tabela. 3 vídeos para LED desdobrados em 21 formatos para caber em cada tela do plano.

A mesma frase, *em cada lugar onde a gente se vê.*

A criação completou a assinatura de acordo com o lugar e o personagem. Os personagens, de diferentes idades e perfis, mudaram conforme o ponto, e a mensagem acompanhou o público do ônibus ao shopping.

"a gente se vê no caminho do seu sonho"

BACKBUS CARUARU · OUTDOOR SERRA TALHADA

"a gente se vê no saber que multiplica"

TERMINAIS INTEGRADOS · RECIFE E RMR

"a gente se vê na sua equipe mais preparada"

LED EM SHOPPINGS · VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

"a gente se vê amanhã."

ASSINATURA DOS 80 ANOS · TODOS OS MEIOS

MIX POR PRAÇA

Recife e RMR torre RioMar, 6 terminais, painéis Trend/Way, TV, digital

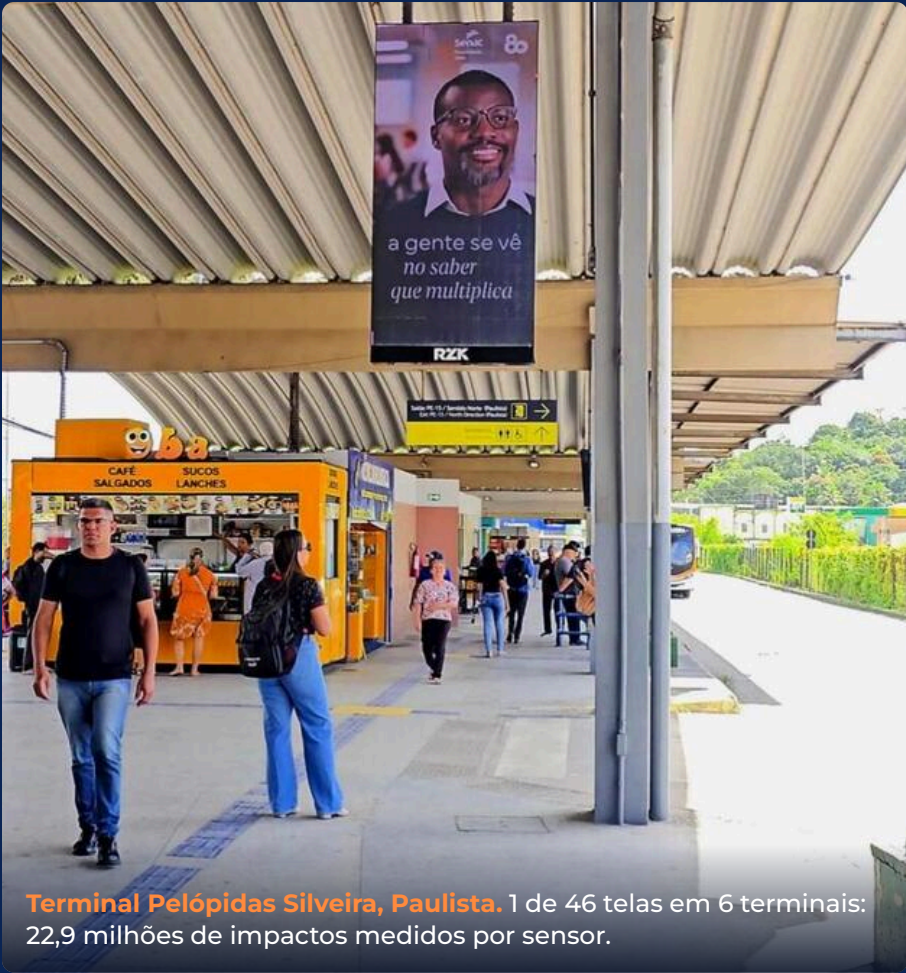
Caruaru afiliada Globo, rádio, backbus, LEDs

Petrolina afiliada Globo, rádio, outbus, LEDs, River Shopping

Garanhuns rádio, backbus, relógios digitais

Serra Talhada rádio, outdoor, LED, shopping

Vitória · Paulista rádio, LEDs, shoppings



Terminal Pelópidas Silveira, Paulista. 1 de 46 telas em 6 terminais: 22,9 milhões de impactos medidos por sensor.



