



morya.



morya.

61 anos

boas histórias
para contar.

**histórias sempre
sustentadas por 3 pilares.**

A close-up, slightly blurred photograph of a woven straw hat, showing the intricate texture of the natural fibers. The lighting is soft, highlighting the natural brown tones of the straw.

consistência.

A photograph of the Earth as seen from space, showing the curvature of the planet and the dark void of space with scattered stars. The Earth's surface shows a mix of blue oceans and white clouds.

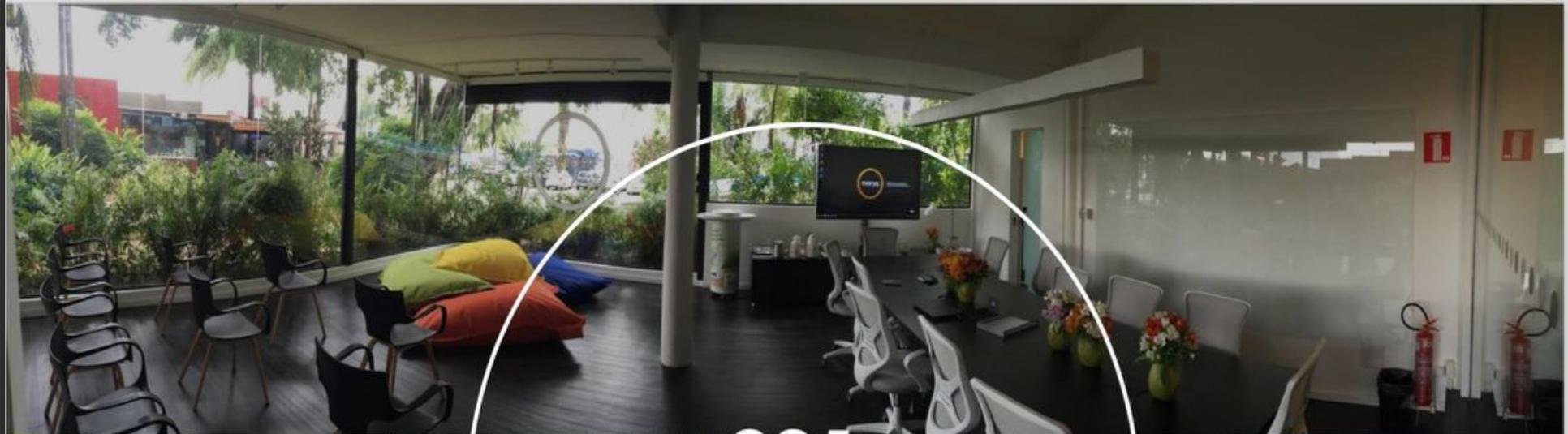
consciência.

A photograph showing a pair of hands mixing paint. One hand holds a yellow tube, and the other holds a blue tube, both dispensing paint into a white bowl. Several other paint containers are visible in the background, suggesting a creative or artistic activity.

criatividade.

nossa casa.

Bahia Marina.



SSA



código de conduta.

O ERRADO É ERRADO:
mesmo que todo mundo
esteja fazendo.

O CERTO É CERTO:
mesmo que ninguém
esteja fazendo.

compliance implementado.

//principais clientes.



Mercado: BA,
Emissora de Tv
Março de 2018



Brasil
Indústria de bebidas
Desde agosto de 2015



Bahia, Aracaju
Comércio de Construção
Desde setembro de 2008



Salvador
Transporte Marítimo
Desde junho de 2014



Nordeste
Construção civil
Desde agosto de 1982



Bahia
Indústria
Desde maio de 2015
COMUNICAÇÃO 360°



Bahia
Centro de compras
Desde setembro de 2007
COMUNICAÇÃO 360°



Bahia
Social
Desde setembro de 2008



Nordeste
Refeições
Desde março de 2016



Nordeste
Alimentos
Desde agosto de 2016



Salvador
Centro de compras
Desde novembro de 2010
COMUNICAÇÃO 360°



Bahia
Social
Desde setembro de 2017
COMUNICAÇÃO 360°

NOSSO JEITO DE FAZER

**“Nenhuma
agência é pior
ou melhor que
seu cliente,
ela é igual”**

Fernando Carvalho



- **Compromisso e parceria.**
- **Contribuição no desenvolvimento e aprimoramento do produto.**
- **Envolvimento das lideranças da agência.**

“Acredito
na boa
propaganda
que vende”

Fernando Carvalho

MARCAS DE SUCESSO



comunicação integrada

On&Off.

