

2010

bela
cruz PORTO
Clube Bela Cruz

DeptºCriativo



[FOREVER YOUNG RETRO PARTY]

Dossier Confidencial de Apresentação

Índice

Nota Introdutória	3
O Que é "Forever Young Retro Party"?.....	4
Report Publicitário de Evento (Vantagens e Benefícios).....	5
Photo Clipping (Edições Forever Young I/II).....	5
Media Clipping	7
Vantagens e Benefícios	8
O "Porquê" da Entidade Capri-Sonne?	9
Nota Conclusiva.....	10
Contactos	11



"Dá-se muita atenção ao custo de se realizar algo. E nenhuma ao custo de não realizá-lo." [Philip Kotler]

Nota Introdutória

Numa sociedade tendencialmente rápida e voraz, os momentos de pausa com requinte e qualidade, são factor constitutivo da vida e essência do “Eu” individual e da conseqüente afirmação no “Nós” colectivo.

O Conceito “Forever Young Retro Party” surge assim como uma resposta com qualidade top para um público bem definido

O projecto assenta num pano de fundo estilizado, movendo-se na esfera do social global - a montante e a jusante - num segmento etário posicional 25/45, bem como possibilitando um binómio de qualidade no que concerne à união entre o factor diversão/qualidade.

A presença de um ambiente *Glamour* estilizado, a formatação de eventos próprios e programação rica e diversa a nível musical e cultural; a aposta em nomes conceituados do dj’ing e forte investimento publicitário são alguns dos pontos aliciantes de um projecto credível e assente em bases sólidas,

Na presente sinopse enquadrámos as linhas que nos conduzem, bem como as vantagens inegáveis de uma potencial parceria entre as nossas entidades:
Proponente e Destinatária.

Se no final da leitura desta leitura exemplificativa, obtermos feedback da parte da vossa dinâmica estrutura, saberemos que as linhas que nos guiam para o sucesso são iguais à motriz condutora da entidade dinâmica que V/Excias coordenam.

O Que é “Forever Young Retro Party”?

Imaginem um evento em ambiente requintado, onde o fosso de gerações não exista, e em que cheiros, sons e objectos icónicos das décadas de 70, 80 e 90, se interliguem numa junção perfeita...

Nome: Capri-Sonne Forever Young “Keep it Fresh”

Local de Realização: Clube Bela Cruz (Porto)

Data Realização 3ª Edição: 30 Abril 2010

Periodicidade: Semestral

Segmento Posicional de Público Alvo: 25/45

Posicionamento Target (Classes): A e B

Estrutura de Divulgação: Global e Dinâmica (cruzamento mix de posicionamento de plataformas variadas de comunicação)

Forma de Apoios & Patrocínios: Media Partner, Gold Sponsor, Silver Sponsor; Bronze Sponsor (permuta de troca directa, patrocínio financeiro; e/ou estrutura mix a definir)

Mais que um Evento...Um Conceito Social...

Report Publicitário de Evento (Vantagens e Benefícios)

Para os Aderentes do Projecto , a entidade organizadora oferece vários meios de exposição global no evento per si :

- . Moppies e cartazes com incidência personalizada na programação artística do evento (inserção de logos e afins em publicidade nas suas variadas plataformas difusoras).
- . Web site personalizado do evento com *newsletter* e com uma *mailling list* nacional de 300.000 emails direccionados para o target 25/45.
(inclusão de logos+informações várias da vossa entidade).
- . Divulgação exhaustiva por parte das nossas modelos e promotoras (50 Profissionais de relações públicas).
- . Espaço físico de divulgação em suportes vários para a vossa entidade no local das actividades do evento **Clube Bela Cruz** (divulgação global/especifica).
- . Imagem de credibilidade e dinâmica constante.
- . Campanha Publicitária, com forte incidência em Jornais, Rádios e Televisões. Retoma de imagem garantida para os *Top Sponsors* intervenientes.
- . Garantia de investimento em publicidade, distribuídos pelos diferentes suportes difusores e comunicacionais (desde que enquadrados no *target* definido pelo **Clube Bela Cruz**).

Esta é uma excelente oportunidade de promoção/divulgação/parceria da vossa entidade e consequente consolidação do projecto dinâmico que V/Excias. desenvolvem, e ao mesmo tempo de estarem presentes na vertente inicial de um evento que indubitavelmente constituiu um marco em 2009 e será consolidado em 2010

Photo Clipping (Edições Forever Young I/II)



#01| 30| ABRIL| 2009



#02| 07| DEZEMBRO| 2009



Media Clipping

O alto impacto de um evento que aglutina um público médio de 1200 indivíduos por evento; poderá ser traduzido pelas parcerias estáveis focalizadas, bem como pelo interesse crescente na cobertura do evento em si, com retoma óbvia para os *sponsors* envolvidos.



