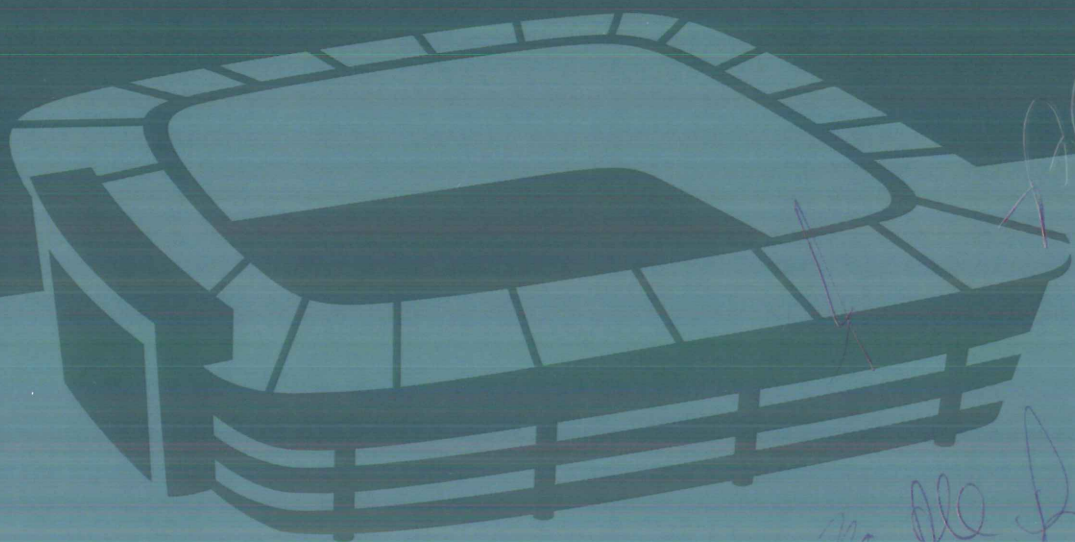


ARENA
PFC.
BEM-VINDO
AO JOGO.



ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	03
HISTÓRICO	04
NOSSOS MANDAMENTOS	09
PERFIL DOS PRINCIPAIS ATLETAS	11
ESTRUTURA OPERACIONAL	20
CLIENTES ATENDIDOS	25
COLABORADORES POR DEPARTAMENTO	29
SISTEMAS OPERACIONAIS	32
NOSSE ESTÁDIO	41
ACORDOS OPERACIONAIS	43

Prezados

Olá, somos a Propaganda Futebol Clube. Antes de entrar propriamente na conversa formal, adiantamos: tivemos muita dificuldade em fazer um texto formal. Primeiro: não acreditamos em formalidades com quem vamos dividir o mesmo teto, os mesmos sonhos, os mesmos desejos. Segundo e consequentemente: não temos o hábito de sermos formais. Esta é uma das primeiras vezes que tentamos. E tentamos porque nossa fé é maior do que nossa descrença. As formalidades foram criadas para assegurar transparência, idoneidade e igualdade. A intenção era boa. Era. Sempre há lugar para obscuridades, interpretações e parcialidade. Não, não acreditamos que esse seja o caso. Maior e único motivo para estarmos aqui e, felizmente para nós, você estar lendo este texto. O fato de acreditarmos neste relacionamento que buscamos, não significa em hipótese alguma que temos a certeza que iremos andar de mãos dadas com você. Significa que temos a certeza de que as melhores ideias serão abraçadas. E melhores ideias compreendem todo o conjunto de fatores: partindo da coleta de dados, passando pela geração de conteúdo e chegando até a execução. Sim, ideia boa, é ideia possível de ser executada. Bem, nesse caso, temos a certeza do nosso espaço. Na nossa gramática, espaço rima com criação. E criação é exatamente o que nos resume. Não temos departamento de criação. Somos uma Agência de Criação. Criação de planejamento. Criação de mídia. Criação de produção. Criação de texto. Criação de imagem. Criação de ideias. Criação de soluções. E a solução que encontramos para expor de forma mais livre nossas ideias, foi exatamente esse texto – que, se nasceu de forma formal, cresce informalmente. Mão no ombro e olho no olho. Ou, pelo menos, olho em palavras que esperamos conversar com você e apresentar nossas ideias. Ideias que têm histórico.

AF

2.

me

P

de

HISTÓRICO

12/11/80

12/11/80

12/11/80

12/11/80



Em setembro de 2005, entramos oficialmente em campo. Nascemos com o coração no Rio Grande do Sul, uma perna em Barcelona e outra em São Paulo. Isso, sem distender a virilha. De parto natural, nosso gandula Marcos Eizerik, deu a luz a Propaganda Futebol Clube depois de trabalhar por mais de 15 anos em São Paulo, um ano em Lisboa e pouco mais de dois anos em Barcelona.






Handwritten signatures in purple ink, including a large stylized signature and several smaller ones.

Com um ano e três meses, a PFC foi escolhida a primeira Agência Revelação nos 50 anos da Associação Riograndense de Propaganda.

No seu segundo ano de vida, a Propaganda Futebol Clube já estabeleceu uma identidade de mercado: a defesa da criação com unhas, dentes e chuteiras. A criação não pode ser exclusividade de um departamento, é dever de toda a empresa. A criação é o que faz a diferença e merece ter seu valor reconhecido. A criação vale um manifesto. No caso, o Manifesto das Utas.

"A primeira é considerada uma das profissões mais antigas da história da humanidade. A segunda é uma ofensa, uma maneira errada de se colocar, de se posicionar e de agir. Só por aí a diferença já dá as caras. De um lado temos um profissional. Do outro, temos um erro. Um grave erro que pode destruir nosso mercado. Transformá-lo numa orgia onde se está fodido e mal pago – quando pago. As prostitutas são profissionais do prazer. Trabalham duro para que o cliente saia, e entre, satisfeito. As putas são sacanas. E não estamos falando de sacanagem gostosa. O caso é de falta de caráter, traição pesada. Que fique claro: as prostitutas e putas estão no feminino e no plural, mas representam toda a classe. Do autônomo ao grupo multinacional. Da recém-nascida à boa e velha agência. Não se ofenda se você é de uma agência que cobra pela criação, mas acha de péssimo gosto a palavra prostituta. Ainda mais se beija o cliente na boca para satisfazê-lo. Pedimos desculpa. Você merece nosso respeito: cobra pela criação. E isso é o mais importante para nós. Somos