_Equipe de especialistas digitais.

_Ações e campanhas 360° para os clientes.

_Estratégia de mídia integrada.

_Ferramentas Estratégicas

- **TGI - Kantar Ibope Media.** Uma ferramenta para selecionar os melhores meios para impactar determinado público-alvo.

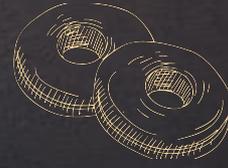
- **Stilingue.** Uma ferramenta de Big Data Analytics para realizar o monitoramento Web.



NOSSO JOB



- Valorização das padarias;
- Aumento do consumo de pão;
- Engajamento dos fornecedores.



PERCEPÇÕES

1. Por que comer pão?

SABOR

ROTINA

VAI BEM

2. Por que pão de padaria?

MAIS SABOR

MAIS PERTO

FAZ BEM

PRIMEIRA PALAVRA QUE ASSOCIA

A word cloud centered around the phrase 'CAFÉ DA MANHÃ'. The words are arranged in a circular pattern around the central text. The words include: SANDUÍCHE, SABOR, PADARIA, AMO, MASSA, TRIGO, DELÍCIA, QUENTINHO, ENGORDA, MASSA, CROCANTE, FOME, CARBOIDRATO, FELICIDADE, JANTA/NOITE, MANTEIGA, AMOR, AÇUCAR, TOSTADO, GORDURA, and MISTO. The words are in various sizes and orientations, with 'CAFÉ DA MANHÃ' being the largest and most prominent.

SANDUÍCHE SABOR PADARIA AMO
QUENTINHO DELÍCIA TRIGO MASSA
ENGORDA **CAFÉ DA MANHÃ** CROCANTE FOME
MASSA CARBOIDRATO FELICIDADE
JANTA/NOITE MANTEIGA AMOR
AÇUCAR TOSTADO GORDURA MISTO

// Amplamente associado à rotina - momento que se come.

// Caracterização: crocante, quentinho, tostado - apelo emocional.

ONDE COMPRAR / MOTIVO

PADARIA

“Padaria. Porque é bem mais gostoso.”

“Padaria, pela proximidade. Posso buscar no horário em que o pão sai quentinho.”

“Padaria. Tem mais sabor.”

“Padaria! Por uma questão de gosto e proximidade da minha casa.”

PÃO DE PADARIA É...

FEITO NA HORA:

- MAIS GOSTOSO
- MAIS FRESCO
- MAIS SABOROSO
- MAIS SAUDÁVEL

OU SEJA:

- Padaria é algo sempre acessível, seja indo ou voltando pra casa ou trabalho, “alí do lado”.
- Qualidade = Sabor.
- Atendimento: próximo, personalizado, chama pelo nome? Faz lembrar do “compre do pequeno”.

