

REVISTA ACEA

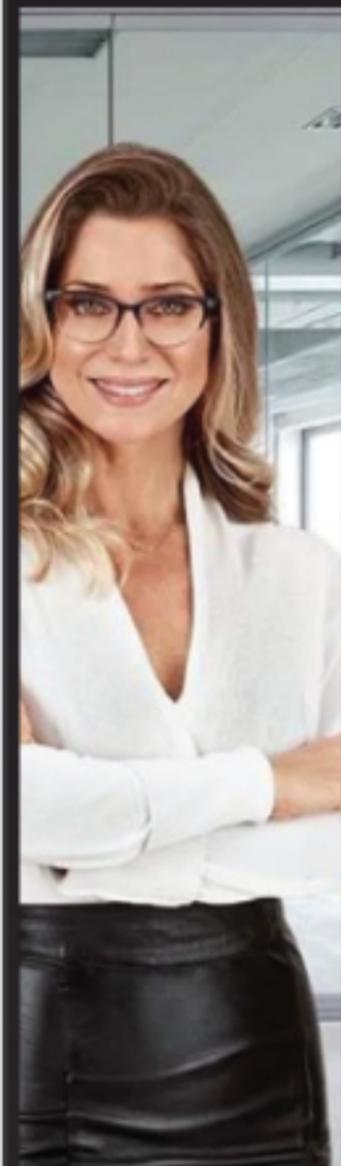
A Revista da Associação Comercial de Amparo
Julho 2021. Ano 18. Edição 211

CERTIFICADO DIGITAL

é na Associação Comercial de Amparo

atendimento normal na Pandemia





ÓTICAS clara

Laboratório Próprio
Seus óculos prontos em 30 minutos!



**GANHE
OUTRO
VARILUX®**

NA COMPRA DE UM VARILUX®
COM CRIZAL E/OU TRANSITIONS®

WhatsApp (19) 3807-9973

Facebook Óticas Clara Instagram @otिकासclaraof

Rua Treze de Maio, 303
Centro - Amparo/SP



ANUNCIE AQUI



por Adriana Oliveira

MINUTO CAPACITAÇÃO

Como aumentar seu faturamento em tempos de crise econômica?

Aumentar o faturamento é sempre um fator importante para obter mais sucesso, ainda mais em períodos de crise econômica: descubra como superar um cenário de incertezas.

Em um momento de insegurança na economia e na política do país, como no período da pandemia de Covid-19, tendem a aumentar as possibilidades de ações despencarem na bolsa de valores e algumas empresas fecharem por tempo indeterminado, por causa da queda de consumo e faturamento.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mesmo antes da pandemia, 762.940 empresas fecharam as portas em 2018, no Brasil, que perde quase 1 milhão de empresas por ano, segundo dados da pesquisa.

Por mais desafiador que seja alavancar as vendas em um período de mudanças no comportamento do consumidor e nas tendências do mercado, é possível conquistar suas metas, se adaptar às transformações e manter o funcionamento do seu negócio com algumas estratégias.

Como é possível vender mais em momentos de crise?

Uma das maiores dificuldades encontradas, em períodos de queda de vendas e faturamento, é a falta de clientes: afinal, como vender mais em um período de baixa taxa de compras no mercado?

Isso se agravou ainda mais em meio às medidas de distanciamento social da pandemia, em que é preciso evitar ir aos estabelecimentos físicos. Dessa forma, muitas empresas de vários portes e segmentos ao redor do mundo precisaram pensar em novas formas de manter as portas abertas para captar e reter clientes.

Práticas a serem adotadas para o aumento do faturamento em períodos financeiros mais difíceis

Analise as dores e necessidades do seu negócio

Além de se informar sobre as mudanças efetuadas na economia, no mercado e no segmento em que atua, é fundamental fazer uma análise aprofundada sobre as atuais necessidades da sua empresa: quais estratégias devem mudar para solucionar as dores e melhorar os seus resultados?

Depois de avaliar quais problemas precisam ser resolvidos, a fim de suprir o que a sua organização precisa, é possível elaborar planejamentos mais assertivos, estabelecendo quais serão os próximos passos a serem seguidos com a sua equipe.

Reduza as despesas

Para manter um empreendimento, é necessário arcar com diversas despesas, mas vale identificar aquelas que podem ser eliminadas, a fim de diminuir os custos e as contas a serem pagas.

Outra opção é negociar suas dívidas, abrir mão de alguns serviços e buscar condições facilitadas com os fornecedores para economizar e reduzir os gastos mensais, estude o comportamento do consumidor e as preferências do seu público.

Quando ocorrem alterações nos processos econômicos, mercadológicos e empresariais, o comportamento do consumidor também tende a mudar de forma mais intensa, o que possibilita inovações na forma de vender e comprar mercadorias e serviços. Conhecer quem são os seus clientes e entender os perfis de cada um na jornada de compra, estudando quais são as suas preferências, principais características e necessidades, é uma etapa de extrema importância para ter mais sucesso com as estratégias e os planos de ação definidos.



por Adriana Oliveira

MINUTO CAPACITAÇÃO



por Adriana Oliveira

MINUTO CAPACITAÇÃO

Agregue valor aos seus serviços e produtos

Já investigou o seu histórico de vendas para descobrir quais são as preferências dos clientes? Saber quais são os produtos ou serviços que possuem mais saída, e quais são os que estão sendo esquecidos pelo público, pode gerar insights valiosos para os próximos planejamentos. Caso as vendas estejam em baixa, você pode pensar em como melhorar os benefícios e diferenciais que a sua empresa oferece aos consumidores, avaliando as estratégias dos concorrentes e os perfis dos clientes do seu negócio.

Utilize estratégias de marketing e melhore a comunicação da sua empresa

Ter presença online já é uma estratégia básica para as empresas que desejam se destacar mais no mercado, então é preciso pensar em formas de aprimorar a sua comunicação com o auxílio das ações de marketing digital.

