

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

GRUPO RUBAIYAT.

A comunicação teve um papel fundamental na reestruturação do Grupo Rubaiyat, que hoje possui 4 restaurantes no Brasil (Rubaiyat Faria Lima e A Figueira Rubaiyat, em São Paulo, Rubaiyat Rio e Rubaiyat Brasil). O Grupo também está presente na Argentina/Buenos Aires, no Chile/Santiago, no México/Cidade do México e na Espanha/Madri.

No Brasil, alguns restaurantes possuíam página própria em redes, não havia uma identidade de marca e nem um atendimento eficiente ao consumidor nas redes sociais.

Nosso primeiro trabalho foi criar uma identidade visual diferente para os perfis (@rubaiyatbrasil e @afigueirarubaiyat), apresentar uma ferramenta de planejamento de posts e utilizar melhor os recursos de cada rede, com insights para os próximos passos, além de lançar um novo site.

No período de dezoito meses, obtivemos um crescimento orgânico de 236,34% no número de seguidores do perfil da Figueira Rubaiyat (@afigueirarubaiyat) no Instagram, que hoje conta com mais de 42.100 seguidores.


Foram mais de 500 publicações, entre Facebook e Instagram da Figueira (posts e Stories), com total de mais de 5 milhões de impressões.

O perfil do Rubaiyat Brasil obteve crescimento orgânico de 148%, atualmente com 24,2 mil seguidores. Para possibilitar reservas online e reforçar a estratégia de conteúdo, desenvolvemos um novo site lançado em abril de 2018. Com um ano e um mês no ar, o site alcançou a marca de 2,3 milhões de page views. Foram 276 mil usuários, 343 mil sessões (média de 6,8 páginas por sessão), com baixíssima taxa de rejeição (4,86 %) e excelente tempo de navegação (média 1 min 56 seg por usuário). Isso dá uma média de mais de 21 mil usuários por mês.

O desempenho das redes sociais e do site contribui para o crescimento do número de reservas online. Em 2017, eram realizadas 856 reservas online por mês. Em 2018, a média cresceu para mais de mil reservas online mensais.

Em 2019 iniciamos também as campanhas com foco em reservas. Com ações em redes sociais e Google, segmentadas por interesse e geolocalização, obtivemos excelentes taxas de alcance e conversão. O custo por clique nas campanhas de reserva (antes em campanhas de terceiros), caiu de R\$ 2,5 para R\$ 0,27.

No off-line, a agência reforçou o institucional da marca e novos produtos e cortes de carne por meio de anúncio de revista e spot de rádio. O novo corte Tribone, por exemplo, que foi servido nas casas de São Paulo e Rio, foi anunciado na ponte aérea com o bem-humorado título "Vingue-se do lanchinho do avião" nos espaços da mídia aeroportuária. Na rádio Bandeirantes veiculamos um comercial que brincava com os vários pontos da carne – malpassada, bem passada, no ponto etc – para dizer que segundo a revista Veja, o ponto da carne é o Rubaiyat, numa alusão ao Prêmio concedido pela revista ao Rubaiyat como a "Melhor Carne de São Paulo". A agência também incentivou e participou de lançamentos de novos produtos como dois tipos de cerveja, a "Rubabeer" e do "Rubaburger", o hamburger do Rubaiyat. Ambos os casos como uma estratégia de ativação da marca junto ao público mais jovem.



GRUPO RUBAIYAT.

agência também incentivou e participou de lançamentos de novos produtos como dois tipos de cerveja, a "Rubabeer" e do "Rubaburger", o hamburger do Rubaiyat. Ambos os casos como uma estratégia de ativação da marca junto ao público mais jovem.

GRUPO RUBAIYAT.

Nome do Cliente: Isabela França
Cargo: Gerente de Marketing



RUBAIYAT.

1. Anúncio Tribone.

Problema que se propôs resolver: apresentar o novo corte do Rubaiyat – uma peça de 1,5 kg de carne – que seria servido no Rubaiyat Rio e no Rubaiyat Faria lima.

Solução: uma ação publicitária na ponte aérea SP/Rio que incluía um anúncio na revista 29horas, que é distribuída no aeroporto de Congonhas, tinha como título “Vingue-se do lanchinho do avião”. Ilustrava o anúncio uma apetitosa foto do novo corte.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Rubaiyat.

Produto: Tribone

Título: Vingue-se do lanchinho do avião.

Data de produção: fevereiro 2019

Período de veiculação: fevereiro 2019

Veículo: revista 29horas



4





VINGUE-SE DO LANCHINHO DO AVIÃO.

TRI-BONE, O NOVO CORTE DO RUBAIYAT.
EXPERIMENTE NO RUBAIYAT RIO E,
EM SÃO PAULO, NO RUBAIYAT FARIA LIMA.

TRI-BONE

A peça, com 1,5 kg de carne produzida na Fazenda Rubaiyat, é assada por seis horas em forno de barro e depois finalizada na churrasqueira. O nome se justifica pelos três ossos, que dividem as partes de entrecôte e filé-mignon. Chega à mesa escoltada por batata suflê e farofa. Serve de 3 a 4 pessoas.

RUBAIYAT

WWW.RUBAIYAT.COM.BR

p

D

8

5
5

RUBAIYAT.

2. Anúncio Rubabeer.

Problema que se propôs resolver: manter a marca ativa e moderna incluiu a criação de novos produtos com a marca Rubaiyat. Pertinentes à gastronomia, mas com um apelo mais jovial.