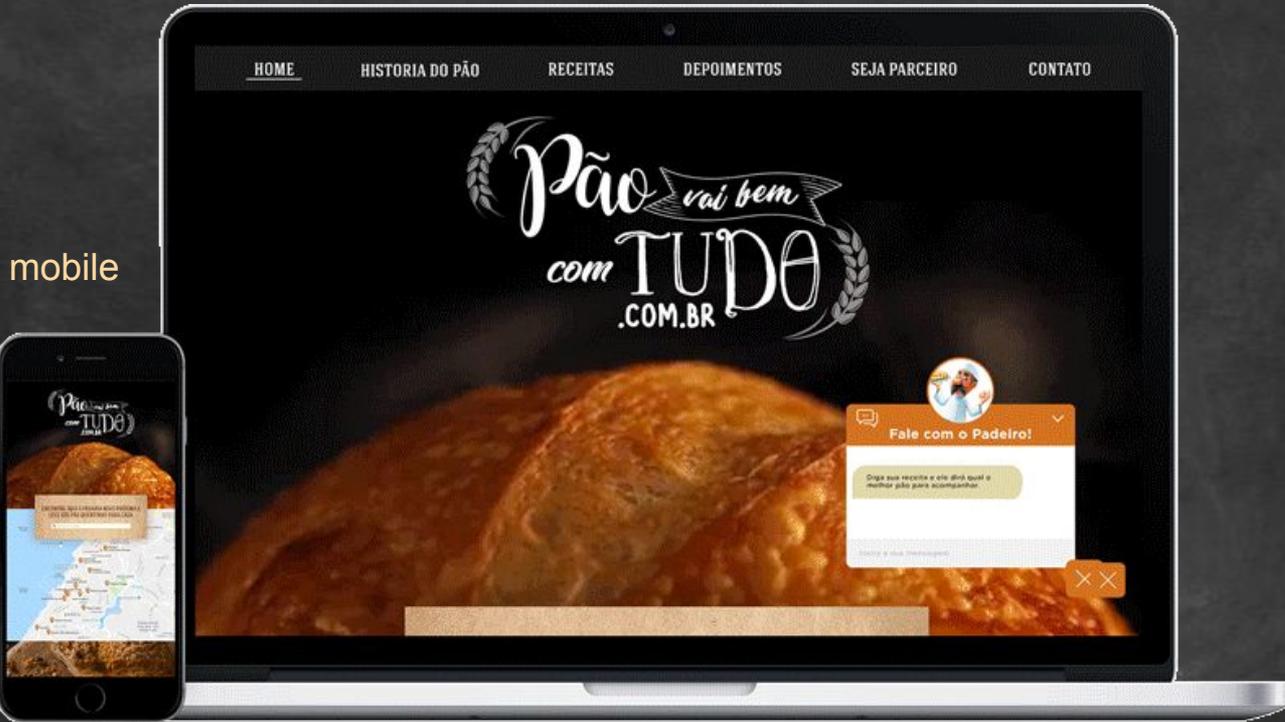
STAKEHOLDERS



- 1 - Padarias
- 2 - Parceiros
- 3 - Consumidor Final

NOSSO HUB

desktop



Local de destino de toda a nossa estratégia.

FUNCIONALIDADES

1 - DIRECIONAR O USUÁRIO ATÉ A PADARIA MAIS PRÓXIMA NAQUELE MOMENTO.

2 - SER UMA REFERÊNCIA NOS ASSUNTOS RELACIONADOS AO PÃO.

3 - RELACIONAMENTO COM OS USUÁRIOS ATRAVÉS DAS LEMBRANÇAS QUE O PÃO TRAZ.

4 - DAR DICAS DE RECEITAS QUE COMBINAM COM PÃO, TIPOS DE PÃES ATRAVÉS DO CHAT BOT - PADEIRO VIRTUAL.



SUA MARCA
VAI BEM COM TUDO

FILME &
JINGLE



OUTDOOR

PÃO VAI BEM
COM TUDO.

SUA MARCA



ABIP
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PÃOZINHOS
PÃOZINHOS E CONFETARIA
90 Anos

paovaiembemtudo.com.br



PÃO VAI BEM
COM TUDO.

SUA MARCA



ABIP
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PÃOZINHOS
PÃOZINHOS E CONFETARIA
90 Anos

paovaiembemtudo.com.br



OUTDOOR

**PÃO VAI BEM
COM MANTEIGA.**

SUA MARCA



ABIP 90 Anos
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INDUSTRIA DE
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

paovaiembemtudo.com.br



**PÃO VAI BEM COM
PEITO DE PERU.**

SUA MARCA



ABIP 90 Anos
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INDUSTRIA DE
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

paovaiembemtudo.com.br



PÃO VAI BEM
COM QUEIJO.

SUA MARCA



ABIP *90 Anos*
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

paovaiembemtudo.com.br



PÃO VAI BEM
COM GELEIA.

SUA MARCA



ABIP *90 Anos*
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

paovaiembemtudo.com.br



PÃO VAI BEM COM QUEIJO.

PÃO VAI BEM COM TUDO.
APROVEITE EM UMA PADARIA PERTINHO DE VOCÊ.

