

+++++

COPYWRITING & REDAÇÃO PUBLICITÁRIA
COM RAFAEL BORNA



+++++

O QUE É UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA?

+++++

O que esperar de um copywriter?

+++++

Bons conceitos

Bons títulos

Bons textos

Boas ideias

Bons roteiros comerciais

Bônus: projeto pessoal

+++++

MAS PRIMEIRO, VAMOS ENTENDER O QUE É UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA?

O que é uma campanha publicitária?

A **campanha publicitária** é um conjunto de ações com o objetivo de promover uma marca, um produto, um serviço ou uma ideia. Esse conjunto inclui anúncios e peças em diferentes meios de comunicação, mas não está restrito a eles.

É importante que as ações usem a mesma linguagem e sigam um mesmo planejamento. Ou seja, a campanha é uma estratégia de meios publicitários com objetivo único. **Tipicamente, uma campanha utiliza diversas táticas e meios, cada qual com suas características e objetivos específicos, levando em consideração os públicos que se deseja atingir.**

Além de divulgar produto ou serviço, a **campanha publicitária** é uma importante ferramenta para firmar um posicionamento ou estabelecer a imagem que a marca quer transmitir a seu público-alvo.

Fonte: <https://inscricao.ucb.catolica.edu.br/blog/campanha-publicitaria>

+++++

E COMO FAZER UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA?

As pessoas também perguntam

Como se faz uma campanha publicitária?



Passo a Passo Simples de Como Fazer Uma Campanha Publicitária

1. Descubra qual é o seu público-alvo.
2. Assista a propagandas na televisão.
3. Escolha a plataforma.
4. Adeque para a faixa etária.
5. Fique atento se sua **campanha** utiliza áudio.
6. Dicas para sua **campanha publicitária**.
7. Exemplos de boas **campanhas** publicitárias.

As pessoas também perguntam

Como se faz uma campanha publicitária?



Passo a Passo Simples de Como Fazer Uma Campanha Publicitária

1. Descubra qual é o seu público-alvo.
- ~~2. Assista a propagandas na televisão.~~
- ~~3. Escolha a plataforma.~~
- ~~4. Adeque para a faixa etária.~~
- ~~5. Fique atento se sua campanha utiliza áudio.~~
- ~~6. Dicas para sua campanha publicitária.~~
- ~~7. Exemplos de boas campanhas publicitárias.~~

+++++

**Primeiro, vamos reconhecer os elementos de uma
campanha.**

+++++

CAMPANHA PUBLICITÁRIA - ELEMENTOS:

+++++

Campanha publicitária - anúncio:

Título

Texto

Mensagem.

Conceito de campanha

Marca/logo

Conceito de marca.





+++++

Campanha publicitária - roteiro:

1º pessoa ou locutor?

Ideia (história, piada, varejo).

Conceito de campanha

Marca/logo

Conceito de marca.





+++++

Campanha publicitária - spot rádio:

1º pessoa ou locutor?

Ideia ou mensagem direta?

Conceito de campanha.

Marca

Conceito de marca.

+++++

Campanha publicitária- spot rádio Youse

Loc.Off:

Ei, você entra no modo automático quando ouve música no rádio?

Então fica de olho, viu?

Sair do automático tem suas vantagens, principalmente quando o assunto é o seguro do seu carro.

Descubra a Youse, com seguro auto 100% digital.

Você monta pelo aplicativo ou por telefone e só paga pelo o que contrata.

Dá pra pagar mês a mês e não compromete o limite do cartão.

E tem seguro a partir de 45 Reais por mês.

Consulte condições em youse.com.br e faça sua cotação.

Daqui pra frente, Youse.

+ + + + +

Campanha publicitária- spot rádio: Tattoo You

Loc.Off:

Outro dia meu filho chegou em casa com uma tatuagem, que desgosto!

Uns traços borrados, tudo torto.

Aí eu virei e falei pra ele: Por que você não foi na tato you? Eles tem 20 dos maiores tatuadores do Brasil.

Por que você nunca me escuta, moleque?

Marca logo um horário na Tattoo you para cobrir essa merda.

Tattoo You. Criando diferenças.

+++++

Campanha publicitária - digital:

Título

Texto

Mensagem.

