

POR QUE DESENVOLVER UMA CAMPANHA PROMOCIONAL NA CINI?

Objetivos:

- Aumentar a participação da marca Cini Bebidas no mercado
- Reposicionamento
- Promover os lançamentos de novos produtos

Pontos Fortes:

- Facilidade de expansão
- Sabores exclusivos
- Custo benefício atraente ao consumidor

Pontos Fracos:

- Desconhecimento pelo público alvo sobre sua diversidade de produtos, principalmente das linhas mais recentemente produzidas (Chá Mate Cini, Cini Mix e água saborizada)



OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

Intensificar a percepção do consumidor em associar os produtos Cini à qualidade, sabor e modernidade.

Aumentar a fatia de mercado.

Reposicionar a imagem da Cini Bebidas, objetivando os seguintes critérios:

- Aproximar a percepção dos consumidores em relação aos seus produtos e as suas marcas às marcas líderes de mercado;
- Utilizar uma linguagem atual, inovadora, acompanhando tendências;
- Promover a lembrança da marca junto ao público infanto-juvenil;
- Suscitar o sentimento da marca e dos produtos junto ao público adulto (média de 30 anos), para que lembrem do gosto de infância e assim retornem ao consumo da marca;
- Envolver o público especificador (distribuidores, promotores, demonstradores e revendedores) fazendo-os incorporar o sentido e o potencial da campanha.



CONCEITO CRIATIVO

Apassionados
POR
Cini

Apasionar-se a ponto de perder, por algum tempo, o uso do entendimento.



ESTRATÉGIA DA PROMOÇÃO

Promoção: Junte e troque

Junte 5 tampinhas na cor vermelha + R\$ 4,90 e troque por um toy alucinado

Período da Promoção: 22 de setembro de 2008 á 15 de dezembro de 2008

Região de Abrangência: Curitiba e região metropolitana, Litoral do Paraná e Ponta Grossa



ESTRATÉGIA DA PROMOÇÃO

O que é TOY ART?

Toy Art é uma manifestação pop contemporânea que se apropria do brinquedo para mesclar desing, moda e urbanidade.

É um movimento artístico nascido em 1997 quando o Designer Michael Lau apresentou em uma feira de brinquedos de Hong Kong bonecos GI-Joe customizados por ele com roupas com um estilo hip-hop/street.

A partir daí, a grande ascensão do Toy Art veio quando os artistas de Hong Kong e do Japão começaram a fabricar seus próprios bonecos em edições exclusivas e limitadas, e com o passar do tempo americanos e europeus foram aderindo a nova tendência que hoje está tomando o Brasil.





ESTRATÉGIA DA PROMOÇÃO

O que é TOY ART?

Os bonequinhos viraram moda entre crianças e adultos descolados do mundo todo, tal qual as coleções de figurinhas ou papel de carta eram na infância de quem já passou dos 25.

Os bonecos são desenhados e customizados por designers, grafiteiros, gente do mundo da moda e outros artistas.



Mas os toys vão muito além do entretenimento, eles resgatam alegria, diferenciação, identidade, personalização e estilo.

Os Toys Art tornam um objeto de desejo.

A “febre” dos Toys Art invadiram o mundo e um toy pode custar de U\$ 1 á U\$ 5000.



TOY ALUCINADOS



TEASER

ELes São LOOUCOS por Cini.
Não, LOUCOS Não, eLes São obcecados por Cini.
Não, acho que Não...
isso! eLes são os

ALUCINADOS POR Cini

E QUANDO eLES chegAREM,
é MELHOR que você esteja preparado
ALUCINADOS por Cini
Logo, Logo INVADINDO a SUA LOJA.

www.cini.com.br

SAC 0800 410 910

Saiba mais sobre esta grande promoção
com seu representante Cini.



Lançamento Funcionários

informativo



No dia 12/09/08, a Cini Bebidas apresentou a seus colaboradores a Campanha Alucinados por Cini, no Hotel Howard Johnson, tivemos aproximadamente 200 participantes que prestigiaram a apresentação. Todos adoraram e apostam nesta nova ação.

Saída para um encontro alucinado



informativo



CAMPANHA ALUCINADOS POR CINI

Todos disposto e cantando o Hino Nacional



Apresentação dos Diretores e Gerentes



AÇÕES DE DIVULGAÇÃO

Cross Media:

- Mídia
- No mídia
- Guerrilha
- Branded entertainment

Ação de responsabilidade social

Endomarketing

Assessoria de Imprensa



TROCA DE BRINDES

Teremos pontos de trocas em todas as regiões da Campanha para efetuar a troca de tampinhas + R\$ 4,90 por um Toy Art.

