



## ANEXO I BRIEFING

**CLIENTE:** Prefeitura Municipal de Sorriso

**INTRODUÇÃO:** Este *Briefing* contém informações básicas destinadas a orientar as Agências de Publicidade Propaganda.

A partir de uma verba hipotética de no máximo **R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)** a campanha deverá considerar um período máximo de veiculação de 30 (trinta) dias, prevendo a utilização de novos veículos locais e regionais, que efetivamente atinjam o público-alvo desejado pela Prefeitura Municipal de Sorriso.

Para efeito de avaliação, como um dos itens deste edital, deverá ser apresentada uma campanha com o objetivo de “vender” Sorriso para os próximos 15 anos. Que sejam apresentadas as principais ações desenvolvidas pela Administração e que faça uma perspectiva para os próximos 15 anos. O objetivo principal desta proposta de campanha é ao mesmo tempo em que sejam mostrados a atual realidade e com o pujante desenvolvimento a prospecção de Sorriso para os próximos 15 anos de forma positiva.

### **Estratégia de Comunicação:**

A estratégia é analisar o que foi feito e prospectar o futuro. A campanha, portanto, deve mostrar a realidade do município, com foco nas ações já executadas, os impactos positivos que o município teve nos últimos quatro anos, o quanto estas ações causaram impacto positivo na vida das pessoas e nesse caminho como Sorriso se prospecta no futuro.

Resumindo: preciso que apareçam obras, ações, índices positivos, mas é indispensável que isso se materialize em pessoas, é preciso que nossa munícipe se reconheça na campanha, que eles possam ter essa visão, e que as pessoas de outros municípios tenham uma amostra real da cidade de Sorriso.

É importante deixar claro que Sorriso é um Município de 35 anos, com uma economia consolidada no agronegócio e em pleno desenvolvimento industrial. O comércio também é um ponto forte de nossa economia intensa.

Todo esse “desabrochar econômico” exige da Administração Municipal agilidade, foco e assertividade na oferta de infraestrutura básica necessária a crescente população. É importante deixar clara esta mensagem a população: que a Prefeitura está atenta a este momento de crescimento, mesmo neste período de pandemia, e, está pronta para acompanhar esse processo dando condições para isso.

### **Tema da Campanha:**



Campanha Sorriso Avança e prospecta um futuro certo

Objetivos de Comunicação:

\*Obedecer aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência;

\*Dar visibilidade e conhecimento das ações desenvolvidas pela prefeitura Municipal de Sorriso;

\*Mostrar um município forte, ativo, em pleno desenvolvimento industrial, mas sem deixar de lado o cuidado com cada sorricense, na saúde educação e geração de emprego e renda;

\*Deixar claro que, ao mesmo tempo em que a Prefeitura atende esta demanda crescente, ela também prepara o município para o futuro, investindo em estudos ligados ao trânsito, logística, transporte público e meio ambiente.

**Público-alvo:**

A intenção é mostrar que a Administração trabalha para todos os munícipes independentemente de raças e classes sociais, pois as ações se revertem em melhorias para cidadãos de todas as idades e classes sociais. Vale também buscar atingir formadores de opinião e investidores.

**Estratégia de Comunicação:**

É importante que essa campanha seja feita de forma a consolidar a imagem do município como um “adulto”, extremamente produtivo, e em pujante desenvolvimento industrial, que cuida bem de seus cidadãos e deve ter um futuro ainda mais brilhante, pois planeja suas ações em curto, médio e longo prazo.

**Peças:**

Os exemplos de peças podem ser apresentados sob forma de *storyboard* de VT, de banner, internet, de peça de rádio (spot), anúncio para jornal, outdoor, limitados a uma peça para cada meio-convencional ou não convencional, de veiculação tradicional e também para mídias sociais institucionais (Facebook e Instagram), conforme proposto pela licitante.

Para efeito de avaliação, será apresentada 01(uma) peça por meio de comunicação. Serão julgados única e exclusivamente, mídia eletrônica e imprensa, mídia exterior, internet, mídias sociais e peças promocionais.

Deve ainda se considerar, para efeito de simulação e abrangência, todos os veículos de comunicação de Sorriso, pensando estrategicamente e levando em consideração a economicidade.

**Informações adicionais:**



Mais informações para formular as propostas e demonstrar seu conhecimento, pesquisar no site da prefeitura- [www.sorriso.mt.gov.br](http://www.sorriso.mt.gov.br) e em levantamento *in loco*.

conhecimento, pesquisar no site da prefeitura- [www.sorriso.mt.gov.br](http://www.sorriso.mt.gov.br) e em levantamento *in loco*.