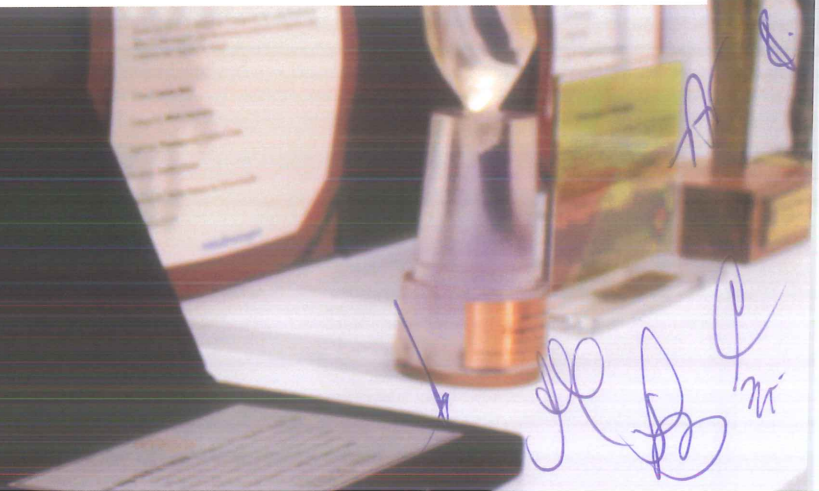
uma agência de criação. Está no nosso discurso. Está no nosso site. Está no nosso dia a dia. Criação é nossa bandeira. Criação é o que faz toda a diferença. Departamento de criação? Não. Agência de criação. Criação de planejamento. Criação de texto. Criação de imagem. Criação de ideias. Criação de soluções. A criação não é exclusividade de um departamento. Criação é exclusividade de agências sérias, responsáveis, preocupadas com que o negócio cresça. Não entendemos como uma agência de propaganda pode ser remunerada apenas pela veiculação. E, na maioria das vezes, veiculações óbvias. A lógica só pode ser uma: colocar a peça no veículo de maior circulação, de maior audiência. Mas vamos manter a lógica: se a criação não é cobrada, a peça deve estar branca, alva, vazia como uma cabeça de porongo. Se você é de uma agência que não cobra pela criação, mas acha de péssimo gosto a palavra puta, não se ofenda. Não se ofenda. Na verdade, essa empresa está infectando o mercado e é filha da puta."





No terceiro ano da PFC, as mudanças foram grandes. Primeiro: a conquista de clientes de fora do Rio Grande do Sul. Segundo: de um pequeno escritório no Centro, a Agência foi para um prédio de três andares no Bom Fim - um dos bairros de Porto Alegre com maior liberdade de expressão, riqueza cultural, miscigenação artística e racial.

É nesse novo estádio, construído especialmente para abrigar a Propaganda Futebol Clube, que um time de profissionais joga suas ideias com seriedade, trabalho duro e, acima de tudo, brincando em serviço. Porque é com um sorriso no rosto que nos apaixonamos por produtos, serviços, marcas, atitudes, pessoas e até governos.



Além do já citado, nesses 13 anos, a PFC conquistou uma série de reconhecimentos nacionais e internacionais. Alguns exemplos:

- primeira vencedora do Troféu ARP / GNC (melhor filme de cinema do ano).
- escolhida pela Advertising uma das 20 Agências do Rio Grande do Sul com maior capacidade de crescimento.
- ouro, prata e bronze na Central de Outdoor Seccional Rio Grande do Sul.
- ouro na categoria jornal, no 4º Fórum Mundial de Comunicação Social.
- prêmios no Festival Mundial de Propaganda de Gramado.
- prêmios no 32º, 33º e 34º Salão da Propaganda Gaúcha (premiada em todos os anos que participou).
- prêmios no 2º CRIARP (não participamos do primeiro).
- desde 2008, ano em que começou a participar, peças de rádio, TV e jornal foram selecionadas como as melhores da região Sul pelo Show Up Meio&Mensagem.
- peças selecionadas pelo www.adforum.com


- mais de 2000 alunos inscritos por semestre no Complexo Educacional Monteiro Lobato.
- aumento de mais de 30% nas vendas das Tintas Kresil com o programa de Fidelidade Seu Melhor Amigo.
- posição de destaque nacional da concessionária Daisul como representante SsangYong e abertura de lojas em outras cidades.
- consolidação da Festa Nacional da Música como o principal evento da indústria fonográfica brasileira.
- placa de reconhecimento entregue pelo cliente Força Sindical pela campanha do evento 1º de Maio que contou com a participação de mais de 100 mil pessoas.
- placa de reconhecimento entregue pelo cliente Teatro de Arena pelos serviços prestados incluindo a criação do personagem Pedro Rocha.
- citações em entrevistas da dupla Kleiton&Kledir colocando a PFC como coautora do trabalho infantil Par ou Ímpar (melhor álbum infantil no Prêmio da Música Brasileira e no Prêmio Açorianos de Música) e do projeto Com Todas as Letras – o mais recente trabalho da dupla que virou exposição em cidades como Nova Iorque, Lisboa e Santo Domingo.

NOSSOS MANDAMENTOS

Al
e

44

me
P
S

- 
1. Ser criativo não é mérito, é obrigação.
 2. Criatividade sem pertinência é masturbação mental.
 3. Não temos departamento de criação, somos uma Agência de Criação.
 4. Criamos planejamentos.
 5. Criamos mídias.
 6. Não criamos para o cliente, criamos para o seu público.
 7. Para criar o igual, somos muito caros.
 8. Para criar o diferente, somos muito baratos.
 9. Conhecemos bem as regras para poder quebrá-las.
 10. Brincamos em serviço.
 11. Não acreditamos em mandamentos. Inclusive nesse.

Handwritten signature in purple ink.

Handwritten signature in purple ink, followed by a small black square and another signature.

PERFIL DOS PRINCIPAIS ATLETAS

Handwritten signature in purple ink.

Handwritten mark or signature in purple ink.

Handwritten signature and initials in purple ink.



Marcos Eizerik, presidente e gandula.

- 47 anos, Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Atuou em Porto Alegre, Manaus, São Paulo, Lisboa e Barcelona. Foi professor da Fundação Armando Álvares Penteado (SP) e da Faculdade Monteiro Lobato (RS). Durante o período em Barcelona, cronista colaborador de publicações off-line e on-line no Brasil. Autor do livro "Barcelona. Um ano com 365 dias." Palestrante convidado de Festivais de Propaganda e Instituições de Ensino. Jurado de Festivais de Propaganda e Cinema. Alguns dos clientes atendidos: Apple, Associação Portuguesa de Imprensa, Banco AGF, Compaq, Complexo Educacional Monteiro Lobato, Concessionária Volkswagen Posto Sete, Construtora Takaoka, Davene, Dekor, FB Arquitetura, Força Sindical, Instituto do Câncer Infantil do RS, Kleiton&Kledir, Laboratórios Pfizer, Levi's, Mudanças Giulian, Polaroid, Rede Pampa de Comunicação, Samsung, Saúde no Copo, Shopping Market Place, Sindicato dos Comerciantes de Porto Alegre (SINDEC), Supermercado Pão de Açúcar e Tintas Kresil, além dos demais clientes atuais da PFC.

E-mail: m.eizerik@propagandafutebolclubes.com.br | Telefone: 51 3311.1009





Marcelo Silva, supervisor operacional, de produção e zagueiro-esquerdo.