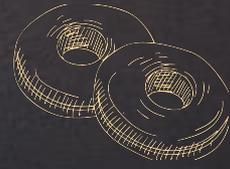
SUA MARCA



ABIP 90 Anos
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INDUSTRIA DE
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

paovaibemcomtudo.com.br



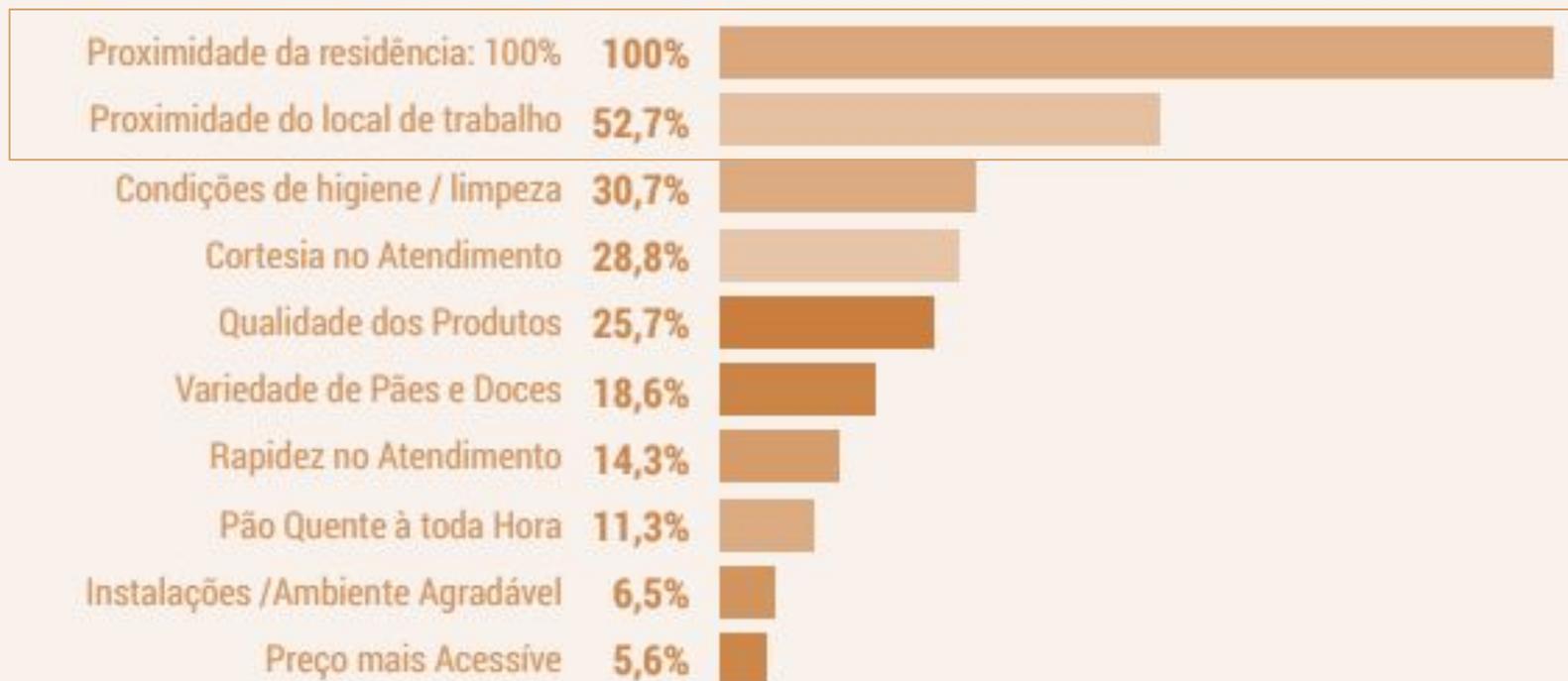


AÇÃO DE GEOLOCALIZAÇÃO

COMO IREMOS IMPACTAR
ESSE CONSUMIDOR NOS
MOMENTOS DE ESCOLHA?

MOTIVAÇÕES

PARA IR NA PADARIA.





GEOLOCATION

Objetivo:

Tecnologia ideal para impactar pessoas que estejam próximas ao local de target
Exemplo: 500mts ao redor de uma região com muitas padarias.

Onde: principais trajetos casa/trabalho e trabalho/casa.



AS BUSCAS
USANDO O TERMO
"PERTO DE MIM"
CRESCERAM 75%
EM 2017.²



A verdade é que os *smartphones* simplificaram muito o **processo de decisão**. E, uma vez **decididas**, as pessoas **não querem esperar**.

Encontrar o que se precisa perto de **onde se está**, significa **suprir essa necessidade mais rapidamente**, seja ela sair para jantar, tomar um drink ou pedir comida em casa.

PUSH NOTIFICATION



PELA MANHÃ E
PELA NOITE O USUÁRIO RECEBERÁ
UMA NOTIFICAÇÃO.



QUANDO ABRE
A MENSAGEM VEMOS UM GIF
DO PÃO SAINDO FUMAÇA.



