

para/e/a
MARKETING & DESIGN



AGÊNCIA PARALELA

Quem somos nós



GEÓRGIA MICHELUTTI
Pesquisa



JULIA POLIDORI
Marketing Promocional



JULIA PRADO
Mídia



LARA DELLAZARI
Redação & Criação



LARISSA AQUARELLI
Redação & Criação



RAFAELA CEZARINO
Planejamento



MARCELLO CAMPOS

“

As joias, na sua capacidade potente de despertar emoções, contam histórias inesquecíveis e laços de amor eternos entre gerações.

HISTÓRIA

- **1999**
Inauguração em Campinas
(Cambuí)
- **2015**
Inauguração no Iguatemi Campinas
Inauguração na Av. Norte Sul Campinas
- **2019**
Inauguração no Edifício
Horizonte JK São Paulo
- **2020**
Inauguração no Shopping Jundiaí
- **2021**
Atualmente conta com 3 lojas físicas



PRODUTOS

Alianças, Anéis, Brincos,
Colares, Pingentes, Correntes,
Pulseiras, Gargantilhas

Peças banhadas em **Ouro 18k**

Pedras Preciosas





DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

Design e desenvolvimento
das peças **artesanalmente**

Peças **personalizáveis**

Tonalidades **exclusivas** e
registradas: Ouro Champagne[®],
Ouro Nude[®] e Ouro Blush[®]

DISTRIBUIÇÃO

Canal **nível 0**

Venda **direta e pessoal** -
lojas físicas e e-commerce

Campinas, São Paulo e Jundiaí



PÚBLICO-ALVO

Mulheres
&
Homens

25 - 45
anos

Classes A e B

Nacional - foco em Campinas,
São Paulo e Jundiaí

Atentos as novas tendências de moda

Necessidade de afirmação - status social

Passam tempo modesto nas redes sociais

Frequentam bares, shoppings, festas

MERCADO

Tradição e valores

Segmento de luxo

Produtos de alto valor

Exclusividade e status social



CONCORRENTES

VIVARA

Elegante, delicada e amigável;

Apelo Emocional;

Comunicação Aspiracional;

Catálogo abrange todas as etapas da vida do cliente.

H. Stern

Luxuosa, tradicional e sofisticada;

Apelo Emocional;

Joalheria de design;

Iniciativas pioneiras no segmento de joias finas.



DEMOGRAFIA

Aumento da participação da
mulher no mercado de trabalho

Crescimento do poder
aquisitivo da elite
brasileira

Fonte: InfoMoney, 2021



DEMOGRAFIA

Aumento da participação da mulher no mercado de trabalho

Crescimento do poder aquisitivo da elite brasileira

Fonte: InfoMoney, 2021

ECONOMIA

Variação na taxa de câmbio afeta o preço final

Fonte: Abril, 2021, IPEADATA



DEMOGRAFIA

Aumento da participação da mulher no mercado de trabalho

Crescimento do poder aquisitivo da elite brasileira

Fonte: InfoMoney, 2021

ECONOMIA

Variação na taxa de câmbio afeta o preço final

Fonte: Abril, 2021, IPEADATA

CULTURA E SOCIEDADE

Transmite a linguagem e identidade de um povo - pertencimento

Fonte: Sebrae, 2015

ANÁLISE SWOT

S

Forças

Tonalidades e design exclusivos

Know How elevado

Produção artesanal

Atendimento personalizado

ANÁLISE SWOT

S

Forças

Tonalidades e design exclusivos

Know How elevado

Produção artesanal

Atendimento personalizado

W

Fraquezas

Baixo investimento no meio digital
e em marketing promocional

Baixo posicionamento de marca

Baixo detalhamento do público-alvo

ANÁLISE SWOT

S

Forças

Tonalidades e design exclusivos
Know How elevado
Produção artesanal
Atendimento personalizado

O

Oportunidades

Mercado de luxo vs. Valor agregado
Segmento com altas exigências
Fidelidade do público-alvo
Novas tecnologias

W

Fraquezas

Baixo investimento no meio digital
e em marketing promocional
Baixo posicionamento de marca
Baixo detalhamento do público-alvo