Responsável pelo controle de Toys: Jesus Zapata

Utilização do sistema PDV Check através de SMS para controle de estoque de Toy Arts nos pontos de venda.

Postos de Trocas Fixos:

Supermercado Condor - Hauer

Supermercado Condor - Santa Cândida

Supermercado Condor - Bom Retiro

Supermercado Condor - Sítio Cercado

Supermercado Condor - Araucária

Supermercado Mufatto - Portão

Supermercado Galeão – São José dos Pinhais

Supermercado Stresser – Rio Branco do Sul

Supermercado Gabão – Santa Helena

Mega Papelaria – Batel

Supermercado Condor – Ponta Grossa

Distribuidora Rio Verde – Ponta Grossa

Distribuidora Maфра – Ponta Grossa

Distribuidora Cartti - Paranaguá



TROCA DE BRINDES

Pontos de Trocas itinerantes:

10 pontos de venda potenciais da Distribuidora Capraro e

Distribuidora Beck Dom

Mercado Solimar – Guaratuba

Supermercado Bavaresco – Paranaguá

BIG - Maiores



MATERIAL IMPRESSO

Banners para ponto de venda



MATERIAL IMPRESSO

Cartazes para ponto de venda



MATERIAL IMPRESSO

Wobbler para ponto de venda



MATERIAL IMPRESSO

Faixa de gôndola para ponto de venda



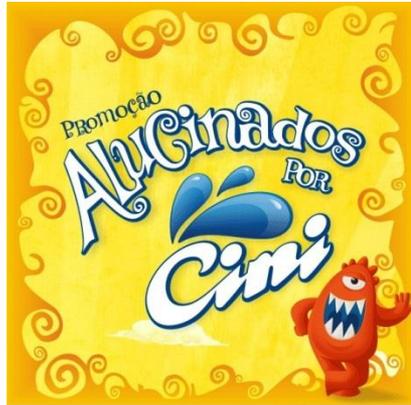
MATERIAL IMPRESSO

Cubos para ponto de venda



MATERIAL IMPRESSO

Faces dos cubos para ponto de venda



MATERIAL IMPRESSO

Toalhas de mesa para ponto de venda

Promoção **Alucinados** POR **Cini**

Junte 5 + 4,90 e troque por um Toy Alucinado. Coleção!

Acesse www.alucinadosporcini.com.br

Beba **Cini**

*Promoção válida até 15/12/08 ou enquanto durarem os estoques. Imagens meramente ilustrativas. Válidos apenas para produtos Cini com tampa vermelha. Consulte regulamento e pontos de troca em www.alucinadosporcini.com.br.



MATERIAL IMPRESSO

Anúncio na Revista Supermix

Chegou a hora. Eles já invadiram a cidade!

Vão entrar na sua loja, abrir a geladeira...
e, como você já sabe, eles têm sede
de uma só coisa.



Acesse
[www.
alucinadosporcini
.com.br](http://www.alucinadosporcini.com.br)

PROMOÇÃO
Alucinados
POR
Cini

Junte
50 + 4,90
e troque por um
Toy Alucinado.
Colecione!



Ainda não tem
Cini na sua gôndola?
Entre em contato com o seu
vendedor e peça já!
PARTICIPE



*Promoção válida até 15/12/08 ou enquanto durarem os estoques. Imagens meramente ilustrativas. Válidos apenas para produtos Cini com tampa vermelha. Consulte regulamento e pontos de troca em www.alucinadosporcini.com.br **Promoção limitada às praças de Curitiba e região metropolitana, Ponta Grossa e litoral do Paraná.

SAC 0800 410 910



MATERIAL DE DIVULGAÇÃO

Plotagem de Veículo



MÍDIA EXTERNA

Front light



Outubro:

- Av. Brasília com novo trevo entre o Supermercado Condor e rápida Portão – Centro
- Av. das Torres em frente ao Big

Novembro:

- Av. Victor Ferreira do Amaral, dentro do Jockey Club do PR



MÍDIA EXTERNA

Top Sight

Promoção
Alucinados POR
Cini

Acesse
www.
alucinadosporcini
.com.br

Junte
50 + 4,90
e troque por um
Toy Alucinado.
Colecione!

