

Planejamento de Campanha Publicitária para o Colégio Júlio Mesquita¹

Claudinéia de Souza Prado²

Ana Claudia Pereira³

Deise Rego Teixeira⁴

Renata do Amaral Costa⁵

Thais Camila de Souza Silva⁶

Fábio Martins⁷

UnG - Universidade Guarulhos, Guarulhos, SP

RESUMO

Esta campanha publicitária foi elaborada através do projeto experimental de conclusão de curso da Universidade Guarulhos, com o propósito de realizar um plano de comunicação pelo período de um ano para o Colégio Júlio Mesquita, localizado na Cidade de Guarulhos, São Paulo. A sua criação é o resultado de um estudo do mercado de educação e análise ambiental no qual o colégio está inserido, pesquisas de campo, estudos comportamentais e de consumo, análise SWOT e de um potencial de mercado a ser explorado. São apresentados objetivos de marketing, comunicação e mídia, assim como táticas e estratégias para alcançá-los. E através de um planejamento estratégico, dezesseis ações que envolvem a exploração efetiva de meios tradicionais da região de Guarulhos, novas mídias e ações de marketing direto.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Integrada; Campanha Publicitária; Educação; Planejamento; Colégio Júlio Mesquita.

1 Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Promocional (conjunto/série).

2 Aluno líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UnG, email: claudineia.prado@hotmail.com.br

3 Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UnG, email: ana-claudiap@outlook.com.

4 Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UnG, email: deisefyll@hotmail.com.

5 Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UnG, email: renata_a_costa@hotmail.com.

6 Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UnG, email: th.ca_thais@hotmail.com.

7 Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UnG, email: fmartins@tait.com.br

1. INTRODUÇÃO

A escola Meu Cantinho tornou-se uma realidade em 1982, enquanto, o formato atual do Colégio Júlio Mesquita iniciou-se em 1989, em função da expansão crescente do curso de Educação Infantil. Instalado em sua sede própria na Avenida Rotary nº 304, Guarulhos/São Paulo, possuem mais de 4.000 m² de área construída e já passaram pela Escola, aproximadamente, sete mil alunos atendidos por mais de cem profissionais qualificados. A Escola tem por objetivo principal a formação integral do educando, para a qual concorre como facilitadora da aquisição das capacidades cognitiva, motora, afetiva, de autonomia, de equilíbrio pessoal, de inter-relação pessoal e de inserção social.

Atualmente, o Colégio Júlio Mesquita encontra-se na fase de maturidade, com baixo crescimento nas vendas e níveis de lucro estáveis. Porém, segundo dados do IBOPE e data popular, em 4 anos as escolas particulares cresceram 13,9% em alunos matriculados, no mesmo período em que a quantidade de estudantes em instituições públicas encolheu, ou seja o colégio JM e seus concorrentes podem explorar no mercado potencial, o total de 623 alunos e um faturamento anual de R\$ 3.987.200,00. Desse mercado a ser explorado, o colégio JM tem capacidade de atender mais 150 alunos que é o seu potencial de mercado, o equivalente a um faturamento de R\$ 2.025.956,00 por ano. Esse número é baseado no objetivo de marketing de aumentar as matrículas em 30%.

Portanto, tendo ainda a oportunidade de atender essa demanda, tornou um motivo para que o colégio tenha ainda mais vontade de crescer e multiplicar a formação de educandos, investindo em uma comunicação coerente com a sua essência.

2. OBJETIVO

A elaboração da campanha tem por objetivo solucionar os problemas de comunicação do colégio Júlio Mesquita para atingir o crescimento esperado. Para isso, foi necessário desenvolver peças criativas, utilizando dos conceitos e técnicas vistos na Universidade Guarulhos, assim como identificar o público alvo, definir objetivos, traçar estratégias e táticas para atingir esse público e fazer uma escolha inteligente das mídias.

O Colégio pretende programar um plano de comunicação a fim de fortalecer sua imagem junto à população de Guarulhos, principalmente na região onde está localizado. A estratégia é fazer com que as qualidades do colégio sobressaiam e permitam que ele se diferencie positivamente dos demais concorrentes e passe a ser reconhecido como uma das primeiras opções de colégio privado da cidade.

