





Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação



BINDER COMUNICAÇÃO LTDA.

Av. Armando Lombardi, 205, sala 203 - Barra da Tijuca

CEP: 22640-020 - Rio de Janeiro - RJ

Tel.: (21) 2536-2250 - CNPJ: 72.190.242/0001-04

Relato nº 1

Unimed-Rio. Faça planos. Mas viva o hoje.

Anunciante: Unimed-Rio

Cenário

O Sistema Unimed é líder global do cooperativismo no ramo de saúde, educação e assistência social, de acordo com análise do World Cooperative Monitor 2022, com 118 mil médicos associados. No município do Rio de Janeiro, a força da Unimed-Rio se faz presente em uma cooperativa com mais de 4 mil médicos, 550 mil clientes e um faturamento anual de R\$ 5 bilhões, além da liderança entre os planos de saúde. Apesar dos números grandiosos, o alto volume de atendimentos e os elevados custos gerados pela COVID em 2021, ainda sobrecarregam a operação e os resultados da companhia. Além disso, em 2022, a população carioca ainda carregava a preocupação com a COVID.

Principais desafios

Para o ano de 2022, o departamento comercial da Unimed-Rio estabeleceu uma meta ambiciosa de captação de 47.562 leads. Esta meta representava apenas uma faceta do nosso desafio.

Em uma mudança estratégica em relação ao ano de 2021, em junho de 2022, a Unimed-Rio colocou um novo desafio: segmentar a meta de leads entre os públicos Pessoa Física (PF) e Pequenas e Médias Empresas (PME). Essa decisão veio acompanhada de um desafio adicional: os leads PME apresentavam um Custo por lead (CPL) 80% maior em comparação aos leads PF. Apesar do custo mais elevado, não houve reforço de investimento ou revisão na meta proposta.

Para atender a essa nova estrutura de metas, foi necessário um redesenho completo das nossas campanhas publicitárias. O objetivo era gerar leads tanto para o segmento PF quanto para o PME, sem que houvesse canibalização ou competição interna entre nossas próprias campanhas. Esse ajuste se mostrou crucial, especialmente considerando que muitos usuários PF, particularmente Microempreendedores Individuais (MEI), demonstravam interesse pelas campanhas destinadas ao segmento PME.

Estratégia

Para atingir a meta de leads foi necessário implementar uma inteligência de mídia através da análise de resultados de performance. A partir destas análises de métricas e resultados foram implementadas diversas melhorias em diferentes etapas do funil de conversão.

Como primeiro passo foi feita uma revisão na configuração técnica das campanhas, com a revisão de todo tagging nas landing pages (tanto de PF quanto de PME) e novos trackeamentos de ações. Tudo isso para garantir que os dados analisados pela equipe de mídia e usados pelas plataformas para otimizar as campanhas fossem precisos. Nossa principal métrica era o CPL (custo por lead), apesar disso também avaliamos ações para melhorar a qualidade dos leads.

Historicamente as campanhas de Google Search entregam os melhores leads das campanhas, com isso fizemos uma revisão na estrutura de palavras e anúncios. As palavras-chave foram atualizadas para correspondência de frases e exata, permitindo que a Unimed-Rio apresentasse seus anúncios para pessoas que estavam mais propensas a converter naquele momento. Para melhorar o índice de qualidade das palavras-chave da campanha, revisamos as palavras-chave negativas, implementamos palavras-chave nos anúncios, nas URLs das landing pages e no conteúdo das landing pages. Com o índice de qualidade mais alto, os anúncios foram exibidos com mais frequência e em posições mais altas na página de resultados de pesquisa. E, conseqüentemente, melhorando o desempenho da campanha de Search e a qualificação dos leads. Os usuários que interagiram com os vídeos foram segmentados em públicos utilizados em campanhas de conversão. As campanhas de display tiveram como prioridade as campanhas de remarketing, para usuários que acessaram as landings pages e não converteram. Os dados gerados pelas campanhas alimentavam dashboards de performance para gerar aprendizados contínuos e otimização das campanhas.

Resultados

- Mesmo com um cenário com diferentes CPLs (PF e PME), foi possível atingir 102% da meta de leads.
- Redução de 6% no CPL (custo por lead) meta definida pela Unimed-Rio.

Rio de Janeiro, 22 de outubro de 2024.

Igor Pinheiro Binder
Diretor de Atendimento
Binder Comunicação Ltda.
igor@binder.com.br
Tel.: (21) 99644-2396

Referendo o presente Relato.

Débora Nassif
Gerente de Relacionamento e Marketing
Unimed-Rio Cooperativa de Trabalho Médico do Rio de Janeiro Ltda.
Contrato sem número, datado de 03/08/2020
debora.nassif@unimedrio.com.br
21 97931-2061

BINDER COMUNICAÇÃO LTDA.

Av. Armando Lombardi, 205, sala 203 - Barra da Tijuca - CEP: 22640-020 - Rio de Janeiro - RJ

RELATO UNIMED pdf

Código do documento e2fe3f3e-d2ee-473d-9e6c-74162666b5a2



Assinaturas



Débora Nassif
debora.nassif@unimedrio.com.br
Assinou

Débora Nassif



Igor Pinheiro Binder
igor@binder.com.br
Assinou

Igor

Eventos do documento

23 Oct 2024, 15:20:37

Documento e2fe3f3e-d2ee-473d-9e6c-74162666b5a2 **criado** por BINDER COMUNICACAO LTDA - CONTA SISTEMA (2bacb807-2657-442e-aff5-4d26fe5d4b0e). Email:marcio@binder.com.br. - DATE_ATOM: 2024-10-23T15:20:37-03:00