RioMar. A torre de LED sobre a pista de kart.



Caruaru. Backbus na linha Caruaru Shopping.



Vitória Park Shopping



Serra Talhada. Outdoor



Terminal Joana Bezerra



RioMar. Acesso aos empresariais

O encontro aconteceu.

7.062

participações nas atividades gratuitas, em 10 dias

117,7%

da meta de 6.000 participações: 1.062 acima do previsto

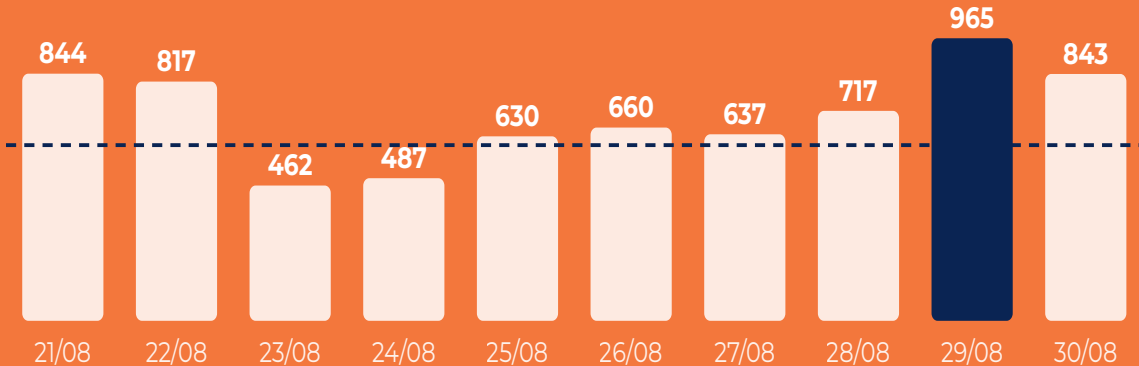
3.869

inscritos, com 1,83 atividades por pessoa

4.968

participações no circuito de kart, sob a torre de LED

PARTICIPAÇÕES POR DIA · 21 A 30/08 · tracejado = ritmo da meta (600/dia)



Fonte: controle de inscrições e participação Senac PE (planilha de acompanhamento).

A meta era 6.000. O aniversário de 80 anos virou 7.062 encontros com o Senac.

ENTREGA DE MÍDIA

7,97 mi

impactos em TV

Guararapes 3,12 mi · Globo Recife 2,51 mi · afiliadas 2,34 mi

22,9 mi

impactos nos terminais

408.135 inserções, 12% acima do contratado

2,39 mi

impressões digitais

Meta, display e vídeo programático

669 mil

pessoas alcançadas

TV Guararapes em setembro, frequência 2,9

+35%

entrega extra no Meta da ação

408.235 impressões vs. 303.030 contratadas

+46%

entrega extra em vídeo

YouTube + vídeo programático

MÍDIA ESPONTÂNEA

A ação virou pauta: o aniversário saiu do espaço pago e entrou no noticiário.

Folha de Pernambuco

matéria sobre a experiência

Jornal do Commercio

JC Educação, 21/08

TV Tribuna

redes sociais

Algomais

programação gratuita

Terra Magazine

experiência interativa

RioMar Recife

canal oficial do shopping

DA MÍDIA À PORTA DO EVENTO

33 mi

impactos medidos em TV, DOOH e digital

3.869

pessoas se inscreveram na programação

7.062

participações em 14 atividades gratuitas

Fontes: Kantar Ibope Media Instar Analytics (TV Guararapes, ago e set/26); relatórios de exibição Globo PE e afiliadas; RZK Digital (sensores de visão computacional, 26/08 a 09/09); relatórios INS (Meta, DV360, YouTube); checkings fotográficos dos veículos. Impactos somam audiências de meios diferentes e não representam pessoas únicas.