

The background features a light pink watercolor wash. Scattered around the central text are several speech bubbles in various colors: pink, yellow, green, and light blue. Each bubble contains three white dots, representing a message or conversation.

BEM
DITA

COMUNICAÇÃO
DITO E FEITO

BEM DITA

Uma comunicação bem dita é essencial em qualquer conversa.
Bendita hora que certas informações chegam até nós, iluminando
nossas ideias e transformando nossos pensamentos.
Benditas sejam as pessoas que exercem uma comunicação bem dita.

Bendita seja toda palavra bem dita.

AS BEMDITAS

PLANEJAMENTO E PESQUISA



AMANDA
MORETTO

MÍDIA E REDAÇÃO



NATALIA
SARAIVA

ATENDIMENTO E CRIAÇÃO



RAQUEL
ARAUJO

MISSÃO



Com excelência,
dedicação e ética nós
comunicamos da
forma certa

Oferecemos aos
nossos clientes um
atendimento eficiente,
criando campanhas
inesquecíveis

VISÃO



Ser reconhecida como
a melhor agência de
publicidade do Brasil,
pela entrega de nossos
trabalhos e ser
referência no
mercado publicitário

VALORES



Comprometimento
Criatividade
Excelência
Ética
Dedicação
Inovação de ideias
Paixão

AUDIOVISUAL DA AGÊNCIA



SPOT

AGÊNCIA: BEMDITA - COMUNICAÇÃO

PRODUTO: COMERCIAL

TÍTULO: A CRIAÇÃO

VERSÃO: FINAL

DURAÇÃO 30"

DIREÇÃO: RAQUEL ARAÚJO

DATA/ANO: 06/10/2020

CRT N°: 76489847923987659BR

DATA DE REGISTRO: 06/09;2020

CLIENTE

Biscoitê

A BISCOITERIA

comunicação

BISCOITO OU BOLACHA?

ISSO É O DE MENOS!

O IMPORTANTE É QUE
CONQUISTAMOS
A MELHOR BISCOITERIA
DO BRASIL!

BEMDITA-COMUNICAÇÃO A NOVA AGÊNCIA DA BISCOITÊ

ACESSE:
WWW.BEMDITACOMUNICACAO.COM.BR

BEM
DITA
COMUNICAÇÃO
DITO E FEITO

BemDita Comunicação conquista conta da Biscoitê!

reportagem especial

Shopper marketing ganha impulso com mobile e digital



Shopper marketing busca transformar
intenção de compra em compra efetiva

mídia

Com Champions, El se reposiciona



Para profissionais de mídia, torneio é
propriedade valorizada e atrairá mais marcas

comunicação

Almap e Y&R vencem o 36º Profissionais do Ano

em pauta

F/Nazca, Loducca, Leo, W+K
e Talent disputam Santander

BRIEFING

HISTÓRICO

A identidade da marca era indefinida, com poucas ações de marketing e com produtos mal posicionados

A marca possui 17 redes localizadas em São Paulo e Campinas e atua também através do e-commerce

2015

2020



2012

2016

Raul Matos fundou a Dauper Biscoiteria. A marca vendia apenas cookies

A marca teve a identidade repaginada se tornando Biscoitê - A Biscoiteria, que surgiu com uma vasta linha de biscoitos e cookies. A primeira franquia oficial foi aberta em campinas



**BISCOITOS
DOCES**



**BISCOITOS
SALGADOS**



COOKIES



**LINHA
ZERO**

CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS



- > Loja de presentes
- > Design dos produtos diferenciado
- > Produtos interativos
- > Linha Zero
- > Biscoitos com sabores do mundo