3. JUSTIFICATIVA

A família JM é reconhecida como uma empresa séria de administração familiar. A pretensão é manter este posicionamento e fortalecer cada vez mais sua marca junto à região, pois o Colégio Júlio Mesquita acompanha seus alunos durante toda a trajetória escolar, desde a entrada na educação infantil até o ensino médio, funcionando como extensão do lar, criando uma relação afetiva e fazendo parte da vida da criança e de sua família. O Colégio é associado a um ambiente acolhedor e de confiança pois os funcionários identificam as crianças por nome e reconhecem as características e individualidades de cada uma, gerando um convívio prazeroso para todos.

O perfil do público que se quer atingir compõe-se de pais e/ou responsáveis, que tenham escolaridade de ensino médio completo e/ou ensino superior, estão em ascensão de classe econômica e são preocupados com a eficiência da educação das crianças. Não confiam na educação que o governo oferece e estão predispostos a investir no colégio que agregue bom ensino e facilidades diante do dia agitado e cheio de responsabilidades. Este público é contemporâneo, aberto a mudanças, inovações e quebra de paradigmas: a mulher trabalha fora, o homem cuida do lar e as crianças tem poder de escolha. São abordados por muitas informações o tempo todo e são ganhos pela interação, contudo são receosos a efetivar a compra, pois mantém a segurança da criança em primeiro lugar.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após um estudo detalhado do cliente, seus concorrentes, região e consumidores, foi realizado um diagnóstico geral através da Análise SWOT a destacar pontos fortes como: relacionamento com a comunidade e o conceito de empresa “Família”; assim como pontos fracos: infraestrutura e falta de estratégia de comunicação; e ameaças e oportunidades concluíram o diagnóstico apresentando crescimento de matrículas e concorrentes com forte potencial de desenvolvimento.

Já com a verba definida em R\$ 200.000,00 anuais, foram traçados os objetivos de marketing, comunicação e mídia. Destes objetivos destacam-se: aumentar o número de matrículas em 30%, atingir 85% do público-alvo e aumentar o market share em 39%.

A criação apoiou-se em elementos simbólicos, fotografias, ilustrações e mensagens subjetivas essenciais para construir uma imagem afetuosa. Foi realizado um rebranding da marca, primordial para a elaboração das demais peças, preservando a assinatura “JM” como

elemento de tradição, acrescentando-se o símbolo “play” como forma de executar, desempenhar e acima de tudo apontar para frente.

Para que todas as ações propostas fossem validadas pós-aplicação, serão levadas em consideração pesquisas internas e relatórios obtidos através de redes sociais, links patrocinados e site. Toda esta campanha está de acordo com as normas do CONAR – Conselho Nacional de autorregulamentação Publicitária e leis do ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A família JM objetiva evidenciar a atitude acolhedora que tem com todos no colégio: alunos, pais, professores, funcionários e comunidade. Sendo assim forma-se o tema da campanha "Educando em família" que estará empregado na identidade da marca durante a campanha, que de acordo com Aaker:

"A identidade da marca é um conjunto exclusivo de associações com a marca que o estrategista de marcas ambiciona criar ou manter. Essas associações representam aquilo que a marca pretende realizar e implicam uma promessa aos clientes, pelos membros da organização." (Aaker, 2007, p. 74).

A campanha focará no relacionamento e interação família/colégio, na confiabilidade dos pais em estender a educação, o carinho e a atenção que é dada em casa para a criança quando também esta na escola, na educação e no desenvolvimento cidadão em prol do bem comum, enfatizando bons valores sociais.

Combinando elementos simbólicos essenciais para construir uma imagem afetuosa com seu público. A parte visual contará, em sua maioria, com fotografias que componham o cenário do lar em extensão ao colégio. Também será usado, porém como complemento, o apelo visual de ilustrações, que possam embasar alguns conceitos mais simples e icônicos. O apelo textual será conciso e coerente com os sentimentos de afeto e, por mais que a comunicação seja feita através de meios de comunicação de massa, a mensagem usará da subjetividade para falar pessoalmente com o receptor.