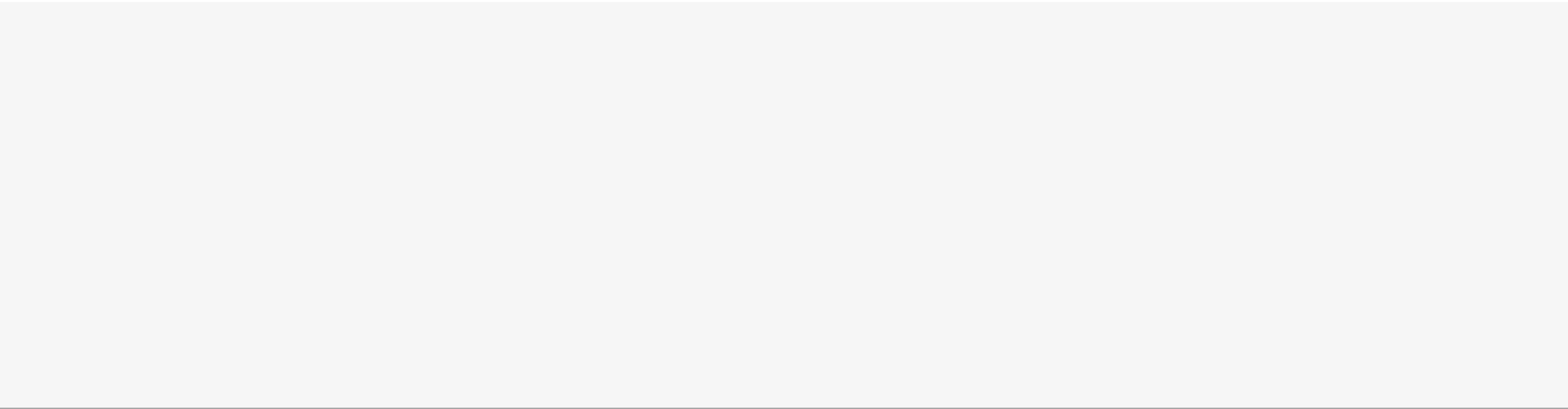
Conceito de campanha

Marca/logo

Conceito de marca.

CTA





+++++

Toda campanha tem que ter todos esses elementos?

Depende.

+++++

**Cada caso é um caso. E vamos entender na
próxima aula. Aguardem. =)**

+++++

CAMPANHA PUBLICITÁRIA X CAMPANHA PUBLICITÁRIA
CRIATIVA

+++++

Na aula anterior, vimos o que é uma campanha publicitária e os principais elementos de uma campanha.

+++++

E como percebemos, nem toda campanhas têm todos os elementos de uma boa campanha publicitária.



+++++

Bombril 1001 utilidades.

+++++

Às vezes, a campanha se sustenta com poucos elementos. Mas isso porque as pessoas já estão careca de saber.



+++++

Conceito de campanha:

Bombril. 1001 utilidades.



+++++

E às vezes, a campanha funciona muito bem sem conceito ou com o conceito implícito. Mas pra isso acontecer e a campanha ser efetiva, ela tem que ser muito boa. Alguns exemplos bem sucedidos:



+++++

Poupança Bamerindus, DDD, Big Mac, guaraná Antarctica, Coca-Cola Natal, Tortuguita, Bavaria, micro System Philco, guaraná Antarctica não tem um conceito de campanha, mas foram grandes sucessos nos anos 90.

+++++

Agora, Parmalat e Sukita, são OTO PATAMÁ. Por que? Porque tem um conceito, uma ideia, um posicionamento. Não é só uma coisa engraçadinha.

+++++

Nada contra as campanhas engraçadinhas. São elas que estão dominando a era digital. Principalmente nas redes sociais. Mas sem **spoilers. Falaremos disso mais pra frente.**

+++++

Conceito de campanha Parmalat:

“Porque somos mamíferos.”

