



**EXE  
CUT  
ION.**

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS  
RELATO I

*R*

*o* *C* *h*

*Nota*

**Cliente: Quod**  
**Produto: Institucional**  
**Campanha: Sim, você Quod**

## **DESAFIO**

Quando recebemos o desafio de lançar a marca Quod, a empresa ainda era desconhecida do público, prestes a entrar em um mercado estigmatizado. Há muitos anos o setor de gestoras de crédito vem sendo atrelado a uma percepção negativa, criada a partir das práticas dos seus principais players, a negatização do nome dos devedores. Além disso, seu principal e maior player dominava o market share há muitos anos. Junto a esse cenário, estava para ser aprovada a PLP 441/2017, a nova lei do cadastro positivo, que viria a movimentar muito esse setor. Logo, quem saísse na frente, carregando esse tema, poderia dominar esse território positivo do setor e associá-lo a si.

## **OBJETIVOS E ESTRATÉGIA**

Lançar uma marca com um propósito diferente do setor, em um ambiente com players negativamente consolidados. Comunicar o jeito positivo da Quod de fazer análise de crédito. Uma vez que todo brasileiro com uma vida financeiramente ativa poderia se beneficiar dos produtos da Quod. A estratégia foi então dividida em 2 públicos, já que os serviços prestados para cada um deles era diferente; B2C – consumidores, ativos em sua vida financeira, que demonstrassem interesse pelo assunto crédito e educação financeira. Aqui encontrávamos a nossa principal barreira: a repulsa que os consumidores comuns sentiam pelas gestoras de crédito. B2B – empresários e possíveis decisores de compra dos produtos oferecidos, divididos em: Segmento PME (pequenas e médias empresas) composto por 48% atuantes do setor de varejo, 14% indústria, 8% atacado, 3% imobiliário, 8% serviços B2B e 19% outros. Segmento de grandes empresas, composto pelas famosas “500 maiores da Exame”.

## **INSIGHT**

Quando estudamos a maneira de posicionar Quod no mercado, o movimento mais óbvio seria escolher o quadrante onde já estavam os principais players, que tratava de oportunidade de crédito e credibilidade. Até para que o consumidor compreendesse. Mas entendemos que a entrada no mercado é um momento extremamente delicado, e que um simples descuido automaticamente atrelaria a imagem da marca às gestoras de crédito tradicionais. Quando conversamos com os consumidores, entendemos que ser uma gestora de crédito tradicional era sinônimo de algo que leva a constrangimento e aversão, e para os consumidores B2B a compreensão é apenas de mais um parceiro operacional, sem valor agregado. Foi então que surgiu o insight de olhar o mapa de percepção de marcas do setor a partir de um novo olhar, e nos aproveitar de um white space, o quadrante de segurança e saúde financeira. Assim posicionamos a Quod em um quadrante inversamente proporcional à concorrência, usando a percepção negativa da concorrência como um degrau para mostrar que o Quod era o novo.

## **MIX DE COMUNICAÇÃO**

Nossa estratégia para colocar a campanha no ar foi pensada em dois momentos e públicos distintos. Se de um lado o cliente principal da Quod são as grandes empresas e o PME, do outro temos o consumidor final que precisa também reconhecer a Quod como uma empresa de credibilidade. Por isso no primeiro momento optamos pela divulgação na GloboNews em programas que tem bastante afinidade com o target de empresários, PME e também do público final que se interessa pelo tema. Desdobramos a campanha também para anúncios no Valor Econômico e Estado de São Paulo no caderno de Economia com o mesmo objetivo. Geramos no total 14M de impactos com a Elemídia em 2,5M de inserções. O plano de mídia foi bem tático e focado no primeiro flight de lançamento onde a Quod precisava falar com seu público mas de maneira introdutório, ainda por isso alinhamos mídias de afinidade como GloboNews, Valor Econômico, Estadão, Infomoney e Elemídia em prédios comerciais de grandes empresas. Assim tivemos uma baixa dispersão e conseguimos

lançar a Quod para seu público-alvo que é empresarial. Para o público PME especificamente entramos patrocinando o caderno PME do grupo Estado com anúncios e também selo na capa. Nossa divisão de verba foi praticamente 80% offline e 20% online.

## RESULTADOS

Havia objetivos de negócio claros, já que estávamos lançando uma marca em um setor já consolidado. Tomar parte do market share das empresas do setor e obter receitas específicas para cada negócio da Quod eram metas traçadas desde o início do projeto. Havia também o já citado grande desafio de percepção, visto ao risco já lançarmos a marca e ela ser pega pelo grande efeito halo negativo do setor, e passar a ser vista pelo público B2C como mais uma empresa que só serve para negativar seu nome, e para o B2B como mais um parceiro operacional.

Em pouco tempo e mesmo com um budget muito inferior aos concorrentes conseguimos gerar conhecimento de marca e leads de interessados na empresa.