- 47 anos, formando em Ciências Contábeis pela Faculdade Monteiro Lobato. Possui diversos cursos de extensão e especialização na área. Atuou por mais de 11 anos no SINDUSCON-RS. Tem experiência externa em Escritórios de Contabilidade e Gestão de Pessoas. Está no mercado publicitário há mais de cinco anos. Alguns dos clientes atendidos: Banco AGF, Bela Vista Café Colonial, Complexo Educacional Monteiro Lobato, Concessionária Daisul, Dekor, FB Arquitetura, Força Sindical, Kleiton&Kledir, Laboratórios Pfizer, Mudanças Giulian, Otello, Polaroid, Rede Pampa de Comunicação, Saúde no Copo, Sindicato dos Comerciantes de Porto Alegre (SINDEC) e Tintas Kresil, além dos demais clientes atuais da PFC.

E-mail: marcelo@propagandafutebolclube.com.br | Telefone: 51 3311.1009

Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.





Jeferson Rosa, supervisor de criação e centro-médio.

- 32 anos, estudou Marketing na Universidade de Caxias do Sul. Está no mercado publicitário há sete anos e possui mais seis anos de experiência em produção gráfica. Possui diversos cursos nas áreas de comunicação, artes e design e, atualmente, está se especializando em produção multimídia. Entre outros, atendeu os seguintes clientes: Complexo Educacional Monteiro Lobato, Concessionária Daisul, FB Arquitetura, Força Sindical, Kleiton&Kledir, Mudanças Giulian, Otello, Planeta Digital, Rede Pampa de Comunicação, Saúde no Copo, Sindicato dos Comerciantes de Porto Alegre (SINDEC) e Tintas Kresil, além dos demais clientes atuais da PFC.

E-mail: jeferson@propagandafutebolclubes.com.br | Telefone: 51 3311.1009

Handwritten signatures and initials in purple ink, including a large signature at the top right and several smaller ones below it, along with a small black square stamp.



Oro Mendes, redator e volante.

- 26 anos, há sete escrevendo para publicidade. Graduado em publicidade e propaganda com ênfase em marketing no IPA, publicou artigos em revistas científicas, criou campanhas publicitárias a nível nacional e internacional, produziu e dirigiu programa de TV, redigiu textos para mais de 50 blogs como freelancer e, até hoje, a sua família não entende direito o que faz para sobreviver. Alguns dos clientes atendidos: Blackboard Brasil, Câmara Municipal de Gramado, Centro Universitário Metodista do Sul (IPA), Chevrolet, Complexo Educacional Monteiro Lobato, Editora Grupo A, Governo do Estado do Rio Grande do Sul, Grupo Eurodata, Kleiton&Kledir, Mec-Rul Implementos Agrícolas, Natura, Prefeitura Municipal de Campo Bom e Vida Urgente, além dos demais clientes atuais da PFC.

E-mail: oro@propagandafutebolclubes.com.br | Telefone: 51 3311.1009

Handwritten signatures in purple ink, including a large stylized signature at the top right and several smaller ones below it, along with a small black square mark.



Tadeo Pérez, produtor e lateral-direito.

- 32 anos, formado em design gráfico pela Universidade Federal de Pelotas. Possui experiência nas áreas de design, diagramação e serigrafia. Já participou de campanhas estratégicas e de comunicação de clientes nacionais, entre eles: Unimed, Nacional, Diário Popular, ABCCC, Complexo Educacional Monteiro Lobato, Kleiton&Kledir, Madalena Distribuidora de Materiais Elétricos, Confeitaria Barcelona, Bela Vista Café Colonial, Mão Santa Pub e MEC-RUL implementos agrícolas, além dos demais clientes atuais da PFC.

E-mail: arte2@propagandafutebolclube.com.br | Telefone: 51 3311.1009

Handwritten signatures and initials in purple ink, including a large signature at the top right, a signature below it, and a signature at the bottom right next to a small black square.



Rafael Pedroso, integrador de atendimento e zagueiro-direito.

- 33 anos, formado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Luterana do Brasil, está no mercado publicitário há 8 anos. Anualmente, faz diversos cursos e workshops de aperfeiçoamento em comunicação social e marketing. Possui experiência em marketing, comunicação e publicidade. Já participou de campanhas estratégicas e de comunicação de cliente nacionais, entre eles: Complexo Educacional Monteiro Lobato, Lindoia Shopping, Kleiton&Kledir, Hospital Banco de Olhos, Madalena Distribuidora de Materiais Elétricos, Expresso do Oriente, Confeitaria Barcelona e Bela Vista Café Colonial, além dos demais clientes atuais da PFC.

E-mail: integrador2@propagandafutebolclube.com.br | Telefone: 51 3311.1009

[Handwritten signatures in purple ink]



Luty Mota, integradora de mídia e lateral-esquerda

- 46 anos, possui experiência em mídia, não mídia, planejamento on e off-line e produção. Atuou nas grandes agências de Porto Alegre. Participou de campanhas estratégicas de clientes como: Piccadilly, Shopping Total, Orquídea, Vipal Borrachas, ESPM-Sul, além dos demais clientes atuais da PFC. Diretora do Grupo de Produção RS desde 2016.

E-mail: midia@propagandafutebolclube.com.br | Telefone: 51 3311.1009

[Handwritten signatures in purple ink]



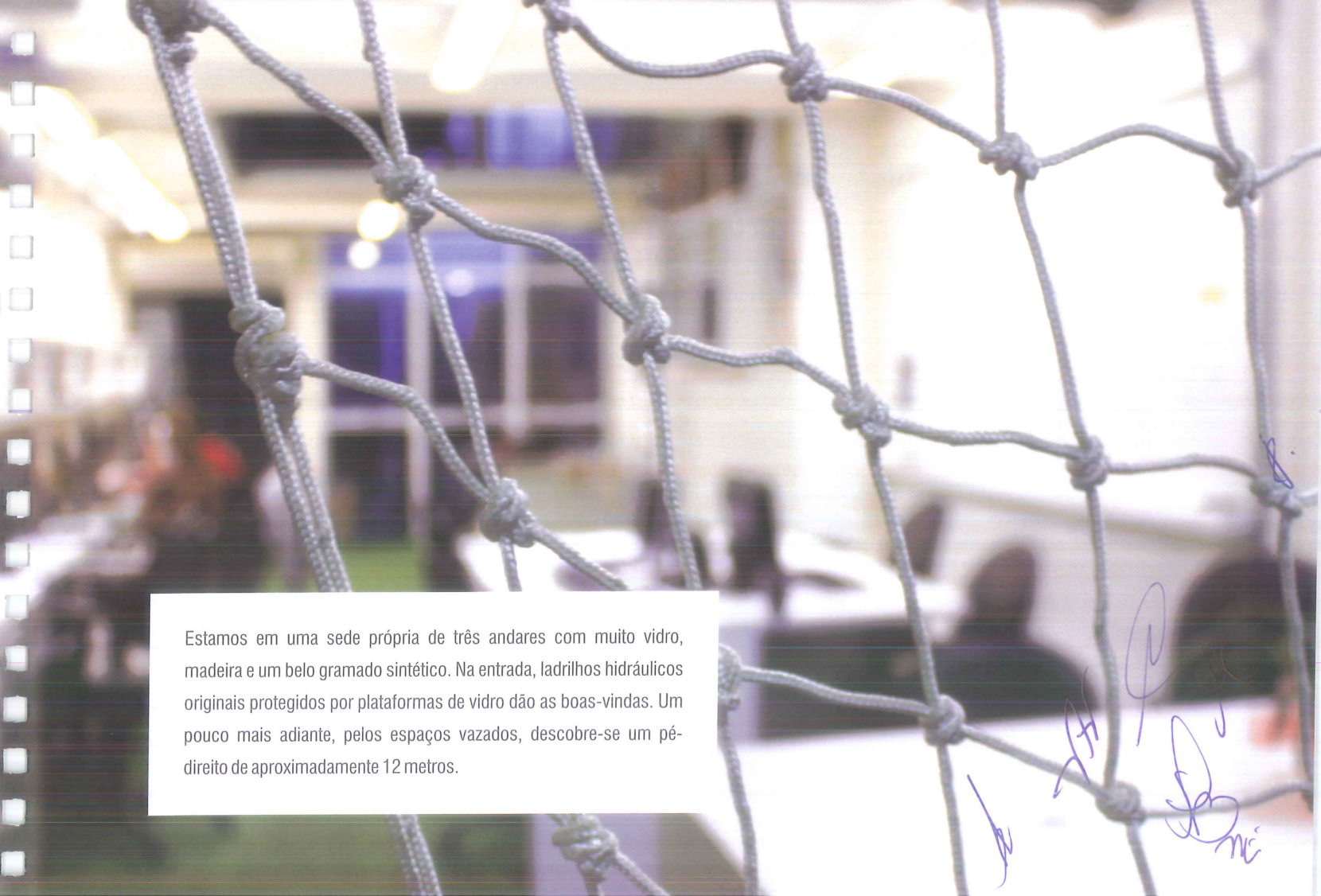
Kiko Silva, integrador de planejamento e centroavante

