

++++

# **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 PÚBLICITÁRIA?**

# 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://inscricaoucb.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. ~~Adapte 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.**

**PRESUNTO  
SABOROSO  
É AURORA**

The advertisement features a smiling man with curly hair, wearing a light pink polo shirt, sitting at a table. He is reaching out towards a sandwich on a white plate. To his right are two containers of Aurora ham: one labeled "Presunto-Crudo" and the other "Presunto-Cozido". To the right of the containers is a vertical graphic with the Aurora logo and the tagline "a hora mais gostosa do dia".



+++++

## **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](http://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. =)**

++++

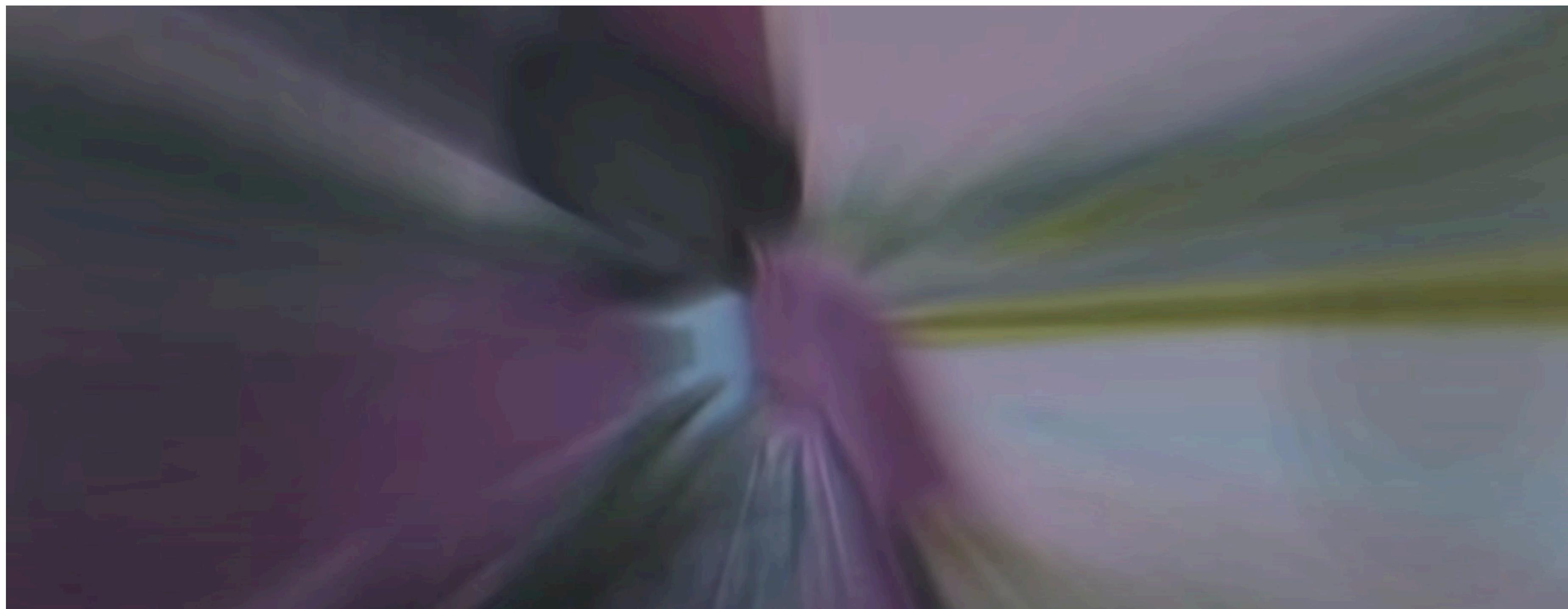
# CAMPANHA PUBLICITÁRIA X CAMPANHA PUBLICITÁRIA CRIATIVA

+++++

**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.**

++++

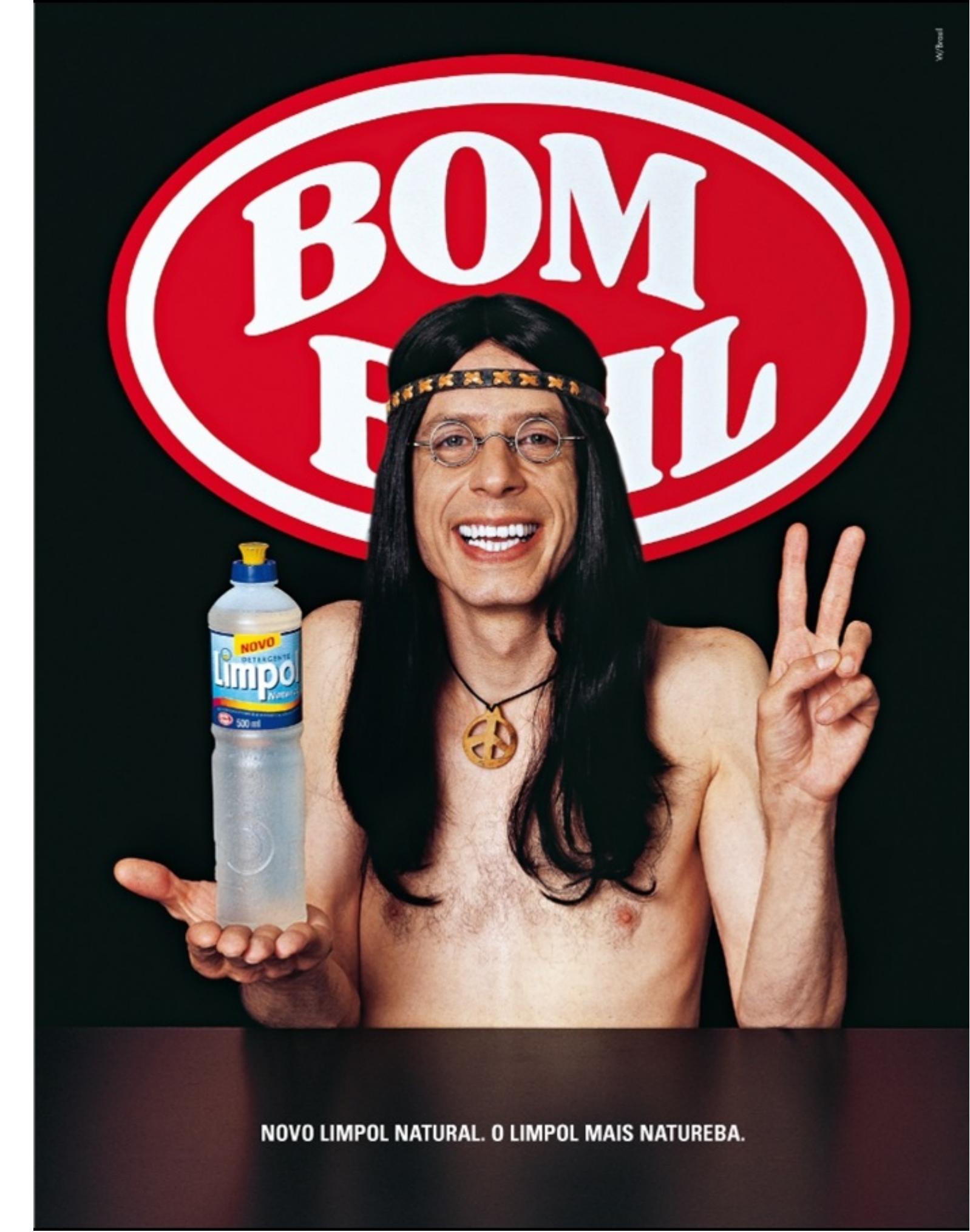