## RESPONSÁVEIS PELO CASE

**Agência:** Execution

**Cliente:** Quod

**Produto:** Institucional

**Nome da campanha:** Sim, Você Quod

**CEO:** Geraldo Rocha Azevedo

**COO:** Gustavo Carvalho

**Diretor de criação:** Fernanda Cepollini

**Criação:** Wagner Santana e Guilherme Markert

**Planejamento:** Aline Valério

**Atendimento:** Lucianne Salgueiro e Gabriella Furlan

**Mídia:** Rosana Martins

**Produção:** Selma Silva e Nayara Nacks

**Produtora do filme:** Mixer Films

**Aprovação cliente:** Humberto Bocayuva

149



Geraldo Rocha Azevedo  
Ceo – Execution  
Geraldo.azevedo@execution.net

149



Humberto Bocayuva  
Diretor de Marketing – Quod  
humberto.bocayuva@Quod.com.br



**Peça 1**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: Quod

Nome da campanha: Sim, Você Quod

Data de produção: abril de 2019

Data de veiculação: início em 8 de abril de 2019 até 27 de março de 2020 (tivemos intervalos)

**Peça 2**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: Quod

Nome da campanha: Sim, Você Quod

Data de produção: 20 de fevereiro de 2019

Data de veiculação: início dia 10 de abril de 2019 até 30 de novembro de 2019

**Peça 3**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: Quod

Nome da campanha: Sim, Você Quod

Data de produção: posts ao longo de 1 ano

Data de veiculação: de 10 de abril de 2019 até 11 de maio de 2020

**Peça 4**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: Quod

Nome da campanha: Sim, Você Quod

Data de produção: 2 de fevereiro de 2019

Data de veiculação: 12 de agosto a 12 de janeiro de 2020

**Peça 5**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: Quod

**Dados da campanha**

Data de produção: 15 de abril de 2019

Período de veiculação: 29 de abril a 5 de maio de 2019

Veículos que divulgaram a peça: Elemídia

P

C

16/3

## PEÇAS RELATIVAS AO RELATO 1

**Cliente:** Quod

**Campanha:** Sim, Você Quod.

**Peça 1:** comercial TV

O filme procura posicionar a marca Quod como uma prestadora de serviços na área de análise de crédito como uma parceira simples, sem complicação. Além de entregar as características do serviço, o filme tinha como objetivo ensinar as pessoas a pronunciarem o nome da marca e cumprimos esse objetivo à medida que transformamos o próprio nome no significado de acesso: Sim, Você Quod.

### Ficha técnica

Peça: Filme de 30"

Agência: Execution

Cliente: Quod

CEO: Geraldo Rocha Azevedo

Nome da campanha: Sim, Você Quod.

Direção de criação: Fernanda Cepollini

Criação: Wagner Santana, Ismar Soares e Guilherme Markert

Planejamento: Aline Valerio

Atendimento: Lucianne Salgueiro e Gabriella Furlan

Mídia: Rosana Martins

Produção: Selma Silva e Nayara Nacks

Produtora: Mixer Films

Diretor: YURI+ANA

Diretor de Fotografia: Yuri Sardenberg

Diretor de produção: Marcelo Rodrigues

Produtora de áudio: Comando S

Produtor executivo: Sergio Tikhomiroff

Aprovação pelo cliente: Humberto Bocayuva

### Dados da campanha

Data de produção: abril de 2019

Período de veiculação: início em 8 de abril de 2019  
até 27 de março de 2020 (tivemos intervalos)

Veículos que divulgaram a peça: GloboNews

**Cliente:** Quod

**Campanha:** SIM, Você Quod.

**Peça 2:** anúncio impresso

Como parte da estratégia de lançamento da marca, criamos um anúncio em mídia de impressa (massa e segmentada), rompendo com todos os códigos da categoria no sentido de reforçar os atributos de facilidade de acesso aos serviços e traçando um comparativo com as ofertas e características dos players concorrentes da marca.

## Ficha técnica

Peça 2: Anúncio impresso

Agência: Execution

Cliente: Quod

CEO: Geraldo Rocha Azevedo

Nome da campanha: Sim, Você Quod.

Direção de criação: Fernanda Cepollini

Criação: Wagner Santana, Ismar Soares e Guilherme Markert

Planejamento: Aline Valerio

Atendimento: Lucianne Salgueiro

Mídia: Rosana Martins

Produção: Selma Silva

Produtora: M31 Produções

Diretor: Paulo Villar

Diretor de Fotografia: Paulo Villar

Diretor de produção: Patrícia Ferraz

Produtora de áudio: -

Aprovação pelo cliente: Humberto Bocayva

## Dados da campanha

Data de produção das fotos: 20 de fevereiro de 2019

Período de veiculação: início dia 10 de abril de 2019 até 30 de novembro de 2019

Veículos que divulgaram a peça: O Estado de S. Paulo (página dupla) e Valor Econômico (branded Content 1 página)

**Cliente: Quod**

**Campanha: Sim, você Quod.**

**Peça 3: posts redes sociais**

A produção de conteúdo tinha como objetivo aproximar a marca Quod dos momentos de escolha do seu parceiro de crédito. Sendo assim, através de uma linguagem que rompia com o código de linguagem da categoria, nos utilizamos de memes para chamar a atenção sobre as necessidades do dia a dia deste empreendedor. Foi criada uma landing page para a qual os consumidores eram direcionados e onde através de um simples cadastro passamos a captar leads de interesse, os quais passaram a fazer parte de uma régua de relacionamento.

## Ficha técnica

Peça: peças digitais

Agência: Execution

Cliente: Quod

CEO: Geraldo Rocha Azevedo

Nome da campanha: Sim, Você Quod.