- 62 anos, graduado em Jornalismo pela Cásper Líbero, pós-graduado em Administração de Empresas pela Unisanta e mestrado em Filosofia pela PUC-SP. Atua em propaganda desde 1972. Trabalhou na mídia, foi revisor, redator jr, redator, supervisor de criação e Diretor de Criação, passou por agências nacionais e internacionais: Salles, Fischer & Justus, JWT, Young Rubicam (São Paulo, Lima, Bogotá e Porto Rico). Em Santa Catarina há 20 anos, foi fundador da TZQG e trabalhou na D/Araújo. Alguns clientes atendidos: Bradesco, Nestlé, Danone, Ford, Dow Química, Vila Romana, Alpargatas, Refinações de Milho Brasil (Hellman's, Knorr), Jhonson&Jhonson, Renault e BASF, além dos demais clientes atuais da PFC. Em SC: SESC, Senac, Senai e SESI, Governo do Estado de Santa Catarina, ACAERT. Foi Diretor do Sinapro/SC e Vice-Presidente do CC, SC – Clube de Criação de Santa Catarina. É voluntário como Diretor de Marketing da Fundação Hermon e Diretor de Comunicação da Autitudes - Centro de Desenvolvimento Autista.

E-mail: tatica@propagandafutebolclubes.com.br | Telefone: 51 3311.1009

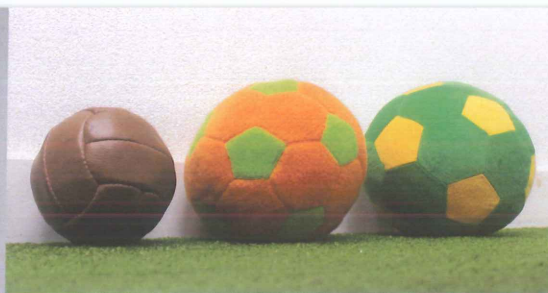
[Handwritten signatures in purple ink]

ESTRUTURA OPERACIONAL



Estamos em uma sede própria de três andares com muito vidro, madeira e um belo gramado sintético. Na entrada, ladrilhos hidráulicos originais protegidos por plataformas de vidro dão as boas-vindas. Um pouco mais adiante, pelos espaços vazados, descobre-se um pé-direito de aproximadamente 12 metros.

[Handwritten signatures in purple ink]



Operacionalmente, estamos estruturados para prestar serviços, de forma integrada, nas áreas de Publicidade e Propaganda, Design, Endomarketing e Publicações. Subdividindo os itens temos de forma resumida:

publicidade e propaganda: análise de mercado; conceituação de marca, posicionamento de marca, desenvolvimento de campanhas e peças publicitárias; desenvolvimento de campanhas institucionais e promocionais; planejamento de mídia; planejamento e gerenciamento executivo de ações; mensuração e avaliação de resultados.

design: desenvolvimento de marca e identidade visual; consolidação e manutenção da imagem da marca; materiais gráficos promocionais e institucionais; marcas promocionais para produtos e eventos; materiais para PDV.

endomarketing: planejamento de comunicação interna; alinhamento da comunicação interna e externa; planejamento e gerenciamento executivo de ações motivacionais; desenvolvimento de canais de comunicação interna; desenvolvimento de campanhas e peças de propaganda interna; mensuração e avaliação de resultados.

publicações: projetos gráficos e diagramação; informativos internos e externos; publicações institucionais; livros empresariais e institucionais; gerenciamento de produção.

Atuamos com as plataformas Windows e MAC, com os principais programas de edição gráfica, tratamento e manipulação de imagens, editoração e diagramação.

Contamos com um relevante acervo bibliográfico composto por livros e anuários de marketing, comunicação, design e arte. Soma-se a isso, um número representativo de jornais e revistas regionais, nacionais e internacionais.

Para a realização de serviços especializados, como produções de vídeo, de áudio e fotográficas, programação de materiais e ferramentas para a WEB, produções gráficas e pesquisas, a Propaganda Futebol Clube possui uma rede de fornecedores absolutamente capacitados e qualificados, que trabalham dentro das melhores práticas do mercado. Esses fornecedores têm origem e atuação regional, nacional e internacional.

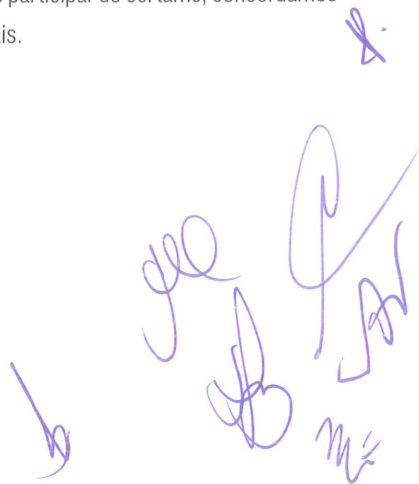
Sim, ainda temos salas de reuniões, cadeiras, monitores, estúdio, impressoras, scanners e computadores - um bocado de computadores. Não, isso

↓
ge
m
P
H

CLIENTES ATENDIDOS

h
g
p
m

Atuais? Antigos? Por uma campanha? Por um trabalho? Se a ideia é prestar contas, acreditamos que deveríamos listar todos os clientes que fizeram da Propaganda Futebol Clube, um lugar legal para trabalhar e, principalmente, viver. Importante: todos não são figura de linguagem. Aqui, haveria ex-clientes. Por quê? Ora, eles também têm grande valor. No mínimo, pelas experiências compartilhadas. Porém, se aceitamos participar do certame, concordamos com as normas. E aqui segue um balanço absolutamente ativo do maior patrimônio que temos: nossos clientes atuais.