Por meio das mídias sociais, de um site com blog e de fluxos de e-mail marketing, por exemplo, é possível investir em marketing de conteúdo para oferecer informações e dicas relevantes aos clientes, se aproximando deles e construindo autoridade no segmento em que atua.

Prepare o seu negócio para qualquer imprevisto

Trabalhar com o universo do empreendedorismo é conhecer a necessidade de se preparar para lidar com qualquer imprevisto, crise ou problemas financeiros.

Além de seguir as dicas citadas anteriormente, e de investir em ferramentas e processos inovadores, capacitando a sua equipe para adquirir mais conhecimentos, é recomendável contar com o apoio de profissionais especializados em saúde financeira para organizações.

Apresente ferramentas de comunicação eficiente

As redes sociais, a tecnologia ainda pode otimizar de modo significativo a produtividade de uma empresa e seu controle financeiro. Por meio de softwares especializados, o gestor é capaz de ter acesso a informações referentes aos mais diversos setores de seu negócio, em tempo real. O que lhe permite tomar decisões de forma mais eficiente. Elevando assim a produtividade por meio de um controle mais efetivo, é possível aumentar também o faturamento da empresa.

Monte um time confiável

Um dos ativos mais importantes que um negócio pode ter é contar com bons funcionários. Quem corre para cortar folha de pagamento nos momentos de baixa do mercado está fadado ao fracasso. É claro que alguns ajustes são necessários e devem ser feitos, mas o ideal é focar somente nos colaboradores que não são produtivos e essenciais para o negócio.

O processo em fases difíceis deve ser exatamente o oposto da demissão sem critérios. Invista nos talentos, especialmente nos que são motivados e têm potencial para inovação. Sua equipe deve funcionar como um time, focado na estratégia traçada para obter as metas do negócio.

Não deixe de investir em inovação

Qualquer negócio de sucesso tem um perfil de criar novas formas operacionais que gerem diferenciais competitivos. Em um período de economia em baixa, essas pequenas ideias podem ser definitivas para trazer novas perspectivas de crescimento. Porém, isso só será possível se houver uma cultura de inovação no negócio. Para ter bons resultados, incentive seus funcionários a assumirem erros, dê as informações que eles precisam para tomar decisões e os oriente a criar novos cenários que ajudem não só a salvar a empresa, mas que adaptem o modelo de negócio que ela segue de acordo com as tendências para o futuro.

Fonte: Formmacontabil



por Adriana Oliveira

MINUTO CAPACITAÇÃO

**AS MELHORES
LENTES DO
MERCADO?
NÓS TEMOS.**

CHILLVISION

Crizal

Lentes KODAK

Transitions

VARILUX



CHILLI BEANS

AQUI TEM UMA

CHILLI BEANS

As Armações de óculos

Regra geral: pessoas com um rosto redondo devem optar por armações de óculos angulares, enquanto pessoas com um rosto angular ficarão melhor com armações redondas. Pessoas com um rosto oval têm sorte, pois podem escolher ambos os formatos de armação. Pessoas com um rosto triangular ou em forma de coração serão, certamente, aconselhadas a optar por uma armação fina e de formato oval.

Dica: quando for escolher suas armações, vá com alguém que o conheça bem. Uma segunda ou terceira opinião podem ajudar muito. Existem três opções para as pessoas que não conseguem ver sem óculos: podem pedir ao oftalmologista óculos de meio olho ou óculos cosméticos, colocar lentes de contato descartáveis ou tirar uma foto digital com as possíveis novas armações, a qual podem depois ver no monitor do computador para auxiliar a decisão.

Outro aspecto que você deve levar em consideração quando escolher armações de óculos é o material usado. Já se sabe que o peso dos óculos desempenha um papel preponderante na sua decisão. Uma nova armação deve ser confortável desde o momento em que a experimenta. Se tiver alergias, também é muito importante que pergunte sobre a constituição dos componentes das armações dos óculos.

Fonte: Zeiss



ACEA reuniu-se com vereadores na Câmara Municipal

Amparo entrou em lockdown e a ACEA, cumprindo seu papel como entidade, pleiteou diversas vezes o básico para a prefeitura, sendo: delivery, trabalho interno de algumas atividades, etc, tendo em vista, claro, a preocupação com a saúde, porém, preocupada também com a manutenção dos empregos e empresas amparenses.

Como não obtivemos sucesso com a prefeitura, fomos recebidos, juntamente ao nosso advogado, Dr. Adib Saad, no dia 07 de junho, na Câmara Municipal dos Vereadores.

Através da ACEA foi pedido um delivery para todos os segmentos, com argumentação de que os correios, mercado livres, grandes magazines, etc, estavam entregando em Amparo. Também foi pedido 50% de trabalho interno a escritórios e possibilidade de venda de bebidas alcoólicas, haja vista que as pessoas estavam saindo de Amparo para outras cidades para efetuar suas compras, prejudicando, ainda mais, nosso comércio. Foi pedido também que o prefeito siga o Plano São Paulo, não um plano próprio.

O ofício foi entregue à prefeitura e, através deste pedido, tornou-se possível que alguns segmentos pudessem realizar delivery de produtos, ajudando um pouco mais a economia local, porém, os demais pedidos não foram aceitos pelo prefeito da cidade.

Agradecemos a todos os vereadores que nos receberam, nos escutaram e cumpriram o seu papel como nossos representantes. Acreditamos que o diálogo muda tudo e é através dele que poderemos mudar o cenário de nossa cidade.

Agradecemos também a todos os empresários que estão engajados a transformar este momento difícil em um momento de superação e aprendizados.



Divórcio on-line com Certificado Digital: saiba como solicitar

Se o seu casamento chegou ao fim e você precisa formalizar o encerramento, saiba que é possível fazê-lo à distância, pela internet. Essa possibilidade está em vigor desde o dia 26 de maio de 2020, quando o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) editou o Provimento nº 100/2020 que trata dos atos notariais e estabeleceu o Sistema de Atos Notariais Eletrônicos (e-Notariado) em âmbito nacional. Neste artigo você confere mais informações sobre como se divorciar on-line utilizando Certificado Digital.

