



DELEGADO

MAURICIO

FREIRE

COMO MARCA



Recebemos um convite para realizar a **campanha digital** de um candidato a Deputado Federal por um novo partido. O tempo, peça chave para um bom desempenho no mundo digital era reduzido, resolvemos encarar o desafio.

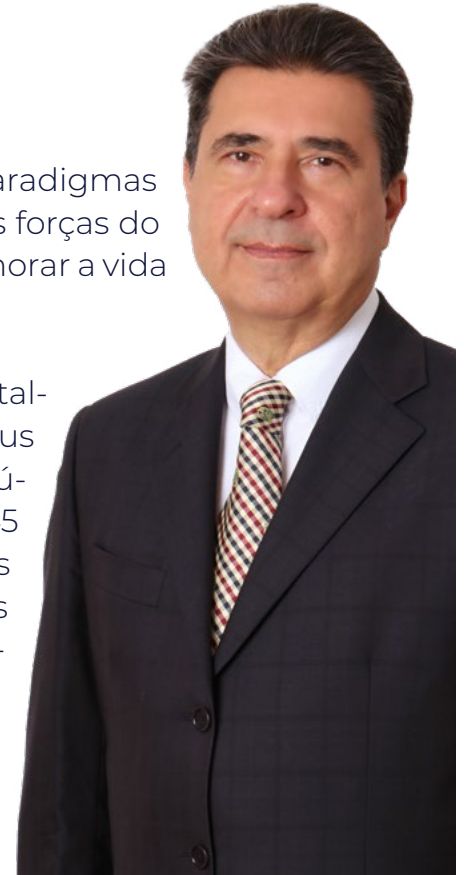
QUEM É O **DELEGADO MAURICIO FREIRE?**

Mauricio Freire é casado, tem 3 filhas, 2 netas e duas cadelas. **Protetor, Determinado e Acessível.** Dedicou sua vida para o serviço público, atuando na área de Segurança Pública, Proteção as Famílias, Integridade e Educação.

Especialista em segurança, passou por diversos cursos, escolas e programas, fundou e treinou equipes importantes, foi professor de centenas de militares e nunca deixou de sonhar com um Brasil mais seguro. Embora tradicional, trouxe inovação em diversos departamentos

que passou, quebrou paradigmas e está disposto a unir as forças do bem para mudar e melhorar a vida das pessoas.

Seus valores estão totalmente ligados com seu testemunho de vida pública e pessoal. Após 45 anos de carreira, suas experiências e estudos trouxeram novas perspectivas, ensinamentos valiosos e vontade de compartilhar com as futuras gerações.



MISSÃO

Ser eleito a deputado federal em 2022 para garantir a certeza de cumprimento de pena e atualização do sistema carcerário, preparando o egresso com profissionalização e chances de reintegração na sociedade, o resgate dos valores da sociedade e dos princípios éticos e combater a corrupção em todos os níveis.

TOME VOZ

Linguagem formal. Nas mídias sociais, a linguagem deve ser menos técnica, fazer com que eles entendam a necessidade de segurança e importância da vida.

VISÃO

Cumprir 100% das minhas propostas, melhorar a qualidade de vida das pessoas no quesito segurança, qualificar as novas gerações.

VALORES

Família, Respeito, Integridade e Transparência

PÚBLICO-ALVO

Mulheres, famílias tradicionais, policiais, clubes de tiro, motocilistas e esportistas.

IDENTIDADE VISUAL



Participamos indiretamente da **elaboração de uma identidade visual** que estivesse de acordo com as regras estabelecidas pelo TSE, acredite são muitas.

Chegamos a conclusão de utilizarmos a silhueta de um **helicóptero** - o candidato Maurício Freire, além de Delegado, era piloto do Serviço Aerotático da Polícia Civil.

A intenção era imprimir na logomarca a ideia de movimento, liberdade e ação, por isso, utilizamos traços arredondados e objetivos.

“ Não havia dúvidas sobre a escolha das cores, afinal, queríamos mostrar seriedade e leveza do trabalho que o delegado realiza constantemente. Na elaboração de uma logomarca há diversos pontos a serem considerados, cumprir as regras do jogo é uma delas.

IDENTIDADE DA MARCA

Como apresentar seu produto ao público? Toda marca se diz criadora de soluções. Mas convenhamos, isso é pouco, afinal a questão central é apresentar o como não o quê. Identificar problemas é algo simples, encontrar soluções para os problemas é a missão da marca, já tornar estas soluções conhecidas do público é nosso desafio.

ETAPAS

Formular uma identidade à marca, ou melhor um arquétipo que deixe claro as qualidades da marca.

O candidato Delegado (marca) unia uma formação excelente, a uma longa experiência dentro da polícia. Desse modo, a dor que ele pretendia solucionar estava vinculado àquilo que era sua especialidade - **SEGURANÇA PÚBLICA**.

