

# briefing mídia.

HEILIGE POCKET

O jeito Heilige de divulgar,  
onde quer que esteja o Pocket



BRIEFING PARA  
PEÇAS PUBLICITÁRIAS

# guia para mídia digital e tradicional



*Divulgar uma unidade Pocket é de enorme importância, assim como é importante seguir o padrão de divulgação que garantiu o sucesso do negócio Heilige Pocket até aqui.*

**Esse material foi desenvolvido para ser uma ferramenta auxiliar na hora de desenvolver a divulgação da sua unidade. Portanto, siga as orientações para que tudo saia da melhor maneira possível e que tenhamos todos um ótimo resultado.**

## PROPAGANDA

Ouvimos muito por aí que a propaganda é a alma do negócio, e errada essa afirmação não está. É de grande importância para um novo negócio ser conhecido para que haja uma divulgação, e essa divulgação precisa ser coerente com o perfil da marca e de seus consumidores. Nós da Cervejaria Heilige já adquirimos alguns saberes, sobre o que deve e o que não deve ser feito. Aqui nesse manual está um resumo de tudo isso, com que é de maior importância nesse momento para quem está ingressando em uma nova unidade.

## CONSUMIDOR

Para que a versatilidade do Pocket seja percebida na comunicação da unidade, é importante ter claro qual é o estilo de vida do nosso consumidor e onde ele transita quando não está no Pocket. Isso vai ser de grande relevância na hora de pensar qual a divulgação mais condizente com nosso público.

Não existe "Nós" e "Eles" quando estamos falando de Heilige. E na prática isso significa que não investimos em nada que não acreditamos. Na mídia isso não é diferente, e vamos ajudar com alguns exemplos para que você compreenda isso:

- **SOM** - Ninguém gosta de ser interrompido quando fala ou está escutando alguma coisa que goste. No Spotify a gente paga o pacote premium para não ser atrapalhado a todo momento por uma propaganda, não é mesmo? Então isso significa que não investimos em propaganda no rádio, pois não acreditamos no impacto positivo da mídia obstrutiva. Nada que tire você do lugar que você gostaria de estar é positivo para a marca. Não adianta nada você olhar os números da emissora de rádio da sua região, se você também concorda que não é pra ouvir propaganda que você liga o rádio, ok?
- **IMAGEM** - Quando vamos fazer uma foto buscamos o ângulo que melhor valoriza o que desejamos fotografar, muitas vezes precisamos avaliar bem isso para não pegar fios de luz, placas, e etc. Isso significa que a poluição visual não é algo desejado em nossas vidas, e no Pocket não é diferente disso. Um Outdoor por mais que ele seja bonito, ainda está interrompendo a paisagem.

# MÍDIA ON E OFFLINE

## O QUE É DE BOM TOM

Acredito que com esses dois primeiros exemplos ficou claro que não devemos recorrer indiscriminadamente a todo e qualquer tipo de mídia publicitária para impactar o público e que é preciso refletir sobre o que é de bom tom. Porém, como as opiniões são muito particulares, vamos listar mais algumas coisas que são desaconselhadas:

- Folhetos, panfletos, filipetas - papel para entregar no semáforo que vira lixo dentro do carro, ou mala direta que entope as caixas de correspondências, além de não converter o resultado esperado, ainda são uma fonte de lixo que vai contra todo o trabalho que a Heilige está construindo nesses mais de 10 anos de história em que a preocupação com o impacto ambiental figura em todas as nossas atitudes no mercado. Repense suas escolhas levando em considerações esses pontos.

- Faixas promocionais - trabalhamos muito para encontrar o melhor ponto para sua unidade e desenvolver um projeto arquitetônico que atraia e cativa o público. Recorrer a uma faixa para divulgar qualquer coisa fica completamente fora de tudo aquilo que foi pensado até aqui. Além de caracterizar um péssimo senso estético. É totalmente proibido.

- Carros de som - Sem poluição de nenhum tipo como já reforçamos nos exemplos anteriores.

## MÍDIA OFF

Embora o formato offline de mídia tradicional seja um investimento alto versus o retorno recebido, entendemos que em algumas regiões ainda existe uma relevância. Desta forma recomendamos seguir nosso manual de identidade visual para criação do anúncio que deve ser veiculado. Recomendamos utilizar uma mensagem clara e um layout minimalista, priorizando cadernos gastronômicos e publicações voltadas para entretenimento e estilo de vida compatível com o modelo de negócio Heilige Pocket.

# MÍDIA ON E OFFLINE

## MÍDIA ONLINE

A mídia online tem um volume enorme de recursos e formatos. Priorizamos aquelas que não sejam obstrutivas. Como falamos antes, não gostamos de propaganda que interrompa, e se em nossos computadores e smartphones temos ferramentas para impedir pop-ups malwares e anúncios indesejados do Google, é sinal que esse tipo de mídia não é bem-vinda. Google display não atrai resultados positivos nesse sentido.