ANÁLISE SWOT

S

Forças

- Tonalidades e design exclusivos
- Know How elevado
- Produção artesanal
- Atendimento personalizado

O

Oportunidades

- Mercado de luxo vs. Valor agregado
- Segmento com altas exigências
- Fidelidade do público-alvo
- Novas tecnologias

W

Fraquezas

- Baixo investimento no meio digital e em marketing promocional
- Baixo posicionamento de marca
- Baixo detalhamento do público-alvo

T

Ameaças

- Crescimento do mercado de semijoias e bijuterias no Brasil
- Presença no meio digital acessível vs. Experiência exclusiva

OBJETIVOS

01 DE MARKETING

Aumento do **Faturamento Anual em 22%**
R\$4.200.000,00 (2020) > R\$5.124.000,00 (2022)

Aumento das **Vendas E-commerce via Site**

Fortalecimento de Imagem

OBJETIVOS

01 DE MARKETING

Aumento do **Faturamento Anual em 22%**
R\$4.200.000,00 (2020) > R\$5.124.000,00 (2022)

Aumento das **Vendas E-commerce via Site**

Fortalecimento de Imagem

02 DE COMUNICAÇÃO

Associar o posicionamento da marca a:
Tradição, Família, Luxo, Sofisticação e Emoção

Tom de Voz Afetivo e Emocional

VERBA DISPONÍVEL: R\$200.000,00

PÚBLICO-ALVO CAMPANHAS

Mulheres

25 a 35 anos

Classes A e B

Campinas, São Paulo e Jundiaí



The image features two women from the chest up, positioned on either side of a central semi-transparent grey rectangle. They are wearing white, ribbed, sleeveless tops and have their hands clasped behind their shoulders. The background is a plain, light-colored wall. The text is centered within the grey rectangle.

ABRANGÊNCIA & PERÍODO

Período de **Janeiro a Dezembro de 2022**

Campanhas Promocionais:

**Estado de São Paulo, com foco em Campinas,
São Paulo e Jundiaí** – meios online e offline

Campanhas Institucionais:

Estado de São Paulo – meio online

CRIAÇÃO

Comunicação com tom de voz
afetivo e emocional

Grandes **momentos** e
eternizar **tradições**

Principais atributos: Tradição,
sofisticação, comprometimento
e exclusividade





MANIFESTO

Tradição é transmitir,
entregar, comunicar.

Tradição é manter,
guardar, conservar.

Tradição é inovar,
mudar, ressignificar.

Mais do que isso,
tradição é amar.

Amar aquilo que se
considera de valor,
seja ele um momento,
uma história,
uma crença,
uma pessoa,
uma peça.

E para ser tradição,
é necessário, também,
ser tempo, ser paciência,
ser confiança, ser.

Você não existe
sem a tradição
e a tradição não
existe sem você.

Logo, nós existimos,
porque você existe,
você entrega, você
confia e você ama.

Marcello Campos

INSTAGRAM & FACEBOOK



Tradição é sobre
se valorizar e se amar.

ETERNAL SUMMER LOVE

MARCELLO CAMPOS
jewelry

MARCELLO CAMPOS
jewelry

“

É tempo de recomeçar, de dar boas-vindas para si mesma, para um novo ciclo e para aquele amor que não precisa ser só de verão: o amor próprio!

Para isso, elaboramos peças essenciais para acompanhar o seu dia-a-dia! Peças versáteis, únicas e feitas pensando em você! E lembre-se: se auto presentear também é se amar e valorizar o que você tem de mais único: o presente.

CAMPANHAS INSTITUCIONAIS



Janeiro & Fevereiro



Abril



Maio

CAMPANHAS INSTITUCIONAIS



Tradição é pensar em cada detalhe.

SHINE BRIGHT

MARCELLO CAMPOS
jewelry

Julho & Agosto



Tradição é despertar a beleza ao seu redor.

DESPERTAR

MARCELLO CAMPOS
jewelry

Setembro



Tradição é se amar, se cuidar e se prevenir.