O que é o divórcio on-line ou divórcio digital?

Primeiramente, vamos entender “O que é divórcio”. Trata-se do ato de romper todas as responsabilidades do casamento, permitindo assim que os envolvidos se casem novamente.

Assim, o divórcio on-line é a realização deste rompimento no meio digital. O ato também é realizado por um tabelionato, mas sem a necessidade da presença física. No entanto, é preciso seguir alguns requisitos para que isso seja possível.

Como se divorciar on-line?

As regras são as mesmas para a situação do divórcio extrajudicial – realizado diretamente no cartório, sem mediação de um juiz para resolver pendências entre as partes.

O casal precisa estar numa situação amigável, sem conflitos e de acordo com todas as questões que envolvem o divórcio, como a separação dos bens, a pensão, entre outros critérios.

Não pode ter filhos menores ou incapazes, bem como a mulher não pode estar grávida – mas há exceções que podem variar de acordo com as regras de cada estado.

As partes precisam assinar digitalmente a documentação por meio de um Certificado Digital ICP-Brasil e-CPF ou Certificado Digital

e-notariado.

Participação de um advogado.

Documentos para realizar o divórcio digital

O divórcio on-line, ou digital, ocorre por meio de uma videoconferência, na qual o Tabelião é quem conduz os procedimentos. Além de seguir as regras mencionadas anteriormente, é preciso apresentar os seguintes documentos:

- RG e CPF;
- Certidão de casamento;
- Comprovante de residência;
- Pacto antenupcial (caso exista);
- Documentos de bens a serem partilhados, se existirem;
- Plano de Partilha.

Todos os cartórios realizam o divórcio on-line ou digital?

Não. Para consultar os Cartórios que já realizam os atos notariais eletrônicos, como o divórcio digital.

Em quanto tempo o divórcio digital é concluído?

O procedimento é concluído em até 48 horas. Já no modelo tradicional, o tempo para a finalização pode levar até seis meses. Além disso, o divórcio on-line permite que o encerramento das responsabilidades do casamento seja feito com pessoas residentes de municípios, estados e até mesmo países diferentes, proporcionando mais comodidade aos envolvidos.

Certificado Digital ICP-Brasil e e-notariado

Qual a diferença entre eles?

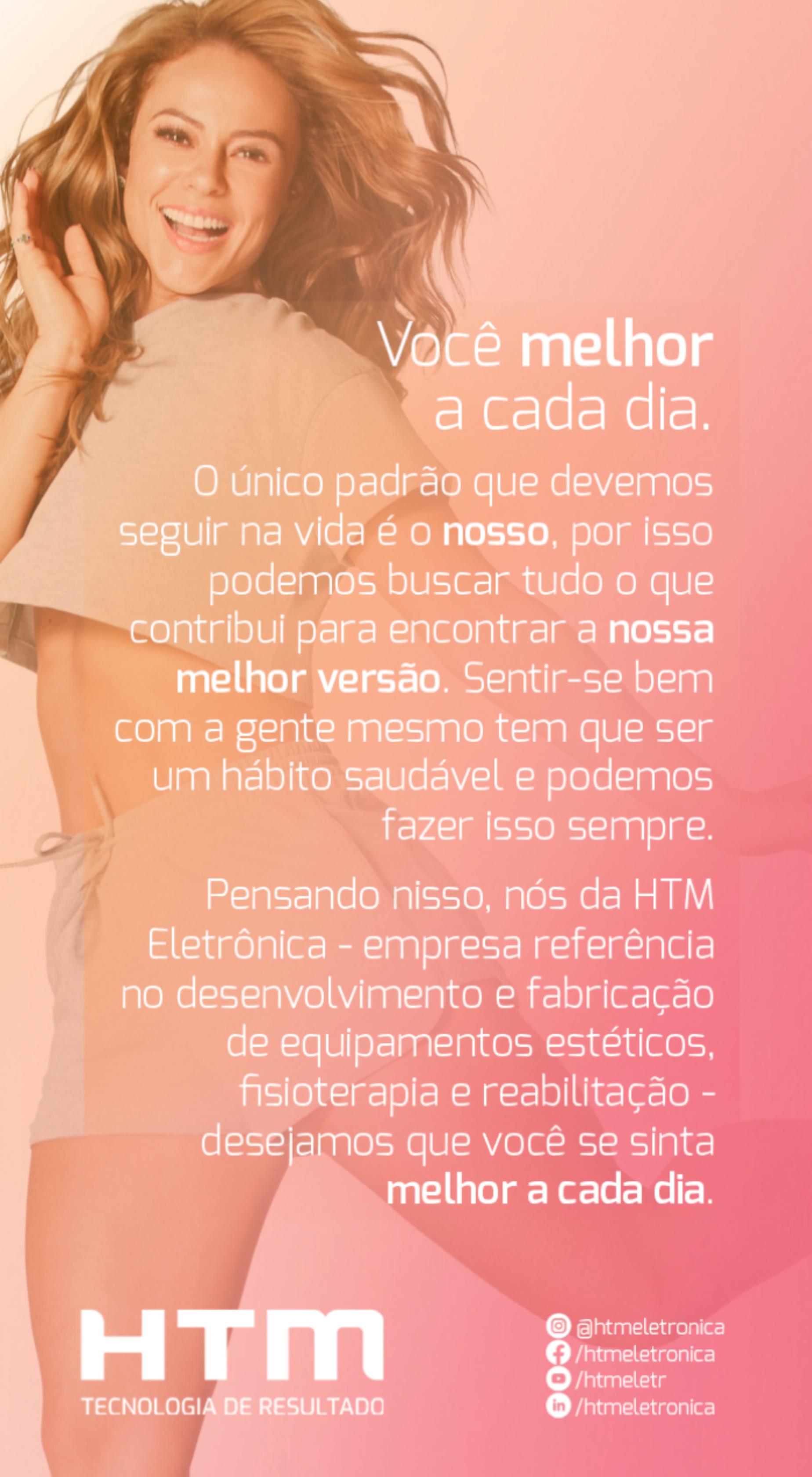
A diferença está na funcionalidade de cada um deles. Com o e-CPF, além de poder assinar digitalmente o ato do divórcio digital, você pode formalizar contratos, procurações ou qualquer outro documento à distância, com poucos cliques e sem caneta e papel. O e-CPF também pode ser usado para acessar suas informações no site da Receita e serviços do Governo Digital.