Direção de criação: Fernanda Cepollini

Criação: Wagner Santana, Ismar Soares e Guilherme Markert

Planejamento: Aline Valerio

Atendimento: Lucianne Salgueiro e Gabriella Furlan

Mídia: Raphael Palazzo

Produção: Execution

Aprovação pelo cliente: Humberto Bocayva

## Dados da campanha

Período de veiculação: de 10 de abril de 2019 até 11 de maio de 2020

Veículos que divulgaram a peça: Instagram e Facebook e LinkedIn em alguns casos

**Cliente: Quod**

**Campanha: Sim, Você Quod**

**Peça 4: e-books – educação financeira**

Através de pesquisas, identificamos a necessidade de atrelar à campanha um viés de educação financeira, onde a marca se colocava lado a lado e próxima do target, ensinando o que avaliar na busca por uma solução de análise de crédito. Nesta perspectiva desenvolvemos em parceria com a Infomoney uma série de peças digitais que pautavam assuntos atrelados a educação financeira, onde na interação e captação de dados o target recebia um e-book completo sobre o assunto em questão.

## Ficha técnica

Peça 4: e-books – educação financeira

Agência: Execution

Cliente: Quod

CEO: Geraldo Rocha Azevedo

Nome da campanha: Sim, Você Quod.

Direção de criação: Fernanda Cepollini

Criação: Wagner Santana e Guilherme Markert

Planejamento: Aline Valerio

Atendimento: Lucianne Salgueiro e Gabriella Furlan

Mídia: Rosana Martins

Produção: Selma Silva

Produtora: feito pelo próprio jornal O Estado de S. Paulo

Aprovação pelo cliente: Humberto Bocayuva

## Dados da campanha

Data de produção: 2 de fevereiro de 2019

Período de veiculação: 12 de agosto a 12 de janeiro de 2020

Veículos que divulgaram a peça: Infomoney

## Ficha técnica

Como parte da estratégia de lançamento da marca, criamos uma peça para a mídia em elevador nos principais polos econômicos do país (Fortaleza, Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador e Recife), rompendo com todos os códigos da categoria no sentido de gerar conhecimento e lembrança de marca às pequenas e médias empresas e ao consumidor final.

**Peça 5: Elemídia**

Agência: Execution

Cliente: Quod

CEO: Geraldo Rocha Azevedo

Nome da campanha: Sim, Você Quod.

Direção de criação: Fernanda Cepollini

Criação: Wagner Santana e Guilherme Markert

Planejamento: Aline Valerio

Atendimento: Lucianne Salgueiro e Gabriella Furlan

Mídia: Rosana Martins

Produção: Selma Silva

Produtora: Execution (feito internamente)

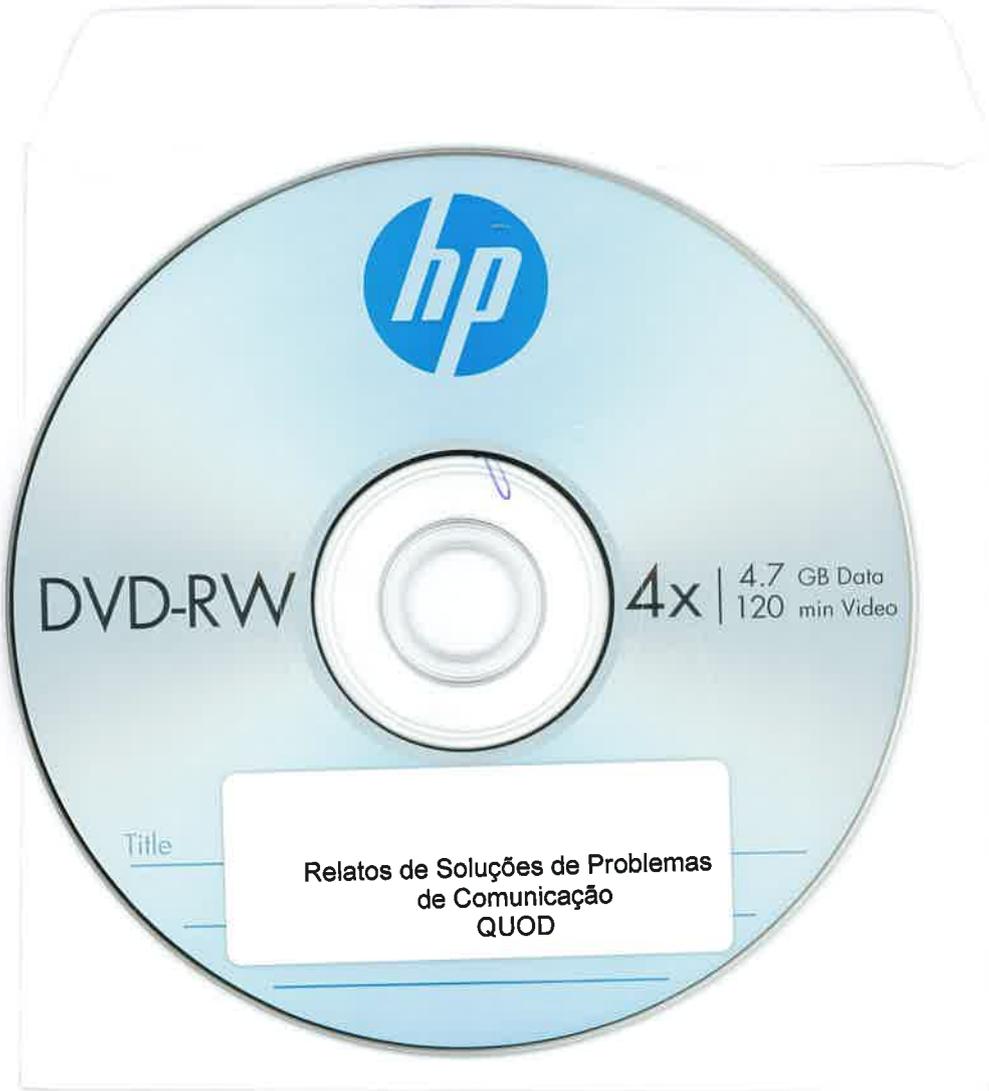
Aprovação pelo cliente: Humberto Bocayuva