ABRE A TELA DO SITE
COM A GEOLOCALIZAÇÃO
DAS PADARIAS.



SUA PADARIA
VAI COM TUDO

KIT PADARIAS

WOBBLER - - - - -	10
MÓBILE - - - - -	10
ADESIVO - - - - -	5
CARTAZ - - - - -	5
BONÉ - - - - -	10
BOTTOM - - - - -	10
AVENTAL - - - - -	10

ADESIVO



CARTAZ



ESSA PADARIA VAI COM TUDO.

AQUI TEM PÃO QUENTINHO E DE QUALIDADE PARA VOCÊ.



ABIP 60 Anos
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

paovaibemcomtudo.com.br





BONÉ, AVENTAL E
BOTTOM



WOBLER E
SACO DE PÃO



**PÃO VAI BEM
COM MANTEIGA.**

SUA MARCA



ABIP
PARTICIPAÇÃO E COMÉRCIO
Anos



**PÃO VAI BEM
COM MANTEIGA.**

SUA MARCA



ABIP
PARTICIPAÇÃO E COMÉRCIO
Anos

PÚBLICO



1

Primário - AS C 25+

2

Secundário - AS ABC 25+



RECOMENDAÇÃO

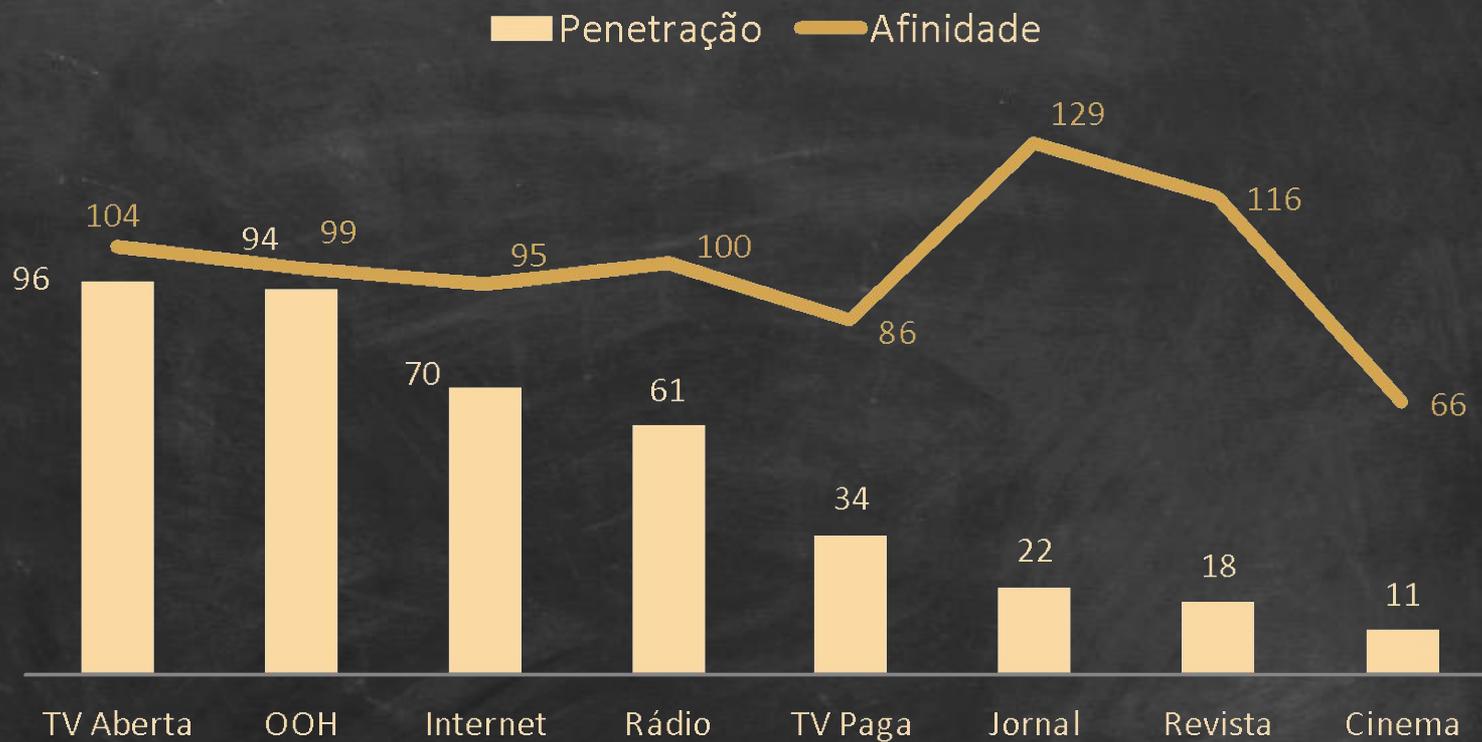


- Pré aquecimento com rádio e digital (julho - após Copa do Mundo);
- Início da campanha na TV e OOH em Agosto;
- Ações no dia do Panificador (08/07) e Dia do Pão (16/10).