Também são terminantemente proibidas as mensagens que induzam ao erro, ou passem uma informação irreal sobre o Pocket. A Heilige deverá aprovar as mensagens e peças previamente antes que a divulgação seja feita.

## INSTAGRAM

O formato mais assertivo de divulgação ocorre no Instagram. Isso se deve em grande parte pelo perfil do nosso público aliado ao modelo de negócio Pocket. Posts patrocinados de feed e stories são bem-vindos. Contudo, é necessário critério sobre a frequência das publicações para não tornar a comunicação insistente além do ponto. Um bom recurso para isso é ter mais de uma campanha, para mais de um grupo de público, alternando.

## INFLUENCIADORES

Recomendamos que o trabalho com influenciadores locais seja bastante criterioso, uma vez que aliar o nome da marca com uma pessoa pode acarretar prejuízos para marca por conta do comportamento de alguns micro-influenciadores.

Discursos preconceituosos não são aceitos, e perfis que tenham apelo sexual - explorando corpos femininos ou masculinos- para atrair seguidores pela estética são proibidos. Pessoas que tenham ligação com empresas concorrentes, organizações religiosas ou políticas são terminantemente proibidas, assim como menores de idades.

Devemos buscar perfis ligados a gastronomia e estilo de vida divertido próximo ao discurso de comunicação da marca.

# MÍDIA ON E OFFLINE

## SEGUIDORES

Comprar seguidores é uma maneira rápida de atingir um resultado mentiroso que não existe, por isso não será aceito. É fácil diagnosticar que isso foi feito, portanto não busque esse recurso com a ideia que não será notado. O resultado dos seguidores será atingido com um bom trabalho desempenhado. Conteúdo relevante e trabalho bem feito proporcionam o crescimento correto nas redes sociais. O apoio de campanhas bem estruturadas de patrocínio fará o incremento de seguidores ser mais veloz, não tem milagre no algoritmo.

## RELEASE

A Heilige dispõe de um release pré aprovado que deverá ser usado para comunicação da imprensa local sobre a abertura. Demais solicitações sobre assessoria de imprensa devem ser solicitados previamente para que a construção do material ocorra sem atropelos, e que tenhamos tempo hábil para aprovar.

## SOLICITAÇÃO DE MATERIAIS

Todas as solicitações de materiais para divulgação devem ser feitas com antecedência. É indispensável que haja tempo hábil para que o marketing consiga desenvolver os materiais e aprová-los com a Heilige. Organize previamente suas demandas de comunicação para que seja possível realizarmos as entregas com qualidade.

# REFERÊNCIAS



## MÍDIA KIT

Cartão + Envelope + Tag

Criado para divulgar a abertura da nova unidade

**CONSTRUA A LISTA DE PESSOAS QUE DEVEM RECEBER, E PROVIDENCIE O ENVIO 10 DIAS ANTES DA DATA DE ABERTURA**

>ARQUIVO DO MATERIAL DISPONÍVEL NO MIV

# REFERÊNCIAS



**CONHEÇA**  
*o Pocket Santa Cruz do Sul*

## CARDS PATROCINADOS

Card para instagram utilizando foto da nova unidade para divulgar sobre a abertura

**IMPLUSIONAMENTO VOLTADO PARA  
NOVOS SEGUIDORES**

> ARQUIVO DO MATERIAL DISPONÍVEL NO MIV

# REFERÊNCIAS



**DESCUBRA**  
*as 10 torneiras Heilige do Pocket*

## CARDS PATROCINADOS

Card para instagram utilizando foto interna da unidade para divulgar sobre estilos de cerveja

**IMPLUSIONAMENTO VOLTADO PARA NOVOS SEGUIDORES E PARA A BASE ATUAL EXISTENTE**

> ARQUIVO DO MATERIAL DISPONÍVEL NO MIV

# REFERÊNCIAS



**UM POCKET, MUITAS POSSIBILIDADES**

*Torneiras de cerveja, growlers, souvenirs e muito mais!*

## CARDS PATROCINADOS

Card para instagram utilizando foto interna mostrando a loja e suas opções, para divulgar sobre estilos, versatilidade e opções do Pocket

**IMPLUSIONAMENTO RECOMENDADO EM DATAS COMEMORATIVAS PARA DIVULGAÇÃO DA LOJA E LINHA DE SOUVENIRS**

> ARQUIVO DO MATERIAL DISPONÍVEL NO MIV

# importante

*Caso tenha alguma dúvida sobre como realizar os investimentos de mídia da sua unidade entre em contato com a Heilige.*

*Não divulgue nada que não tenha aprovação prévia para não acarretar multas para sua unidade ou prejuízo a marca.*

*O cuidado em cada detalhe faz parte da construção do Heilige Pocket, e a continuidade da imagem da marca depende do trabalho sinérgico de todos.*



*Conte conosco!*

# Heilige