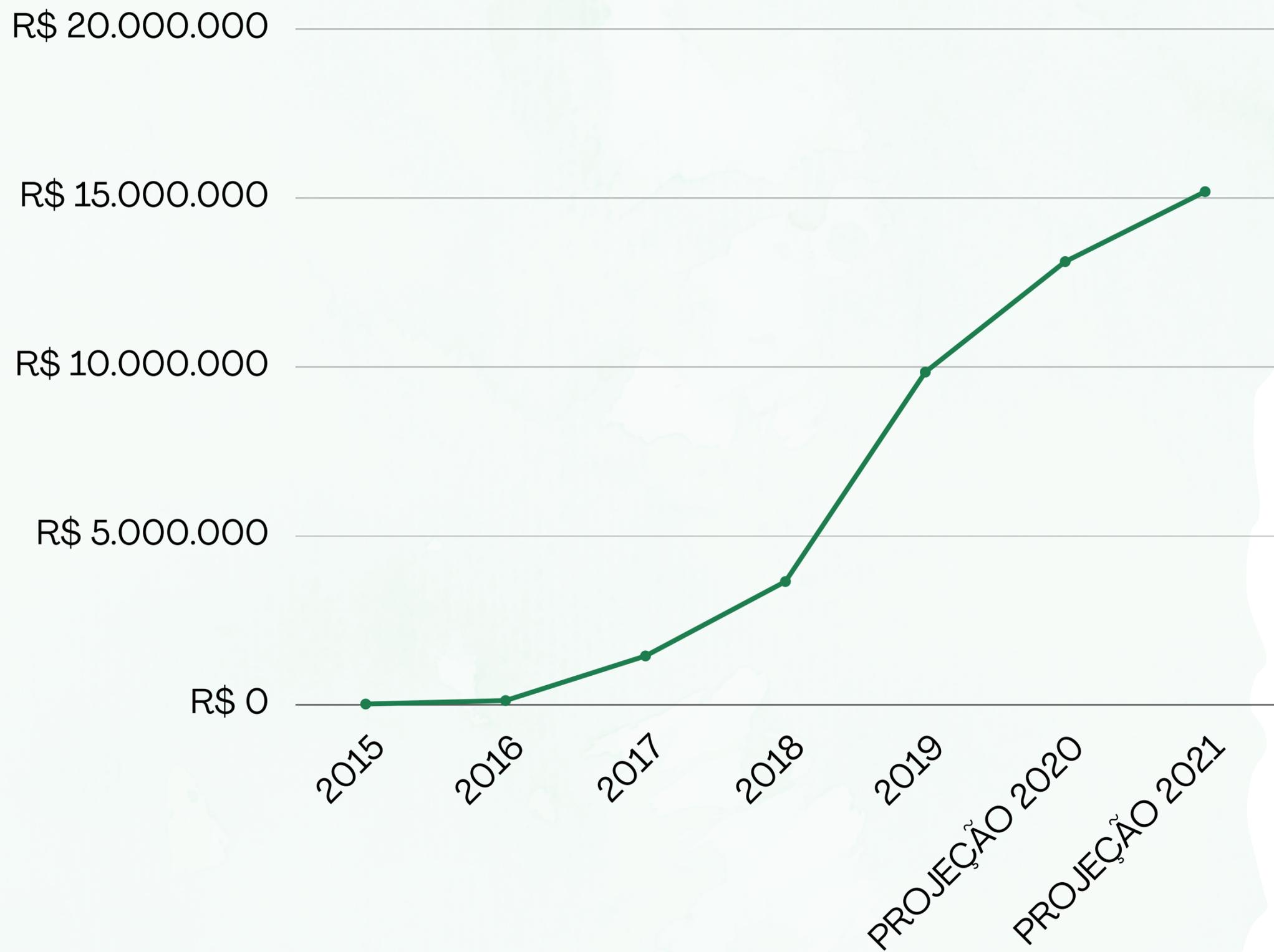


BENEFÍCIOS



Sabores inexplorados e sensação de ternura e afeto a cada mordida

FATURAMENTO



Fonte: Direção de Marketing da Biscoitê



CONSUMIDOR

> Público oficial

Homens e mulheres

Com filhos

18 à 50 anos

Classes A e B

Ensino superior completo e cargos acima de coordenação

> Público visado

Homens e mulheres

28 a 38 anos

Classes A e B

Com filhos

Ensino superior completo e cargos acima de coordenação

> Interesses

Assuntos que englobam sofisticação e novidades

Flexibilidade na rotina

Frequentam shoppings centers, cinemas e restaurantes

Utilizam internet e rádio





MERCADO

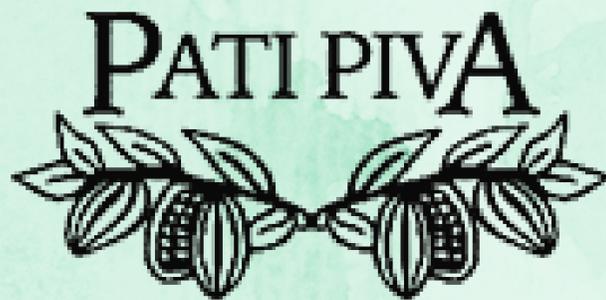


Faturamento de
14,3 bilhões em
2018

1,5 milhão de
toneladas de
produtos

Crescimento de
0,5% no volume de
vendas

Fonte: ABIMAPI 2020



Pontos fortes

Variedade de produtos

E-commerce

Bem posicionada

Experiência em grandes eventos

Pontos fracos

Preço elevado

Lojas restritas a bairros nobres



Pontos fortes

Preços competitivos

Experiência no segmento

Pontos fracos

Site sem informações

Não trabalha com produtos sem açúcar, glúten e lactose

ANÁLISE DE OUTPUTS

			
PRODUTO	8,7	8,7	7,3
PREÇO	8,6	7,6	7,6
DISTRIBUIÇÃO	9,0	8,6	8,2
COMUNICAÇÃO	8,5	8,3	8,2
MÉDIA TOTAL	8,7	8,3	7,8





PREÇOS



PRODUTO	BISCOITÊ	PATIPIVA	DONA DO DOCE
BISCOITOS AMANTEIGADOS	R\$ 36,90	R\$ 25,00 0,9% ↓	R\$ 32,00 0,7% ↓
CESTA DE PRESENTES	R\$ 169,90	R\$ 108,00 0,6% ↓	

PESQUISA

PROBLEMA



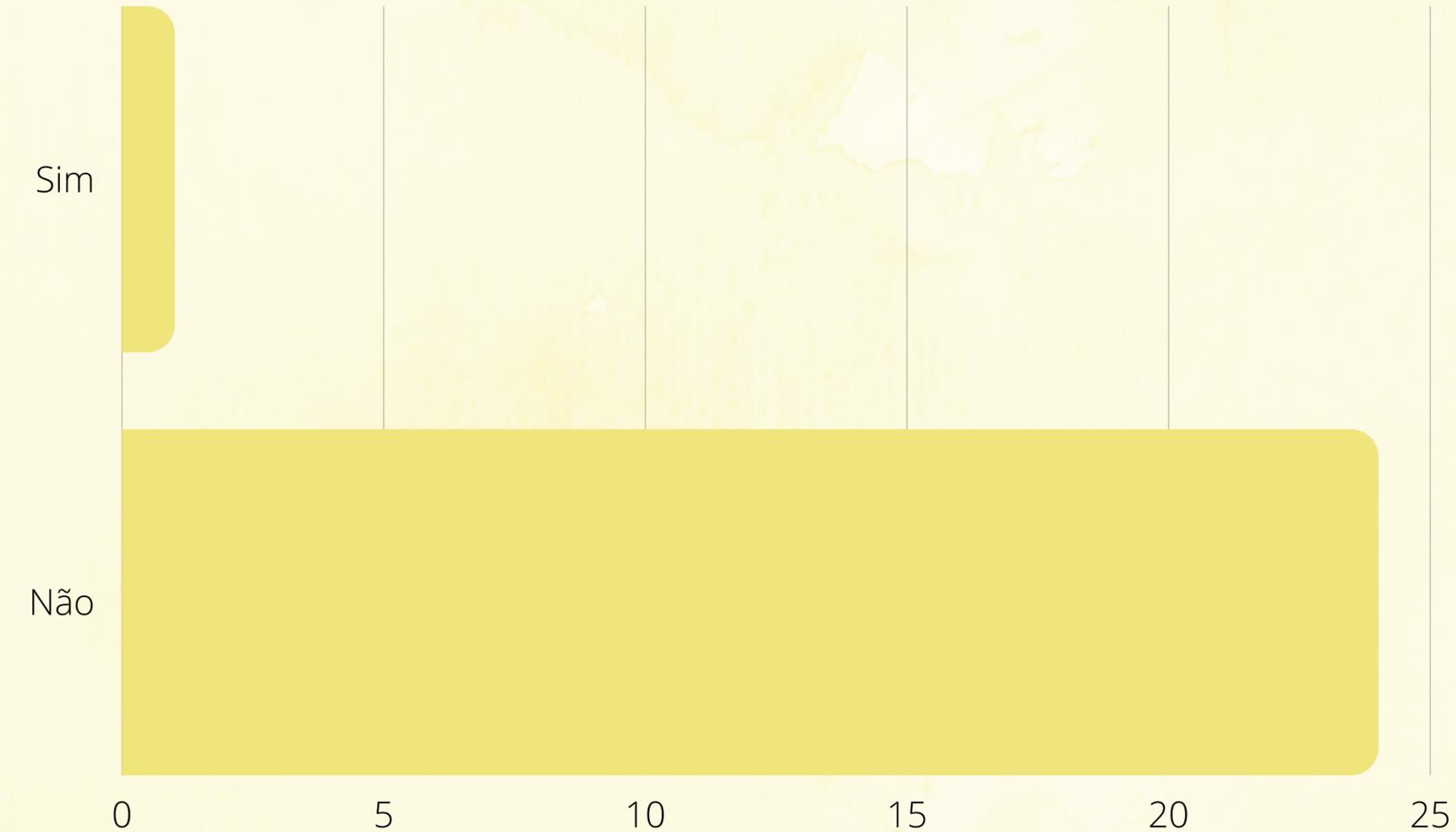
Quais os fatores impeditivos na compra de um biscoito gourmet?



HIPÓTESES

H1 - A marca não se comunica adequadamente com o público, trabalhando apenas a imagem dos produtos nas redes sociais: **CONFIRMADA**

Você já viu propagandas da Biscoitê contando a história e/ou o propósito da marca?