Já o Certificado e-notariado pode ser usado apenas nos serviços ofertados pelo Cartórios que praticam atos notariais eletrônicos.

Você pode solicitar o Certificado Digital e-CPF ICP-Brasil com a ACEA. Existem alguns modelos de e-CPF: A1 e A3.

Onde e como obter o Certificado e-Notariado?

O e-Notariado é emitido por uma Autoridade Notarial.



Você **melhor**
a cada dia.

O único padrão que devemos seguir na vida é o **nosso**, por isso podemos buscar tudo o que contribui para encontrar a **noossa melhor versão**. Sentir-se bem com a gente mesmo tem que ser um hábito saudável e podemos fazer isso sempre.

Pensando nisso, nós da HTM Eletrônica - empresa referência no desenvolvimento e fabricação de equipamentos estéticos, fisioterapia e reabilitação - desejamos que você se sinta **melhor a cada dia**.

HTM
TECNOLOGIA DE RESULTADO

📷 @htmeletronica
📘 /htmeletronica
📺 /htmeletr
🌐 /htmeletronica

CERTIFICADO DIGITAL

é na Associação Comercial de Amparo

atendimento normal na Pandemia

Descontos Especiais para Associados

Adquira e agende seu horário: www.aceamparo.com.br





inaccreditável



Empréstimo rápido para empresas,
sem burocracia de banco.
Se é **ACCREDITO**, pode acreditar.

Cansado da burocracia e dos juros altos dos bancos? A ACCREDITO nasceu para auxiliar o desenvolvimento de microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas associadas ao sistema FACESP, assim como a sua. Empréstimos sob medida, com taxas a partir de 1,62% ao mês, com até 6 meses de carência e muito mais.

Conheça as Vantagens

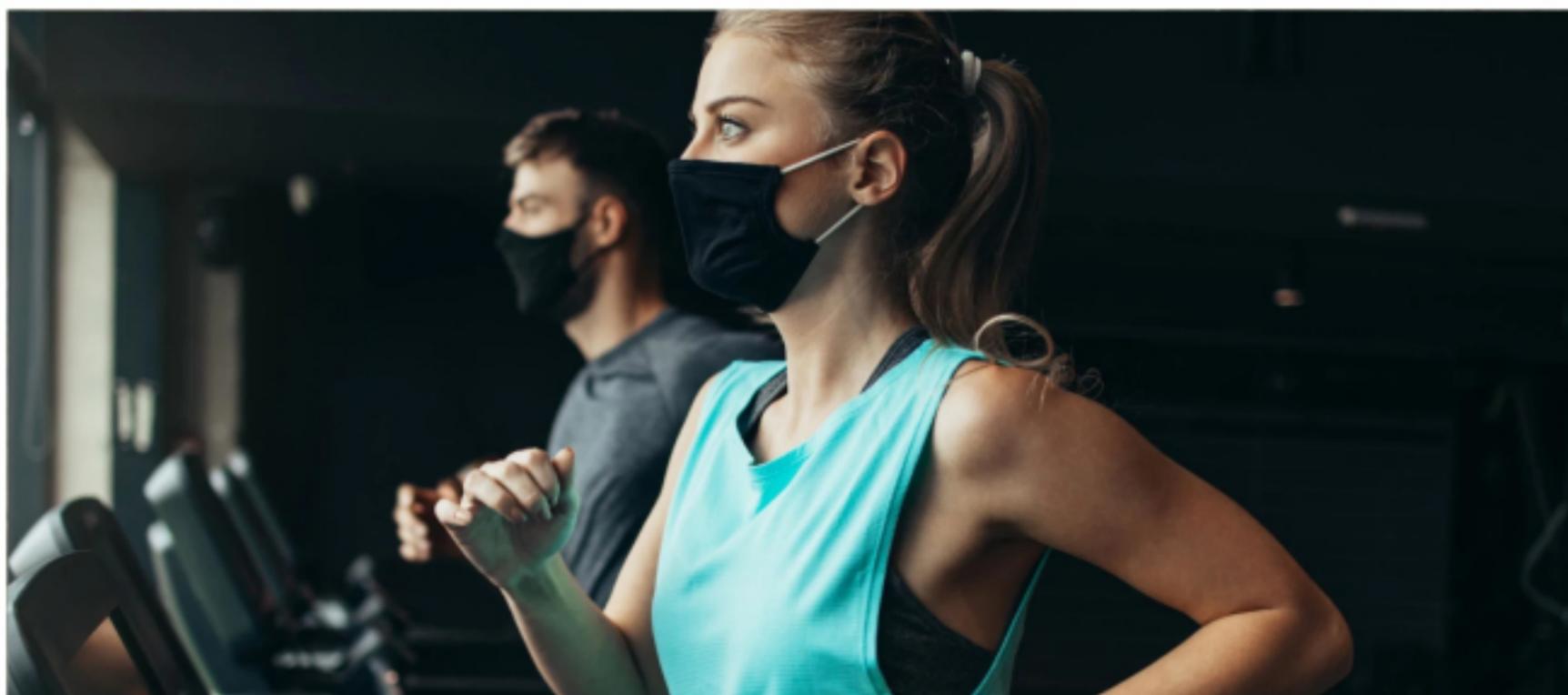
Fale com Adriana Oliveira (19) 3807-3533

**ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL**

Amparo



A ACCREDITO tem o propósito de oferecer condições exclusivas para associados das Associações Comerciais do Estado de São Paulo. Todas as condições apresentadas e a aprovação das operações estão sujeitas à análise de crédito.