Solução: lançamento da Rubabeer, a cerveja do Rubaiyat. A agência além do anúncio de apresentação do novo produto, criou o nome e desenvolveu seu rótulo. Tanto o nome quanto seu ícone gráfico fazem alusão a marca Rubaiyat.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Rubaiyat.

Produto: Rubabeer

Título: Rubabeer, a cerveja do Rubaiyat.

Data de produção: julho 2018

Período de veiculação: agosto 2018

Veículo: revista Veja SP

6

RUBABEER. A CERVEJA DO RUBAIYAT.

CHEGARAM AS CERVEJAS DO RUBAIYAT EM
BRASÍLIA E SÃO PAULO. UMA SESSION IPA E
OUTRA VIENNA LAGER. PARA HARMONIZAR
COM NOSSAS CARNES E PRATOS.
EXPERIMENTE.



RUBAIYAT ALAMEDA SANTOS
ALAMEDA SANTOS, 86
CERQUEIRA CÉSAR
+55 3170 5100

SÃO PAULO
RUBAIYAT FÁBRIA LIMA,
AV. FRIG. FÁBRIA LIMA, 2954
JARDIM PAULISTANO
+55 3165 8888

A FIGUEIRA RUBAIYAT
R. HADDOCK LOBO, 1738
JARDIM PAULISTA
+55 3087 1399

BRASÍLIA
RUBAIYAT BRASÍLIA
ST. DE CLUBES ESPORTIVOS SUL 1
ESPORTIVO SUL
+55 3443 5000

RIO DE JANEIRO
RUBAIYAT RIO
R. JARDIM BOTÂNICO, 971
JARDIM BOTÂNICO
+55 3204 9999

RUBAIYAT

WWW.RUBAIYAT.COM.BR

SÃO PAULO • RIO DE JANEIRO • BRASÍLIA • ARGENTINA • CHILE • MADRID • MÉXICO

①

②

③

④

⑤

RUBAIYAT.

3. Spot de Rádio.

Problema que se propôs resolver: comunicar que o Rubaiyat recebeu o prêmio de “Melhor Carne” da revista Veja Comer e Beber.

Solução: De uma forma bem humorada, locutor pergunta qual é o melhor ponto da carne, uma vez que existem – o malpassado, bem passado, no ponto, no ponto pra bem...? Mas ele mesmo responde, revelando que segundo a revista Veja o melhor ponto da carne é o Rubaiyat.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Rubaiyat.

Produto: Institucional

Título: o ponto da carne

Data de produção: outubro 2018

Período de veiculação: outubro 2018

Veículo: Rádio Bandeirantes

P

Q



P

Q
9

RUBAIYAT.

4. Novo Site.

Problema que se propôs resolver: unificar as várias casas Rubaiyat num único site. Não era um site responsivo, dificultando o acesso por mobile. Não era possível fazer reservas online. Além de ser um site antigo, com uma navegação inadequada.

Solução: mobile first, uma vez que 80% dos usuários acessam o site por mobile. Unificamos as casas, eliminando os eventuais enganos e erros de endereço e dando a marca Rubaiyat a grandeza de um grupo. As reservas online agora não só existem como tem sido o principal canal dos clientes.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Rubaiyat.