Fonte: BemDita Comunicação

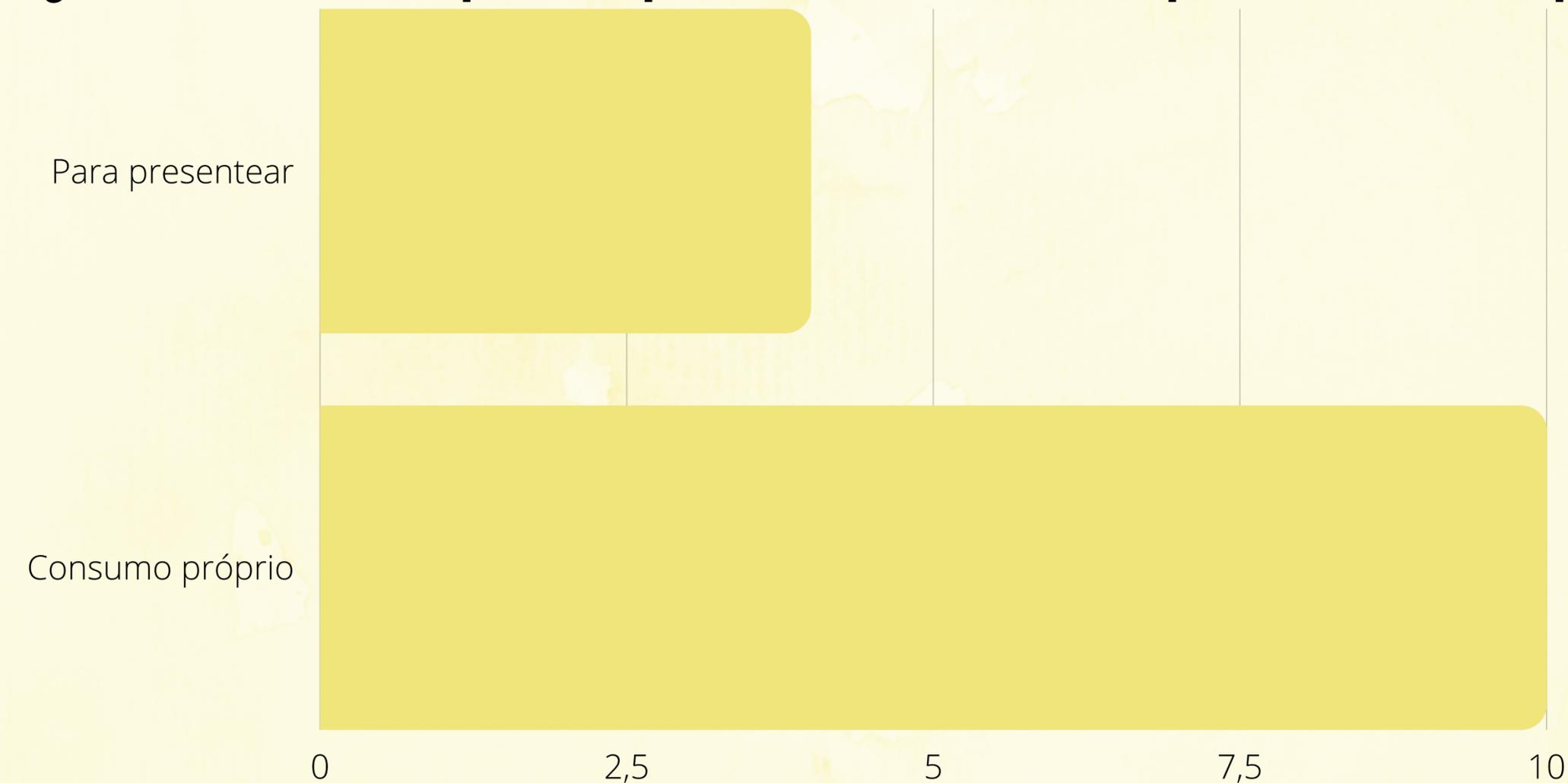
HIPÓTESES

H2 - O consumidor não encontra os produtos com facilidade, pois eles estão disponíveis apenas em lojas de shoppings: **REFUTADA**

H3 - A marca não se posiciona como uma loja de presentes: **CONFIRMADA**

H4 - As pessoas enxergam apenas como uma biscoiteria: **CONFIRMADA**

Quando você compra um produto da Biscoitê, qual a finalidade para o produto?



Fonte: BemDita Comunicação

HIPÓTESES

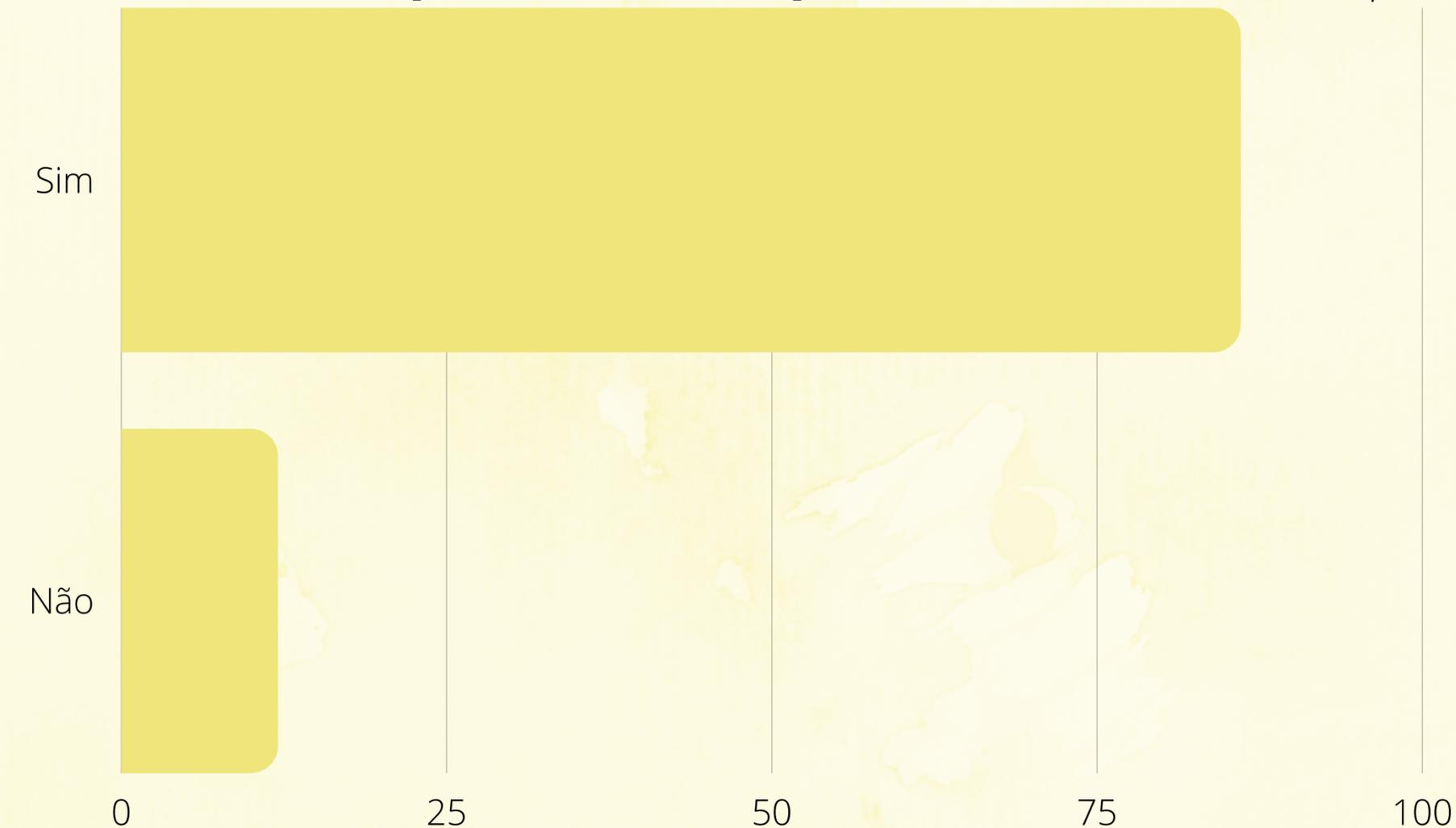
H5 - O público não está habituado a dar biscoitos como presente: **REFUTADA**

H6 - Falta de parceria com outras marcas, como supermercados: **CONFIRMADA**

H7 - Pessoas buscando um estilo de vida mais saudável, evitando o consumo de biscoitos: **CONFIRMADA**

H8 - A marca só é conhecida pelo público que aprecia biscoitos gourmet, quem não conhece, não costuma ter curiosidade de comprar: **CONFIRMADA**

Você costuma presentear as pessoas com biscoitos/chocolates?