**Dados da campanha**

Data de produção: 15 de abril de 2019

Período de veiculação: 29 de abril a 05 de maio de 2019

Veículos que divulgaram a peça: Elemídia



*Handwritten signature*

*Handwritten initials 'C' and '10'*

RELATO 2

R

2

C

**Cliente: J. Macêdo**  
**Produto: Dona Benta (farinha de trigo)**  
**Campanha: Dona do que você quiser**

## **DESAFIO**

Apesar de toda a tradição da marca Dona Benta, a marca não aparecia com força na mídia há dez anos, correndo um risco sério: não ser considerada pelas novas gerações, em um momento em que a retomada do prazer de cozinhar está tão latente, a exemplo da explosão dos programas de culinária na TV.

Sua imagem envelhecida – e comumente associada à Dona Benta do Sítio do Pica-Pau Amarelo – sequer estava sendo reconhecida pelos novos cozinheiros entusiastas. A médio e longo prazos, esse cenário se mostrava bastante preocupante. Em algumas poucas praças, Dona Benta conseguia manter sua liderança no segmento de farinha de trigo. Em outras, as vendas estagnaram, ao passo em que a concorrência mostrava um avanço ininterrupto em comunicação e resultados. Com a falta de investimento, mais problemas surgiam: lançamentos importantes não chegavam a conhecimento do público, que naturalmente não conseguia perceber a versatilidade da marca. O principal desafio era reposicionar a marca no mercado em um cenário de commodities, rejuvenescendo sua percepção e gerando valor para a marca.

## **OBJETIVOS E ESTRATÉGIA**

Os objetivos da campanha eram, prioritariamente, perceptivos e atitudinais. Precisávamos rejuvenescer a marca, dissociando-a da imagem envelhecida e comumente atrelada à Dona Benta do Sítio do Pica-Pau Amarelo, com tão baixa sinergia tampouco reconhecimento com a nova geração.

Ao mudar a percepção da marca, o segundo objetivo da campanha era de negócios: retomar o protagonismo, recuperando a total liderança no segmento de farinha de trigo, além de aumentar a participação nos segmentos de fermentos e misturas prontas, permitindo que a marca fizesse um ajuste de preço na ordem de cerca de 30%.

A partir deste cenário, a campanha deveria ser trabalhada em três passos. O primeiro era ressignificar a palavra Dona presente na marca com foco no rejuvenescimento. O segundo era garantir alta exposição da marca de forma emocional e real, mostrando que a farinha da Dona Benta emprestava qualidade para todo tipo de receita. O terceiro era apresentar todo portfólio mostrando que a marca possuía uma solução para cada tipo de necessidade culinária.

## **INSIGHT**

O insight se baseia em dar um novo significado à palavra DONA, que de pronome de tratamento passa a ser sobre empoderamento e conquista feminina. Assim surgem a Dona da Sua Carreira, a Dona do Melhor Café da Manhã, a Dona das Suas Receitas e tantas outras Donas, abrindo um diálogo atual e verdadeiro com as mulheres. Isso rejuvenesce a marca sem perder seu carinho, tocando a fundo as consumidoras atuais e conquistando uma nova geração que está retomando o prazer de cozinhar.

## **MIX DE COMUNICAÇÃO**

Na fase de awareness e reposicionamento da marca, desenvolvemos um filme para TV e canais digitais, patrocínio do programa Masterchef, merchandising na novela A Dona do Pedaço e no programa Mais Você, além de receitas em parceira com Tastemade e social no modelo always on.

Após definição de território e novo posicionamento da marca, o plano de mídia teve o objetivo de continuar falando com o consumidor, mas também despertar essa nova classe de consumidoras. Para isso precisamos de ações de alto impacto somadas a projetos segmentados para dar sustentação. Fechamos o patrocínio do Masterchef que tem

uma entrega muito completa de mídia falando diretamente com nosso target. Em seguida trouxemos para a mesa as ações de merchandising dentro da nova novela III, a Dona do Pedaco, iniciativa inédita para a categoria. Com diversas visualizações e ações levamos ao consumidor uma experiência totalmente nova com a marca o que gerou um buzz enorme nas redes sociais e para complementar trouxemos uma entrega nas manhãs seguintes a novela no programa Mais Você com diferentes temas, desde histórias com mulheres empreendedoras até workshop de pães. O desdobramento digital não foi menos impactante, trouxemos parcerias com Tastemade e Tudo Gostoso além de investimentos nas plataformas de performance. No Tastemade, foram 20 receitas ao longo do ano distribuídas de acordo com calendário de datas comemorativas, festas típicas e outras oportunidades. Dentro do Tudo Gostoso divulgamos conteúdo atrelado a receitas e mídia em alguns momentos importantes como dia das mães e Páscoa. E na parte de performance fizemos a divulgação da campanha com vídeos, display, search e dark post. Período de veiculação: de 01/01/2019 até 30/06/2019.