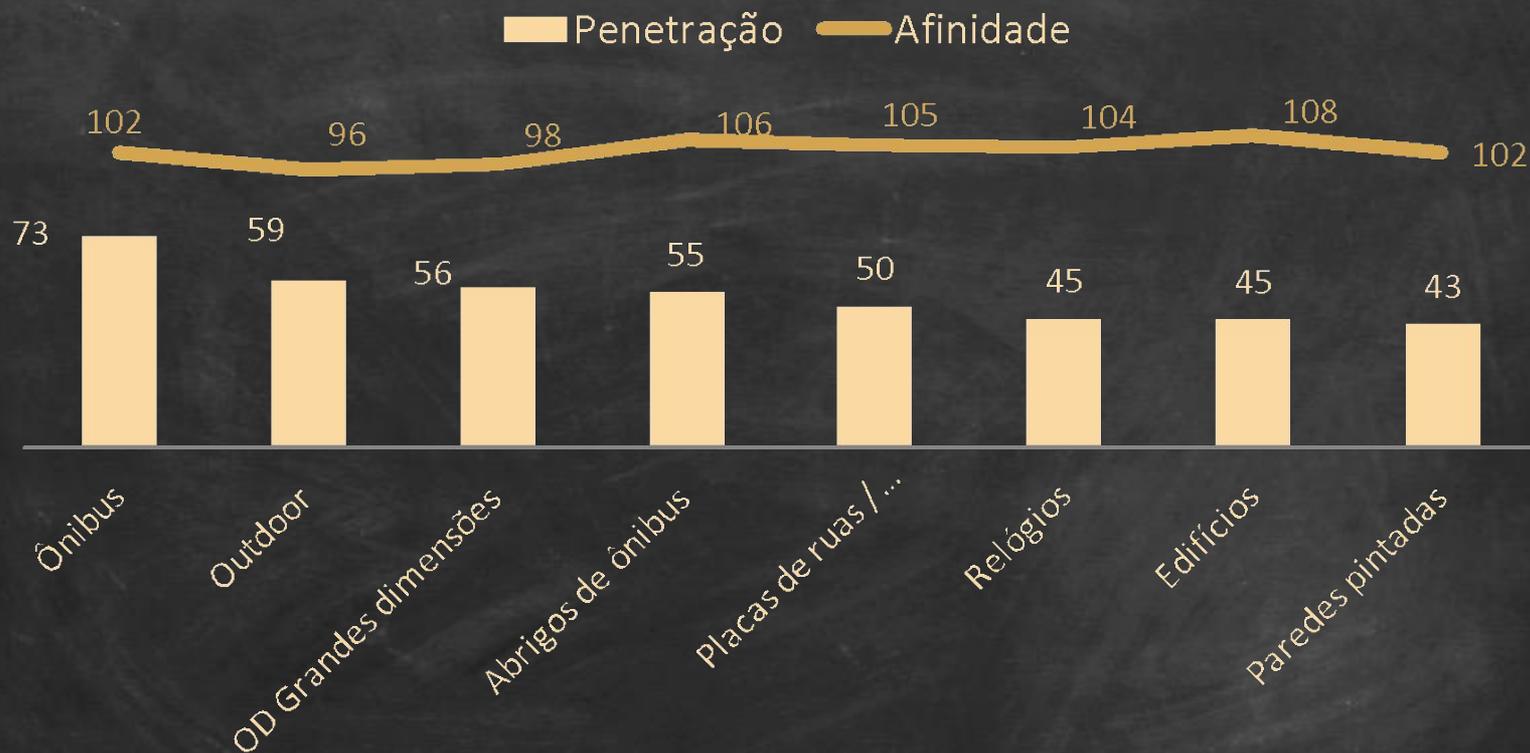




CONSUMO DOS MEIOS

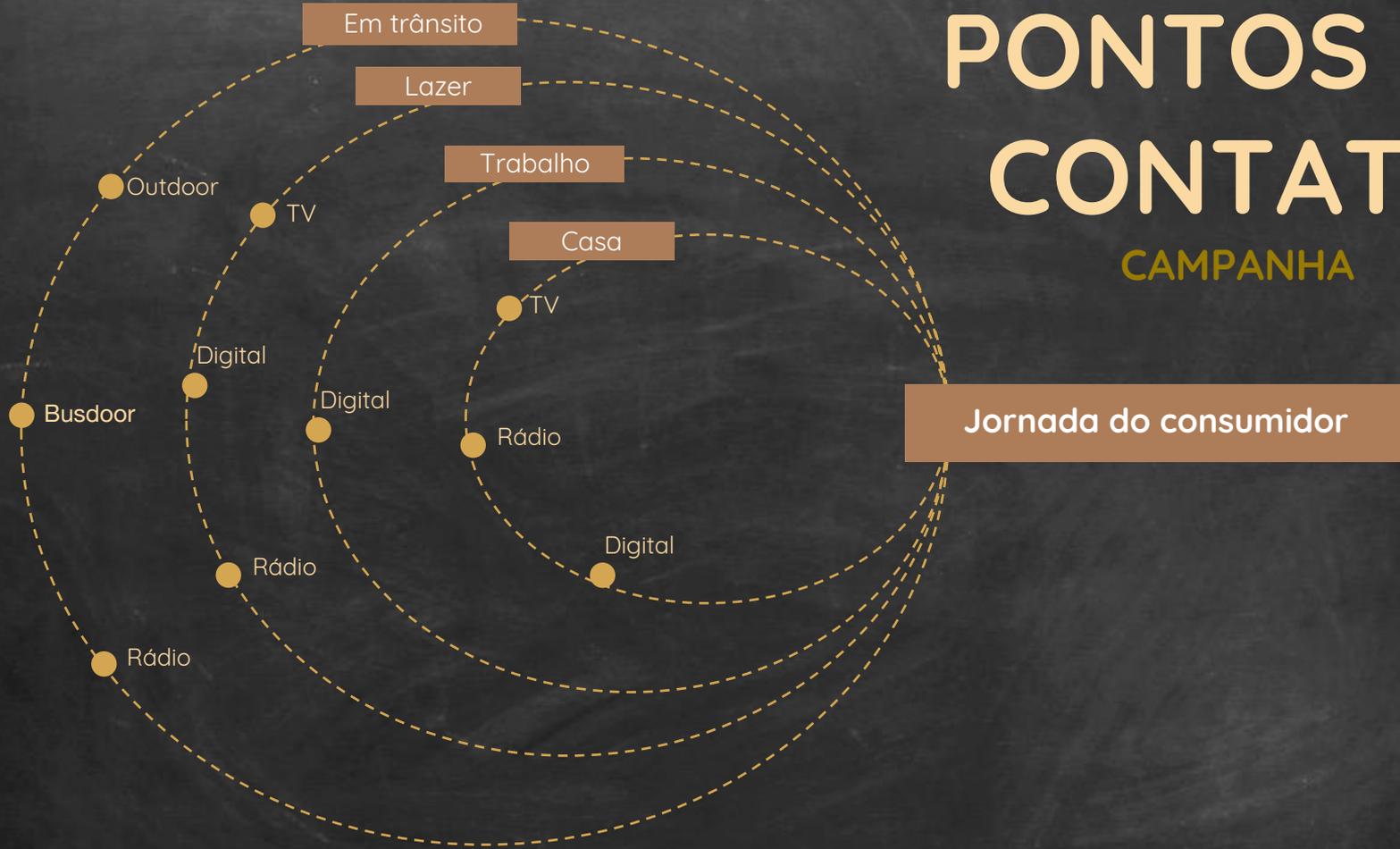


OOH



PONTOS DE CONTATO

CAMPANHA



A black and white photograph of a person's hands kneading a large ball of dough on a wooden surface. A cloud of flour dust rises from the dough. A white circular graphic is overlaid on the center of the image, containing the word "morya." in a white, lowercase, sans-serif font. The background is blurred, showing kitchen items like a rolling pin and bowls.

morya.