O resultado desta combinação é sensibilizar a relação interpessoal através das peças:

Reformulação do site com um layout esteticamente agradável, com navegação eficiente e fácil visualização; redes sociais e links patrocinados para obter reconhecimento da marca, conquista de alcance, engajamento e primeira posição no ranking da ferramenta de busca; posts para o Facebook; mídia exterior para aumentar o shareofmind das pessoas que circulam entre as entradas e saídas da cidade de Guarulhos e Shopping Internacional;

busdoor e painéis; revistas locais pra divulgar e fazer conhecer todos os atributos do colégio, tais como empresa cidadã, cursos extraclasse e o programa Líder em mim; aplicativo mobile para que os pais e alunos sintam-se confortáveis com a ferramenta que será um meio facilitador de acompanhar o desempenho do aluno; marketing de guerrilha para aumentar o shareofmind do público da cidade de Guarulhos; marca página; TV indoor no colégio e estabelecimentos comerciais locais; ações promocionais pra fortalecer a imagem do colégio junto a cidade e prospectar novos clientes; banners e flyers; filme de 30" no cinema em Outubro, mês que é comemorado o dia das crianças; reformulação da identidade visual para unificar toda exposição da marca para melhor fixação da imagem do colégio; manual de identidade visual; flash mob para divulgar ações que contribuam para o meio ambiente; endomarketing para motivar colaboradores e estabelecer ações que estimulem o sentimento de pertencimento à organização; sinalização interna; folder e e-mail marketing para divulgação, e, spot de rádio para aumentar a lembrança de marca.

REDES SOCIAIS



SITE E APLICATIVO MOBILE



OUTDOOR e BUSDOOR



FOLDER



BIKEDOR E AÇÃO PROMOCIONAL (Banner e Folheto)



SINALIZAÇÃO



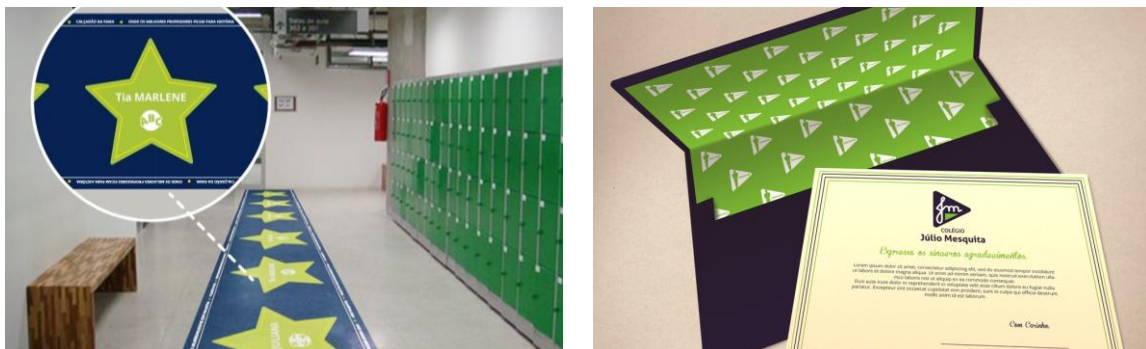
PAPELARIA E UNIFORME



BRINDES E PAPEL BANDEJA



ENDOMARKETING



ANÚNCIOS EM REVISTA

PROJETO LEITURA

O Colégio Júlio Mesquita acredita no poder da leitura. **Vamos compartilhar livros?**

Começamos a fazer isso de um jeito diferente. Acompanhe pela nossa fanpage: @rolegiojm

#Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

MEU HERÓI

9 DE AGOSTO
DIA DOS PAIS

Algumas pessoas não acreditam em heróis, mas elas não conhecem meu pai!

#Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

PRIMEIROS PASSOS

Perninhas afastadas, bracinhos abertos e lá vai o bebê cambaleando. Você espera ansiosamente pelos primeiros passinhos.