## RESULTADOS

O principal indicador de sucesso é a marca conseguir praticar um preço 30% acima do mercado e mesmo assim ter os principais números em vendas e participação de mercado. Mas além disso temos também alguns outros indicadores como crescimento de fãs, aumento no número de vendas e pontos de distribuição.

Durante o ano o setor sofreu queda nas vendas, e conseqüentemente os consumidores deixaram de adquirir alguns produtos da categoria. Mesmo a concorrência praticando valores mais baixos, em média 30%, Dona Benta conseguiu se manter na liderança em algumas praças e se fortalecer com os consumidores, passando a importante mensagem de ser uma marca querida, que tem tradição e qualidade superior em seus produtos.

- Aumento de 15% em receita (jan-jun/19) MKT Share Valor em Farinha atinge 10,6%.
- Massa, atingimos 10,2% (jan/18 a mai/19)
- Aumento de sell-out nas categorias de Farinha, Misturas e Fermento

## RESPONSÁVEIS PELO CASE

**Filme:** Dona Benta – Empoderamento (Dona do que você quiser ser)

**Agência:** Execution

**CEO:** Geraldo da Rocha Azevedo

**Diretora de Criação / Roteiro:** Fernanda Cepollini

**Planner:** Aline Valério

**Diretor de Arte:** Victor Meira

**Diretora de Atendimento:** Erika de Castro Neves

**Atendimento:** Bruna Souza

**Mídia Planner Offline:** Vera Massabki

**Head of Digital:** Gustavo Carvalho

**Mídia Planner Online:** Patrícia Menezes / Rigel Cruz

**Social Media Expert:** Raphael Palazzo

**RTVC:** Nayara Garbelotti

Geraldo Rocha Azevedo

Ceo – Execution

geraldo.azevedo@execution.net

Andréia F. Freitas

Andréia Fukuda de Freitas

Gerente de Marketing e Trade

andreiafreitas@jmacedo.com.br





**14º Tabelião de Notas de São Paulo**  
 Rua Antônio Bicudo, 64 | Pinheiros | CEP: 05418-010 | São Paulo/SP  
 Fone: (11) 3065-4500 | www.vampre.com.br

Reconheço por Semelhança a(s) firma(s) de:

GERALDO RONDON DA ROCHA AZEVEDO\*\*\*\*\*  
 \*\*\*\*\*  
 \*\*\*\*\*

São Paulo, 17 de Março de 2021. C. Reg. 41590300.13:41:05h

R\$6,75 SEU(S) S11047AC0698221  
Valido somente com selo de autenticidade

**14º TABELIÃO - VAMPRE**  
**VANDERLEI TEODORO JANNEO**  
 ESCRITURANTE AUTORIZADO  
 CAPITAL

111229  
**FIRMA 1**  
 S11047AC0698221

Ficha Técnica J. Macêdo:

Cliente: J. Macêdo

Gerente de Marca / Aprovação: Andreia Fukuda

Diretor de Marketing: Rodrigo Lacerda

CEO: Walter Faria

Ficha Técnica Mixer:

Produtora de Imagem: Mixer Films

Coordenador de produção: Marcelo Rodrigues

Direção: Ricardo Gordo Carvalho

Produtor executivo: Sérgio Tikhomiroff

Atendimento executivo: Alessandra Pais

Diretor de fotografia: JR Junior

Coordenador de Pós Produção: Daniel Reis

Montagem: Alberto Cardoso

Pós-produção/finalização: MIXER FILMS / Bruno Reis e Tatiana Macedo

Produtora de Som: Banda Sonora

### **Peça 1**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: J. Macêdo

Nome da campanha: Dona do que você quiser

Data de produção: dezembro 2018

Data de veiculação: março 2019

### **Peça 2**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: J. Macêdo

Nome da campanha: Dona do que você quiser

Data de produção: novembro 2018

Data de veiculação: março 2019

### **Peça 3**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: J. Macêdo

Nome da campanha: Dona do que você quiser

Data de produção: novembro 2018

Data de veiculação: março 2019

### **Peça 4**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: J. Macêdo

Nome da campanha: Dona do que você quiser

Data de produção: novembro 2018

Data de veiculação: março 2019

### **Peça 5**

Ficha Técnica

Agência: Execution

Cliente: J. Macêdo

Nome da campanha: Dona do que você quiser

Data de produção: novembro 2018

Data de veiculação: março 2019

## PEÇAS RELATIVAS AO RELATO 2

**Cliente: J. Macêdo**

**Campanha: Dona do que você quiser**

**Peça 1: comercial TV**

O filme se baseia em dar um novo significado à palavra DONA, que de pronome de tratamento passa a ser sobre empoderamento e conquista feminina. Assim surgem a Dona da Sua Carreira, a Dona do Melhor Café da Manhã, a Dona das Suas Receitas e tantas outras Donas, abrindo um diálogo atual e verdadeiro com as mulheres. Isso rejuvenesce a marca sem perder seu carinho, tocando a fundo as consumidoras atuais e conquistando uma nova geração que está retomando o prazer de cozinhar.

