

Empresa:	Area	Avaliador(a):	<i>Nathany Batista</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>Trata-se de agência grande, com importantes clientes (principalmente publicos) mostrando experiencia no segmento atuado pelo COREN-SP.</i>	10
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>A agência aparenta ter profissionais qualificados e com experiencia no segmento atuado pelo COREN-SP.</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>A agência possui sede em SP Capital, o que é positivo para atendimento ao COREN-SP. Além disso, possui instalações que atendem à necessidade.</i>	10
9.4.5.4. funcionalidade do relacionamento operacional entre a licitante e o Coren-SP <i>A agência possui um time vasto para atender o 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>Sim, há relevância e utilidades das informações apresentadas pela agência. Ela possui muitas ferramentas de mercado importantes para captação de informações de mercado (exemplo: kantar).</i>	10
Pontos do Quesito 2 (0-20): 20	

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>A agência possui soluções que atendem a necessidade do COREN-SP. No repertório trouxeram exemplos (de clientes publicos) interessantes, que possivelmente atenderam os briefings dos clientes.</i>	10
9.4.6.2. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo <i>Em todas as comunicações, as mensagens foram passadas, principalmente no livreto criado para a Prefeitura de Diadema e no mobiliário urbano para a Prefeitura de Itu.</i>	10
9.4.6.3. a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças <i>A qualidade da produção está muito boa, com bom acabamento das peças.</i>	10
Pontos do Quesito 3 (0-10): 10	

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		10
Sim. O planejamento estratégico está evidente na colução publicitária.		
9.4.7.2. a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente		10
Há evidências de que a solução contribuiu para o alcance dos objetivos do cliente.		
9.4.7.3. a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos		10
De fato, a campanha para o CAU/BR era desafiadora e complexa e a agência conseguiu trazer resoltados positivos com a campanha pois em três meses de campanha obtiveram resultados positivos.		
9.4.7.4. o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante		10
Sim. Há encadeamento lógico da exposição do relato.		
Pontos do Quesito 4 (0-5):		5

Empresa: Area		Pontos Quesitos 2, 3 e 4 - Capacidade, Repertório e Relatos:		35,0
Assinatura do(a) avaliador(a):	<div>DocuSigned by: Nathany Batista da Silva 86ED15BC66F9424...</div>		Data:	27/05/2024