Fonte: BemDita Comunicação

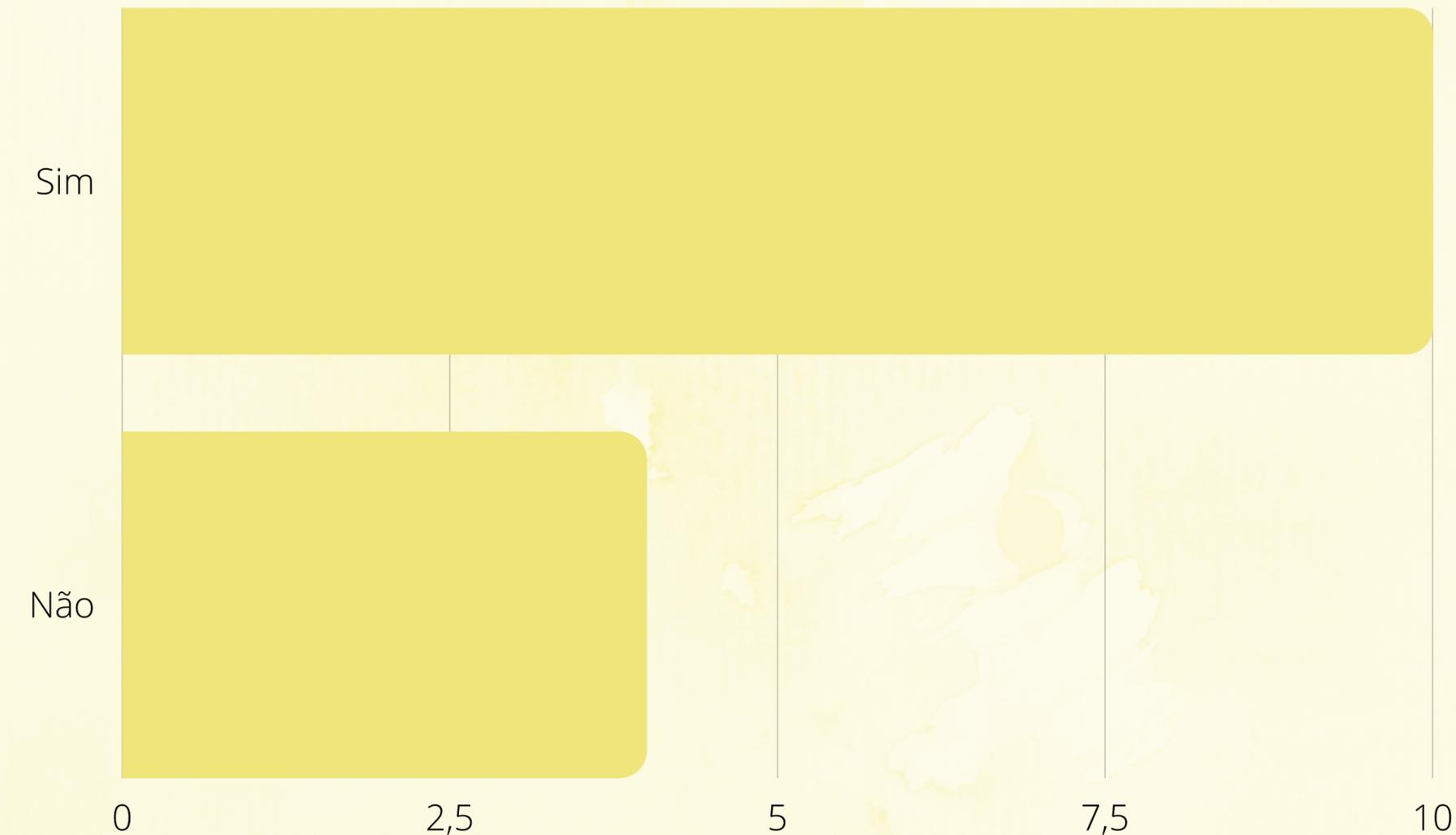
HIPÓTESES

H9 - O consumidor não vê diferença entre biscoitos tradicionais e gourmet: **REFUTADA**

H10 - O público que ainda não conhece o custo benefício da marca, acaba tendo uma percepção sobre o preço ser alto: **REFUTADA**

H11 - Existe uma grande variedade de marcas de biscoitos no mercado: **CONFIRMADA**

Você acha que os produtos da marca tem um valor justo com relação ao custo benefício?



Fonte: BemDita Comunicação

DIRECIONAMENTO

- > Comunicar os consumidores a fim de explicar a intenção da marca
- > Se posicionar como uma loja de presentes visto que não está claro para os consumidores este posicionamento
- > Busca atrair os consumidores que ainda não estão habituados a consumir produtos gourmet
- > Inserir a marca em outras plataformas

ANÁLISE

SWOT

FORÇAS

Strenghts

Apelo emocional

Biscoitos temáticos

Sabores variados

Primeira boutique de biscoitos do Brasil

Sentimento de nostalgia

Delivery

Produtos para pessoas com intolerância alimentar

FRAQUEZAS

Weakness

Pouca divulgação

Não reconhecida pelo segmento de presentes

Marca pouco conhecida no mercado

Lojas físicas presentes apenas na grande São Paulo

Distribuição de lojas restrita a shoppings

OPORTUNIDADES

Opportunities

Dia do biscoito

Crescimento do setor gourmet

Datas festivas e comemorativas

Crescimento do mercado de biscoitos

Forte presença de shoppings na Cidade de São Paulo

Crescimento do E-commerce.

AMEAÇAS

Threats

Dificuldade na adaptação do segmento gourmet em outras regiões do Brasil

Atual crise econômica no Brasil e no mundo

Aumento do preço das matérias-primas (ingredientes)

Regulamentação visando redução do sódio e açúcar nos alimentos

Crescimento da preocupação com alimentação saudável

PLANO DE MARKETING

MERCADO

A empresa atua somente no mercado brasileiro

PRINCIPAL

São Paulo com 100% das
nossas lojas físicas

SECUNDÁRIO

Demais estados do país

OBJETIVO DE MARKETING

QUANTITATIVO

- > Aumentar em **R\$ 1.981.588,20** o faturamento
- > Aumentar em **R\$ 5.429,01** a quantidade de vendas
- > Aumentar o Market Share em **5,6%**
- > Ampliar a distribuição da marca em **8%**
- > Aumentar o consumo no Brasil através do e-commerce em **4%**



DEFESA DOS OBJETIVOS

Aumentar o faturamento

A projeção é que o faturamento aumente em 15% devido a toda comunicação trabalhada



Aumento das vendas

Expansão do conhecimento da marca e fidelização de clientes resultantes da comunicação trabalhada



Aumento do Market Share

Expandir o mercado, ser lembrada e estar enraizada na mente dos consumidores

Ampliar distribuição

Ocorrerá pela expansão de vendas através de outros canais de distribuição



Aumento do consumo em outras regiões

Ocorrerá pelo aumento da comunicação voltada para o E-commerce



QUALITATIVO

- > Fortalecer a imagem da marca
- > Conquistar novos consumidores
 - > Fidelizar os clientes
- > Melhorar o Merchandising no PDV
 - > Melhorar a comunicação
- > Informar o propósito da marca, ser conhecida como uma loja de presentes

ESTRATÉGIAS DE MARKETING



DISTRIBUIÇÃO

Aumentar a distribuição dos produtos



TRADE

Campanhas informando os benefícios



PÚBLICO-ALVO

Conquistar e fidelizar os clientes



PRODUTO

Não serão realizadas alterações

COMUNICAÇÃO

PROBLEMA ?

Divulgar a marca para que
ela seja vista



OBJETIVOS



Melhorar a visibilidade da marca para os seus consumidores



Posicionar a marca como uma loja de presentes



Tornar a marca mais conhecida



Divulgar seus benefícios e diferenciais

ESTRATÉGIAS

Propaganda

Assessoria de Imprensa

Influenciadores

Promoção de vendas

Merchandising

Endomarketing

Marketing direto

Internet



REMEMBER!