### **Ficha técnica**

CEO: Geraldo da Rocha Azevedo

Diretora de Criação / Roteiro: Fernanda Cepollini

Planner: Aline Valério

Diretor de Arte: Victor Meira

Diretora de Atendimento: Erika de Castro Neves

Atendimento: Bruna Souza

Mídia Planner Offline: Vera Massabki

Head of Digital: Gustavo Carvalho

Mídia Planner Online: Patrícia Menezes / Rigel Cruz

Social Media Expert: Raphael Palazzo

RTVC: Nayara Garbelotti

### **Ficha Técnica J. Macêdo:**

Cliente: J. Macêdo

Gerente de Marca / Aprovação: Andreia Fukuda

Diretor de Marketing: Rodrigo Lacerda

CEO: Walter Faria

### **Ficha Técnica Mixer:**

Produtora de Imagem: Mixer Films

Coordenador de produção: Marcelo Rodrigues

Direção: Ricardo Gordo Carvalho

Produtor executivo: Sérgio Tikhomiroff

Atendimento executivo: Alessandra Pais

Diretor de fotografia: JR Junior

Coordenador de Pós Produção: Daniel Reis

Montagem: Alberto Cardoso

Pós-produção/finalização: MIXER FILMS / Bruno Reis e Tatiana Macedo

Produtora de Som: Banda Sonora

### **Dados da campanha**

Data de produção: dezembro 2018

Período de veiculação: março 2019

Veículos que divulgaram a peça: Globo, Record, SBT e Bandeirantes.

**Cliente: J. Macêdo**  
**Campanha: Dona do que você quiser**  
**Peça 2: merchandising Novela 3**

Como continuidade na estratégia de reposicionamento da marca reforçando o empoderamento feminino através da ressignificação da palavra Dona, compramos um pacote de merchandising na Novela A Dona do Pedaço, em função do próprio nome e da protagonista – Maria da Paz - ser uma mulher que veio para a cidade grande e iniciou sua carreira fazendo bolos para vender, se tornando a maior boleira do país. Ou seja, total alinhamento com a proposta de reposicionamento e com a jornada de muitas consumidoras da marca Dona Benta. No merchandising no decorrer da trama reforçamos a qualidade do produto, a herança e tradição da marca através gerações e o empoderamento feminino. As ações de merchandising foram combinadas com filmes da marca nos breaks, licenciamento de produtos com a marca da novela e lançamento de produtos simultâneos às receitas preparadas pela protagonista.

### **Ficha técnica**

Peça: Pacote de merchandising  
Agência: Execution  
Cliente: J. Macêdo  
CEO: Geraldo Rocha Azevedo  
Nome da campanha: Dona do que você quiser  
Direção de criação: Fernanda Cepollini  
Criação: Wagner Santana e Guilherme Markert  
Planejamento: Aline Valerio  
Atendimento: Erika Castro Neves e Bruna Souza  
Mídia: Rosana Martins  
Produção: Produção rede Globo  
Produtora: Produção rede Globo  
Diretor: Sem informação  
Aprovação pelo cliente: Rodrigo Lacerda | Andreia Fukuda

### **Dados da campanha**

Data de produção: A partir de 15/05/2019  
Período de veiculação: 25/05/2019, 01/06/2019, 20/05/2019,  
26/06/2019, 30/07/2019, 13/08/2019, 26/10/2019, 29/10/2019, 19/11  
Veículos que divulgaram a peça: Rede Globo.

**Cliente: J. Macêdo**  
**Campanha: Dona do que você quiser**  
**Peça 3: merchandising Masterchef**

Como reforço do novo posicionamento e rejuvenescimento da marca, era necessário mostrar o vasto leque do portfólio da marca Dona Benta, aproximando da nova geração e adoradores da culinária. Assim, adquirimos um pacote de merchandising no Materchef (programa de grande audiência e notoriedade no público mais jovem). O pacote de merchadising implicava em provas com novas variantes da marca, inserções do filme nos breaks e provas junto aos participantes.

## Ficha técnica

Peça: pacote de merchandising  
Agência: Execution  
Cliente: J. Macêdo  
CEO: Geraldo Rocha Azevedo  
Nome da campanha: Dona do que você quiser  
Direção de criação: Fernanda Cepollini  
Criação: Wagner Santana e Guilherme Markert  
Planejamento: Aline Valerio  
Atendimento: Erika Castro Neves e Bruna Souza  
Mídia Planner Offline: Vera Massabki  
Head of Digital: Gustavo Carvalho  
Produção: N/A  
Produtora: Bandeirantes  
Aprovação pelo cliente: Rodrigo Lacerda | Andreia Fukuda

### Dados da campanha

Data de produção: a partir de 15/10/2019  
Período de veiculação: 22/10/2019, 29/10/2019, 05/11/2019, 12/11/2019, 19/11/2019, 03/12/2019 e 10/12/2019.  
Veículos que divulgaram a peça: Rede Bandeirantes

**Cliente: J. Macêdo**

**Campanha: Dona do que você quiser**

**Peça 4: merchandising + Você**

Paralela à alta exposição da marca nos programas Masterchef e novela Dona do seu pedaço, buscamos aproximar ainda mais a marca do público-alvo, através de uma ação combinada de merchandising no programa Mais Você da Rede Globo, apresentado pela Ana Maria Braga. Nesta iniciativa a Ana Maria Braga, além de entregar receitas feitas com a farinha Dona Benta e reforçar atributos de tradição e qualidade, contava histórias reais de empoderamento feminino a partir de donas de casa que tiveram suas trajetórias de vida mudadas através da cozinha.

