

Eu Chefe¹

Jorge da COSTA²

Amanda OLIVEIRA³

Sabrina BEZERRA⁴

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

RESUMO

Para uma divulgação eficiente, o serviço ou produto utiliza-se de várias ferramentas, inclusive o anúncio impresso. Neste presente trabalho, o anúncio impresso foi a mídia escolhida como uma eficiente técnica de publicidade, pois assegura bastante credibilidade, além de passar a informação necessária sobre o serviço. O anúncio a ser apresentado compõe uma campanha publicitária fictícia desenvolvida por alunos de Publicidade e Propaganda, para a disciplina de Marketing para Publicidade e Propaganda. A campanha consiste na divulgação de um serviço fictício chamado: “Eu Chefe”. Trata-se de um site de *Self-Service* online, no qual o cliente, sem precisar sair de casa, consegue montar o seu próprio prato e recebe o pedido em domicílio. Percebeu-se, então um que anúncio veiculado em jornal, levaria informações desse novo serviço de modo claro e objetivo.

PALAVRAS-CHAVE: redação publicitária; anúncio impresso; publicidade e propaganda, restaurante online.

1 INTRODUÇÃO

O referido trabalho trata-se de um projeto fictício produzido para a disciplina de Marketing para Publicidade e Propaganda, do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, da Universidade de Estado do Rio Grande do Norte. O anúncio procura divulgar um novo serviço novo de *self-service* online chamado Eu Chefe.

¹Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade: Anúncio Impresso (avulso).

²Aluno líder do grupo e estudante do 5º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: jorgeguarana9@gmail.com

³Estudante do 5º semestre de do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: mandinha_li@hotmail.com

⁴Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social com Publicidade e Propaganda, e-mail: sabrina.bzr@gmail.com

O serviço é oferecido pelo website *euchefe.com*. Nele o cliente consegue fazer combinações de alimentos montando a sua própria refeição, podendo criar várias combinações de acordo com o seu gosto e criatividade. Ao concluir sua combinação, o cliente informaria o endereço ao sistema do site e receberia a informação do tempo estipulado para o recebimento da refeição.

Por se tratar de um serviço novo e desconhecido na cidade que iria atuar, foi empregada técnicas de comunicação, não só para divulgar o serviço, mas também para divulgar as suas instruções de uso. Utilizando-se de um anúncio que desperta a curiosidade, tem-se o objetivo de induzir o *target* para ao consumo deste serviço, mesmo que seja um simples desejo de conhece-lo.

2 OBJETIVO

A meta presente trabalho é divulgar o serviço do *euchefe.com* através do anúncio impresso de jornal, uma mídia eficiente, de credibilidade, fazendo com que os leitores do jornal e possíveis clientes, se interessem e entendam o processo do serviço aqui mencionado.

3 JUSTIFICATIVA

O serviço trata-se de um site de *self-service*, no qual – igual a um *self-service* comum – o cliente poderá montar a sua própria refeição, a seu gosto. Com uma diversidade de ingredientes, o site se mostra de alta qualidade nos produtos, e também na eficiência operacional.

O site também dispõe de um link onde o consumidor pode optar por pratos já feitos, caso não queira fazer o seu próprio, assim tornando mais ágil o serviço, que tem como praticidade o seu ponto forte.

Quando o cliente escolhe o seu produto, o site automaticamente calcula o preço de acordo com o produto e o número de porções. Na aba de entregas, o site possui uma lacuna para digitar o CEP e calcula também o tempo e a taxa do frete.

Segundo KOTLER (1994), os serviços são intangíveis, ou seja, não podem ser provados, testados ou carregados antes de serem comprados. No caso do “Eu Chefe”, essa definição se aplica, pois se trata de um *self-service* on-line com o qual o cliente só terá o contato virtual, até a efetuação da compra e transporte do produto ao seu endereço. Esse aspecto

pode apresentar uma aparência negativa, já que o cliente não estará vendo o que esta comprando, até o momento do produto ser entregue. Porém, o site trabalha com uma política de eficiência e confiança perante os clientes, pois ao oferecer um produto de excelente qualidade, o cliente será o próprio marqueteiro do site, ele confiará no serviço e ainda divulgará a seus próximos sobre a qualidade e eficiência do serviço e dos produtos do “Eu Chefe”. O serviço tem como ponto forte, para o consumidor, a agilidade, além de ser muito prático, assim o cliente pode cumprir suas refeições a qualquer hora e em qualquer lugar. O “Eu Chefe”, também honra sua agilidade até nas entregas, minimizando ainda mais o tempo perdido aos clientes que possuem tempo reduzido para as refeições sobressaindo dos demais restaurantes comuns por possuir também uma grande equipe especializada na cozinha e no transporte.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

A ideia de produzir um anúncio impresso para jornal do *euchefe.com*, surgiu devido ao poder de credibilidade e de visibilidade que possui, ainda que tenha um período curto de veiculação. O poder do anúncio impresso está no alcance de seu público, tanto pelo fato de atingir pessoas de diferente faixa etária como também pelo fato de oferecer uma leitura livre, por ser uma mídia palpável, diferente das outras plataformas de comunicação como o rádio e a TV, ou até mesmo o outdoor, produzido para uma leitura instantânea.