Produto: Website

Título: gruporubaiyat.com

Data de produção: fevereiro 2018

Período de veiculação: entrega abril 2018

Veículo: internet

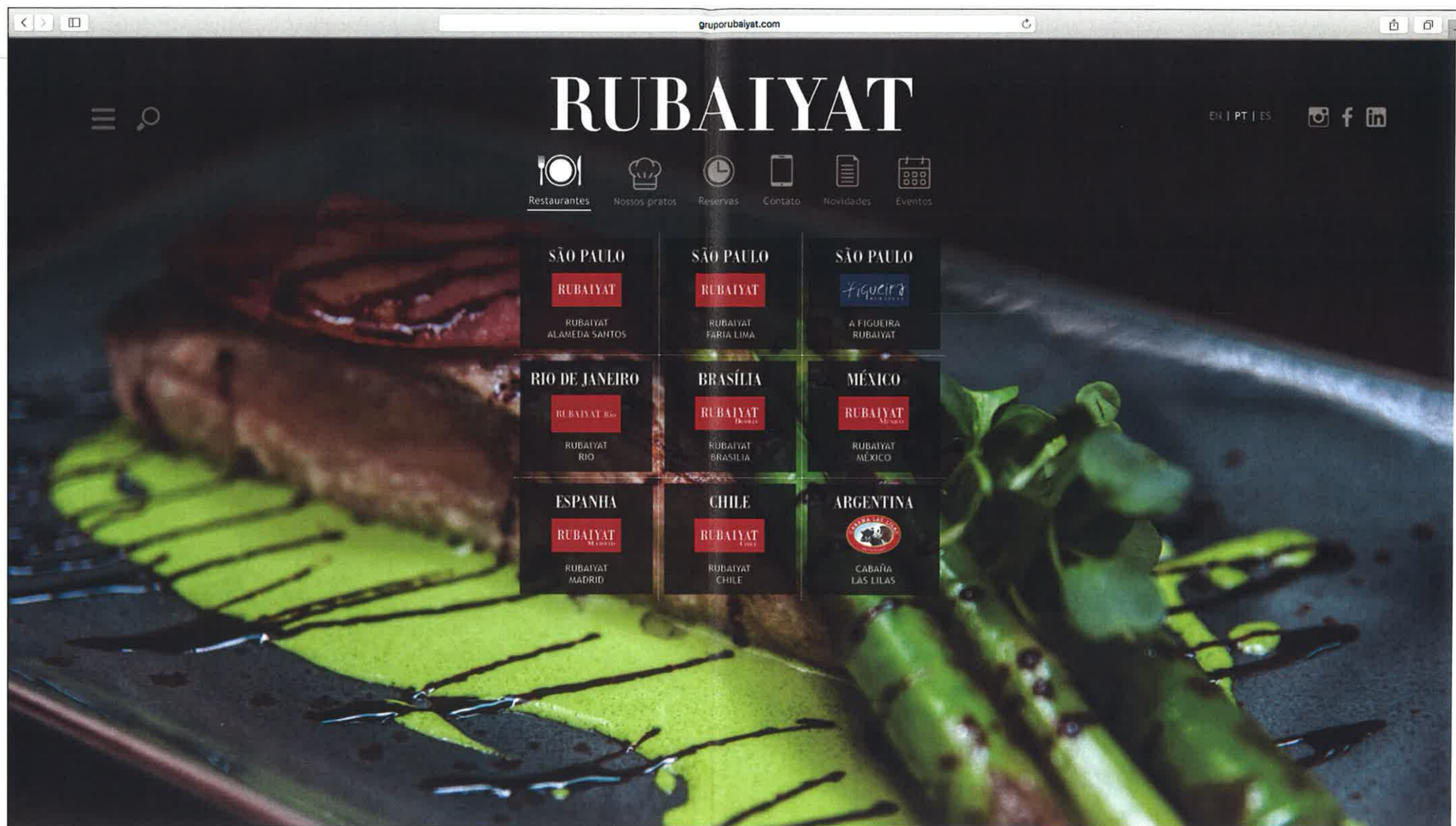


0

8

11

11



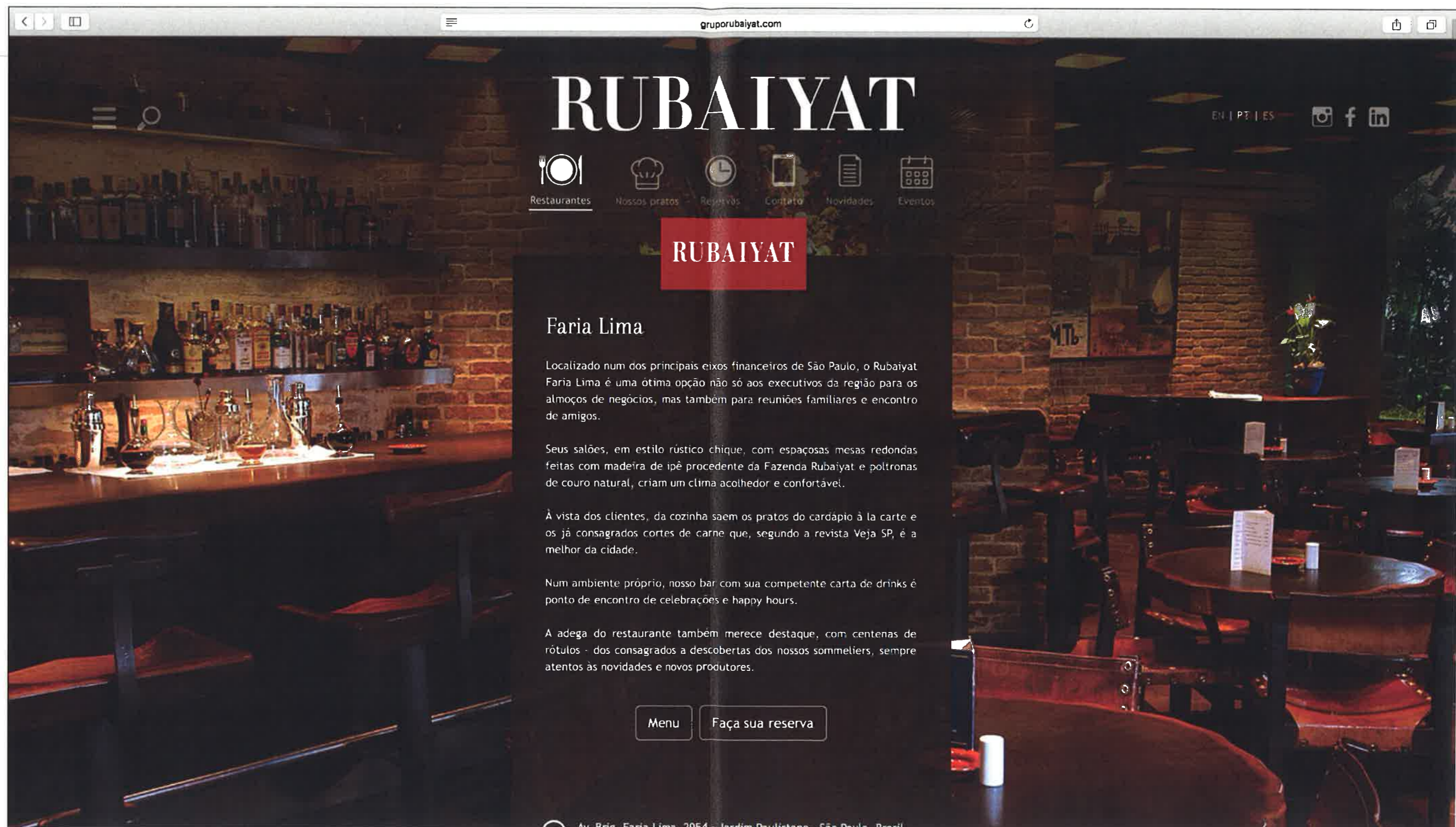
P

D

X

cc

12

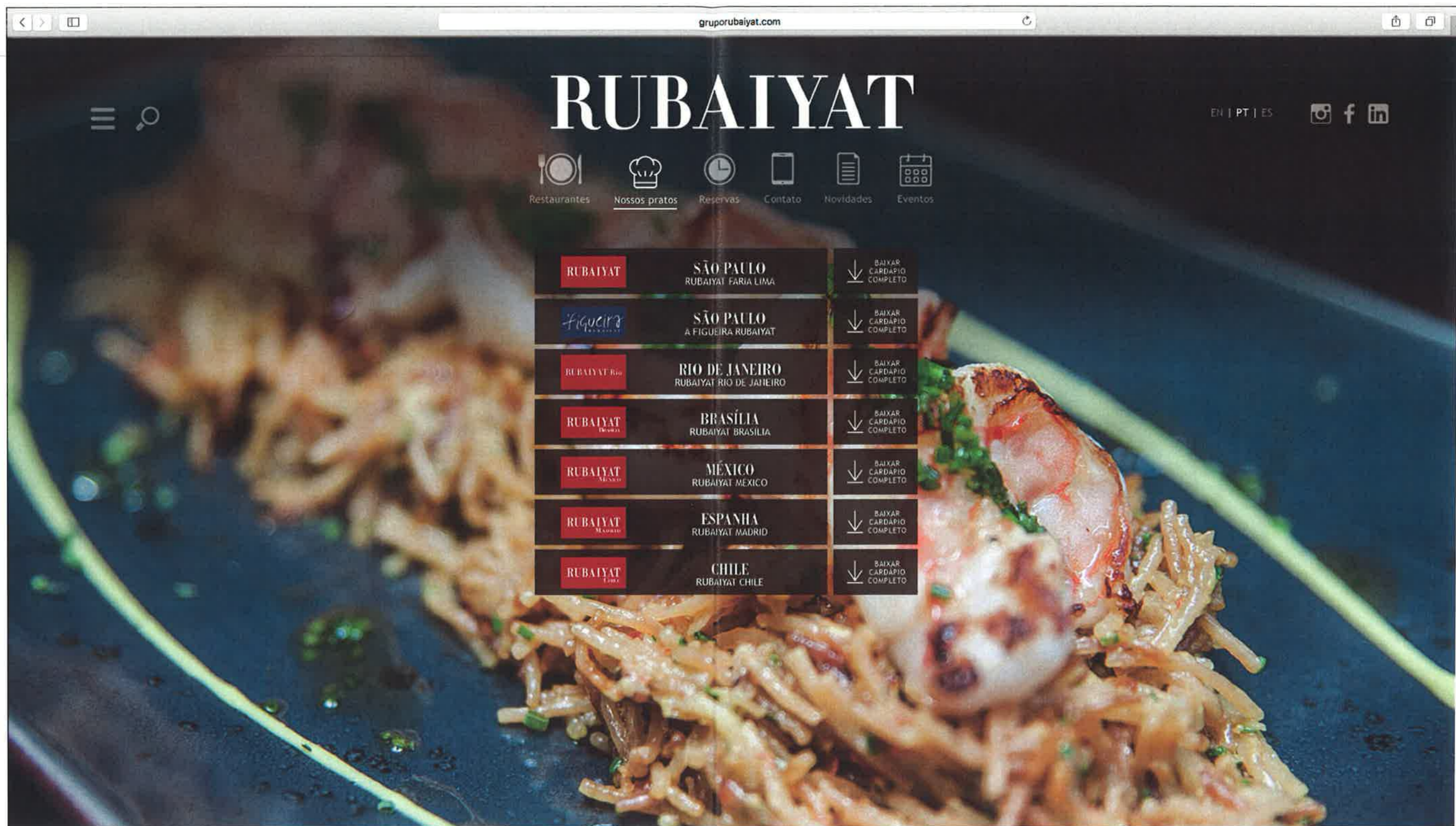


P

C

28

13



8

C

8

60
14

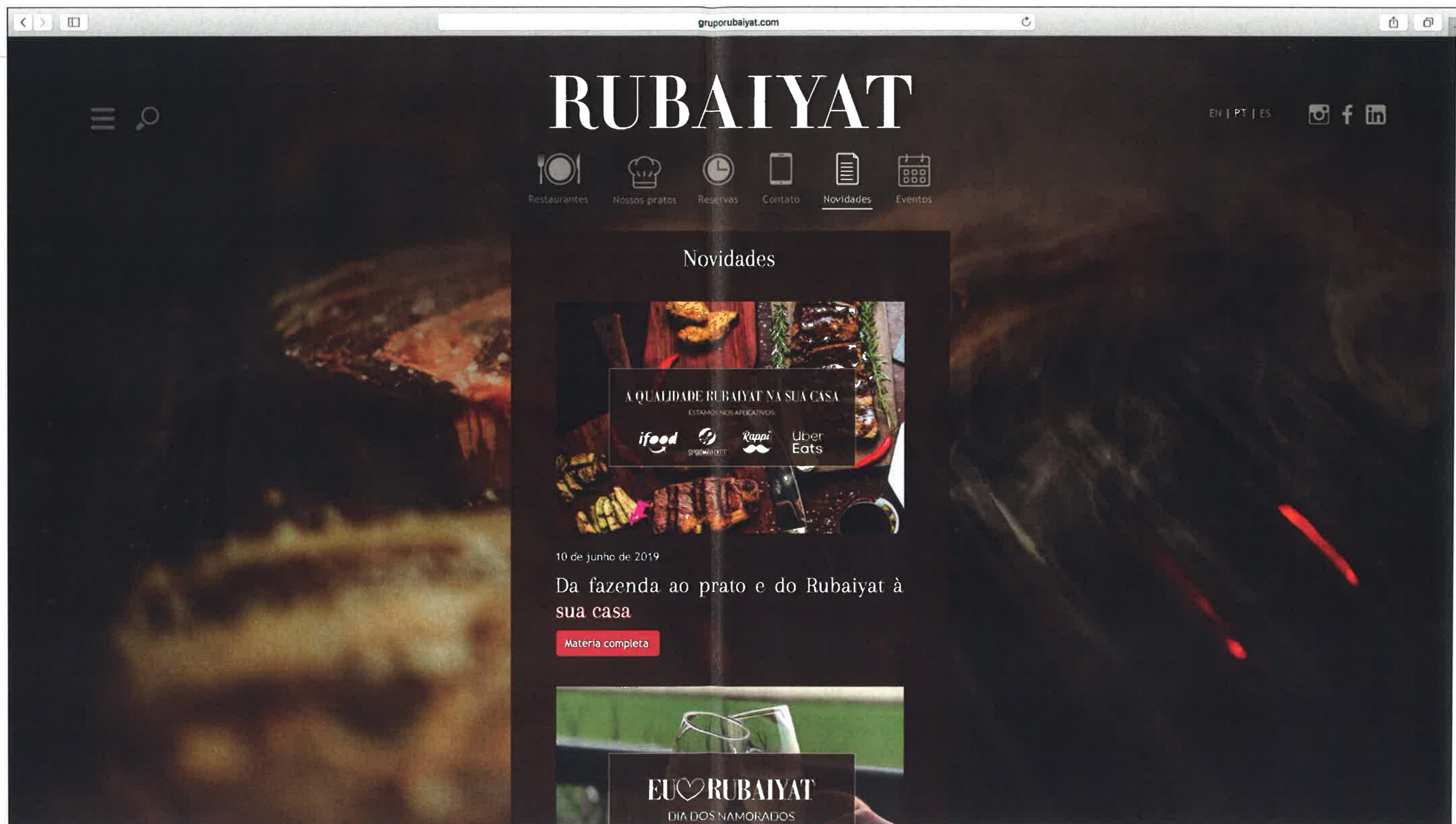


P

D

JK

15



p

D

2

16

16

RUBAIYAT.

5. Post carrossel.

Problema que se propôs resolver: comunicar o corte especial feito em comemoração aos 60 anos da marca Rubaiyat, que recebeu o nome de Steak 60.

Solução: Um post carrossel onde o steak era apresentado em três tempo, demonstrando a grandeza do corte e a suculência da carne.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Rubaiyat.

Produto: Steak 60

Título: Conheça o steak

Data de produção: novembro 2017

Período de veiculação: novembro 2017

Veículo: instagram



C

off

P

lt
18

FAZENDA DA GRAMA.