CONSUMIDOR

> Público

Homens e mulheres

28 a 38 anos

Classes A e B

Com filhos

Ensino superior completo e cargos acima de coordenação

> Interesses

Assuntos que englobam sofisticação e novidades

Flexibilidade na rotina

Frequentam shoppings centers, cinemas e restaurantes

Utilizam internet e rádio

BEM
DITA

COMUNICAÇÃO
DITO E FEITO

POSICIONAMENTO

Ser reconhecida como uma
biscoiteria gourmet nº 1 do Brasil e
uma loja de presentes



TEMA

MOMENTOS

Transmitir que a marca poderá
estar presente em todas as
situações junto do consumidor

*Enjoy
every
moment.*





**PARA TODOS
OS MOMENTOS**



PARA TODOS OS MOMENTOS



Justificativa (Reason Why)

Com sabores inspirados em diversos países, a Biscoitê trás a lembrança de um momento único e inesquecível já vivido



Para todos os momentos

Biscoitê
A BISCOITERIA



PEÇAS

ANÚNCIO DE REVISTA

Anúncio de página dupla com um código QR que ao ser escaneado, leva a uma página exclusiva no site da marca com dicas de biscoitos para vários momentos

I
I
D
S
A
C
A

A primeira biscoiteria gourmet do Brasil

Biscoitê

Cada momento pede um BISCOITÊ

Confira todas as nossas ofertas biscoite.com.br

ENCARTE DE REVISTA

O encarte de revista é
descartável e possibilita a
montagem de um calendário
2021



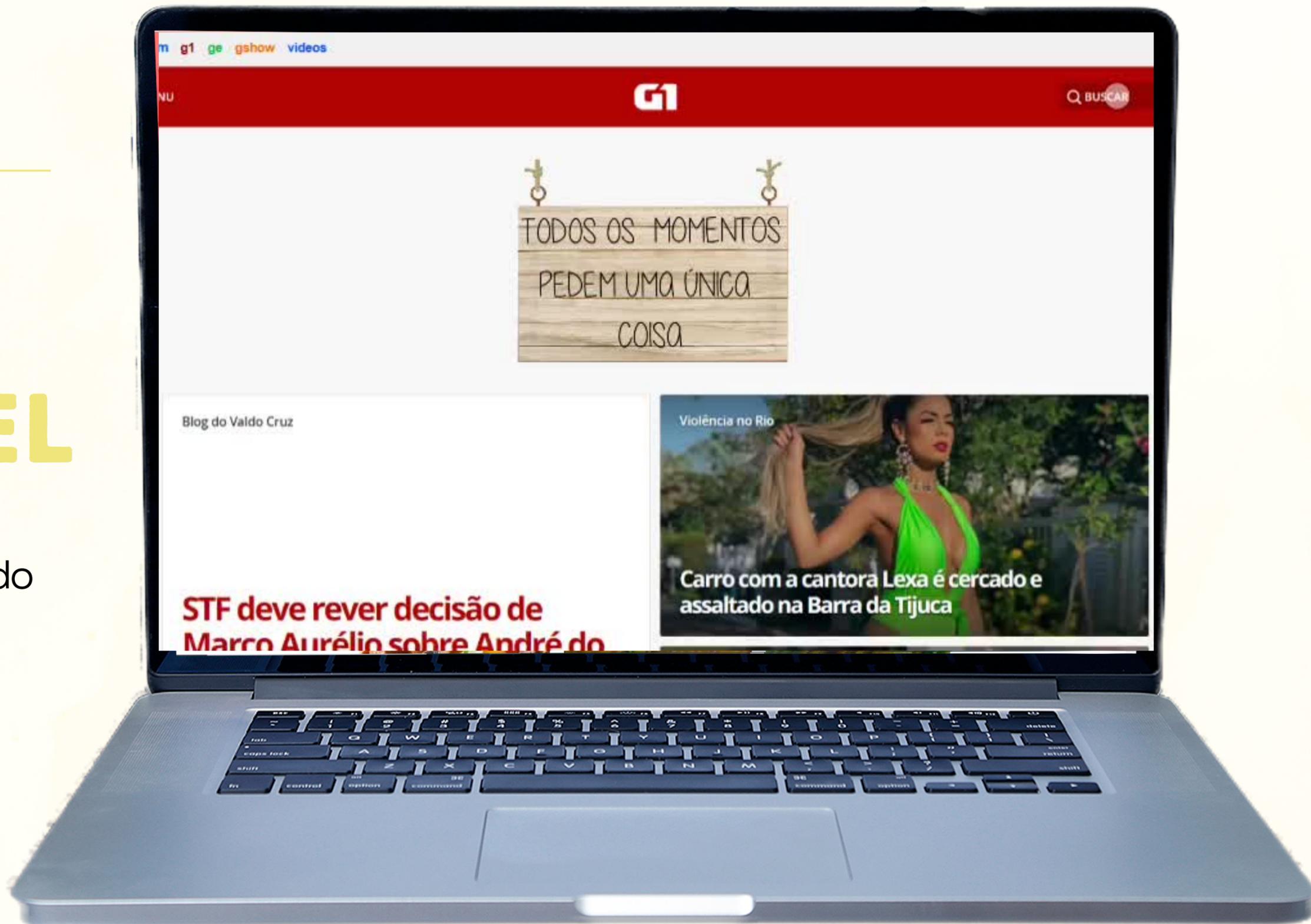
CINTA DE JORNAL

A cinta de jornal é feita com um material resistente que vira porta-retrato



BANNER EXPANSÍVEL

Banner expansível mostrando
os produtos favoritos da
marca



BANNER ANIMADO

Banner animado mostrando
vários momentos que a
Biscoitê pode estar inserida



MÍDIAS

ALTERNATIVAS

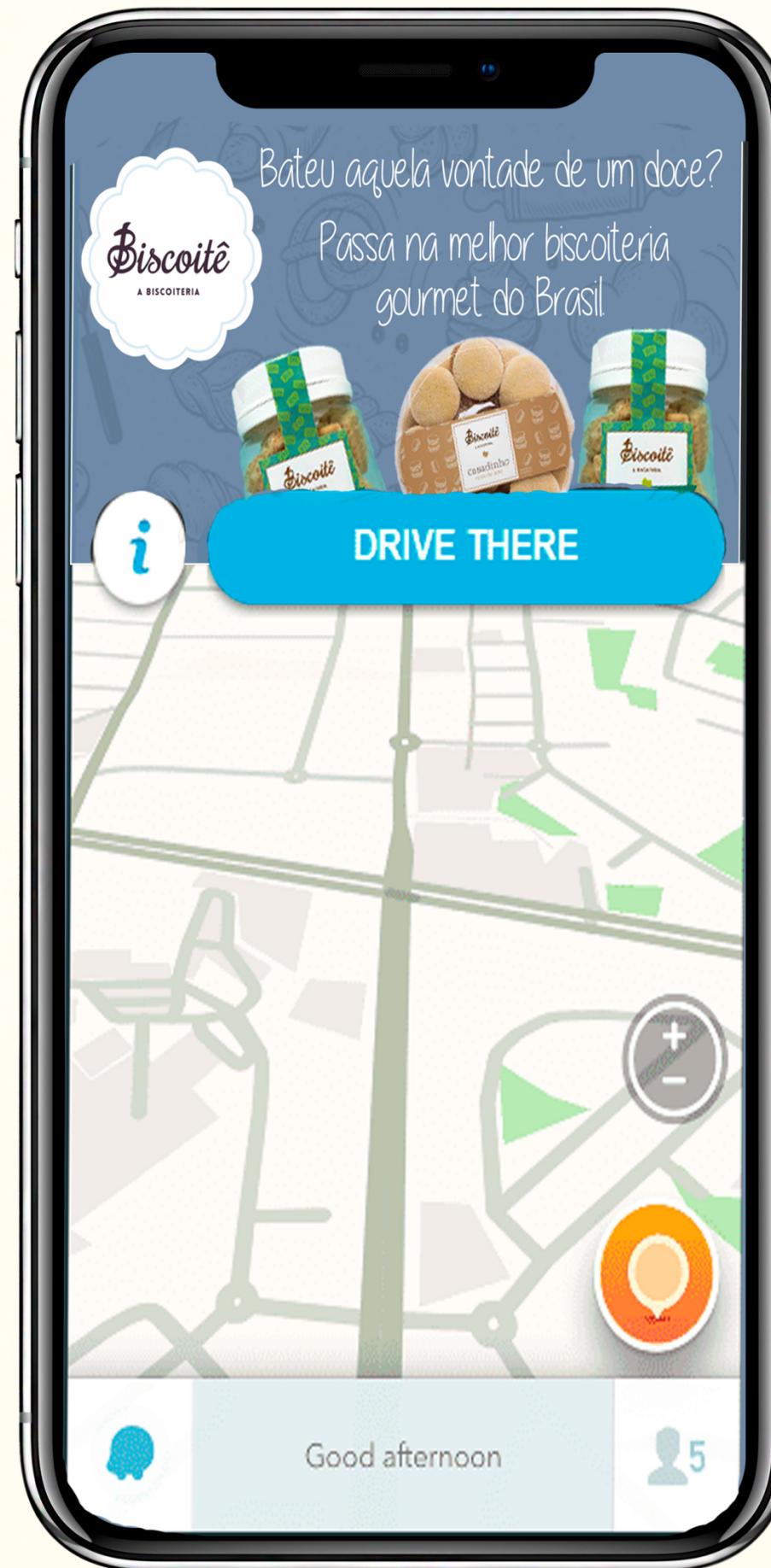
MOBILIÁRIO URBANO

Abrigo de ônibus com uma pessoa
com um cookie da marca e um
código QR que mostra onde fica a
loja mais próxima