EM OUTUBRO NÓS USAMOS ROSA

MARCELLO CAMPOS
jewelry

Outubro

CAMPANHAS INSTITUCIONAIS



Novembro



Dezembro

AÇÕES PROMOCIONAIS

3 premissas básicas visando o
fortalecimento de imagem da marca

Personalização

Tradição

Exclusividade



CAMPANHAS PROMOCIONAIS



Sorteio - Dia das Mulheres

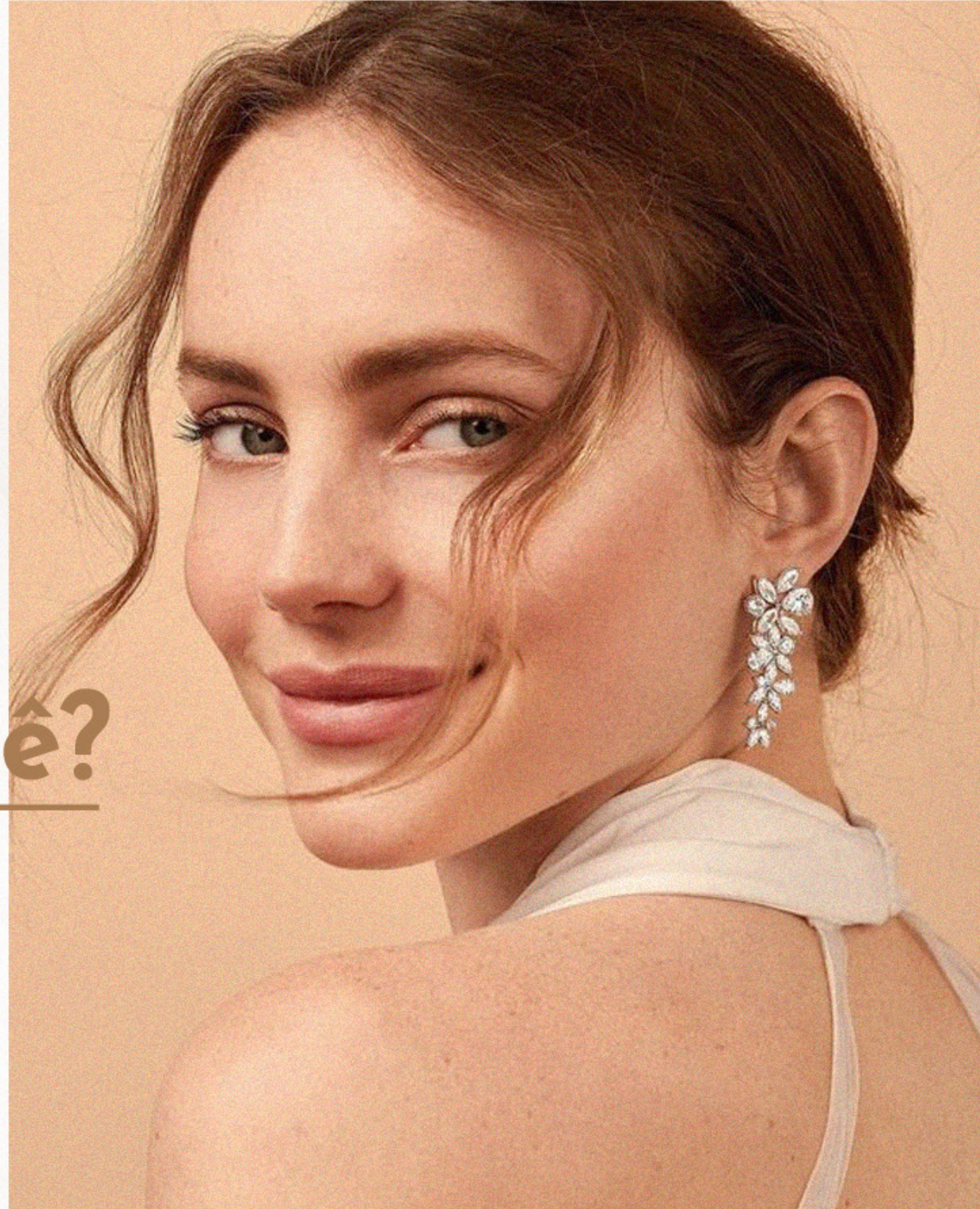


Sorteio - Dia dos Namorados



Evento - Primavera

Já imaginou uma
peça inspirada
unicamente em você?