Aproveitando-se destas vantagens, do anúncio impresso, foi pensado um *layout* rebuscado, com a intenção de valorizar a ideia e a qualidade do serviço/produto utilizando um conceito inovador e original.

O a criação do anúncio foi trabalhada no Photoshop CS4, software da Adobe, utilizando bancos de imagens gratuitos. A identidade visual da marca foi criada e ilustrada para evitar cobranças de direitos autorais. (Anexo 1)

No anúncio foram aplicadas as técnicas e teorias decorridas no curso de Comunicação Social- hab. Publicidade e Propaganda, atribuindo ao projeto um aspecto profissional.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Primeiramente foi desenvolvido o briefing do projeto, que solicitava a criação de uma empresa comercial de serviço totalmente novo e viável. Para comprovar a viabilidade do

euchefe.com, foi realizada uma pesquisa com o suposto *target* da marca na própria Universidade. Das pessoas entrevistadas, a maioria reagiu positivamente à viabilidade do serviço, indicando que a proposta de um restaurante online pode ser realizada. 82% dos entrevistados não moram sozinhos e não cozinham, 18% moram sozinhas. 73% fazem refeições em casa frequentemente, 27% não costumam fazer refeições em casa. A maioria considera preço, qualidade da comida e conforto como importantes critérios de um restaurante.

Após a pesquisa iniciou-se a fase do plano de mídia, no qual foram decididas as mídias que seriam utilizadas para a divulgação do serviço.

O conceito do anúncio está relacionado diretamente ao serviço. A ideia foi de fazer uma comparação da internet com a cozinha, já que se trata de um *Self-Service* on-line, utilizando o seguinte slogan: “Você nunca pensou em cozinhar com um mouse” para causar grande efeito de curiosidade nos receptores, por ser uma afirmação intrigante. Ao ler a redação do anúncio, o leitor percebe a comparação dos elementos da cozinha com a informática.

O *layout* da peça demonstra um cenário típico de uma cozinha, mostrando elementos como panelas, conchas, espátulas, temperos e uma refeição e o mais inusitado, no meio desses utensílios, um mouse, justificando e fazendo relação com o exórdio da redação do anúncio.

A ideia do exórdio da redação surgiu pela necessidade de causar curiosidade no leitor, e assim exercer justamente sua função. O Eu Chefe trata-se de um serviço novo e precisa ser apresentado ao consumidor, com esse tipo de técnica, o objetivo é causar expectativa que venha a prospectar, cada vez, mais clientes.

6 CONSIDERAÇÕES

O presente trabalho fez referência à campanha do serviço fictício, o *euchefe.com*, um site de *Self-Service*, em que o cliente monta a sua própria refeição e tem o pedido entregue em domicílio.

O anúncio impresso, neste caso, funciona como uma ferramenta de comunicação muito eficaz para divulgar um serviço novo que necessita de uma mídia que cause expectativa e ao mesmo tempo passe credibilidade.

Através do embasamento teórico e de um conceito textual e visual criativo, conseguiu-se passar a ideia do serviço e despertar o interesse do consumidor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KOTLER, Philip (1994) - **Administração de marketing - análise, planejamento, implementação e controle**. Tradutor : Ailton Bomfim Brandão (traduzido da 8a edição - 1994) Editora Atlas .São Paulo. 4a Edição. (Original : “Marketing Management : analysis, planning, implementation and control - 1994 - Editora Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey -USA).

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual**. 6. ed. São Paulo: Callis, 2001.

ANEXO



VOCÊ NUNCA PENSOU EM COZINHAR COM UM MOUSE

Para facilitar ainda mais a sua vida, chegou à Mossoró o EuChefe.com, um eficiente e prático restaurante online de culinária. Nele que você vai ter o privilégio de ser chefe de cozinha, vai poder montar o prato dos seus sonhos e ainda recebê-lo em casa. São tantas qualidades que nem vai dar tempo de você sentir água na boca.


www.euchef.com

Anexo 1