A collection of handwritten signatures in blue ink, including a large stylized 'P' and several other cursive signatures.



Complexo Educacional Monteiro Lobato
2005



FB Arquitetura
2005



Kresil
2005



Kleiton & Kledir
2007



GRUPO LZ
2008



Mão Santa
2010



SINDEC
2006



MEC-RUL
2011



RS GESTÃO ESPORTIVA
2012



GENTE SEGURADORA
2013



MULE BULE
2013



ALAP
2015

Handwritten signatures and initials in purple ink, including 'JL', 'PST', 'mi', and a large signature at the bottom.



FePI
2015



AGE
2016



CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO
2016



CID
2016



GRAMADO GOLF CLUB
2016



RÁDIO MIX
2017



CLICK IMPRESSO
2018



CUTELARIA D'AVILA
2018



GRUPO VOTO
2018



FORSUL
2018



SAFEWEB
2018



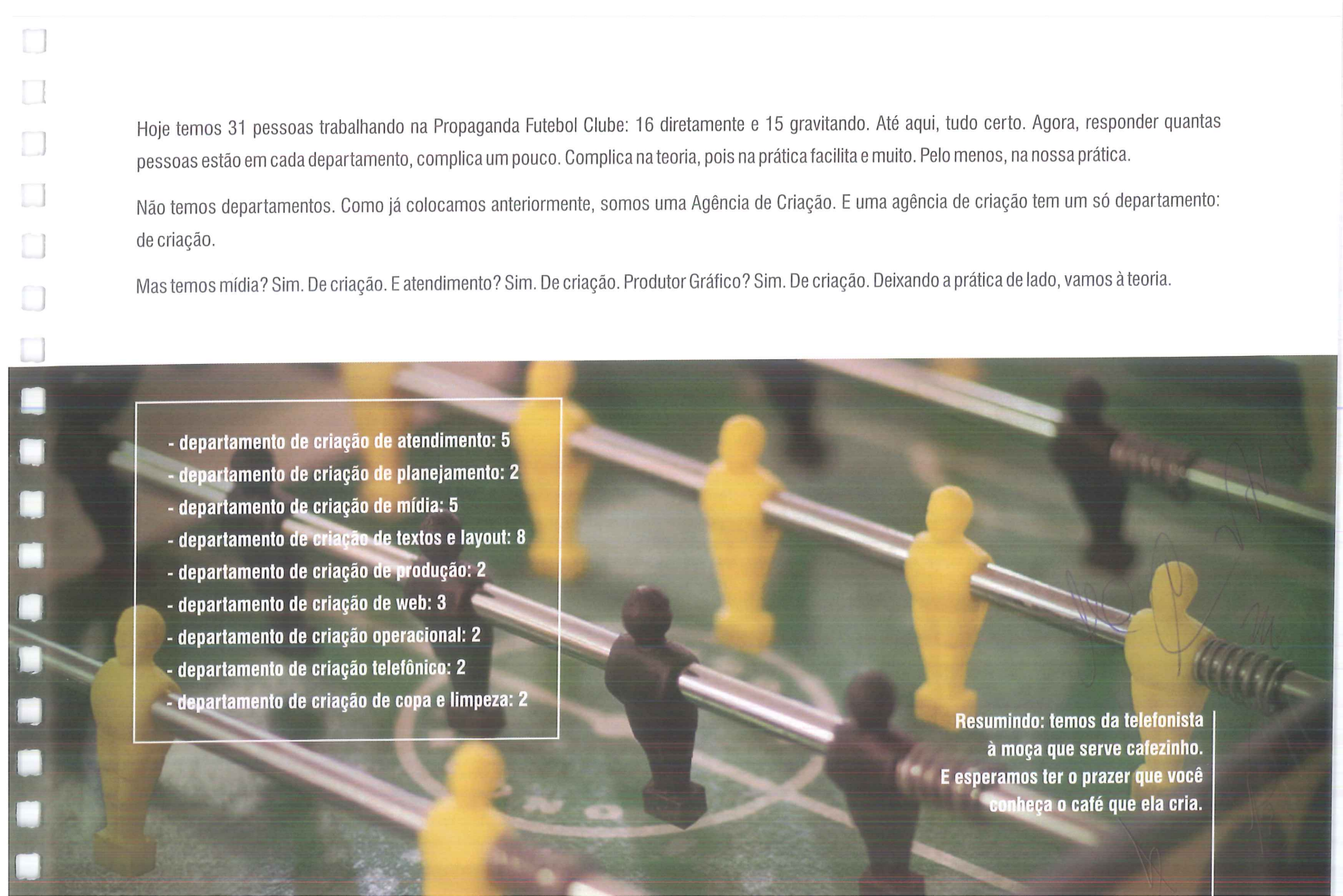
PARCEIROS VOLUNTÁRIOS
2018

Handwritten signatures in blue ink on the right side of the page.

Hoje temos 31 pessoas trabalhando na Propaganda Futebol Clube: 16 diretamente e 15 gravitando. Até aqui, tudo certo. Agora, responder quantas pessoas estão em cada departamento, complica um pouco. Complica na teoria, pois na prática facilita e muito. Pelo menos, na nossa prática.

Não temos departamentos. Como já colocamos anteriormente, somos uma Agência de Criação. E uma agência de criação tem um só departamento: de criação.

Mas temos mídia? Sim. De criação. E atendimento? Sim. De criação. Produtor Gráfico? Sim. De criação. Deixando a prática de lado, vamos à teoria.

- 
- departamento de criação de atendimento: 5
 - departamento de criação de planejamento: 2
 - departamento de criação de mídia: 5
 - departamento de criação de textos e layout: 8
 - departamento de criação de produção: 2
 - departamento de criação de web: 3
 - departamento de criação operacional: 2
 - departamento de criação telefônico: 2
 - departamento de criação de copa e limpeza: 2

Resumindo: temos da telefonista
à moça que serve cafezinho.
E esperamos ter o prazer que você
conheça o café que ela cria.

Em relação a Prefeitura de Canela, planejamos um time completo, uma equipe composta por 11 profissionais das mais diversas competências. Serão eles e suas especialidades:

- Marcos Eizerik: direção de planejamento e criação;- Marcelo Silva: supervisor operacional e financeiro;
- Jeferson Rosa: supervisor de criação e diretor de arte;
- Oro Mendes: redação;
- Tadeo Pérez: produção e assistente de arte;
- Rafael Pedroso: integrador de atendimento;
- Luty Mota: integradora de mídia e produção;
- Kiko Silva: integrador de planejamento;
- Natália Pegorer: assistente de integração;
- Thainá da Rosa Pitano: assistente de integração;
- Julio Madalena: produtor digital.

Sendo necessária uma substituição, um novo profissional do plantel será colocado em campo. Para que o atendimento permaneça no ritmo, relatórios semanais internos estarão a disposição de toda a Agência para quem os processos sejam de conhecimento geral.

