

Negócios & Propaganda



Claudia Penteadó
negocios.propaganda@jb.com.br

ABP lança Anuário 2009

A Associação Brasileira de Propaganda lança seu Anuário do Festival Brasileiro de Publicidade 2009, que reúne todos os trabalhos premiados. Ao comprar o Anuário, recebe-se login para a versão online. Mais em: www.abp.com.br.

Workshop de Vendas

A Dale Carnegie Training, empresa de treinamento corporativo, promoverá hoje, na Barra da Tijuca, o workshop gratuito sobre Alta Performance em Vendas. Informações: www.dalecarnegie.com.br.

Patrocínio do bem

A Embelleze será, pela primeira vez, patrocinadora do Criança Esperança, uma parceria da Rede Globo com a UNESCO. Todos os produtos da marca e materiais de divulgação terão o selo do projeto.

Como montar portfólio

A Escola de Criação da ESPM abre nova turma do curso Portfólio para Redatores e Diretores de Arte, que contempla também criação para internet e novas mídias, produção de vídeo, de som e fotografia. Informações: 2116-2002.

Artplan cria para Sedex

Está no ar a nova campanha da Sedex criada pela Artplan, que reforça a abrangência da marca no país. No filme Dupla, o público abandona o show de uma famosa dupla sertaneja para receber o caminhão da Sedex na praça.

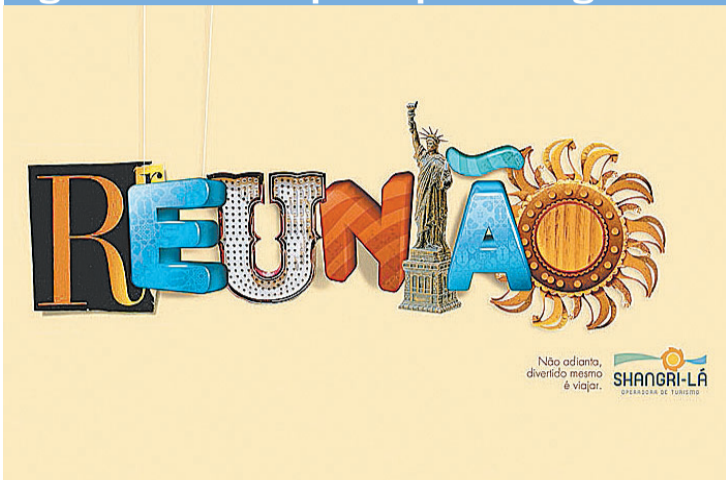
Dia dos Pais na BR Malls

A W/McCann assina a campanha de Dia dos Pais do Ilha Plaza e Recreio Shopping. O conceito é Dia dos Pais - As pessoas mais especiais crescem aqui. Esta é a segunda ação produzida pela agência para shoppings da BR Malls.

Volta Ciclo de Palestras

Acontece amanhã às 19h palestra gratuita com Marcio Rolla sobre Marketing Cultural do Entretenimento, dentro do ciclo de palestras Encontro com Profissionais. Para participar: 2216-2002 ou pelo e-mail: [cursos@espm.br](mailto: cursos@espm.br).

Agência3 cria campanha para Shangri-lá



>> 150 – Não adianta, divertido mesmo é viajar é o conceito da campanha que divulga a baixa temporada para destinos nacionais e internacionais da Shangri-lá.

Rodada de negócios

Estão abertas até 31 de julho as inscrições para a Rodada de Negócios do Programa Compra Rio com Ordem dos Advogados do Brasil, que acontece em 4 de agosto. Informações: www.desenvolvimento.rj.gov.

Yogoberry em Bangu

A Yogoberry inaugura no início de agosto, no Bangu Shopping, a primeira loja de frozen yogurt de Bangu. O investimento é de R\$ 350 mil. Em dois anos no mercado, a marca já conta com 38 lojas.



Maratona de descontos

A Maratona de Descontos dos shoppings Alliances - Bangu, Carioca, Caxias, Grande Rio, Passeio, Santa Cruz e Via Parque - acontece de 29 de julho a 1º de agosto. A campanha é da Conexão.

PONTO DE VISTA | GIOVANNA COSTA, SUPERINTENDENTE DO PASSEIO SHOPPING

Como está o mercado consumidor da zona oeste do Rio?

– O mercado em Campo Grande cresce a cada dia e a região é o atual foco do mercado imobiliário, o que, para o shopping, gera uma grande expectativa de aumento de fluxo. O início das obras da TransOeste só vem reforçar o potencial da Zona Oeste. O nosso shopping atende também as classes que estão em plena ascensão, como a B e C, presentes em grande número em Campo Grande.

Sorteios e concursos culturais permanecem como os grandes motivadores para aumentar as vendas?

– Sim. São ferramentas utilizadas pelo Marketing que levam o consumidor a procurar os shoppings, para que possam obter algo mais na hora de realizarem suas compras.

Vocês criaram uma promoção que dará prêmios até o fim do ano. Qual é a intenção?

– Este ano vamos comemorar 10 anos, por isso resolvemos montar a pro-



“Sorteios e concursos ainda são os maiores motivadores para levar o consumidor aos shoppings”

moção 10 presentes todo mês. Em novembro, mês do aniversário do shopping, um dos presentes será um carro.

Como o Passeio usa a publicidade?

– Estamos sempre presentes na mídia local, com campanhas promocionais

que reforçam e qualificam cada vez mais a nossa identidade visual.

Qual foi o maior desafio para implantar a coleta seletiva de lixo no shopping?

– O maior desafio foi conscientizar a todos da importância da coleta seletiva de lixo e fazer com que tanto funcionários quanto consumidores participassem. Hoje, a maioria está engajada nessa missão.

Esta coluna é uma realização da ABAP-Rio (Associação Brasileira de Agências de Publicidade - capítulo Rio - www.abap-rio.com.br)