O Júlio Mesquita se preparou para o que vem depois: **uma longa caminhada.**

#Educaodoemfamilia

EDUCAÇÃO INFANTIL **Meu Cantinho**

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

PÁTRIA AMADA

No sorriso de uma criança a força de quem vai crescer, lutar por um novo amanhã, acreditando que pode vencer!

#Educaodoemfamilia

7 DE SETEMBRO
INDEPENDÊNCIA DO BRASIL

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

“ Família é um monte de gente que mora junto e se ama. ”

Isabela, aluna do 5º ano

Júlio Mesquita desde 1989
Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

Aprender para ensinar, ensinar para viver, viver para educar. O Colégio Júlio Mesquita admira e valoriza os profissionais da educação.

#Educaodoemfamilia

DOM DE EDUCAR

15 DE OUTUBRO
DIA DOS PROFESSORES

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

“ Minha família não é perfeita, mas eu não troco ela por nada! ”

Clarice, vovó de Marcos

Júlio Mesquita desde 1989
Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

MATRÍCULAS ABERTAS

B brincando de aprender

Combinando experiências das mais variadas formas. Venha fazer parte da Família JM.

#Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

“ Amor pela família é a coisa mais inexplicável do mundo! Você ama e ponto. ”

João, papai do Leonardo

Júlio Mesquita desde 1989
Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

SEGUNDA FAMÍLIA

A Família JM está preparada para receber seu filho em seu primeiro contato com a vida escolar, e o mais importante: disposta a fazer dessa experiência, uma deliciosa fase de sua vida!

#Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

“ Família é onde a nossa história começa. ”

Claúdia, mãe da Bruna

Júlio Mesquita desde 1989
Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

FÁCIL E RÁPIDO

O papel da escola é apresentar os elementos do mundo em que vivemos e ensinar como interagir com eles.

O Colégio Júlio Mesquita acredita na expansão do conhecimento através das novas tecnologias.

#Educaodoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

INFINITAS POSSIBILIDADES

Existem muitos motivos para se aprender outras línguas: estar preparado para um mundo de infinitas possibilidades é uma delas.

Alemão, Espanhol, Francês, Inglês, Italiano e Japonês.

#Educandoemfamilia

Da Educação Infantil ao Ensino Médio

CLE UNIGRAF ESPANHOLA

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

DIVERSÃO GARANTIDA

Acantonamento
Uma noite interminável para brincar, comer gostosuras e se divertir de montão.

Alunos do Jardim II ao 5º ano E.F.

#Educandoemfamilia

EDUCAÇÃO INFANTIL
Meu cantinho

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

ARTES E MÚSICA

E ela roda, roda com os bracinhos no ar. Minha menina, tão pequenina quer ser bailarina!

Você aplaudiu de pé o talento. O Júlio Mesquita se preparou para o que vem depois: **ARTES E MÚSICAS NO DIA A DIA.**

DARMA ARTES E MÚSICA

Da Educação Infantil ao Ensino Médio

#Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

REGANDO E CUIDANDO

5 DE JUNHO
Dia mundial do MEIO AMBIENTE

#Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

VOLTA AS AULAS

Matrículas Abertas até dia 25/02

Amanda
Caio
Felipe
Jaqueline
Talita

SÓ FALTA VOCÊ

Para alguns, o último. Para outros, o primeiro. Para todos, um novo ano. Para nós, mais um ano de: #Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

UM PASSO DE CADA VEZ

Acima e abaixo, puxe bem, faça um laço! Passou tão rápido, ainda ontem ensinava a amarrar o cadarço!

Você estimulou o crescimento, o Júlio Mesquita se preparou para o que vem depois: **PROMOVER AUTONOMIA.**

#Educandoemfamilia

Da Educação Infantil ao Ensino Médio

PROJETO O LÍDER EM MIM

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

MINHA RAINHA

14 DE MAIO
Dia das mães

Tem que ter jogo de cintura. Falar firme sem perder a ternura. Tem que ter abraço que acolhe e afaga. Seu amor não se mede muito menos acaba.

#Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

RETA FINAL

ENSINO MÉDIO

Você pode sonhar, criar e construir.

O Júlio Mesquita quer fazer parte disso. Seu futuro está apenas começando.

#Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

Ele é um verdadeiro craque com a bola nos pés. Joga no ataque, dribla, encanta, é o camisa 10!

Você incentivou a prática do esporte. O Júlio Mesquita se preparou para o que vem depois: **ALIAR ESPORTE E EDUCAÇÃO**

É CAMPEÃO

DEFE

Da Educação Infantil ao Ensino Médio

#Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

CONHECER PARA COMPREENDER

"Não queremos mudar a forma com que nossos filhos veem o mundo. Queremos mudar a forma como o mundo vê nossos filhos."
Sou Mãe de Autista

O COLÉGIO JÚLIO MESQUITA APOIA A INTEGRAÇÃO DAS DIFERENÇAS HUMANAS.

#Educandoemfamilia

2 DE ABRIL
Dia mundial da conscientização do Autismo

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

EXPLORADOR DA NATUREZA

Hora de brincar no jardim e conhecer seus moradores, as formigas, o tatu-bola, as plantas e flores. Você proporcionou o primeiro contato com a natureza.

O Júlio Mesquita se preparou para o que vem depois: **cuidar do meio ambiente**

DEXTRA

Programa envolvendo o meio ambiente a partir do 6º ano

#Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

PROJETO JOVENS MESTRES

O Jovem Mestre dedica espontaneamente parte do tempo para ministrar aulas de reforços para outros alunos.

O Colégio Júlio Mesquita acredita que a solidariedade transforma a realidade escolar.

#Educandoemfamilia

COLÉGIO Júlio Mesquita

2421-9088 Av. Rotary, 304 - V. Endres www.colegiojm.com.br

CONSIDERAÇÕES

Ao final deste trabalho, foi constatado que a educação é um dos itens prioritários para os brasileiros. Com a ascensão econômica da população, este mercado está aquecido e conseqüentemente o número de crianças matriculadas nas redes particulares está em crescimento. A forte concorrência e as mudanças de hábitos comportamentais da sociedade contemporânea exigem que as escolas invistam cada vez mais em diferenciais, como: mensalidade, metodologia de ensino, estrutura, atendimento, localização, segurança e é claro em uma comunicação eficiente.

A princípio o Colégio Júlio Mesquita concentrava positivamente vários desses itens, porém considerava a comunicação um fator secundário, priorizando o buzz marketing. Objetivou-se a comunicação integrada trabalhando a imagem do Júlio Mesquita em 360 graus, valorizando primeiramente o ambiente interno (alunos e funcionários) e propagando seus valores familiares à população guarulhense.

Portanto, conclui-se que a combinação de planejamento estratégico e criação visualmente atrativa atenderão aos propósitos e necessidade atuais do cliente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHURCHILL, Gilbert A. **Marketing: Criando Valor para Clientes**. 3º Edição. São Paulo. Editora Saraiva, 2012.

AAKER, D. A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre. Editora Bookman, 2007.

PINHEIRO, Roberto Meireles *et al.* **Comportamento do Consumidor e pesquisa de Mercado**. 3º Edição. Rio de Janeiro: FGV Management, 2006.

HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores - Como As Cores Afetam a Emoção e a Razão**. 1º Edição. São Paulo. Editora GGbrasil, 2012.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. 4º Edição. São Paulo. Editora Campus, 2013.

REFERÊNCIAS WEBLIOGRÁFICAS

<www.gazetadopovo.com.br> Disponível em:
<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?id=1473926&tit=Escolas-privadas-crescem-na-esteira-da-classe-C>._“Acesso em 13 de Setembro de 2014, às 22h03”.

<www.pedagogiaaopedaletra.com>Disponível em:
<http://pedagogiaaopedaletra.com/a-escola-e-a-familia-no-desenvolvimento-do-individuo/>.
“Acesso em 21 de Setembro de 2014, às 22h34”.