BEBA
Cini

Outubro:

- Av. Mario Tourinho próximo Av. Nossa Senhora da Luz – frente ao Mercadorama



MÍDIA

Rádio



Rádio Clube FM (101,5)

- Visita Premiada
- Flashes
- Veiculação Jingle

Rádio Jovem Pan (103,9)

- Blitz
- Veiculação Jingle

Rádio Banda B - AM (550)

- Patrocínio Luiz Carlos Martins

Rádio 98 FM

- Blitz
- Veiculação Jingle

Rádio Transamérica (100,3)

- Blitz

Rádio Jovem Pan – Ponta Grossa

- Veiculação de jingle

Rádio Litoral Sul – FM – Litoral do Paraná

- Veiculação de jingle



MÍDIA

Televisão

RPC (TV Globo)

Programas:

- Quinta-Feira: Sessão da Tarde
- Sexta-Feira: Sessão da Tarde
- Sábado: Caldeirão do Huck
- Domingo: Domingão do Faustão
- Segunda-Feira: Novela das 8h (A Favorita)

REDE MASSA (SBT)

Programa:

- Bom Dia & Cia



MÍDIA

Cinema



CINEMA CURITIBA
Semana: 05 á 19 de outubro



MÍDIA WEB

Hot Site



MÍDIA WEB

Marketing Viral

Concurso de Coreografia

- Baixar o jingle do Alucinados por Cini, disponível no hot site
- Preparar um coreografia
- Filmar
- Postar no Youtube e fazer inscrição no hot site www.alucinadosporcini.com.br
- As duas mais votadas no Youtube serão premiados:
1º lugar: Viagem para Hopi Hari – vencedor e 1 acompanhante
2º lugar: Cesta de Produtos Cini



MÍDIA WEB

Blog da Manu

Desenvolvimento de um blog para a personagem Manu interagir com a Comunidade e estar divulgando a Campanha Alucinados por Cini, os produtos Cini, suas curiosidades, etc.

Perfil da Manu:

- Jovem
- 15 anos
- Estudante
- Inteligente
- Ligada em ações da sua Cidade
- Atenta á tecnologia
- Adora passear, ir á baladas, experimentar produtos e estar com seus amigos e família



MÍDIA WEB

Banners em Sites

Site Hagah

Site RPC



RESPONSABILIDADE SOCIAL

Teatro nas Escolas

Atores: Larissa e Guilherme

Escolas particulares e municipais de Curitiba e São José dos Pinhais

Distribuição de Material Gráfico: FanCini

Impresso contendo: testes, artigos, crônicas, ilustrações e publicidade



ENDOMARKETING

Todos nós!

Colaboradores Cini, Distribuidoras, Representantes

- Evento interno de lançamento;
- Dinâmicas de grupo;
- Boletim Interno mensal.

Boletim Cini
ANO 1 Nº1 SETEMBRO/2008

Promoção
Alucinados Por Cini

A Cini está sendo invadida neste momento!

Milhares de monstros chegarão para agitar as coisas por aqui.

Você já viu algum? Não? Preste atenção. Eles estão por toda parte. Alucinados por Cini. A Cini nunca mais será a mesma depois deles.

Junte 50 + 4,90 e troque por um Toy Alucinado. Colecione!

Depois deles, a Cini nunca mais será a mesma...
Eles não são humanos. Também não são animais. Eles nunca foram vistos por ninguém.

(Há boatos de que se pareçam com monstros, com suas bocas enormes e olhos bugalhões. Uma maldade! Essas diferenças é que dão o charme!)

Essas criaturinhas estão chegando; vindas de um mundo onde passamos a maior parte do tempo, um lugar cheio de boas energias: o mundo Cini. E quando eles chegarem, vai ser amor à primeira vista. Eles são pequeninos, são engraçados, são coloridos, como a Cini! Eles vão te conquistar. Eles são os:

Alucinados Por Cini

como o chá, a água Cristal e os sucos; Um concurso cultural de coreografias fará o público jovem dançar ao ritmo da Cini e os Cini Encontros, realizados em parcerias com as rádios, serão blitz feitas com vans nos principais pontos de venda da cidade, sempre chamando a atenção com música, degustação, distribuição de kits e muita descontração. Isso é que é atitude!