OOH FULL DIGITAL

Peça de Waze que aparecerá
quando o consumidor estiver
próximo a algum shopping que a
marca está presente



OUTDOOR

Outdoor mostrando os produtos mais vendidos da marca com uma pessoa apontando para eles



INDOOR

Adesivagem em escada rolante chamando a atenção dos clientes próximo as lojas da marca



ELEMÍDIA

Peça de 10 segundos em formato digital

A primeira biscoiteira gourmet do Brasil
feita para todos os momentos

Biscoitê
A BISCOITEIRA

FAZENDA SOLAR

- Zero investimentos
- Sua empresa gera a sua própria energia
- Descontos significativos na tarifa de energia da sua empresa
- Energia limpa e renovável
- Reduz impacto ambiental
- Não tem obras nem instalações na sua empresa

SOLICITE UMA PROPOSTA:
pactonet.com.br/comunidade-solar-pacto

Leia o QR CODE

QR CODE

A primeira biscoiteira gourmet do Brasil
feita para todos os momentos

Biscoitê
A BISCOITEIRA

FAZENDA SOLAR

- Zero investimentos
- Sua empresa gera a sua própria energia
- Descontos significativos na tarifa de energia da sua empresa
- Energia limpa e renovável
- Reduz impacto ambiental
- Não tem obras nem instalações na sua empresa

SOLICITE UMA PROPOSTA:
pactonet.com.br/comunidade-solar-pacto

Leia o QR CODE

QR CODE

MÍDIA INEXISTENTE

A mídia inexistente é uma adesivagem completa no hotel Unique em São Paulo para representar uma embalagem de biscoito



AUDIOVISUAL DO CLIENTE



SPOT

Agência: Bem dita - Comunicação

Produto: Comercial

Título: Deliciosos Cookies Feitos para Você

Versão: Final

Duração: 30'

Direção: Raquel Araújo

Data/Ano: 25/11/2020

CRT N°: 76489847923987659BR

Data de Registro: 25/10/2020

PLANO DE PROMOÇÃO

PROBLEMA DE PROMOÇÃO



A marca não é conhecida



A marca não realiza ações para interagir com o público-alvo



Há ausência de campanhas



Ponto de venda com poucos materiais promocionais de Merchandising

OBJETIVO

Expandir o conhecimento da marca no mercado com o apoio da Comunicação e estratégias de Promoção

PÚBLICO-ALVO



PRIMÁRIO

- > Homens e mulheres
- > 28 a 38 anos
- > Classes A e B
- > Ensino superior completo
- > Rotina flexível



SECUNDÁRIO

- > Consumidores que já tiveram contato com a marca
- > Influenciadores e personalidades digitais



INTERNO

- > Funcionários das lojas da marca tendo em vista a melhora do ambiente de trabalho e incentivo nas vendas

ESTRATÉGIAS



Hotsite



Redes Sociais



Aplicativo



E-mail Marketing



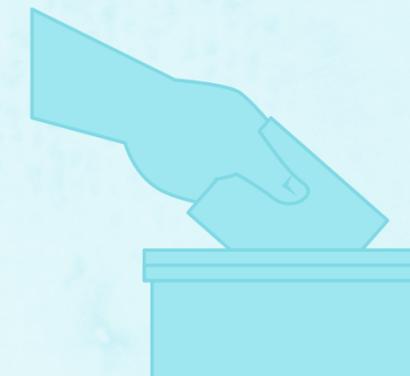
Descontos



Material promocional e
merchandising



Brinde



Sorteio

AÇÕES

BISCOITANDO PELO MUNDO

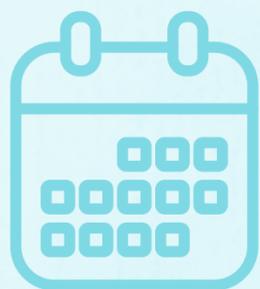
> Concurso- PULL



Público-alvo: Homens e mulheres de 28 a 38 anos, classes A e B



Abrangência: Nacional



Período: 20 de junho a 19 de julho de 2021



Legislação: Lei 5.768/1971
Decreto 70.951/1972
Portaria MF nº 41/2008

BISCOITANDO



PELO MUNDO



A Linha Biscoitos do Mundo vai te levar em uma viagem para você biscoitar muito!

20/06/2021 a 19/07/2021



TOTEM

BISCOITANDO
PELO MUNDO

Biscoitê
A BISCOITERIA

Quer concorrer a uma viagem dos sonhos?

Comprando um produto da linha Sabores do Mundo cadastre-se em biscoite.com.br/biscoitandopelomundo e concorra a uma viagem com direito a acompanhante para o país do seu biscoito.

POST FACEBOOK

Biscoitê

Já pensou em viajar pelo mundo com o seu biscoito favorito? Acesse; biscoite.com.br/biscoitandopelomundo e confira o regulamento.

#biscoite #biscoitandopelomundo #promo Ver mais

Biscoitando pelo mundo

Tire uma foto criativa com um produto da Linha Sabores do Mundo, cadastre no hotsite e concorra a prêmios.
Acesse: biscoite.com.br/biscoitandopelomundo

2147 6 comentários

Curtir Comentar Compartilhar

Enviar mensagem

FOLHETO

Promoção
BISCOITANDO
PELO MUNDO

SUA VIAGEM PARA OUTRO PAÍS COM UM ACOMPANHANTE E TUDO PAGO ESTÁ MAIS PERTO DO QUE VOCÊ IMAGINA!