SISTEMAS OPERACIONAIS

[Handwritten signatures and initials in the bottom right corner]

Sistemas operacionais têm relação direta com processos. E, hoje em dia, há tanta gente falando em processos, que a maioria nos parece merecedoras de processo criminal.

Para fugir dessa cadeia, vamos tentar resumir nossa operação em três letras: SER.

O "S" é de situação.

Acreditamos ser muita arrogância chegar em um cliente e dizer que ele tem um problema. O que sempre existe é uma situação. Que pode ser melhor ou pior: aí sim, uma dificuldade. Na fase "S" temos:

a busca por informações, necessidades e ansiedades do cliente, histórico, público, verba, pólices, concorrências no mercado (direta e indiretamente) e dificuldades e assim por diante.

O "E" é de envolvimento.

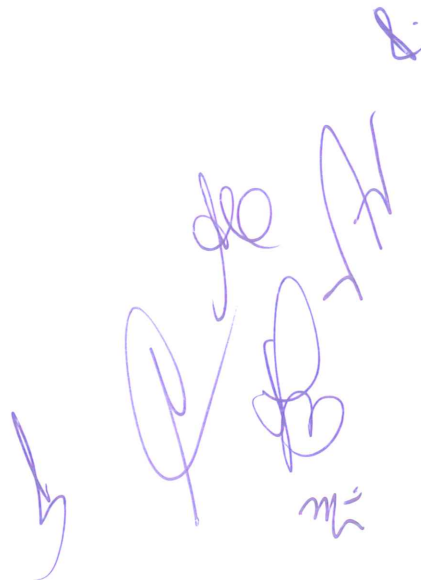
Aqui é hora de planejar e executar. Esse momento pode ser dividido em três partes.

- primeira: depois do processamento das informações coletadas, passa-se ao estudo da estratégia de comunicação e a definição do conceito a ser comunicado.
- segunda: revisa-se e ajusta-se os raciocínios avaliando novas sugestões ou informações complementares.
- terceira: após as conclusões, o processo criativo é finalizado e o material produzido, distribuído e veiculado. Aqui é importante pontuar a realização de reuniões de pré-produção para as peças gráficas, eletrônicas e de Web. De posse de, no mínimo, três orçamentos e com aprovação de um.

O "R" é de retorno.

Um correspondente ao "ROI". Não simplesmente o return on investment, mas também o return on image. No final, ou mesmo no andamento, da ação ou campanha, é realizada a análise dos resultados por meio de dados fornecidos pelo cliente, ferramentas de mensuração ou pesquisas independentes. Estas informações são fundamentais no gerenciamento estratégico, busca das metas e desenvolvimento das próximas iniciativas.

O SER, em termos de sistema operacional propriamente dito, segue o fluxograma que apresentamos anteriormente. E ele segue uma gestão que pode ser dividida em cinco partes:

Several handwritten signatures in blue ink are located in the bottom right corner of the page. There are approximately five distinct signatures, some of which are quite stylized and overlapping.

Gestão do conhecimento.

Um homem está entrando no chuveiro enquanto sua mulher acaba de sair e está se enxugando. A campainha da porta toca. Depois de alguns segundos de discussão para ver quem iria atender a porta, a mulher se enrola na toalha e desce as escadas. Quando abre a porta, vê o vizinho em pé na soleira. Antes que ela possa dizer qualquer coisa, ele fala:

- Eu lhe dou 1.000 reais se você deixar cair esta toalha.

Após alguns segundos de dúvida, a mulher deixa a toalha cair e fica nua.

O vizinho entrega o dinheiro prometido e vai embora.

Confusa, mas excitada com sua sorte, a mulher se enrola de novo na toalha e volta para o quarto. Quando entra no quarto, o marido grita do chuveiro:

- Quem era?

- Era o vizinho da casa ao lado.

- Ótimo! Ele lhe deu os 1.000 reais que tava me devendo?

Pela gestão do conhecimento, se você compartilha informações a tempo, pode prevenir exposições desnecessárias.

[Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'P' and 'me' at the bottom right.]

Gestão da chefia e liderança.

Dois funcionários e o gerente de uma empresa saem para almoçar e, na rua, encontram uma antiga lâmpada a óleo. Eles esfregam a lâmpada. De dentro dela, sai um gênio que diz:

- Eu só posso conceder três desejos, então, concederei um a cada um de vocês.
- Eu primeiro, eu primeiro - grita um dos funcionários.
- Quero estar nas Bahamas dirigindo um barco, sem ter nenhuma preocupação na vida!

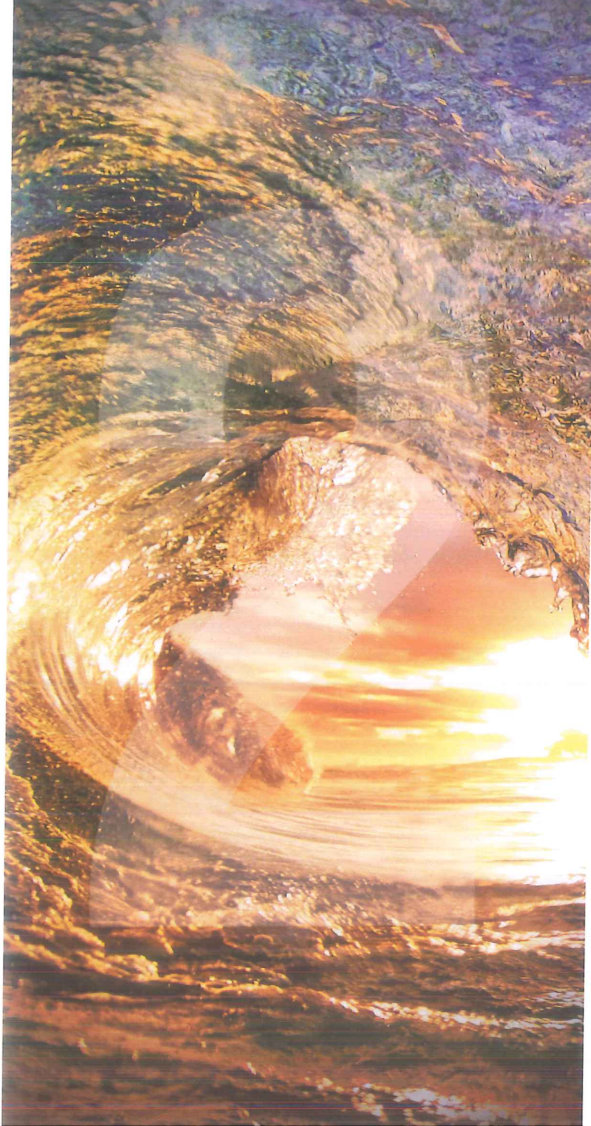
Dito e feito: ele se foi. O outro funcionário se apressa a fazer o seu pedido:

- Eu quero estar no Havaí, com o amor da minha vida e um provimento interminável de pinas coladas!