Esse era seu trunfo, e essa foi nossa escolha:

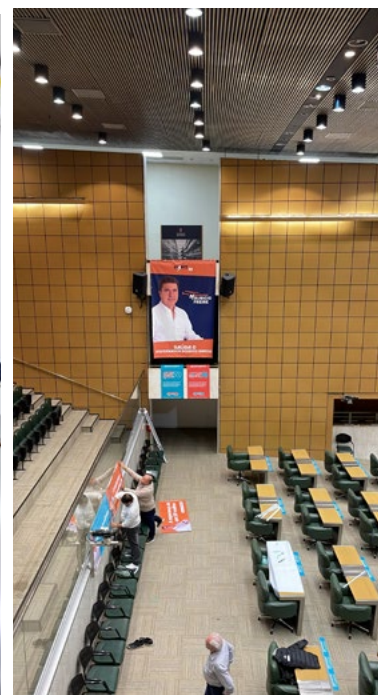
Posso trazer soluções para a segurança pública, pois tenho elevada qualificação e longa expertise. Após encontrar a identidade da marca, passamos a promovê-la por meio de diversas ações.

CONVENÇÃO AVANTE

Um dos maiores desafios foi apresentar a Candidato/Marca como um nome viável na convenção partidária realizada em Agosto na Alesp. Era preciso criar um material visual de impacto que preservasse a identidade da marca e de igual modo agregasse valor a ela.

Foram criados cartazes e banners que foram afixados no hall da Alesp, e também em seu Salão Nobre. Um drone em forma de helicóptero sobrevoou a área externa da Alesp, enquanto voava pelo ar, carregava um cartaz com o número do candidato.

AÇÕES SIMPLES GERAM GRANDE IMPACTO, E CRAVAM O NOME DA MARCA NO PÚBLICO.



REDES SOCIAIS

Para que fosse estabelecido um **contato com o público**, utilizamos diversas ferramentas do mundo digital. Estabelecemos um calendário de publicações, nele definimos um objetivo (aumentar a visibilidade do candidato nas mídias) e cumprimos à risca as ações propostas.

YOUTUBE LIVES E PODCASTS

Na famosa plataforma de vídeos apostamos em um **podcast** que aproveitava a visibilidade do Delegado Maurício Freire, assim como sua prévia experiência em programas de televisão. O podcast era fundamental para alimentar outro canal, o Instagram.



INSTAGRAM

Essa rede foi aproveitada de diversas formas, nela divulgamos cortes das entrevistas, divulgando os valores que a marca prezava.

Média de **63 publicações por mês**, entre vídeos e imagens publicadas

Média de **8,35% de engajamento**



TIKTOK VÍDEOS DOS CORTES

Na plataforma de vídeos curtos também divulgamos os cortes com as entrevistas, e as propostas do candidato.

TWITTER

A rede social de textos curtos foi utilizada para posicionamento do candidato acerca de temas relevantes e urgentes da sociedade. Principalmente fatos envolvendo a segurança pública, procuramos de maneira sucinta tratar das pautas do cotidiano, além de divulgar imagens da campanha.

SITE

O site era responsável por **expandir os contatos**, (Landing Page) e **armazenar informações sobre o candidato**, desde sua biografia, sua formação e as propostas de governo. Além dessas informações, pelo site também era possível ter acesso a um vasto material abordando temas sobre segurança pública.



EMAIL MARKETING

Nossas ações eram divulgadas pontualmente, cada etapa da campanha era comunicada a uma rede de contatos do candidato. Estabelecer comunicação por todos os meios possíveis, era uma de nossas preocupações.



EBOOKS

Ao longo da campanha, produzimos quatro livretos com o propósito de dar ao público **informações verificadas sobre temas relacionados à segurança pública**. Num tempo de tanta desinformação e notícias falsas, tornar a marca/candidato uma fonte confiável, é agregar um valor incalculável a ela.

Os temas escolhidos foram:

Segurança Digital

Porte de Armas

Vizinhança Solidária

Violência contra a Mulher



MATERIAL

IMPRESSO

No marketing político, associar nomes e estabelecer parcerias entre candidatos é indispensável. Por isso, criamos um material impresso **destinado a divulgação do candidato/marca** e também de seu número.



CONCLUSÃO

Avaliar o sucesso de um projeto apenas por um viés é um erro sem tamanho. Embora o candidato não tenha sido eleito, a audiência de suas redes sociais triplicou. **Os números são esses: INSTAGRAM**

Mais de 173k de contas alcançadas

Média de 63 publicações por mês, entre vídeos e imagens publicadas

Média de 8,35% de engajamento

TIK TOK

Mais de 73k visualizações vídeos

YOUTUBE

Mais de 100k visualizações de vídeos

FACEBOOK

Mais de 280k de contas alcançadas

E-MAIL MKT

Média de 10% de abertura e 5% de cliques

Mais de 25k envios de email marketing

ANUNCIOS

Mais de 80% de interações com os anúncios

Mais de 22k cliques nos anúncios

SITE

Mais de 7,5k usuários impactados

Mais de 10k visualizações do site

OBRIGADA!

Cgestúdio
comunicação criativa

ENTRE EM CONTATO CONOSCO!