## Ficha técnica

Peça: pacote de merchandising  
Agência: Execution  
Cliente: J. Macêdo  
CEO: Geraldo Rocha Azevedo  
Nome da campanha: Dona do que você quiser  
Direção de criação: Fernanda Cepollini  
Criação: Wagner Santana e Guilherme Markert  
Planejamento: Aline Valerio  
Atendimento: Erika Castro Neves e Bruna Souza  
Mídia Planner Offline: Vera Massabki  
Head of Digital: Gustavo Carvalho  
Produtora: Rede Globo  
Aprovação pelo cliente: Rodrigo Lacerda | Andreia Fukuda

### Dados da campanha

Data de produção: A partir de 01/05/2019  
Período de veiculação: 28/05/2019, 03/06/2019, 14/06/2019, 03/07/2019, 23/09/2019, 15/10/2019 e 22/11/2019.  
Veículos que divulgaram a peça: Rede Globo

**Cliente: J. Macêdo**

**Campanha: Dona do que você quiser**

**Peça 5: posts em parceria com canais Tudo gostoso e Tastemade**

Como parte da jornada de rejuvenescimento da marca e inserção desta no repertório de receitas dos consumidores, estabelecemos uma parceria de conteúdo com os canais Tudo Gostoso e Tastemade (referências para o target jovem na busca por receitas). Através de receitas rápidas e práticas, a marca obteve grandes índices de engajamento obtendo cerca de 700.000 (setecentos mil views em média por peça) e definitivamente consolidando a presença da marca no repertório do target mais jovem.

### **Ficha técnica**

Peça: posts em parceria com canais Tudo Gostoso e Tastemade

Agência: Execution

Cliente: J. Macêdo

CEO: Geraldo Rocha Azevedo

Nome da campanha: Dona do que você quiser

Direção de criação: Fernanda Cepollini

Criação: Wagner Santana e Guilherme Markert

Planejamento: Aline Valerio

Atendimento: Erika Castro Neves e Bruna Souza

Head of Digital: Gustavo Carvalho

Mídia Planner Online: Patrícia Menezes / Rigel Cruz

Social Media Expert: Raphael Palazzo

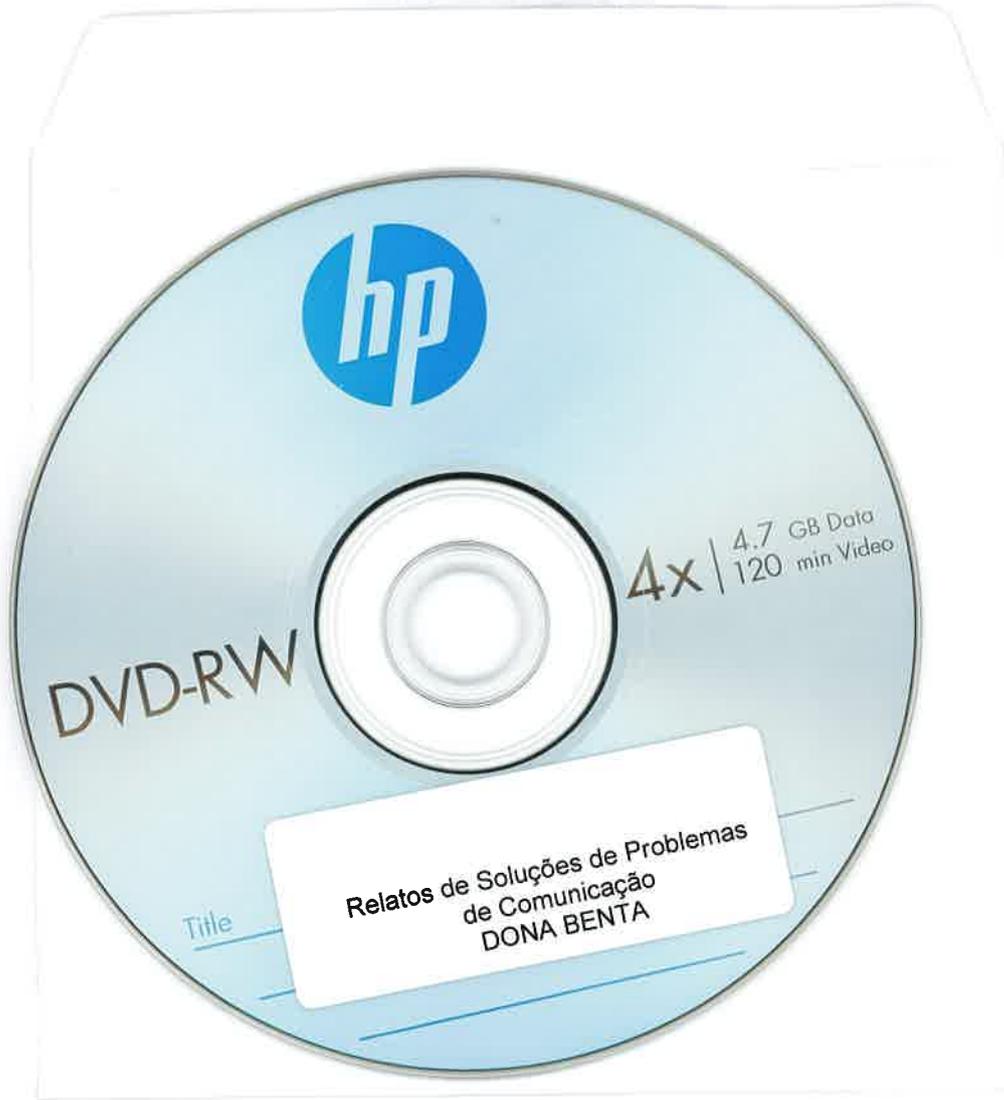
Aprovação pelo cliente: Rodrigo Lacerda | Andreia Fukuda