A Peça Mais Rara

Personalização

Prestigiar a maior fonte de inspiração
da marca - Mês da Mulher

Oportunidade de desenvolver
uma peça que entrará para o
catálogo da marca

A Peça Mais Rara

Sorteio

01 a 31 de Março de 2022

1 cupom a cada R\$2.000,00 em compras
nas lojas físicas ou via e-commerce

Caixa de Presente, Carta com
Envelope, Garrafa de Vinho Merlot
com 2 taças, Porta Joias personalizado



A Peça Mais Rara

**Já imaginou uma joia
inspirada unicamente em você?**

No mês da mulher, a cada R\$2.000,00 em compras, você concorre a oportunidade de criar uma peça do seu jeito e que fará parte de nosso catálogo.

Promoção válida entre 01/03/2022 a 31/03/2022

Confira regulamento completo em:
marcellocampos.com.br/apecamaisrara


MARCELLO CAMPOS
jewelry



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

*A Peça
Mais Rara*

Já imaginou uma joia inspirada
unicamente em você?

Saiba Mais: marcellocampos.com.br/apecamaisrara

M.
MARCELLO CAMPOS
jewelry



Já imaginou
celebrar o amor na
Cidade Maravilhosa?





MAIS AMOR NA
Cidade Maravilhosa

Tradição - Eternização de
momentos especiais

Dia dos Namorados

Oportunidade de celebrar a data com
um acompanhante no Rio de Janeiro



MAIS AMOR NA
Cidade Maravilhosa

Sorteio

01 a 30 de Junho de 2022

1 cupom a cada R\$1.000,00 em
compras nas lojas físicas
ou via e-commerce



PRÊMIOS



Hotel Belmond Copacabana Palace



Gift de Boas Vindas



Day Use Spa Copacabana Palace



Café da Manhã no
Restaurante Pérgula



Chandon Baby Brut Rosé
+ 2 taças



Passagem Aérea



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.



MAIS AMOR NA
Cidade Maravilhosa

A cada R\$1.000,00 em compras você
concorre a um final de semana romântico no
Belmond Copacaba Palace, com direito a
1 acompanhante.

Promoção válida entre 01/06/2022 a 30/06/2022

Confira regulamento completo em:
marcellocampos.com.br/maisamornacidemaravilhosa



MARCELLO CAMPOS
jewelry


MARCELLO CAMPOS
jewelry




MAIS AMOR NA
Cidade Maravilhosa

Já imaginou celebrar o amor
na **Cidade Maravilhosa?**

Saiba Mais: marcellocampos.com.br/maisamornacidademaravilhosa

Uma tarde agradável
com música, bebidas e
memórias para se criar.





COCKTAIL *Spring On*

Exclusividade

Evento - 06/10/2022 às 15h

50 convidados selecionados

Experiência completa e exclusiva
com música, drinks, petiscos





COCKTAIL *Spring On*

Nova coleção
em primeira mão

Gifts:

Porta joias personalizado,
Chocolate Dengo, Chandon Baby
Brut Rose, Sacola Personalizada



COCKTAIL *Spring On*

HELENA MAIA

Temos a honra de convidá-la para um delicioso coquetel de abertura da Primavera. Uma tarde agradável com música, bebidas e boas memórias para se criar. Esperamos por você para brindarmos este momento!

OUT
SÁBADO 06 ÀS 15h
2022

Rua Rubens Gomes balsas, 2300 -
Joaquim Egídio, Campinas


MARCELLO CAMPOS
Jewelry



MARCELLO
Jewelry



COCKTAIL
Spring On



MÍDIA

Tornar a marca mais conhecida
e fortalecer sua imagem

Estado de São Paulo

Campinas, São Paulo e Jundiaí





INTERNET

Alto alcance e penetração

Concentração do público-alvo

Ferramentas de busca

Instagram

Facebook

Youtube

Google Search

Mídia Programática



OUTDOOR

Alto impacto

Participa diretamente da
paisagem urbana - cotidiano

Pontos estratégicos

Fonte: Rock Content, 2019



OUTDOOR

Alto impacto

Participa diretamente da paisagem urbana - cotidiano

Pontos estratégicos

Fonte: Rock Content, 2019

CINEMA

Tela grande - alto impacto

Proximidade com o PDV
- Jundiaí Shopping

Inserção de 30"