Horário de tolerância para Academias

Após o lockdown, a Prefeitura Municipal de Amparo lançou o plano do Retorno Seguro, desde que as empresas, essenciais e não essenciais seguissem vários pré-requisitos, poderiam reabrir. Um deles era o de testagem em massa, também custeada pelo poder público municipal. Os estabelecimentos, considerados essenciais que já realizam o atendimento presencial ao público, terão o prazo prorrogado até o término da testagem oferecida pela Prefeitura, para comprovar a Testagem de 100% do efetivo (funcionários e/ou prestadores através dos testes de antígeno ou RT-PCR.

ACEA conseguiu tolerância para Academias

Desde que tenham o selo "Retorno Seguro", as academias de ginástica e musculação autorizadas a funcionar em consonância ao estabelecido no Plano São Paulo, obtiveram, com o apoio e pedido da Associação Comercial de Amparo, tolerância de horário para a finalização e conclusão dos atendimentos nos seus estabelecimentos, sendo ela de 90 minutos após o limite estabelecido no Plano SP, que é das 06 às 21h.

Liberação de voz e violão

Infelizmente, até a publicação desta Revista, a Prefeitura não havia aceito a sugestão da Associação Comercial de Amparo sobre a possibilidade de restaurantes e afins funcionarem com a permissão de música ao vivo no estilo voz e violão.

Entendemos a grande importância desta liberação baseados em que nossa região está podendo realizar este tipo de atração liberado (inclusive no formato de bandas), o que faz com que as pessoas saiam de Amparo sendo "chamadas" pelo tipo de opção restrita ao município.

Novamente, pedimos ao Sr. Prefeito Carlos Alberto Martins e sua equipe para que olhem com carinho para esta possibilidade.

Por Karine Gallo

Ou você se atualiza ou a concorrência te engole

A **CONSULTA ACERTA** não existe mais.