A Fazenda da Grama é um renomado empreendimento de campo, localizado no Município de Itupeva, a 70 km de São Paulo. Lançado em 2004, conta com campo de golfe profissional, 18 buracos, lago para esportes náuticos e a mais completa infraestrutura para esportes e lazer. É um empreendimento alto padrão, de famílias de alto poder aquisitivo, que construíram ali suas casas para fins de semana e férias. Desde seu lançamento, a Fazenda da Grama possuía apenas um único formato de comercialização: terrenos a partir de 3.000 m². Ou seja, cabia ao comprador do terreno a construção da casa.

Em 2017, no entanto, a Fazenda da Grama criou um novo produto para comercialização: o Boulevard da Grama. Um condomínio de 26 casas, dentro da Fazenda da Grama, numa área nobre do empreendimento. Nesse caso, além do terreno, o comprador receberia sua casa pronta, ficando a cargo dos empreendedores o projeto e a construção.

O público-alvo desse novo produto seriam jovens famílias, com filhos pequenos.

Para divulgar essa nova proposta da Fazenda da Grama, a BERGTOLEDO criou o conceito "Felicidade cresce na Grama", onde, antes de apresentar o novo produto (o condomínio Boulevard da Grama), apresentamos todos os diferenciais e benefícios de onde ele seria instalado, no caso, a Fazenda da Grama.

Dessa forma, veiculamos na mídia impressa anúncios em jornais como Estado de São Paulo e Valor, em revistas como a Veja São Paulo, além da mídia digital e redes sociais, mensagens e lindas fotos do empreendimento como um lugar para ser feliz com a família, para reunir os amigos, para celebrar a vida. Ou seja, primeiro tornamos o endereço desejado para então apresentar as casas e suas características, do arquiteto a metragem, dos materiais utilizados na construção a entrega da obra.

As campanhas online e offline foram integradas de forma a reforçar o conceito do Boulevard da Grama.

A estratégia foi bem-sucedida em vários sentidos.

No online, o custo do clique saiu de uma média de R\$ 1,5 para uma média de R\$ 0,1. O tempo de permanência no site cresceu em mais de 70%.