Vantagens e Benefícios

Segundo o “Publicitor”, o contexto que se vive de saturação nos meios tradicionais de comunicação, e em especial a publicidade dita tradicional, favoreceu, e continua a favorecer, o patrocínio, explicando em parte o crescimento tão rápido desta ferramenta de comunicação. “A revolução dos patrocínios, é muito mais social do que dos *marketeers*, porque quem exigiu que as marcas tivessem uma relação com a sociedade, se aproximassem dos públicos, dessem a cara, e estabelecessem diálogo, foram as pessoas”, refere o conceituado José Cardoso.

Esta revolução foi então comprovada pelas marcas que concluíram que as pessoas reconhecem quem participa activamente na sociedade.

Assim sendo a adesão da vossa dinâmica entidade a este aliciante projecto, representa um retorno de investimento garantido no que concerne aos suportes difusores utilizados e seu factor inovador.

A possibilidade de utilização de veículos publicitários dinâmicos no espaço majestoso do **Clube Bela Cruz** (forte componente tecnológica em seu interior; por ex : Projecção multimédia, lcds dinâmicos entre outras mais valias), a distribuição massiva de publicidade e afins, pela nossa vasta equipa de relações públicas; bem como toda uma panóplia comunicacional em que as redes sociais de internet são abrangidas, além de uma estrutura em “leque” bem dinamizada

Os vantagens de parceria frutuosa são óbvios : Ampla divulgação a nível nacional; lógica expansiva de marca, fidelização de públicos e conquista de novos mercados e clientes.

O “Porquê” da Entidade Capri-Sonne?

A marca **Capri-Sonne**, que vossas excias exemplarmente representam, constitui por si um objecto icónico que atravessa gerações, não tão somente pela sua apresentação estética mas também pelo seu conteúdo e sabor. Afinal que melhor junção de que a associação a um evento de qualidade que atravessa gerações e vai de encontro ao vosso *target* posicional?

Após estudo exaustivo de como a vossa marca poderia ser convertida numa estrutura inovadora de divulgação e ganhos adjacentes, no evento, surge a ideia da equipa de criativos do **Clube Bela Cruz** da estruturação de uma mega acção de marketing de guerrilha em alta escala na zona de grande Porto, utilizando o produto em si para divulgação dupla: Por um lado um estrutura publicitária que comunique o evento e a associação à marca; por outro a utilização do próprio produto **Capri-Sonne** para divulgação do evento em si mesmo, com óbvias vantagens para a marca envolvida.

Gostaríamos de apresentar a v/ excias o desenvolvimento prático desta ideia inovadora.



Nota Conclusiva

Poderemos aferir em notas soltas conclusivas que as tendências globais de mercado, aportam para que o acompanhamento em áreas específicas sejam feitas através de parcerias estratégicas: **Posicionais e Focalizadas**.

O projecto do Club Bela Cruz, aqui corporizado no evento “Capri-Sonne Forever Young Keep it Fresh!”, representa uma forma dinâmica de interagir com o nicho empresarial, social e civil.

Não fazemos melhor ou mais rápido que os outros. Simplesmente fazemos, operacionalizamos e executamos de forma **diferente**, tendo sempre presente a lógica de proveitos mútuos, de retomas variadas e com a premissa basilar de que para a nossa entidade o cliente/parceiro não é um número frio mas sim uma figura real com a qual interagimos de forma pró-activa.

Materializamos sonhos, explanamos conceitos, desenvolvemos estéticas com conteúdo e possuímos toda uma infra-estrutura de um grupo de quadros profissionais e qualificados em plena expansão, que nos permite avançar com segurança para projectos materializáveis e convertíveis em ganhos reais para os parceiros envolvidos.

A área dos patrocínios, bem como toda a panóplia comunicacional adjacente, representam actualmente a principal ferramenta para causar alto impacto no mercado global.

*O nosso primordial objectivo é dar a conhecer o nosso projecto **Forever Young Retro Party** e aferirmos da disponibilidade de entre as nossas entidades corporativas recolhermos ganhos bipartidos, partilhar experiências e valorização profissional, ética e renovada constantemente.*

Contactos

Paulo Correia (Assessor de Comunicação & Imagem)



(+351)966282537



Rua Monsanto 204, 6º 4400 Porto (Back Office)



Telefone: **22.5074998**



E-mail: paulocorreiamediacyter@gmail.com