Conheça a sua evolução **ACERTA ESSENCIAL**. ✓

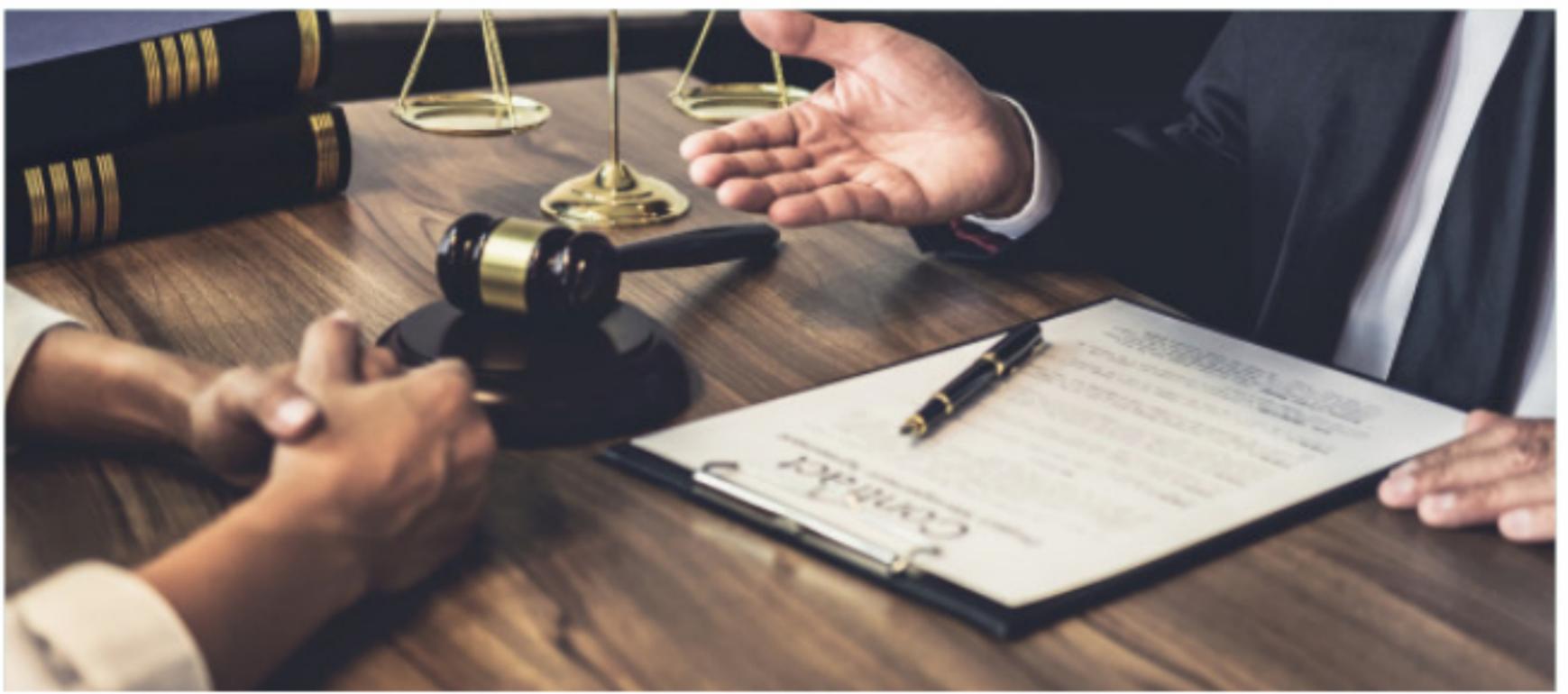


ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL

Amparo

CONSULTAS POSITIVAS PESSOA FÍSICA

DESCRIPTIVO	Acerta Essencial Positivo	Acerta Mais Positivo	Acerta Completo Positivo
Score Positivo Pontuação com base em análise no Cadastro Positivo	✓	✓	✓
Informações cadastrais Identificação, título de eleitor, situação do documento, CEP, localização, telefones cadastrados e registro de óbito	✓	✓	✓
Informações restritivas Registro de débito e protesto nacional	✓	✓	✓
Renda presumida Baseado em análise do Cadastro Positivo	✓	✓	✓
Alerta de documentos	✓	✓	✓
Histórico de consultas	✓	✓	✓
Cheques Cheque sem fundo, alerta de cheque furtado, sustado ou extraviado, histórico de consultas à cheque e agência bancária	✓	✓	✓
Indicador de decisão Sugestão de aprovação ou não de crédito		✓	✓
Ações cíveis		✓	✓
Outras grafias, endereços e telefones		✓	✓
Telefones vinculados		✓	✓
Participações em empresas			✓
Falências empresariais			✓
Limite de parcela sugerida Pontuação com base em análise nos dados restritivos			✓
Consultas anteriores por segmento			✓
Alerta de fraude (inconsistência PJ)			✓



ACEA agora conta com Consultoria Jurídica Extra Judicial

O contexto econômico brasileiro pede cautela e planejamento estratégico por parte das empresas de todos os ramos. Para superar a crise atual, é muito importante encontrar meios para prevenir gastos excessivos e evitar eventuais surpresas futuras, principalmente na ordem judicial. Segundo a revista Exame, a falta de conhecimento por parte dos empresários (seja por questões técnicas, tecnológicas ou jurídicas) é o principal motivo pelo qual mais de 50% das microempresas brasileiras fecham suas portas antes mesmo de completarem 2 anos de funcionamento.

A ausência de uma consultoria jurídica especializada e o desconhecimento do direito empresarial podem causar prejuízos mesmo aos gestores mais capacitados.

Empreendedores que buscam crescimento saudável e sustentável de suas empresas, já têm percebido a necessidade de ter ao seu lado um advogado para assessorar no crescimento de seu negócio.

Pensando nisso e em cumprir nosso estatuto, a ACEA informa aos seus associados que possui contrato de consultoria jurídica extrajudicial com o escritório de advocacia do Dr. Adib Kassouf Sad para atendimento de suas demandas.

O contrato firmado com o escritório prevê, ainda, a pedido de nossa diretoria, o atendimento de até 4 consultas por mês para nossos associados, que serão encaminhados pela nossa entidade, sem qualquer custo na primeira consulta para os mesmos.

Para utilização do benefício fornecido por nós e para agendamento das consultas contratadas pela ACEA, entre em contato conosco pelo telefone 19-3807.3533.



Propaganda ou Publicidade? Qual o melhor para o seu negócio?

Quando pensamos na divulgação de um produto, é natural que as pessoas fiquem no conflito entre propaganda e publicidade. Por mais básico que possa parecer, entender as diferenças ajuda a definir o tipo de serviço que será necessário.

Ambas são subprodutos do marketing, que é o conjunto de estratégias para explorar, criar e entregar a oferta desejada ao cliente. Mas, resumidamente, podemos defini-las da seguinte forma:

Publicidade é focada na informação dos benefícios.

Propaganda busca promover e valorizar uma oferta.

Antes de mais nada, veja as classificações mais amplas desses conceitos e como eles se relacionam.

O que é realmente a propaganda?

A propaganda é mais ideológica que a publicidade. Ou seja, propaga ideias menos comerciais.

A exemplo disso, temos a disseminação de conteúdo político, religioso ou socioambiental.

É uma busca de adesão do público a uma ideologia ou atitude, como nas campanhas de conscientização sobre saúde ou nas campanhas eleitorais. Na prática, esse conceito ajuda a impulsionar temas informativos enquanto contribui para o reconhecimento da marca e para a **construção do valor de autoridade**.

E como podemos entender a publicidade?

A publicidade tem a missão de tornar algo público. A partir da revolução industrial, ela foi moldada pela consolidação do capitalismo, adotando um sentido mais comercial.

Portanto, essa é uma ferramenta de comunicação para gerar negócios e convencer o público a consumir um produto, serviço ou marca.



O poder de convencimento geralmente está na apresentação atrativa de benefícios, vantagens, facilidades, investimento em soluções diversas. Assim como, há também os recursos persuasivos como os gatilhos mentais, que servem para impulsionar a venda, ao acionar tendências comportamentais comuns a todos.

A publicidade cria e orienta a identidade da marca. Seu maior objetivo é manter o relacionamento com o público, para que as pessoas referenciem bem a empresa.

Quais os aspectos comuns entre Propaganda x Publicidade?

Em ambos os casos, os veículos utilizados e as peças criadas são as mesmas. Ou seja, ambas utilizam a internet, a TV, o rádio, as revistas e jornais, os outdoors, mídia mail, entre outras.

São posts, stories, cartazes, panfletos, jingles e tudo o que pode ser criado para vender uma ideia ou produto/serviço.

A princípio, o anunciante paga pela criação e pela veiculação do material pensado para despertar o desejo do público.

Uma marca pode fazer publicidade para vender seus produtos, mas também fazer propagandas para vender uma mensagem positiva.

Nesses casos, são abordados temas de cunho social, ambiental ou sanitário. Esse tipo de propaganda também é uma forma de marketing para construção de valores.

Nesse sentido, a publicidade e a propaganda não são sempre espontâneas. É preciso impulsioná-las com estratégias e ações planejadas com técnicas de marketing.

Conheça agora o inseparável trio Propaganda x Publicidade x Marketing

O marketing nada mais é do que um conjunto de estudos e processos para criar mecanismos estratégicos ao comunicar ofertas ou ideias para o público.



Certamente, nós como consumidores, não teríamos descoberto diversas marcas que utilizamos hoje em dia. Afinal, dificilmente se quer saberíamos da existência deles.

Por mais hipotética que seja essa situação, a intenção aqui é criar uma reflexão sobre a importância da propaganda na venda de um produto. Isso porque de nada adianta idealizar, planejar e criar algo fantástico se isso não for devidamente divulgado para as pessoas interessadas.