O crescimento do número de ligações e visita ao stand de vendas do empreendimento foi ainda maior.

E o mais importante: num ano especialmente difícil para o mercado imobiliário, as vendas do empreendimento foram um sucesso: das 26 casas disponíveis do projeto, 23 foram vendidas. Finalmente, para felicidade do cliente e para a agência, a campanha "felicidade cresce na Grama" foi a vencedora do "Prêmio Desafio Estadão Cannes" como a Melhor Campanha Imobiliária do Ano de 2018. FAZENDA DA GRAMA.

"felicidade cresce na Grama" foi a vencedora do "Prêmio Desafio Estadão Cannes" como a Melhor Campanha Imobiliária do Ano de 2018.

FAZENDA DA GRAMA.

Nome do Cliente: Eduardo Serapicos
Cargo: Diretor Comercial









FAZENDA DA GRAMA.

1. Anúncio Golfe.

Problema que se propôs resolver: apresentar o Boulevard da Grama, um condomínio que seria construído dentro da Fazenda da Grama, criando desejo pelo projeto.

Solução: com o tema “Felicidade cresce na Grama”, apresentamos o empreendimento como o lugar ideal para ver os filhos crescerem, reunir os amigos, ficar mais perto da família. Vendemos um projeto imobiliário, mas falando do que as pessoas compram: projetos de vida.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Jaguari e Terras Novas

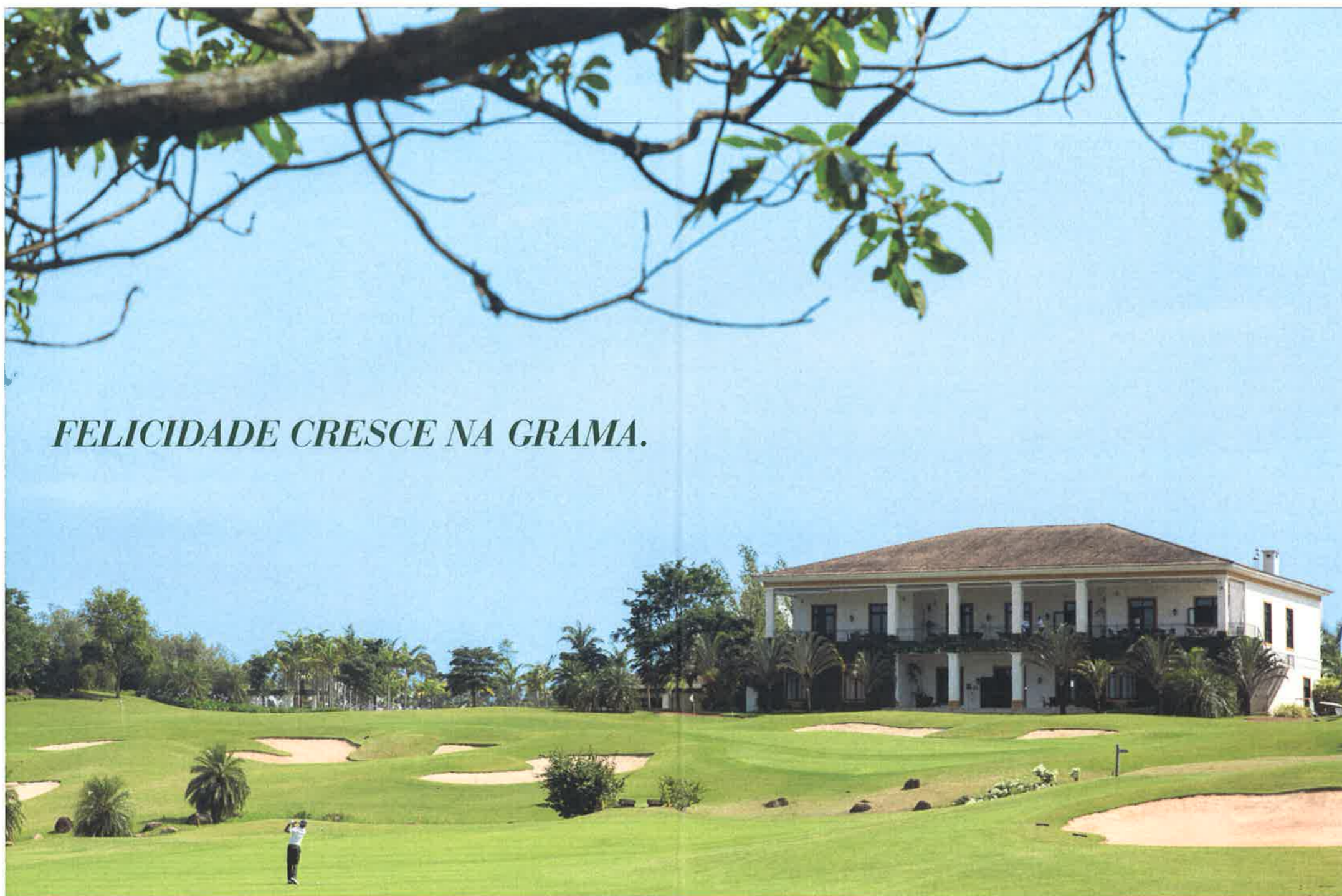
Produto: Fazenda da Grama

Título: Felicidade cresce na Grama – Golfe

Data de produção: abril 2018

Data veiculação: abril /maio 2018

Veículo: Revista Veja, Jornais: Estado de São Paulo, Valor Econômico



FELICIDADE CRESCE NA GRAMA.