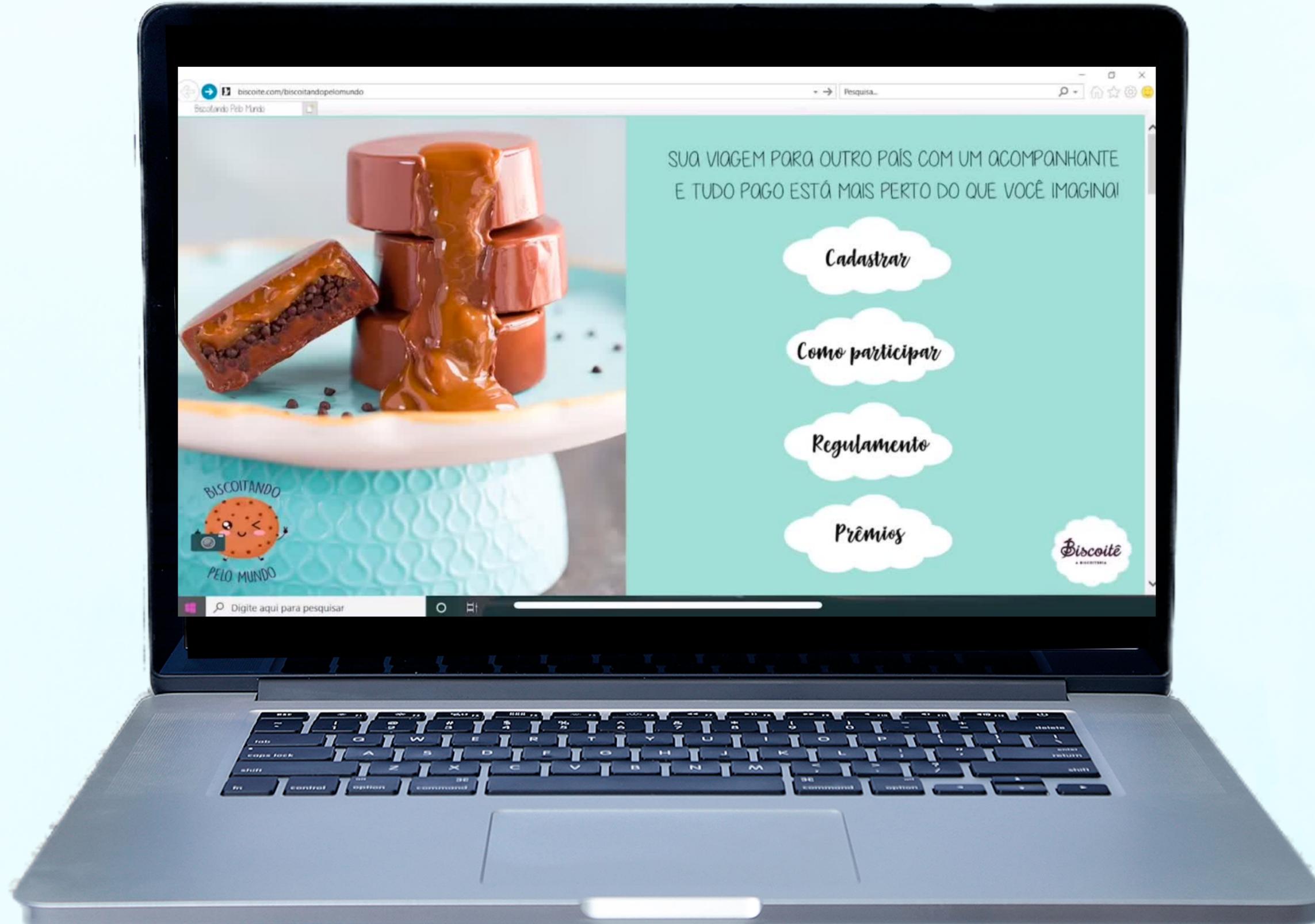
Para participar é só:

Tirar uma foto criativa com um produto da Linha Sabores do Mundo e cadastrar em nosso hotsite.

1º LUGAR: Uma viagem com acompanhante;
2º LUGAR: R\$400,00 em produtos da marca;
3º LUGAR: Cesta de produtos da linha Sabores Do Mundo.

Acesse nosso hotsite ou aponte a câmera do seu celular para o QR code abaixo e saiba mais!

HOTSITE



FRANQUIA DO ANO

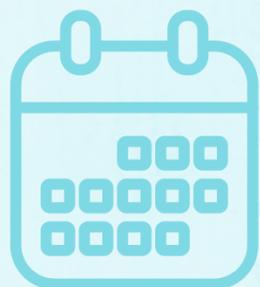
> Concurso de vendas - PUSH



Público-alvo: Homens e mulheres, funcionários da marca



Abrangência: Público interno



Período: 15 de abril a 15 de maio de 2021

FRANQUIA DO ANO



Seu sucesso é o nosso sucesso e vale um Spasíssimo.

Os funcionários da franquia vencedora ganham um final de semana em um SPA no Guarujá.

15/04/2021 a 15/05/2021



ECOBAG

CAMISETA

AGENDA



ESTEVAM INDICA, BISCOITÊ

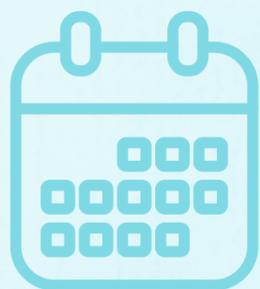
> Marketing de relacionamento - PULL



Público-alvo: Homens e mulheres de 28 a 38 anos, classes A e B



Abrangência: Nacional



Período: Fevereiro a março de 2021



Legislação: Lei 10937/2018

ESTEVAM
INDICA,
BISCOITÊ!

GANHE 10% DE DESCONTO
NA PRIMEIRA COMPRA
USANDO O CUPOM #ESTEVAMINDICA

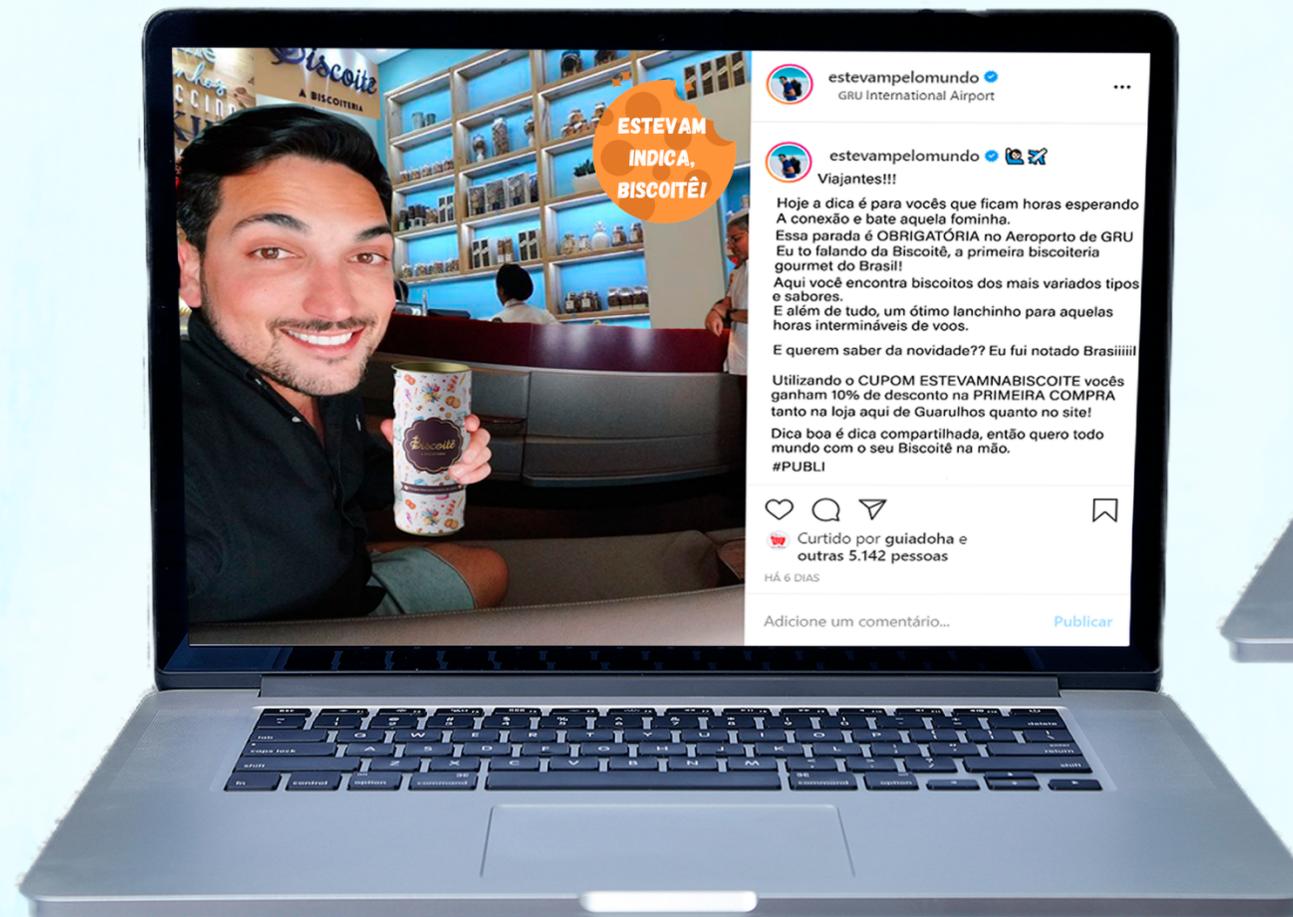
Biscoitê
A BISCOITERIA



STORY INSTAGRAM

POST INSTAGRAM

MENÇÃO YOUTUBE



CRIE SEU BISCOITO

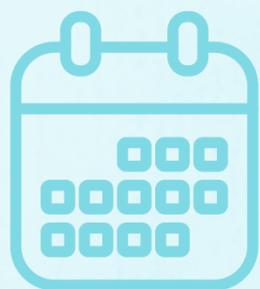
> Concurso - PULL



Público-alvo: Homens e mulheres de 28 a 38 anos, classes A e B



Abrangência: São Paulo



Período: 01 de setembro a 01 de outubro de 2021



Legislação: Lei 10937/2018

VEM VER A SUA CRIAÇÃO
NAS VITRINES DA BISCOITÊ!