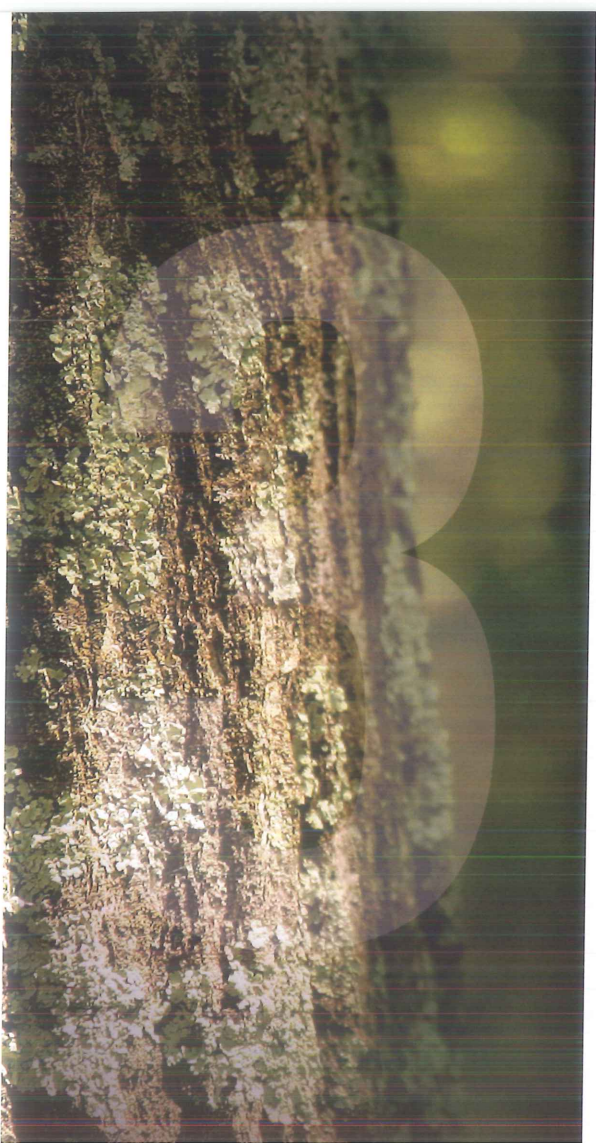
Num piscar de olhos, lá estava ele.

- Agora você. - diz o gênio para o gerente.
- Eu quero aqueles dois de volta ao escritório logo depois do almoço.

Pela gestão da chefia e liderança, deixe sempre quem tem mais experiência falar primeiro.



Handwritten signatures and initials in purple ink, including a large signature that appears to be 'H. E.' and another that looks like 'J. E.'.



Gestão da zona de conforto.

Um corvo está sentado numa árvore o dia inteiro sem fazer nada.

Um pequeno coelho vê o corvo e pergunta:

- Posso sentar com você e não fazer nada o dia inteiro?

O corvo responde:

- Claro, por que não?

O coelho senta no chão embaixo da árvore e relaxa.

De repente, uma raposa aparece e come o coelho.

Pela gestão da zona de conforto, para ficar sentado sem fazer nada, você deve se satisfazer só com restos.

Handwritten signature in purple ink.

Handwritten signature in purple ink.



Handwritten signature in purple ink.

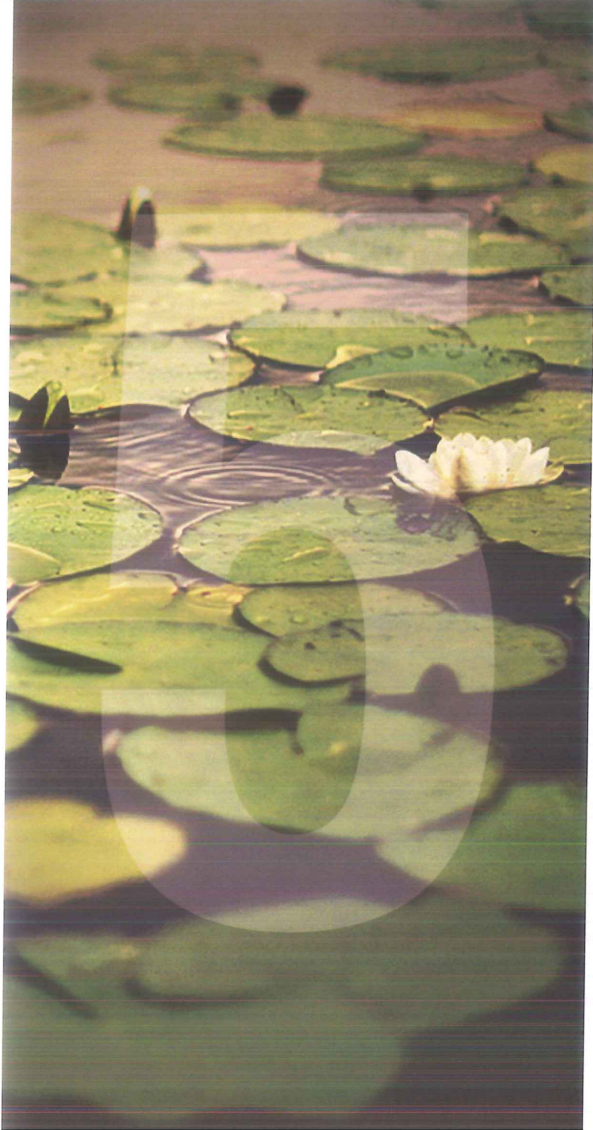
Gestão da motivação.

Na África, todas as manhãs, uma gazela acorda sabendo que ela deve conseguir correr mais do que o leão se quiser se manter viva.

Todas as manhãs, o leão acorda sabendo que deve correr mais do que a gazela se não quiser morrer de fome.

Pela gestão da motivação, não faz diferença se você é gazela ou leão, quando o sol nascer, você deve começar a correr, a trabalhar.

[Handwritten signature in blue ink]



Gestão da criatividade.

Um fazendeiro resolve colher algumas frutas em sua propriedade, pega um balde vazio e segue rumo às árvores frutíferas. No caminho, ao passar por uma lagoa, ouve vozes femininas que provavelmente invadiram suas terras.

Ao se aproximar lentamente, observa várias garotas nuas se banhando na lagoa.

Quando elas percebem a sua presença, nadam até a parte mais profunda da lagoa e gritam:

- Nós não vamos sair daqui enquanto você não deixar de nos espiar e for embora.

O fazendeiro responde:

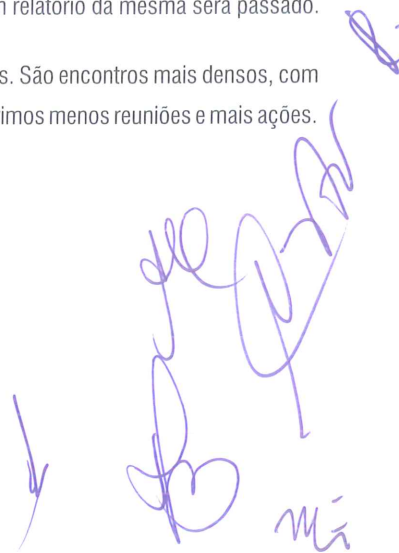
- Eu não vim aqui para espiar vocês. Só vim alimentar os jacarés.

