

<b>Empresa:</b>	<i>Brick</i>	<b>Avaliador(a):</b>	<i>Alexandre Moitinho Cano de Medeiros</i>
-----------------	--------------	----------------------	--

9.4.5. Quesito 2 - Capacidade de atendimento	Parciais (0-10)
9.4.5.1. o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um <i>Ainda que haja uma vasta lista de clientes e diversos com relação à área da saúde, pouquíssimos são da área pública, o que não denota tanta experiência nesse tipo de contratação</i>	8
9.4.5.2. a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Coren-SP <i>Demonstra profissionais experientes e com quantitativo adequado para cada equipe</i>	10
9.4.5.3. a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Coren-SP na execução do contrato <i>Estrutura detalhada e adequada à demanda das necessidades do Coren-SP</i>	10
9.4.5.4. funcionalidade do relacionamento operacional entre a licitante e o Coren-SP <i>Fluxo objetivo e aparentemente condizente com as necessidades do Coren-SP</i>	10
9.4.5.5. a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Coren-SP <i>Conteúdo plenamente detalhado e de acordo com as necessidades do Coren-SP</i>	10
<b>Pontos do Quesito 2 (0-20): 19,2</b>	

9.4.6. Quesito 3 - Repertório	Parciais (0-10)
9.4.6.1. a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação <i>Os produtos passam as mensagens pretendidas, porém contam com características muito semelhantes, o que pode ser prejudicial pela diversidade dos públicos-alvo</i>	7,5
9.4.6.2. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo <i>Os produtos passam as mensagens pretendidas, porém contam com características muito semelhantes, o que pode ser prejudicial pela diversidade dos públicos-alvo</i>	7,5
9.4.6.3. a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças <i>As peças cumprem suas funções, porém sem grandes inovações visuais ou textuais</i>	9
<b>Pontos do Quesito 3 (0-10): 8</b>	

9.4.7. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		Parciais (0-10)
9.4.7.1. a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária	7,5	<i>Tom equivocado numa campanha de valorização e simplista demais ao abordar uma situação grave</i>
9.4.7.2. a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente	9	<i>Os resultados parecem plenamente atingidos, ainda que as campanhas possam causar entendimentos divergentes dos propostos</i>
9.4.7.3. a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos	7,5	<i>Os desafios são semelhantes aos vivenciados pelo Coren-SP, porém as peças correm o risco de passar mensagens divergentes das propostas</i>
9.4.7.4. o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	8	<i>As defesas são embasadas e os resultados aparentemente foram satisfatórios, ainda que as campanhas possam causar entendimentos divergentes dos propostos</i>
Pontos do Quesito 4 (0-5):		4

Empresa: Brick		Pontos Quesitos 2, 3 e 4 - Capacidade, Repertório e Relatos:		31,2
Assinatura do(a) avaliador(a):		Data:	28/05/2024	