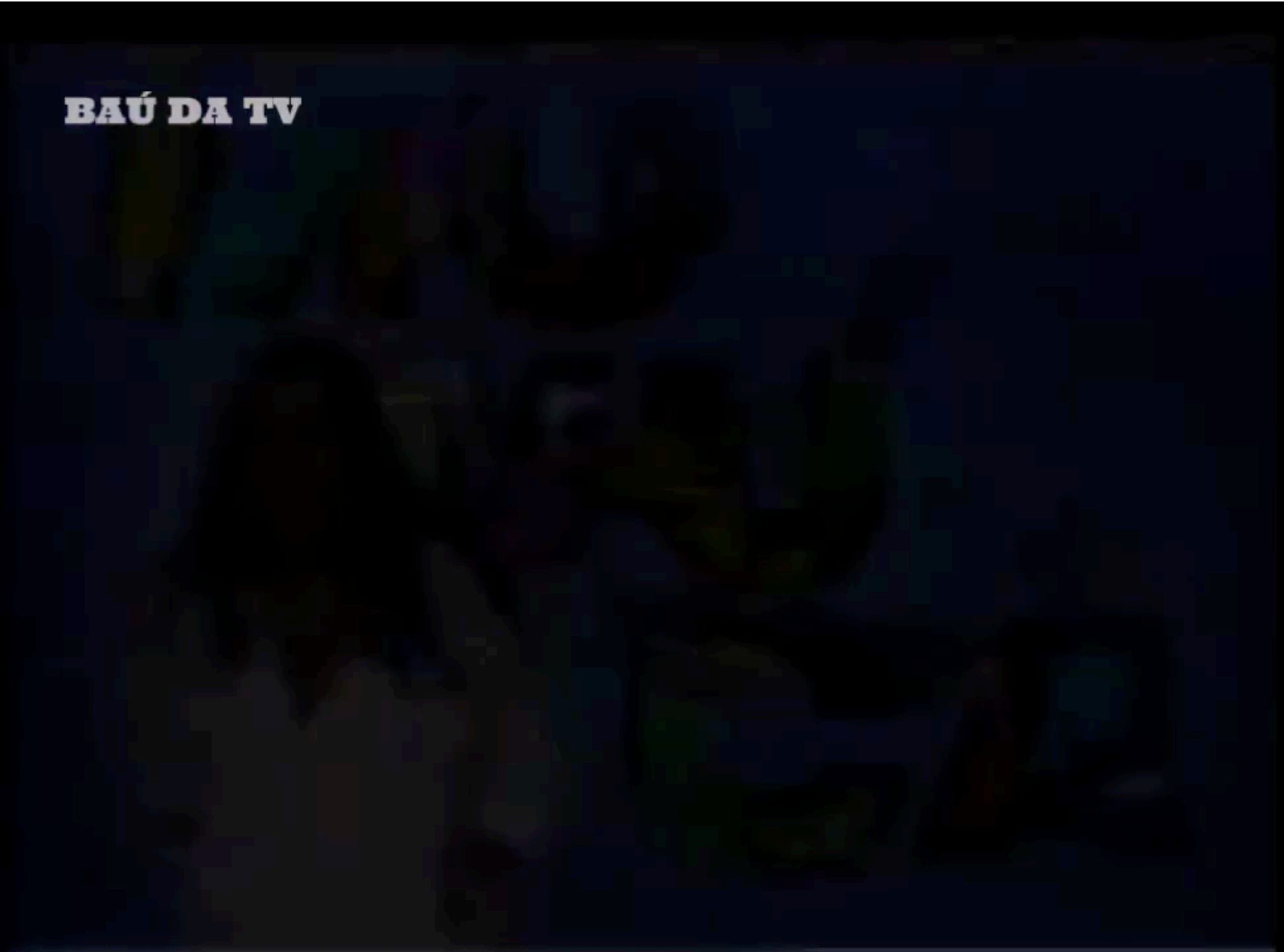
+ + + + +

Conceito de campanha Sukita:

“Quem bebe Sukita, não engole qualquer coisa.”

+++++

Agora comparem essas campanhas, com essa:



+++++

**Qual a diferença entre a campanha de Sukita
para a campanha de L'Oréal?**

+++++

- **Ambas são campanhas de produto.**
- **Ambas tem conceito.**
- **Ambas tem 30 segundos**

+++++

**Qual a diferença entre a campanha de Sukita
para a campanha de L'Oréal?**

- **A) A história de uma é melhor do que a outra.**
- **B) Uma se conecta com o público a outra não.**
- **C) Por tirar onda do "tio" a outra fica mais interessante do ponto de vista criativo.**
- **D) Uma campanha é gringa e a outra brasileira.**

+++++

E a resposta certa é a...

+++++

E a resposta certa é a... opção secreta “E”.

- **A) A história de uma é melhor do que a outra.**
- **B) Uma se conecta com o público a outra não.**
- **C) Por tirar onda do “tio” a outra fica mais interessante do ponto de vista criativo.**
- **D) Uma campanha é gringa e a outra brasileira.**
- **E) Todas as anteriores**

+++++

Não é porque tem opções que vocês precisam escolher entre elas! Vocês são criativos, criem suas próprias respostas. Liberem a criatividade de vocês. Pode ser tudo, pode ser nada.
Não se esqueçam disso!

+++++

E com esse fechamento, vamos para a última aula desse módulo.



+++++

MAS AFINAL, O QUE É CONCEITO (SLOGAN) E CONCEITO CRIATIVO?

+++++

Beleza, prof. Entendi que campanhas com um conceito são mais poderosas que as que não tem. Mas o que é conceito?