Concorda?

Então, para levar um produto ao público consumidor, você precisa saber como fazer uma propaganda criativa e, ao mesmo tempo, relevante. E é justamente para ajudá-los a criar uma boa publicidade que escrevemos este texto.

Vamos mostrar para que serve a propaganda, quais seus principais tipos e as dicas infalíveis para criar a sua.

Os 3 tipos de propaganda

1. Propaganda informativa

É muito usada para empresas que desejam divulgar novos produtos, atualizações ou modificações feitas no negócio.

Como o próprio nome diz, tem como objetivo informar o consumidor.

2. Propaganda persuasiva

Em geral, a propaganda persuasiva é vendedora e trabalha com os atributos de uma empresa ou de uma marca.

Isto é, vende os benefícios que o cliente vai ter caso decida adquirir o produto ou o serviço anunciado. É criada para persuadir o cliente e incentivá-lo a uma ação.

3. Propaganda de presença

É utilizada tanto para fazer um cliente voltar a comprar mais produtos ou contratar mais serviços de uma empresa quanto para fidelizá-lo. Ou



seja, pode estar inserida dentro de uma estratégia com o objetivo de elevar o ticket médio.

Propaganda criativa em 10 passos

1. Definir os objetivos

Imagina o que seria de uma propaganda se por trás dela não existisse um objetivo sobre o que se pretende ser alcançado com a ação?

Provavelmente, não surtiria o efeito desejado no consumidor.

Isso porque toda propaganda precisa ter um objetivo definido, uma razão de existir. E é a partir dessa definição que é escolhido o tipo de publicidade mais adequado.

Para estabelecer os objetivos que pretende alcançar ao fazer uma propaganda, pense no que pode ser alcançado e em quanto tempo deseja conquistar esse resultado.

2. Entender sua persona

Você sabe quem é o consumidor que precisa ser impactado pela propaganda que pretende criar?

Quanto mais informações você tiver sobre ele, mais assertiva e eficiente será sua peça criativa.

Ou seja, maiores serão as chances de chamar a atenção dele e ter os resultados desejados.

Portanto, faça um estudo de personas para obter o máximo de detalhes que puder sobre o seu público-alvo.

3. Entender os canais relevantes para seu público

Procure saber quais são os canais de comunicação que o seu cliente mais presta atenção e qual é o jeito mais fácil de chegar até ele. É na TV, no rádio ou nas redes sociais?

Vale lembrar que, nos dois primeiros casos, o custo é bastante alto, e talvez não valha o investimento. No mínimo, exige um plano



É a análise do comportamento das marcas, do consumidor e dos concorrentes para aproveitar cada movimento e circunstância favorável. Isso quer dizer que o marketing consegue adaptar os negócios ao contexto financeiro, cultural, social e psicológico das pessoas. Em outras palavras, o marketing entende as necessidades do consumidor para colocar as marcas, produtos e serviços em suas vidas. Um conceito indispensável para vender com sucesso

A propaganda e a publicidade com marketing equilibram razão e emoção em uma visão global do negócio, onde o propósito vira uma verdade.

Isso permite uma ampla percepção da agência de propaganda, de modo que as ações e estratégias foquem nas necessidades e desejos do cliente.

Por exemplo, são analisados aspectos como produto, preço, praça e promoção. Os 4Ps do marketing para agregar valor às marcas dentro dos melhores canais e possibilidades.

Esses estudos permitem a elaboração de personas, métricas e ações em um planejamento de marketing offline ou digital.

Então, sem dúvidas, com propaganda, publicidade e marketing combinados, as decisões de uma organização devem resultar em retornos sempre mais positivos.

Como fazer uma propaganda criativa em apenas 10 passos.

O desafio de aprender como fazer uma propaganda é seu, meu e de todos aqueles que vivem o universo do marketing e da publicidade correto?

Porque essa é uma forma comum a diferentes estratégias com o objetivo de divulgação de uma marca ou reforço da sua autoridade.

Já imaginou como o mercado seria sem graça se não existissem profissionais que soubessem como fazer uma propaganda criativa e empolgante?



orçamentário mais rígido. Portanto, pense duas ou até três vezes antes de escolher o canal mais eficiente para veicular a propaganda para o seu público.

4. Definir o tipo de linguagem da sua propaganda

Quando você descobre quem é o seu cliente e se aprofunda no comportamento do consumidor, passa a entender o que melhor funciona para ele.

Com isso, pode definir qual tipo de linguagem sua propaganda deve ter para entrar em sintonia com o repertório cultural dele – e o exato grau da jornada, desde o tom de voz e até mesmo os demais elementos envolvidos.

5. Avaliação do produto e do mercado

O que é identificado como padrão ao observar as propagandas anteriores da marca sobre o produto a ser anunciado?

Procure se ater a essas características, tanto textuais quanto visuais, para reforçar sua comunicação e não criar uma mensagem que destoe delas.

Analise também o mercado para que seja possível detectar as melhores oportunidades para divulgar o que deseja.

6. Análise da concorrência

Não deixe de olhar para o que os concorrentes estão veiculando e, assim, identificar o que é melhor recebido pelo seu nicho.

Dessa forma, será possível, inclusive, encontrar brechas para se diferenciar e se destacar ainda mais.

7. Análise de recursos e limitações

Aqui entra um ponto delicado do processo criativo, mas que existe em toda empresa: a disponibilidade de recursos.

Antes de concluir se é necessário criar uma propaganda mais simples ou



uma mais elaborada, verifique os recursos disponíveis.

De nada adianta bolar um projeto de custo altíssimo se o orçamento está apertado.

Assim, é viável evitar problemas e buscar formas mais baratas de produzir os materiais para as suas campanhas de acordo com o seu bolso.

O mesmo vale para limitações como questões éticas, de gênero ou ao lidar com elementos que atraiam o público infantil.

Nesse caso, sua preocupação é legal, com as normas que regulam a propaganda no Brasil.