01/09/2021 A 01/10/2021



Biscoitê

A BISCOITERIA

PORTA TAKE ONE

STORY INSTAGRAM

FOLHETO



APLICATIVO



NATAL É NA BISCOITÊ

> Campanha de incentivo - PULL



Público-alvo: Homens e mulheres de 28 a 38 anos, classes A e B



Abrangência: São Paulo



Período: 01 de dezembro de 2021 a 01 de janeiro de 2022



Legislação: Lei 5.768/1971
Decreto 70.951/1972
Portaria MF nº 41/2008

NATAL É NA BISCOITÊ!



Nas compras acima de
R\$ 150,00 nas lojas físicas
e e-commerce, os clientes levam um
panetone fabricação própria.

Promoção válida de 01/12/2021 à 01/01/2022

*A marca disponibilizará 300 panetones no período da promoção.



TOTEM



POST INSTAGRAM



FOLHETO



PLANO DE MÍDIA

OBJETIVO

Aumentar o “brand awareness” da marca por meio da comunicação via Cinema e Internet, com foco em São Paulo porém com divulgação também nos outros estados do país

ESTRATÉGIAS



Internet



Cinema

DEFESA DOS MEIOS



Internet

- > Interação com os usuários
- > Ações segmentadas por região
- > Campanhas monitoradas e mensuradas
- > Viabiliza o aumento do tráfego nas páginas da marca



Cinema

- > Baixo grau de dispersão
- > Impactante
- > Lojas presentes em shoppings com cinema
- > Grande número de telespectadores

CRONOGRAMA

VEICULAÇÃO



Cronograma de mídia

MEIOS	2021																																																		
	JAN				FEV				MARÇO					ABRIL				MAIO				JUNHO				JULHO				AGOSTO				SETEM				OUT				NOV				DEZ					
	4	11	18	25	1	8	15	22	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20
DIGITAL	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️		
CINEMA	🗨️	🗨️	🗨️	🗨️																										🗨️	🗨️	🗨️	🗨️													🗨️	🗨️	🗨️	🗨️		

Cronograma de promoção

PRAÇA	PROMOÇÃO	PÚBLICO	IDENTIFICAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRI	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
BR	BISCOITANDO PELO MUNDO	PULL	Concurso						🗨️	🗨️					
SP	FRANQUIA DO ANO	PUSH	Concurso de vendas				🗨️	🗨️							
BR	ESTEVAM INDICA, BISCOITÊ	PULL	Marketing de Relacionamento		🗨️	🗨️									
SP	CRIE SEU BISCOITO	PULL	Concurso									🗨️	🗨️		
SP	NATAL É NA BISCOITÊ	PULL	Campanha de Incentivo/Compre-Ganhe											🗨️	🗨️

RESUMO GERAL DA VERBA

BUDGET

R\$ 1.519.217,21

Promoção

42.7%

R\$ 755.764,35

Mídia

45%

R\$ 797.420,00

Reserva Técnica: 4,85%

R\$ 48.150,08

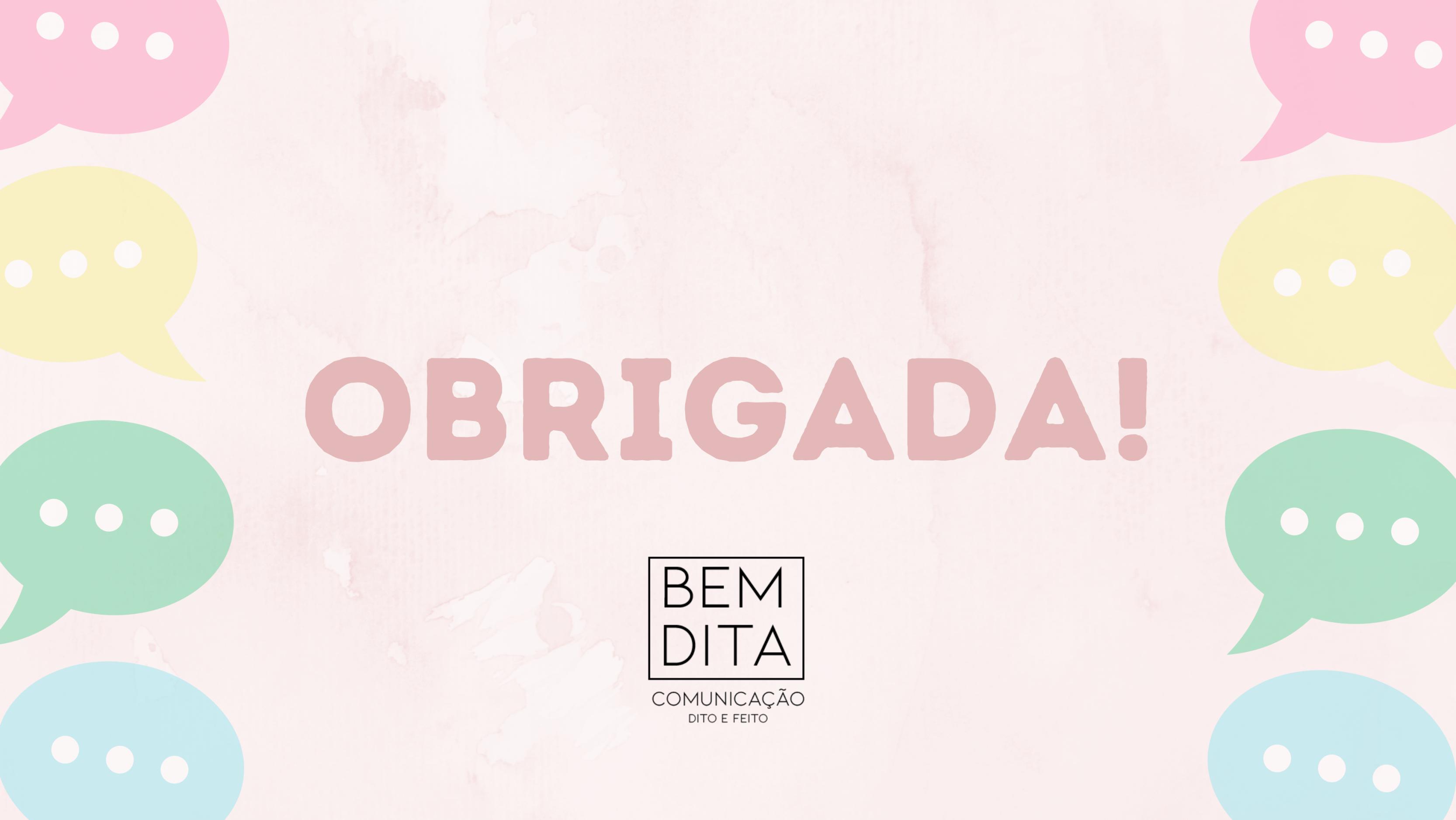
Produção

12.3%

R\$ 217.883,21

BEM
DITA

COMUNICAÇÃO
DITO E FEITO

The background features a soft, pinkish watercolor wash. Scattered around the edges are several colorful speech bubbles in shades of pink, yellow, green, and light blue. Each bubble contains three white dots, representing a message or conversation.

OBRIGADA!

BEM
DITA

COMUNICAÇÃO
DITO E FEITO