

1ª MOSTRA DE TALENTOS DA GRADUAÇÃO

Inovação, criatividade e excelência da produção de TCC da PUC-Campinas.



Centro de Linguagem e Comunicação (CLC)
Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD)



ORGANIZAÇÃO CLIENTE:



OBJETIVOS

Aplicação do conteúdo aprendido ao longo do curso para um cliente real, demonstrando a importância do planejamento e da atividade de Relações Públicas no contexto da comunicação organizacional.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Destaque entre os projetos experimentais do ano

Apresentação do trabalho nas dependências da empresa

Expansão da experiência para além do universo acadêmico

Ampliação de visibilidade e reforço de imagem para a empresa cliente

PRINCIPAIS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza; KUNSCH, Margarida Maria Krohling; GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fabio; CESCA, Cleusa G. G.

INTEGRANTES DA EQUIPE

Aline Cristina da Silva, Beatriz Altemari Chignoli, Érika de Rezende Almeida, Letícia Martins Liberali, Tamires Carneiro

CONTATO: contact.connact@gmail.com

PROJETO EXPERIMENTAL CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

INTRODUÇÃO

A Sanavita é uma empresa do setor de produtos funcionais que atende aos segmentos de saúde e beleza, sob o slogan “pela sustentabilidade do corpo”. De acordo com demandas da empresa, foi apresentado o desafio de realizar um trabalho voltado para o principal produto da organização, o colágeno hidrolisado. Com base em análises desenvolvidas pela a ConnAct, a assessoria teve a oportunidade de trabalhar a promoção e o relacionamento da organização junto a seus públicos, a partir do objetivo inicial proposto.

MÉTODOS UTILIZADOS

A partir do desafio proposto pelo cliente, foram realizados os estudos abaixo para melhor compreender seu segmento, bem como obter um diagnóstico mais preciso:

- ✓ Benchmarking;
- ✓ Análise da comunicação online e off-line;
- ✓ Auditoria de imagem e mídia;
- ✓ Mapeamento de público (Seguindo a classificação CESCA (2012));
- ✓ Auditoria de opinião pública.

PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS

A partir do diagnóstico realizado, a ConnAct propôs estratégias voltadas ao atendimento das necessidades do cliente. Dentre elas, destacam-se duas:

Instituto Sanavita
Estratégia Institucional



Estratégia de responsabilidade social, com a missão de promover a “Sustentabilidade do Corpo” (slogan da empresa) junto à comunidade, contando com o apoio da diretoria da empresa e ações de engajamento dos funcionários em seu desenvolvimento.

ORIENTADORA: CÍNTIA LIESENBERG

Healthy Truck
Estratégia Mercadológica



Uma extensão da Loja Conceito, possui rotatividade em locais estratégicos, gerando a popularização da marca e criando opções de alimento e bebidas com produtos Sanavita em ambientes de lazer promovendo o relacionamento e a visibilidade da marca com seu público de interesse.