É preciso pensar em todos esses pontos para evitar prejuízos.

8. Definição da mensagem

Definir a mensagem a ser transmitida é tangibilizar todas as informações e definições que, até aqui, estão em mãos.

Ou seja, é direcionar tudo o que já se tem para saber como fazer uma propaganda criativa e direcionada para o seu público.

Para acertar na mensagem, procure se colocar no lugar do consumidor a ser impactado por ela e ao cenário em que ele se insere no momento.

A palavra-chave aqui é a Empatia.

Assim, pode soltar a criatividade para chamar a atenção dele e, ao mesmo tempo, entregar a proposta de valor necessária, a fim de atingir seu objetivo.

9. Definição de métricas

A propaganda está prestes a ir ao ar e você não faz ideia de como medir se ela vai gerar um resultado positivo ou negativo?

Esse é um risco que você não precisa correr. O monitoramento é essencial, até para saber onde errou e acertou para qualificar a estratégia. Então, é hora de estabelecer métricas para poder acompanhar o quão efetiva ela será.



10. Mensuração do retorno

Depois de definir métricas e indicadores para acompanhar a eficácia da propaganda que acaba de criar, basta mensurar e analisar o retorno obtido. O resultado foi bom? Ótimo que ele sirva de inspiração para que a criatividade continue fluindo, mas se não foi tão bom assim, não desanime, afinal na vida, tudo é aprendizado, busque descobrir onde errou e refaça o processo.



UNiVERSO
CONTABILIDADE

GESTÃO CONTÁBIL
E EMPRESARIAL

www.universoconsult.com.br

(19) 3808.8890



Conectando empresas e candidatos.



AMPARO
EMPREGA

Uma iniciativa da Associação Comercial de Amparo.

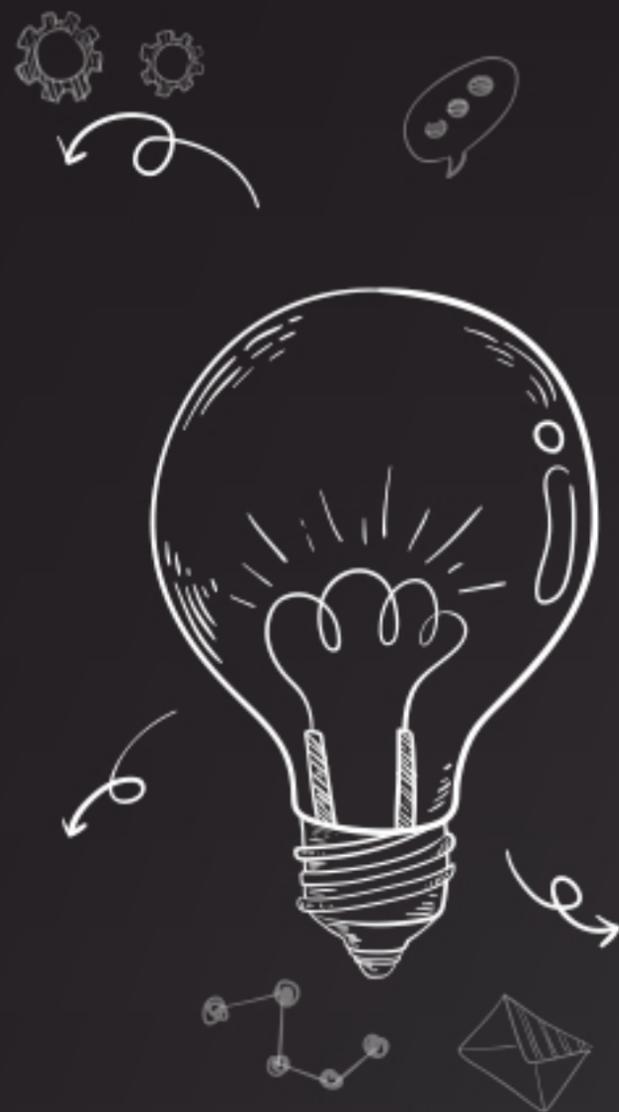
Anuncie suas vagas de emprego
gratuitamente!

SOLICITE SEU LOGIN E SENHA:

 **193807.3533**

www.amparoemprega.com.br





EDITORIAL

Editora Responsável: Karine Gallo

Publicidade: Departamento Comercial

Projeto Gráfico: Karine Gallo - Comunicação | Marketing
19 3807.3533 / 3808.6944 / 9 8257.6821

DIRETORIA

Biênio 2021/2022

Presidente: Larissa Demate

Vice-Presidente: Cláudia Martins

1ª Tesoureira: Adriana Flaibam

2º Tesoureiro: José Geraldo Augusto

1º Secretário: Nilton Elias Camargo

2º Secretário: Luciano Marcos de Siqueira

Diretor de Patrimônio: Fernando Garcia da Silva

Diretor de Marketing e Promoções: Mara Guilardi de Oliveira

Diretor de SCPC: Délcio Barros Briozo

Diretores Adjuntos: Elvio Caleffi Júnior | Rodrigo Barbosa

Conselheiros Fiscais: Luciano Micai | Sérgio Antônio Carra | Carlos Benedito Polidoro Frare





LABORAVES

Supermercado Agropecuário



www.laboraves.com.br

Tel: 19-3808.8900

Av. Bernardino de Campos, 254 - Centro - Amparo - SP

**REVELANDO MOMENTOS,
REGISTRANDO SENTIMENTOS!**

**FASHION
CASAMENTOS
RETRATOS
FAMÍLIA
EVENTOS
CORPORATIVOS**



**GUSTAVO SUZUKI
FOTOGRAFIA**

**(19) 98305-1930 / www.gustavosuzuki.com.br
[instagram.com/GustavoSuzukiFotografia](https://www.instagram.com/GustavoSuzukiFotografia)
[facebook.com/GustavoSuzukiFotografia](https://www.facebook.com/GustavoSuzukiFotografia)**