Pela gestão da criatividade, é o entendimento da situação e o pensamento novo que fazem a diferença na hora de atingirmos nossos objetivos.

[Handwritten signature in blue ink]

**Quanto
a prazos,
em condições
normais
de trabalho,
temperatura
e pressão
temos:**

- toda e qualquer solicitação do cliente será respondida em até 24 horas. Neste período, será informado o prazo da execução ou mesmo uma solução apresentada. Em momento algum, o cliente ficará na pista sem saber porque o avião ainda não levantou voo.
- mesmo existindo um contato diário, reuniões operacionais devem acontecer com frequência quinzenal. No mínimo com 24 horas de antecedência, a pauta será enviada. E, 24 horas após à reunião, um relatório da mesma será passado.
- reuniões estratégicas e de estudo de resultados podem ocorrer entre um e três meses. São encontros mais densos, com duração maior. A lógica da pauta segue o modelo anterior e, em ambos os casos, sugerimos menos reuniões e mais ações.
- criação de peça avulsa, dois dias úteis.
- criação de campanha, seis dias úteis.
- criação de plano de mídia, seis dias úteis.
- solicitação de materiais gráficos, eletrônicos ou de web, um dia útil.

Handwritten signature and initials in blue ink, located at the bottom right of the page. The signature is a large, stylized cursive mark, and the initials 'mi' are written below it.

NOSSO ESTÁDIO

Me
go
4
me

Parece-nos estranho, falarmos em investimentos que serão colocados em estrutura ou serviços à disposição do cliente. Não vamos nos preparar para atender você. Já estamos preparados para tal. A estrutura já existe. E nela vale citar fontes de informações de comunicação e marketing, de pesquisas de audiência, de auditoria, de circulação e de controle de mídia que estarão à sua disposição. Entre elas, temos:

IBOPE: dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística que embasam as decisões sobre programações de mídia em função da audiência e de seu perfil.

Marplan: informações que permitem análises cruzadas, tanto em hábitos de consumo e uso de serviços, quanto em atitudes, hábitos de lazer, assuntos de interesse e mídia.

IVC: dados que dão autenticidade às circulações de publicações.

Anuário Brasileiro de Mídia: análises do mercado e informações dos principais meios de comunicação de mídia eletrônica, impressa, exterior e digital.

[Handwritten signatures and initials in purple ink]

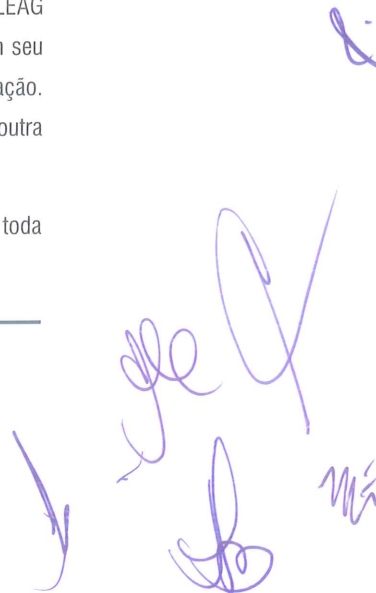
ACORDOS OPERACIONAIS

Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.

Em relação a acordos operacionais, a Propaganda Futebol Clube teve o privilégio de ser a primeira agência de comunicação de Porto Alegre a pertencer a LEAG – Local Expert Agency Group: uma rede global de agências locais escolhidas criteriosamente, cidade por cidade, mercado por mercado.

Formada por agências independentes e seus fornecedores recomendados, a LEAG reúne o melhor dos dois mundos: experts locais que conhecem como ninguém seu mercado específico e especialistas das mais diferentes disciplinas da comunicação. São serviços de alta qualidade aliados a uma precisão de resultados que nenhuma outra rede de agências presas às grandes capitais poderia alcançar.

Mesmo não fazendo mais parte oficial da rede, mantemos traços estreitos com toda a estrutura que ela oferece.

Several handwritten signatures and initials in blue ink are located on the right side of the page. There is a small mark at the top right, a large signature in the middle right, and several other marks and initials at the bottom right.

Entre os parceiros que podem ser contratados em condições especiais, vale destacar dois segmentos: pesquisa de mídia e software de gestão.

No primeiro, temos a Spot como fornecedora do LEAG Club.

A Spot, instituto certificado pelo CENP, é uma empresa com 50 anos de mercado, que oferece pesquisas de mídia com qualidade, eficiência e inovação. Os produtos da empresa auxiliam seus clientes a terem uma melhor visão de seu mercado, segmento e concorrência. Dessa forma, as verbas publicitárias podem ser melhor e mais precisamente aplicadas.

No segundo, temos a iPixel.

A iPixel é uma empresa de TI, com foco no desenvolvimento de soluções orientadas para a melhoria de resultados, oferecendo diferencial competitivo para o setor publicitário através do software de gestão iClips: um sistema online capaz de promover a integração operacional de todos os departamentos de uma agência, agregando organização e agilidade em suas operações.

Em relação a consultores, também estamos muito bem servidos. Citando:

- **Roger Basseto:** artista visual e diretor de arte. Trabalhou 23 anos em agências no Brasil e no exterior. É graduado pela ESPM - SP e tem extensão em Artes na FAAP e Design Gráfico na St. Martins School of Art - Londres e na School of Visual Arts em N. York.

- **Cláudia Galvão:** larga experiência em mídia e conexões com o mercado, atuou na F/Nazca, Lew'Lara, Fallon, entre outras, planejando mídia para diversificado universo de anunciantes, tais como: Nokia, Golden Cross, Motorola, Brahma, MaxHaus, entre outros.

- **Karol Sapiro:** experiência de 42 anos no mercado publicitário. Executivo de marketing na Bacardi e no Citibank. Executivo de agências como Sistema/BBDO, Ogilvy, Grupo Y&R, Wunderman, nas funções de diretor de atendimento, de planejamento e de operações.

Afora esses segmentos específicos e profissionais absolutamente qualificados, a rede conta com 47 agências que atuam em cidades do Brasil e do exterior. Entre elas: Amsterdam, Barcelona, Belo Horizonte, Buenos Aires, Campinas, Cannes, Curitiba, Johannesburg, Lisboa, Limeira, Londres, Madrid, Ribeirão Preto e São Paulo.


Amigos,

E aqui chegamos ao fim. Fim? Não, esperamos que ao começo. Agora, você já nos conhece na teoria e na prática. Falta nos conhecer pessoalmente, no dia a dia. Do prezado senhor ao querido amigo, estenderemos o tapete verde para recebê-los em nossa arena e entrar em campo ao lado de vocês.

Several handwritten signatures in blue ink are located on the right side of the page. There are three distinct signatures, with the largest one in the center and two smaller ones above and below it. The signatures are stylized and cursive.

Porto Alegre, 18 de setembro de 2019.

Propaganda Futebol Clube Agência de Publicidade e Propaganda LTDA
CNPJ: 07.185.490/0001-97



Marcos Eizerik - Presidente - Diretor de Criação
CPF: 644747390-00