Para você que trabalha na Cini as coisas ficam ainda melhores. Os Promotores e pontos de venda terão incentivo direto recebendo bonificação em dinheiro pela troca dos toys, quanto maior a participação do consumidor na promoção maior vai ser o resultado direto aos promotores e pontos de venda participantes. Além disso, circulará esse jornalzinho interno, com várias dicas de como melhorar o rendimento no trabalho, entrevistas e artigos sobre o cotidiano na empresa: Uma forma divertida de ficar por dentro de tudo o que acontece aqui na Cini. A campanha começa em setembro. Vamos nos preparar para estas grandes melhorias!

Se você está aqui, é porque faz parte da família Cini, portanto, você também é um Alucinado por Cini! E Alucinados por Cini são empolgados, são de bem com a vida, são... Alucinados!

Bem vindos ao mundo dos Alucinados por Cini. Nossa vida tem bem mais sabor!



DISTRIBUIDORES E PDV

FOLHETO REPRESENTANTE

formato: 21x29,7 cm

FRENTE



ENDOMARKETING

Camisetas



ASSESSORIA DE IMPRENSA

Contratação de uma nova Assessoria de Imprensa – Lide Multimídia

Principais desenvolvimentos:

- Divulgação das ações
- Promoções culturais
- Cobertura de eventos
- Informações referente a produtos (lançamentos e linha atual)

Campanha Alucinados por Cini:

- Divulgação de todas as ações da Campanha
- Aproximação de jornalistas e veículos de comunicação
- Evento de lançamento para jornalistas, formadores de opinião e veículos de comunicação utilizados

Local: Restaurante Picanha Brava

Data: 22 de setembro



CAMPANHA VENDEDORES



Beba
Cini



RUMO AO SUCESSO !

CONCURSO RUMO AO SUCESSO

OBJETIVO: INCENTIVAR AS EQUIPES DE CAMPO A SUPERAR AS METAS EM UM PERÍODO DE COM SITUAÇÕES ADVERSAS DE MERCADO.

TRABALHAR COM OS 3R'S NECESSÁRIOS EM UM PROGRAMA DE INCENTIVOS: RECOMPENSA / RECONHECIMENTO / RELACIONAMENTO.

DURAÇÃO: 3 MESES
(SETEMBRO/OUTUBRO/NOVEMBRO).

PÚBLICO – ALVO:

- ❖ EQUIPE DE VENDAS (DISTRIBUIDORES, VENDEDORES, SUPERVISORES);



FUNCIONAMENTO

- OS CRITÉRIOS DE CADA EQUIPE ESTÃO ATRELADOS A PONTOS DISTRIBUÍDOS MENSALMENTE PARA DISTRIBUIDORA (SÓ GANHA PRÊMIO MENSAL SE A DISTRIBUIDORA ATINGIR SUA META).
- O PARTICIPANTE ACUMULA PONTOS CONFORME O ATINGIMENTO DOS CRITÉRIOS SOB SUA RESPONSABILIDADE.
- OS PONTOS SÃO CONVERTIDOS EM PRÊMIOS.
- A PREMIAÇÃO CONSISTE DE: PRÊMIOS MENSAIS E UM GRANDE PRÊMIO NO FINAL DO CONCURSO.



PONTOS

- ATINGIMENTO DE 100 % DA META MÊS = 10 PONTOS.
- A CADA 10 % DE CRESCIMENTO NA META = 1 PONTOS.
- CASO A DISTRIBUIDORA NÃO ATINJA A META DO MÊS NÃO HAVERÁ TROCA DE PRÊMIOS.
- OS PONTOS PODERÃO SER ACUMULADOS PARA O PRÓXIMO MES.



PRÊMIOS MENSAIS - 100% DA META DISTRIBUIDORA CAPRARO, BECKDOM, CARTTI e RIO VERDE

- TV 21" com DVD = 10 pontos
- TV 29 `` = 15 pontos
- Notebook = 20 pontos

- NÃO ATINGIMENTO DE 100 % NÃO TROCA NO MÊS, MAS ACUMULA PARA O FINAL.



PRÊMIO MASTER CAPRARO E BECKDOM

- NO FINAL DA CAMPANHA OS 3
MELHORES PONTUADOS
RECEBERÃO OS PRÊMIOS
MASTER:

- * PRIMEIRO FINAL = MOTO BIZ 100
- * SEGUNDO FINAL = TV PLASMA 42
- * TERCEIRO FINAL = NOTEBOOK