PROJETO DADO CASTELLO BRANCO

PRÉ-LANÇAMENTO
BOULEVARD DA GRAMA
UM CONDOMÍNIO EXCLUSIVO
DE 26 CASAS DE 380 M², DENTRO
DA FAZENDA DA GRAMA.



PROJETO ANTONIO SCARPA

Os sábados, domingos e feriados crescem na Grama. São maiores e melhores, e repletos de opções: campo de golfe de 18 buracos, lago de 150.000 m² para esportes náuticos, quadras de tênis, campos de futebol, a mais completa infraestrutura de lazer, esportes e serviços. A 70 km de São Paulo, 40 minutos de carro, a casa de campo de sua família nunca esteve tão perto. Venha conhecer o Boulevard da Grama, a nova proposta da Fazenda da Grama.



FAZENDA DA GRAMA

Imobiliária JN Local (11) 4591-8013

FAZENDADAGRAMA.COM.BR
FAZENDADAGRAMA
EMPREENHIMENTOFAZENDADAGRAMA

Q

P

W 22
U

FAZENDA DA GRAMA.

2. Anúncio Lago.

Problema que se propôs resolver: apresentar o Boulevard da Grama, um condomínio que seria construído dentro da Fazenda da Grama, criando desejo pelo projeto.

Solução: com o tema "Felicidade cresce na Grama", apresentamos o empreendimento como o lugar ideal para ver os filhos crescerem, reunir os amigos, ficar mais perto da família. Vendemos um projeto imobiliário, mas falando do que as pessoas compram: projetos de vida.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Jaguari e Terras Novas






Produto: Fazenda da Grama

Título: Felicidade cresce na Grama – Golfe

Data de produção: abril 2018

Data veiculação: abril /maio 2018

Veículo: Revista Veja, Jornais: Estado de São Paulo, Valor Econômico



FELICIDADE CRESCE NA GRAMA.



PROJETO DADO CASTELLO BRANCO



PROJETO ANTONIO SCARPA

PRÉ-LANÇAMENTO
BOULEVARD DA GRAMA
UM CONDOMÍNIO EXCLUSIVO
DE 26 CASAS DE 300 M², DENTRO
DA FAZENDA DA GRAMA.

Os sábados, domingos e feriados crescem na Gramma. São maiores e melhores, e repletos de opções: campo de golfe de 38 buracos, lago de 150.000 m² para esportes náuticos, quadras de tênis, campos de futebol, a mais completa infraestrutura de lazer, esportes e serviços. A 70 km de São Paulo, 40 minutos de carro, a casa de campo de sua família nunca esteve tão perto. Venha conhecer o Boulevard da Gramma, a nova proposta da Fazenda da Gramma.



FAZENDA DA GRAMA

Local (11) 4591-8012

FAZENDADAGRAMA.COM.BR
#FAZENDADAGRAMA
@FAZENDADAGRAMA

P

C

W

lt.
24

FAZENDA DA GRAMA.

3. Anúncio Sonia Racy.

Problema que se propôs resolver: manter a campanha viva e dentro do conceito tema junto ao público alvo – jovens família com filhos pequenos e alto poder aquisitivo.

Solução: num formato menor, mas exclusivo, veiculamos na coluna da Sonia Racy do Estadão mostrávamos o que mais crescer na Grama, além de felicidade: no caso, infância, tempo para ver e compartilhar do crescimento dos filhos.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Jaguari e Terras Novas

Produto: Fazenda da Grama

Título: Infância nasce na grama

Data de produção: maio 2018

Data veiculação: maio 2018

Veículo: Jornal Estadão

lt
25



INFÂNCIA CRESCE NA GRAMA.

PRÉ-LANÇAMENTO
BOULEVARD DA GRAMA

CONDOMÍNIO DE CASAS ASSINADAS POR
DADO CASTELLO BRANCO E ANTONIO SCARPA,
DENTRO DA FAZENDA DA GRAMA.


FAZENDA DA GRAMA

Creci J-22216, Condomínio registrado na matrícula 142.284/142.265, em 01/08/2018, no nº 016to of. Registro de Imóveis de Curitiba/PR

VENDAS (11) 4591-8013  FAZENDADAGRAMA.COM.BR  @FAZENDADAGRAMA

C

W

lt

26

FAZENDA DA GRAMA.

4. Site.

Problema que se propôs resolver: apresentar a Fazenda da Grama como um empreendimento consolidado, com completa infraestrutura, próximo de São Paulo e que agora tinha um novo projeto para comercialização: o Boulevard da Grama.

Solução: o site contendo vídeo e lindas fotos do empreendimento ilustravam toda a vida, social e esportiva, que já acontecia no empreendimento. Ou seja, que o interessado iria comprar uma casa a ser construída num empreendimento pronto para viver.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo

Cliente: Jaguari e Terras Novas

Produto: Fazenda da Grama

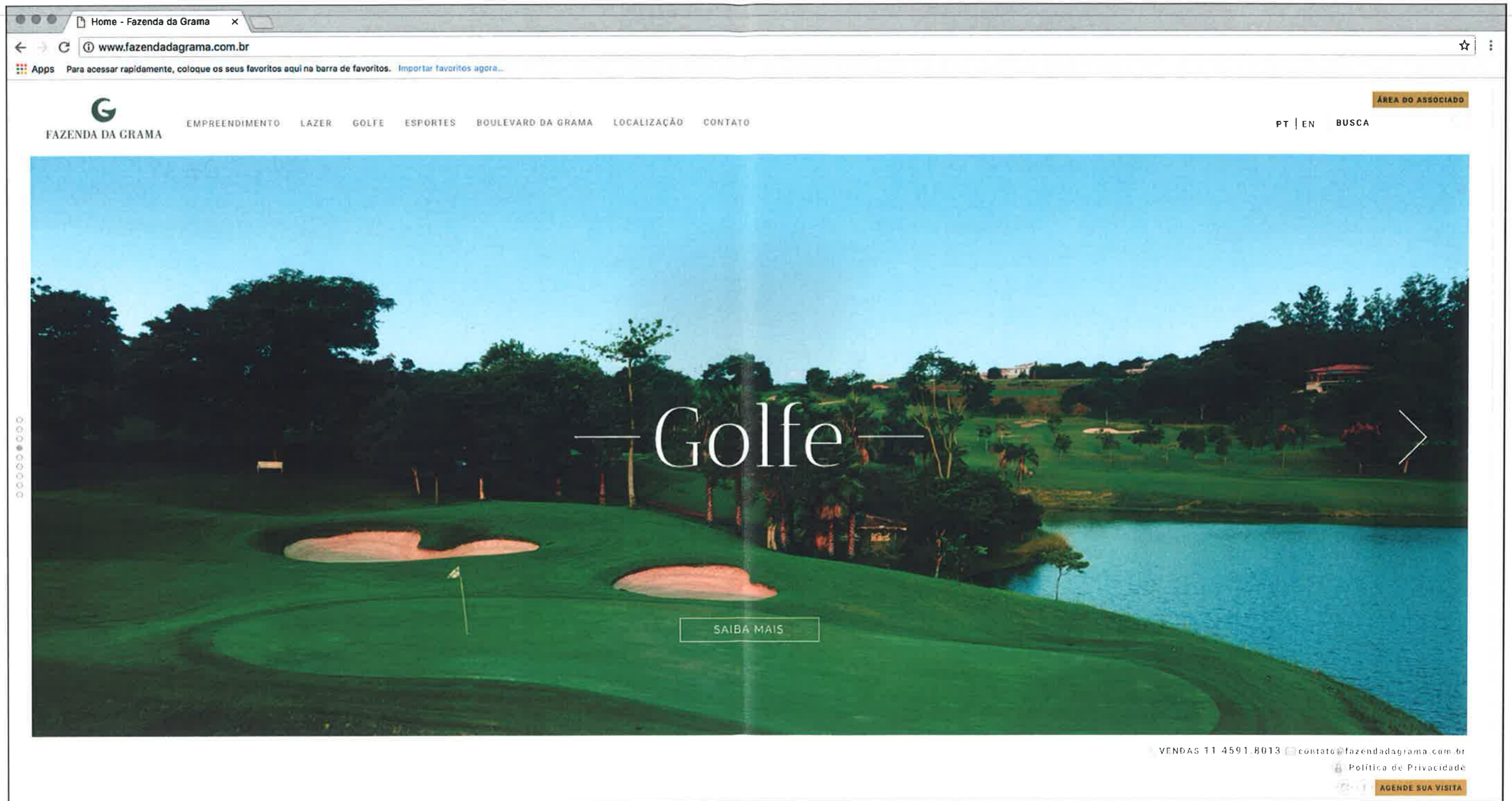
Título: Site

Data de produção: fevereiro 2018

Data veiculação: abril 2018

Veículo: internet

C
lt
27



o

C

u
28

FAZENDA DA GRAMA.

5. Anúncio Prêmio Estadão.

Problema que se propôs resolver: compartilhar o prêmio de Melhor Campanha Imobiliária de 2018 oferecido pelo Grupo Estadão

Solução: um anúncio obviamente no próprio veículo agregando valor ao empreendimento – deu orgulho aos clientes que já haviam comprado e um “empurrãozinho” nos que ainda pensavam.

Ficha técnica:

Agência: BergToledo
Cliente: Jaguari e Terras Novas
Produto: Fazenda da Grama
Título: Prêmio Estadão
Data de produção: junho 2018
Data veiculação: junho 2018
Veículo: Jornal Estadão

003101938

FAZENDA DA GRAMA. VENCEDORA DO PRÊMIO DESAFIO ESTADÃO CANNES MELHOR CAMPANHA IMOBILIÁRIA DO ANO.



PRÊMIO DESAFIO ESTADÃO CANNES
MERCADO IMOBILIÁRIO - 2018

- A 40 minutos de São Paulo.
- Campo de golfe com 18 buracos.
- Lago para esportes náuticos.
- Completa infraestrutura de lazer, esportes e serviços.
- Terranos de 3.000 m² e casas disponíveis.



FAZENDA DA GRAMA



(11) 4591-8013

CHAV 2-2226. Condomínio registrado nos cartórios 147.204.142.205, em 01/04/2015, no 5º Ofício do Registro de Imóveis de Jundiaí/SP.

FAZENDADAGRAMA.COM.BR
@FAZENDADAGRAMA

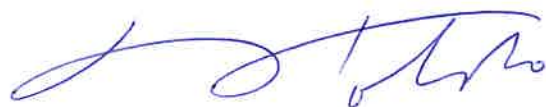
Anúncio Prêmio Estadão - 297x520mm

ρ

C

lt
30

São Paulo, 17 de Março de 2021



Luiz Augusto Monteiro de Toledo Filho
Sócio Diretor