Fonte: Kantar Ibope



OUTDOOR

Alto impacto

Participa diretamente da paisagem urbana - cotidiano

Pontos estratégicos

Fonte: Rock Content, 2019

CINEMA

Tela grande - alto impacto

Proximidade com o PDV
- Jundiaí Shopping

Inserção de 30"

Fonte: Kantar Ibope

TV FECHADA

Temas de interesse do público feminino

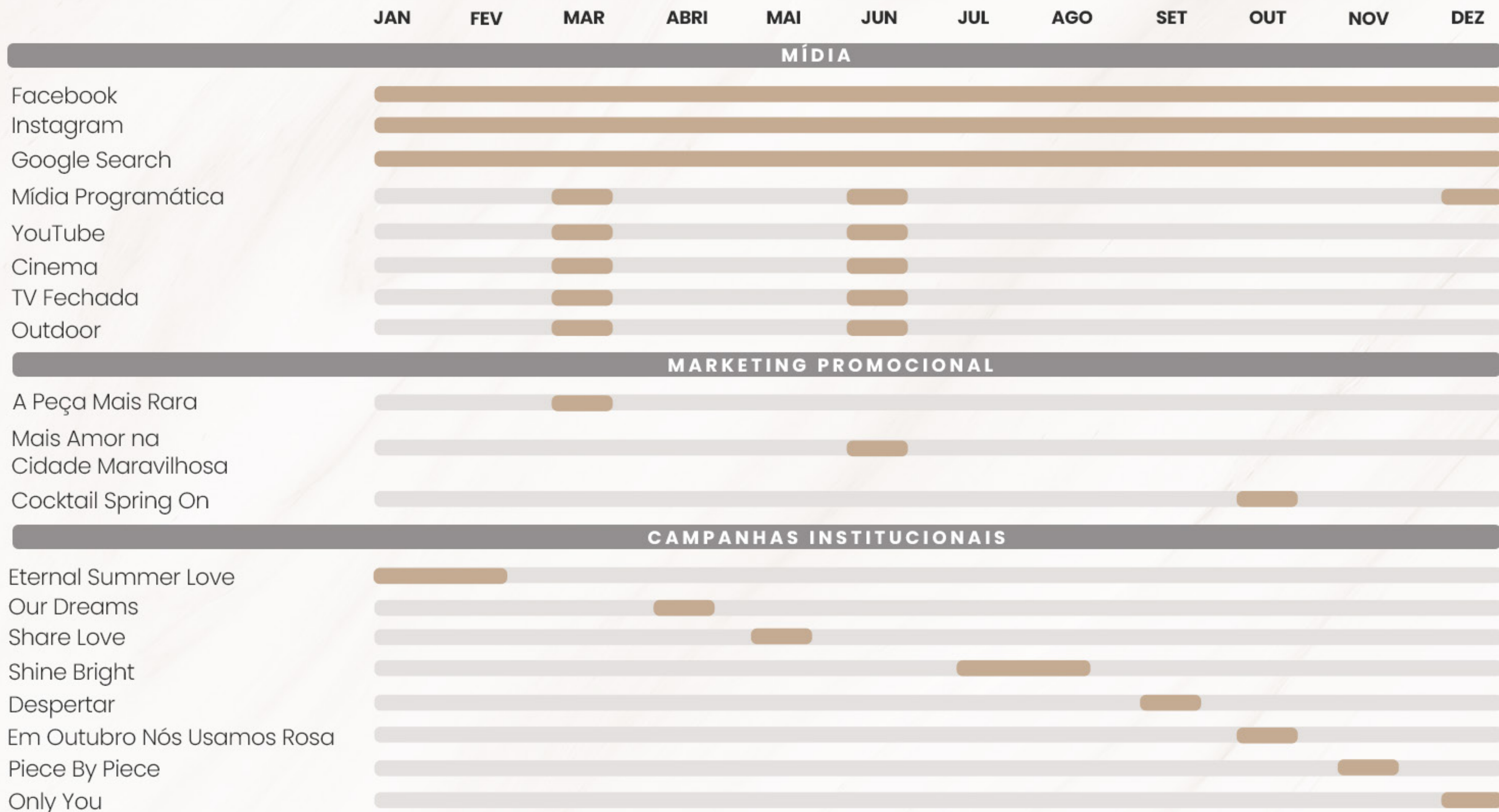
16,3 milhões de domicílios

RMC: Saia Justa e Super Bonita - GNT

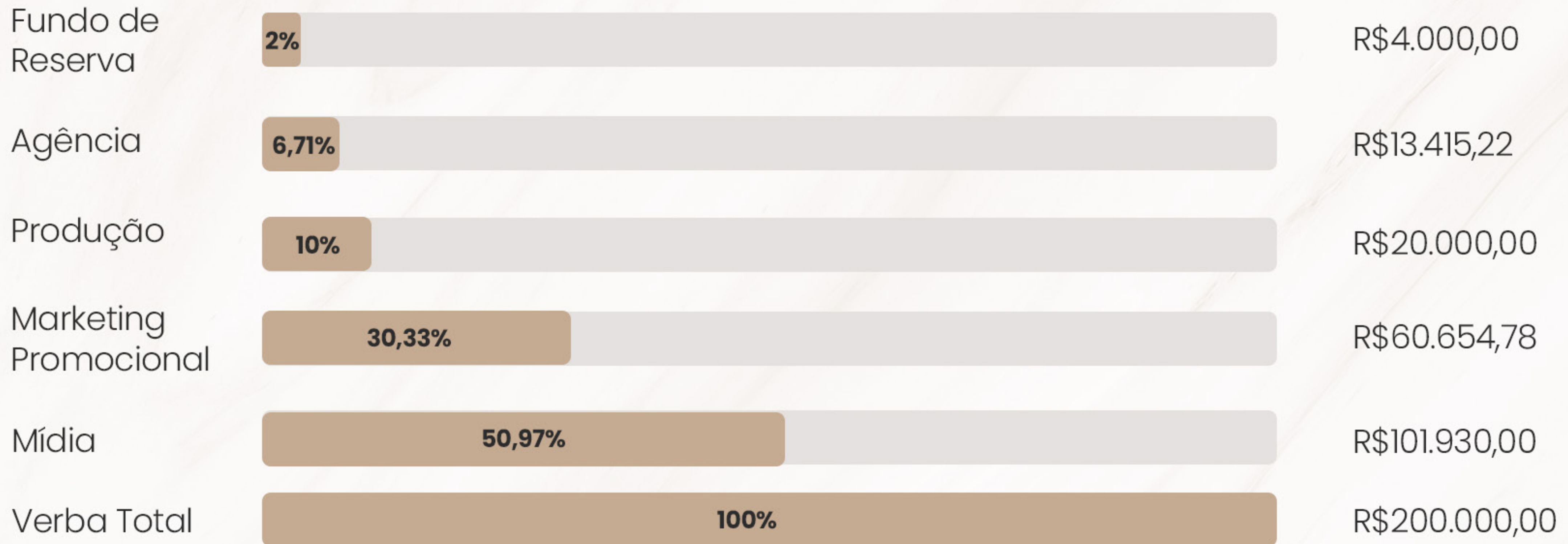
Inserções de 30"

Fonte: Propmark, 2021

CRONOGRAMA GERAL



DISTRIBUIÇÃO GERAL DE VERBA





PESQUISA DE CONTROLE

Pesquisa Exploratória Quantitativa

Junho/2022 e Dezembro/2022

Objetivos:

- a) Mensurar o desempenho da Campanha de 2022
 - b) Controle e planejamento para os meses seguintes
 - c) Identificar e compreender percepções do público em relação à marca
-

Mulheres consumidoras da marca

25 a 35 anos, Classes **A e B**

Campinas, São Paulo e Jundiaí

Consumidoras dos **meios e veículos**
utilizados para as campanhas de 2022

Formulário estruturado

Não disfarçado

Perguntas em ordem lógica



OBRIGADA!

para/ela

MARKETING & DESIGN