### **Dados da campanha**

Data de produção: A partir de 03/2019

Período de veiculação: 03/2019 até 12/2019

Veículos que divulgaram a peça: Canais Tastemade / Tudo Gostoso

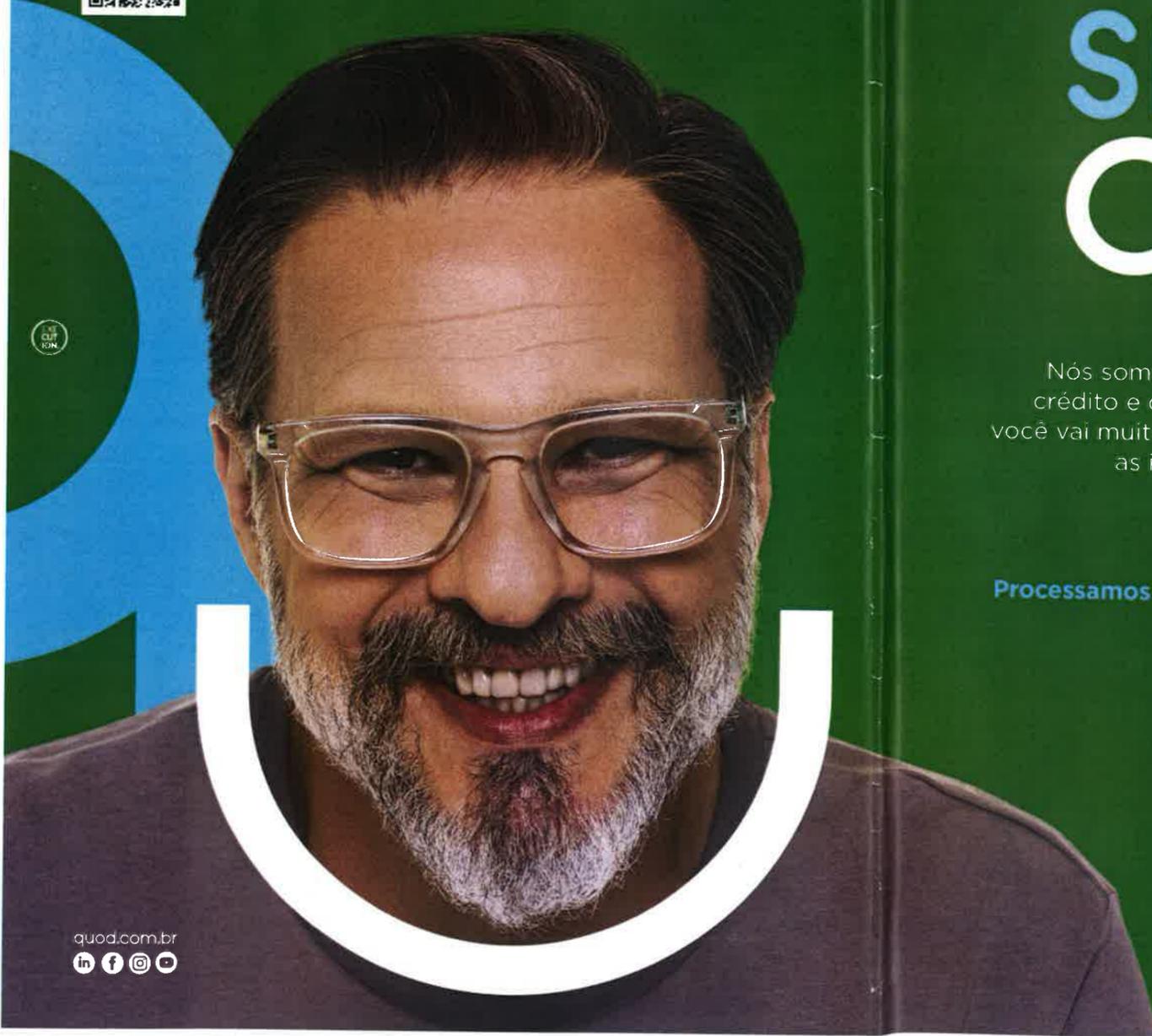


*Handwritten signature*

*Handwritten marks: a blue checkmark, a red 'C', and a blue signature.*



Escaneie o QR Code  
e veja mais benefícios.



quod.com.br  
in f @

# Mais vendas e menos inadimplência?

# sim, você quod

Nós somos a Quod, um jeito novo de fazer análise de crédito e que toda empresa pode pagar. Com a gente, você vai muito além da negativação e tem acesso a todas as informações que precisa numa única página.  
**Tudo de maneira segura e simples.**

**Processamos dados 75X mais rápido que a concorrência.**  
**Temos o menor preço do mercado.**  
**E uma assinatura simples, sem pegadinhas.**

quod  
Nós somos o cadastro positivo

Handwritten blue mark

Handwritten red letter 'C'

Handwritten blue number '18'

Handwritten blue number '2'

Handwritten blue number '19'