Adilson J. Costa G.

PLANILHA DE PONTUAÇÃO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

• APRESENTAÇÃO DE 01 (UMA) CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE TEOR INSTITUCIONAL, VEICULADA EM ÂMBITO ESTADUAL, REGIONAL OU NACIONAL, INFORMANDO O TÍTULO, AS PEÇAS, O RESUMO DA MÍDIA E DO PROBLEMA QUE A CAMPANHA SE PROPUNHA A RESOLVER, O PERÍODO DE VEICULAÇÃO E OS VEÍCULOS QUE EXIBIRIAM A CAMPANHA. • QUANTIFICAÇÕES E QUALIFICAÇÃO, SOB A FORMA DE CURRÍCULO RESUMIDO (NO MÍNIMO NOME, FORMAÇÃO ACADÊMICA E EXPERIÊNCIA), DOS PROFISSIONAIS QUE PODERÃO SER COLOCADOS À DISPOSIÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PALHOÇA, DE MANEIRA DISCRIMINADA, POR SETOR (ESTUDO E PESQUISA; PLANEJAMENTO; CRIAÇÃO; PRODUÇÃO DE RÁDIO; CINEMA; TELEVISÃO; INTERNET; PRODUÇÃO GRÁFICA; MÍDIA E ATENDIMENTO).		PONTUAÇÃO MAXIMA (20)
EMPRESA	JUSTIFICATIVA	PONTOS
Lovatel	Jovens, distante da realidade litorânea e com spot criativo, mas falando de frio. Exemplo de frio não credencia ao verão	16
Divulgare	Corpo técnico competente e experimentado. Campanha da ADVB bem construída.	18
Thru Ster	Apresentou diversas campanhas, o indicado era apenas 1. Extrapolou. Demonstrou bom RH, mas pouco diverso nas ideias	17
Decisão	Simples, cumpriu o que precisava e é próximo da cidade, entendendo o público alvo e as necessidades	19

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.2.2. QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A) A EXPERIÊNCIA DOS PROFISSIONAIS DA LICITANTE EM ATIVIDADES PUBLICITÁRIAS E A ADEQUAÇÃO DAS QUANTIFICAÇÕES E QUALIFICAÇÕES DESSES PROFISSIONAIS ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DO CONTRATANTE;

B) A ORIGINALIDADE DA SOLUÇÃO CRIATIVA E SUA ADEQUAÇÃO À NATUREZA DO CLIENTE, AO PÚBLICO-ALVO E AO DESAFIO DE COMUNICAÇÃO;

C) A CLAREZA E PRECISÃO DAS MENSAGENS E A ADEQUAÇÃO DA LINGUAGEM ÀS CARACTERÍSTICAS DOS MEIOS E PÚBLICOS-ALVO;

D) A QUALIDADE DA PRODUÇÃO, DA EXECUÇÃO E DO ACABAMENTO DAS PEÇAS.

LUCAS VINICIUS REZENDE

PLANILHA DE PONTUAÇÃO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

• APRESENTAÇÃO DE 01 (UMA) CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE TEOR INSTITUCIONAL, VEICULADA EM ÂMBITO ESTADUAL, REGIONAL OU NACIONAL, INFORMANDO O TÍTULO, AS PEÇAS, O RESUMO DA MÍDIA E DO PROBLEMA QUE A CAMPANHA SE PROPUNHA A RESOLVER, O PERÍODO DE VEICULAÇÃO E OS VEÍCULOS QUE EXIBIRIAM A CAMPANHA. • QUANTIFICAÇÕES E QUALIFICAÇÃO, SOB A FORMA DE CURRÍCULO RESUMIDO (NO MÍNIMO NOME, FORMAÇÃO ACADÊMICA E EXPERIÊNCIA), DOS PROFISSIONAIS QUE PODERÃO SER COLOCADOS À DISPOSIÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PALHOÇA, DE MANEIRA DISCRIMINADA, POR SETOR (ESTUDO E PESQUISA; PLANEJAMENTO; CRIAÇÃO; PRODUÇÃO DE RÁDIO; CINEMA; TELEVISÃO; INTERNET; PRODUÇÃO GRÁFICA; MÍDIA E ATENDIMENTO).		PONTUAÇÃO MAXIMA (20)
EMPRESA	JUSTIFICATIVA	PONTOS
LOVATEL	PODERIA TER TRAGO OUTRO CASE DE CAMPANHA. AO INVÉS DE SORVETES NO INVERNO	19
DIVULGANE	DÚVIDAS EM RELAÇÃO A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO.	18
THRUSTER	APRESENTAÇÃO DE MAIS DE UMA CAMPANHA, CAMPANHAS VAGAS.	18
DECISÃO	APRESENTA CAPACIDADE SUFICIENTE DE ATENDIMENTO, COM VÁRIAS AÇÕES APRESENTADAS.	20

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.2.2. <u>QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</u>

A) A EXPERIÊNCIA DOS PROFISSIONAIS DA LICITANTE EM ATIVIDADES PUBLICITÁRIAS E A ADEQUAÇÃO DAS QUANTIFICAÇÕES E QUALIFICAÇÕES DESSES PROFISSIONAIS ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DO CONTRATANTE;

B) A ORIGINALIDADE DA SOLUÇÃO CRIATIVA E SUA ADEQUAÇÃO À NATUREZA DO CLIENTE, AO PÚBLICO-ALVO E AO DESAFIO DE COMUNICAÇÃO;

C) A CLAREZA E PRECISÃO DAS MENSAGENS E A ADEQUAÇÃO DA LINGUAGEM ÀS CARACTERÍSTICAS DOS MEIOS E PÚBLICOS-ALVO;

D) A QUALIDADE DA PRODUÇÃO, DA EXECUÇÃO E DO ACABAMENTO DAS PEÇAS.

