

Proposta:	6	Avaliador(a):	<i>Nathany Batista</i>
------------------	----------	----------------------	------------------------

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

9.4.1. Subquesto 1 – Raciocínio Básico	Parciais (0-10)
9.4.1.1. a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Coren-SP e do contexto de sua atuação e missão institucional	8
A agência trouxe pesquisou bastante sobre o COREN-SP (início, história, iniciativas)	
9.4.1.2. a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	7,5
A agência pesquisou e trouxe muitos dados sobre o COREN-SP em si para introduzir à problemática trazida no briefing	
a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Coren-SP e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	7,5
Sim. No Raciocinio Basico a agência compreendeu o briefing	
Pontos do Subquesto 1 (0-10): 7,7	

9.4.2. Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	Parciais (0-10)
a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Coren-SP, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação <i>A agência entendeu o desafio do briefing (violencia contra o profissional de enfermagem) porém o trouxe de forma muito intensa e violenta na Estratégia de Comunicação, impactando e trazendo cunho negativo para a</i>	4
9.4.2.2. a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito <i>A agência trouxe argumentos condizentes porém, executou de forma negativa na Estratégia de Comunicação</i>	4
9.4.2.3. as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Coren-SP com seus públicos <i>A Estratégia usada trouxe mais possibilidade de interpretações negativas do que positivas, principalmente ao usar a tematica "Nosso cuidado não muda com a violencia" e direcionar ações em conjunto com a questão da</i>	2,4
9.4.2.4. a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta <i>A consistencia tecnica da agencia não foi bem executada. A Estratégia está usando com persuasão para a violencia contra o profissional da enfermagem para o lado negativo, lado contrario ao que o COREN-SP</i>	2,4
9.4.2.5. a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Coren-SP, os desafios e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing <i>De fato a agencia tem conhecimento do COREN-SP e de seus desafios, mas a execução da Estratégia deixou a desejar</i>	4
9.4.2.6. a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial <i>Os exemplos deixaram a campanha a desejar.</i>	5
Pontos do Subquesto 2 (0-15): 5,5	

9.4.3. Subquesto 3 – Ideia Criativa	Parciais (0-10)
9.4.3.1. o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária <i>Há alinhamento entre a campanha e a estratégia, mesmo com o direcional divergente com a proposta do COREN-SP</i>	3

9.4.3.2. a pertinência da solução criativa com a natureza do Coren-SP, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	2,4
A agência não traduziu nas peças a necessidade levantada pelo COREN-SP. As peças trazem cunho negativo e não comunica de forma correta a mensagem.	
9.4.3.3. a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de públicos-alvo	2,4
As peças não foram adequadas ao publico. Nenhuma das peças traduz a mensagem principal.	
9.4.3.4. a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam	3,6
As peças não foram compatíveis aos meios de divulgação. Os meios foram bem escolhidos, mas a comunicação não traz a mensagem de forma correta	
9.4.3.5. a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	2
A agência foi criativa na idéia, mas executou mal em todas as peças. Elas trazem interpretações negativas ao usar cores fortes (alarmantes), ao trazer elementos que remetem gritaria, xingamentos e ao trazer personagens	
9.4.3.6. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo	3,5
A agência não trouxe clareza nas mensagens. A linguagem usada não fopi adequada em nenhuma peça.	
9.4.3.7. a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento	3,5
A proposta das peças não atendeu o briefing	
Pontos do Subquesito 3 (0-25):	
7,3	

9.4.4. Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia		Parciais (0-10)
9.4.4.1. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação do Briefing <i>A agencia trabalhou a estrategia com dados e fundamentos, porém, suas peças foram mal executadas trazendo cunho negativo para o COREN-SP em si.</i>	2,4	
9.4.4.2. a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia <i>A estrategia foi fundamentada, mas o plano de mídia e a tatica foram totalmente mal executados. As propostas trazidas farão com que o COREN-SP seja mal intepretado, não comunicando de forma positiva nenhuma das</i>	2,6	
9.4.4.3. a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária <i>As comunicações não foram eficientes em nenhum momento, não trazendo consistencia em nenhum momento</i>	2	
9.4.4.4. a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Coren-SP e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia <i>A proposta não foi adequada, mesmo usando os recursos proprios do COREN-SP</i>	2,5	
9.4.4.5. o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência <i>A agencia foi eficiente no investimento, mas o plano em si não foi executado da forma correta.</i>	4	
Pontos do Subquesito 4 (0-15):		4,1

Proposta: 6		 Pontos do Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:		24,5
Assinatura do(a) avaliador(a):	<div>DocuSigned by: <i>Nathany Batista da Silva</i> 86ED15BC66F9424...</div>		Data:	23/05/2024