**Às vezes, a campanha se sustenta com poucos elementos. Mas isso porque as pessoas já estão careca de saber.**





## **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. Lembram 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.



Comprou  
uma casa  
financiando  
em trinta  
anos.



++++

**Conceito de marca: 100% verão.**

**Conceito de campanha: Celebre, mas não muito.**

**HONDA**

The Power of Dreams

++++

**Conceito de marca: Power of dreams.**

**Conceito de campanha: A revolução na sua garagem.**



+++++

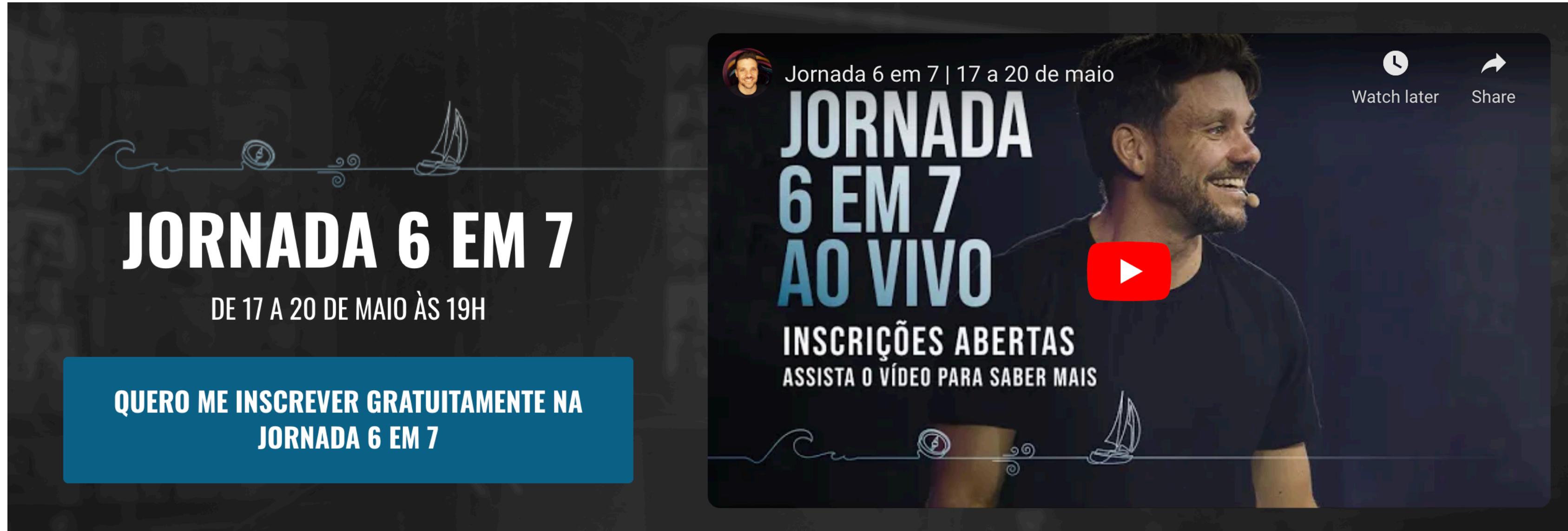
**Marcas médias e menores não costumam fazer campanhas publicitárias com conceito de campanha. Afinal, é mais caro e leva mais tempo para ser feito.**

+ + + +

**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.**



+++++

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

MÉTODO  
**vtSd**

## Conheça o modelo de vendas de perpétuo do VTSD.

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



Watch on  YouTube

+++++

**Conceito de marca (Leandro Ladeira): ?**

**Conceito de campanha: Venda Todo Santo Dia (VTSD)**

# Conceito criativo X

**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.**

# Conceito

**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.**