Prisvela Pfau

PLANILHA DE PONTUAÇÃO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

• APRESENTAÇÃO DE 01 (UMA) CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE TEOR INSTITUCIONAL, VEICULADA EM ÂMBITO ESTADUAL, REGIONAL OU NACIONAL, INFORMANDO O TÍTULO, AS PEÇAS, O RESUMO DA MÍDIA E DO PROBLEMA QUE A CAMPANHA SE PROPUNHA A RESOLVER, O PERÍODO DE VEICULAÇÃO E OS VEÍCULOS QUE EXIBIRIAM A CAMPANHA. • QUANTIFICAÇÕES E QUALIFICAÇÃO, SOB A FORMA DE CURRÍCULO RESUMIDO (NO MÍNIMO NOME, FORMAÇÃO ACADÊMICA E EXPERIÊNCIA), DOS PROFISSIONAIS QUE PODERÃO SER COLOCADOS À DISPOSIÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PALHOÇA, DE MANEIRA DISCRIMINADA, POR SETOR (ESTUDO E PESQUISA; PLANEJAMENTO; CRIAÇÃO; PRODUÇÃO DE RÁDIO; CINEMA; TELEVISÃO; INTERNET; PRODUÇÃO GRÁFICA; MÍDIA E ATENDIMENTO).		PONTUAÇÃO MAXIMA (20)
EMPRESA	JUSTIFICATIVA	PONTOS
LOVATEL	Escolha de campanha de sorvete para o inverno, engraçada, boa. Mas um pouco dúbia a escolha.	16
DIVULGARE	Boa campanha	17
THRU STER	Apresentação de mais de uma campanha, indo contra o edital. Boa capacidade de atendimento	16
DECISÃO	Boa capacidade de atendimento. A campanha escolhida mostra uma boa estratégia, voltada ao público alvo	18

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.2.2. QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A) A EXPERIÊNCIA DOS PROFISSIONAIS DA LICITANTE EM ATIVIDADES PUBLICITÁRIAS E A ADEQUAÇÃO DAS QUANTIFICAÇÕES E QUALIFICAÇÕES DESSES PROFISSIONAIS ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DO CONTRATANTE;

B) A ORIGINALIDADE DA SOLUÇÃO CRIATIVA E SUA ADEQUAÇÃO À NATUREZA DO CLIENTE, AO PÚBLICO-ALVO E AO DESAFIO DE COMUNICAÇÃO;

C) A CLAREZA E PRECISÃO DAS MENSAGENS E A ADEQUAÇÃO DA LINGUAGEM ÀS CARACTERÍSTICAS DOS MEIOS E PÚBLICOS-ALVO;

D) A QUALIDADE DA PRODUÇÃO, DA EXECUÇÃO E DO ACABAMENTO DAS PEÇAS.

PLANILHA DE PONTUAÇÃO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

• APRESENTAÇÃO DE 01 (UMA) CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE TEOR INSTITUCIONAL, VEICULADA EM ÂMBITO ESTADUAL, REGIONAL OU NACIONAL, INFORMANDO O TÍTULO, AS PEÇAS, O RESUMO DA MÍDIA E DO PROBLEMA QUE A CAMPANHA SE PROPUNHA A RESOLVER, O PERÍODO DE VEICULAÇÃO E OS VEÍCULOS QUE EXIBIRIAM A CAMPANHA. • QUANTIFICAÇÕES E QUALIFICAÇÃO, SOB A FORMA DE CURRÍCULO RESUMIDO (NO MÍNIMO NOME, FORMAÇÃO ACADÊMICA E EXPERIÊNCIA), DOS PROFISSIONAIS QUE PODERÃO SER COLOCADOS À DISPOSIÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PALHOÇA, DE MANEIRA DISCRIMINADA, POR SETOR (ESTUDO E PESQUISA; PLANEJAMENTO; CRIAÇÃO; PRODUÇÃO DE RÁDIO; CINEMA; TELEVISÃO; INTERNET; PRODUÇÃO GRÁFICA; MÍDIA E ATENDIMENTO).		PONTUAÇÃO MAXIMA (20)
EMPRESA	SUBCOMISSÃO	PONTOS
LOVA TEL	19 + 16 + 16	17
DIVULGARE	18 + 18 + 17	17,6
THRUSTER	18 + 17 + 16	17
DECISÃO	20 + 19 + 18	19