+++++

**CONCEITO E SLOGAN SÃO A
MESMA COISA. MAS NINGUÉM MAIS
FALA SLOGAN, A NÃO SER QUE
ALGUÉM AQUI SEJA 50+**

+++++

Uma das principais características de uma publicidade criativa é inovação. Lembrem da nossa introdução? O novo vende. E se o produto não for novo, a tecnologia do produto vai ser. O mesmo vale para a propaganda. Tem que ser atual, moderna, contemporânea.

+++++

E da mesma forma, a publicidade é sempre atualizada. Por isso, não se usa mais slogan. Não tem problema falar, mas você corre o risco de ser julgado como uma pessoa das antigas. Algo não muito bom para quem trabalha em um ramo de inovação, concorda?

+++++

**Mas voltando... existem dois tipos de conceito:
o de marca e o de campanha.**

+++++

**CONCEITO DE MARCA É AQUELE
QUE FICA POR ANOS E ANOS
ACOMPANHANDO A MARCA. VEM
CAMPANHA, VAI CAMPANHA, O
CONCEITO DE MARCA CONTINUA.**



+++++

**JÁ O CONCEITO DE CAMPANHA,
PODE DURAR POR ANOS, MAS É
PASSAGEIRO. CONVIVE JUNTO COM
O CONCEITO DE MARCA.**

Foi promovido sem ganhar aumento.

Celebre, mas não muito.



0% ÁLCOOL. 100% CERVEJA.

Comprou uma casa financiando em trinta anos.

Celebre, mas não muito.



0% ÁLCOOL. 100% CERVEJA.

+++++

Conceito de marca: 100% verão.

Conceito de campanha: Celebre, mas não muito.

HONDA

The Power of a Dream

+++++

Conceito de marca: Power of dreams.

Conceito de campanha: A revolução na sua garagem.

+++++


Marcas médias e menores não costumam fazer campanhas publicitárias com conceito de campanha. Afinal, é mais caro e leva mais tempo para ser feito.

+++++

Por isso, muitas campanhas publicitárias acabam usando o conceito da marca para criar a campanha. E não tem problema nenhum nisso. Até porque, nos dias de hoje, temos menos tempo para fazer tudo do jeito mais **correto e profissional.**

+++++


Para quem tem uma marca própria, loja, um produto digital, é a mesma coisa. O mundo perfeito seria ter um conceito de marca e um conceito de campanha. Mas levaria muito tempo e investimento. Por isso, o conceito fica todo em cima de um nome.



JORNADA 6 EM 7

DE 17 A 20 DE MAIO ÀS 19H


QUERO ME INSCREVER GRATUITAMENTE NA
JORNADA 6 EM 7






Jornada 6 em 7 | 17 a 20 de maio

JORNADA 6 EM 7 AO VIVO


INSCRIÇÕES ABERTAS
ASSISTA O VÍDEO PARA SABER MAIS







Watch later



Share

+++++

Conceito de marca (Erico Rocha): ?
Conceito de campanha: Jornada 6 em 7



Conheça o modelo de vendas de perpétuo do VTSD.

Assista ao vídeo para entender como **funciona o método**



+++++

Conceito de marca (Leandro Ladeira): ?

Conceito de campanha: Venda Todo Santo Dia (VTSD)

Conceito criativo X Conceito

O conceito criativo é o conceito de campanha. Mas também o atributo (adjetivo) de um conceito. O conceito pode ser totalmente focado em vendas, direto, etc. Mas ele pode ter uma inteligência, humor, sacada por trás. Isso é o conceito criativo.

Já o conceito ele é mais funcional, direto e prático. Serve para produtos e marcas específicas. Por exemplo, “Feito para você”. É criativo? Não. Mas é um banco. Um setor que demanda mais respostas do que imaginação. E precisa conversar com todo mundo.

+++++

Resumindo:

O conceito, criativo ou não, precisa passar a principal mensagem que a marca quer transmitir e que o consumidor precisa entender.

+++++

Conceito de marca = posicionamento da marca/negócio.

Conceito de campanha = mensagem/sentimento que a marca quer passar para o público através do produto.

+++++

O Conceito criativo gera maior conexão com o público do que o conceito convencional. Além disso, ele agrega valor ao produto/marca. E vamos falar mais disso, no nosso próximo módulo.

=)

+++++

Portfolios + assessoria:
@rafael.borna

+++++

Bom curso.

Exercício:

+++++

Lição de casa: ver 4 campanhas de 4 marcas diferentes e trazer os conceitos de cada campanha. Falar o anúncio que viu, marca e o conceito.