23 Oct 2024, 15:23:08

Assinaturas **iniciadas** por BINDER COMUNICACAO LTDA - CONTA SISTEMA (2bacb807-2657-442e-aff5-4d26fe5d4b0e). Email: marcio@binder.com.br. - DATE_ATOM: 2024-10-23T15:23:08-03:00

23 Oct 2024, 15:39:01

DÉBORA NASSIF **Assinou** - Email: debora.nassif@unimedrio.com.br - IP: 200.95.189.39 (200.95.189.39 porta: 25954) - **Geolocalização:** -22.9043692 -43.1791647 - Documento de identificação informado: 085.208.137-55 - DATE_ATOM: 2024-10-23T15:39:01-03:00

23 Oct 2024, 20:21:57

IGOR PINHEIRO BINDER **Assinou** - Email: igor@binder.com.br - IP: 177.158.57.241 (177.158.57.241.dynamic.adsl.gvt.net.br porta: 29056) - Documento de identificação informado: 112.591.857-88 - DATE_ATOM: 2024-10-23T20:21:57-03:00

Hash do documento original

(SHA256):70fd4ab7ceb5e712346bac7a452adc87b9b5f1465dcb283e28f8ca95ccf21159

(SHA512):801702ca3ae0c2c3b3d9550d2036c7aa7b6312bf473a5305cf171eb2cae233a15310eee6762b8d81abb5bb248ac603abdbe8d25f35667e14adb1f8b3a947f631

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign



Peça nº 1: post para redes sociais

Dimensão: 1080 x 1080 px

Problema que a peça se propôs a resolver: apresentar os atributos de diferenciação da Unimed-Rio

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Unimed-Rio

Título: Plano de Saúde Pessoa Física Maior Rede

Data de produção: Novembro/2022

Período de veiculação: novembro/2022 a dezembro de 2022

Veículo que divulgou: Facebook e Instagram



Peça nº 2: anúncio responsivo (Remarketing)

Dimensão: 1280 x 628 px

Problema que a peça se propôs a resolver: além de apresentar o custo acessível, reforçar que ter um plano de saúde empresarial é um cuidado com o empresário e sua empresa.

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Unimed-Rio

Título: Remarketing Plano de Saúde Empresarial

Data de produção: março/2022

Período de veiculação: abril/2022

Veículo que divulgou: Google (Display)

É MAIS QUE UM PLANO
DE SAÚDE EMPRESARIAL.

É CUIDAR DE VOCÊ
E DO SEU NEGÓCIO.

A partir de
R\$ 146,34*
para empresas de 2 a 29 vidas.

ANS - nº 39.332-1

*Valor por beneficiário na faixa de 0 a 18 anos no plano
UniPart Easy Emp (ANS 490.400/21.1) em empresas de 2 a 29 vidas.

Unimed **ft**
Rio

50
ANOS

Peça nº 3: vídeo stories para redes sociais

Dimensão: 15"

Problema que a peça se propôs a resolver: apresentar os atributos de diferenciação da Unimed-Rio

Licitante: Binder Comunicação Ltda

Cliente: Unimed-Rio.

Título: Plano de Saúde Pessoa Física Maior Rede

Data de produção: março/2022

Período de veiculação: abril/2022

Veículo que divulgou: Facebook e Instagram

VER PEN DRIVE EM ANEXO

Peça nº 4: vídeo para redes sociais

Dimensão: 15"

Problema que a peça se propôs a resolver: apresentar os diferenciais e características do plano empresarial

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Unimed-Rio

Título: Plano de Saúde Empresarial

Data de produção: março/2022

Período de veiculação: abril/2022

Veículo que divulgou: Facebook e Instagram

VER PEN DRIVE EM ANEXO

Peça nº 5: post para redes sociais

Dimensão: 14"

Problema que a peça se propôs a resolver: além de apresentar o custo acessível, reforçar que ter um plano de saúde empresarial é um cuidado com o empresário e sua empresa.

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Unimed-Rio

Título: Plano de Saúde Empresarial

Data de produção: março/2022

Período de veiculação: abril/2022

Veículo que divulgou: Facebook e Instagram

VER PEN DRIVE EM ANEXO

Relato nº 2

Campanha Always on – Mercadológico

Anunciante: Caixa Econômica Federal

Cenário

A CAIXA é o maior banco do Brasil em número de clientes. São mais de 150 milhões de pessoas com contas abertas na CAIXA espalhadas por todo o país. Por conta de todo esse tamanho, é de extrema importância para a CAIXA garantir presença constante nas principais mídias sociais e, assim, conseguir desenvolver um relacionamento contínuo com todos os seus públicos, que são tão diversos, e conseguir conquistar resultados comerciais ainda melhores com isso. Assim nasceu o desafio de criar um plano de comunicação always on mercadológico para a CAIXA. Nosso principal objetivo foi desenvolver uma plataforma de comunicação que pudesse aproximar o cliente CAIXA da marca e ao mesmo tempo divulgar seus principais produtos de uma forma próxima, natural e de forma alinhada com a linguagem atual do público nas redes.

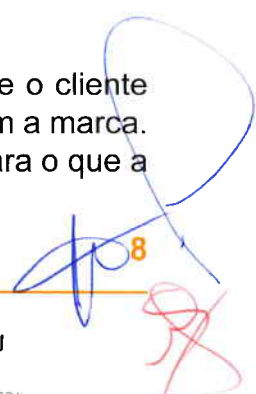
Principais desafios

A própria grandeza da CAIXA trouxe nosso principal desafio. Com tantos clientes, havia a necessidade de encontrar uma forma de comunicar que pudesse se conectar com cada uma dessas pessoas, sem deixar de lado o foco mercadológico desta ação, que deveria explorar produtos e serviços, tanto para pessoas físicas quanto jurídicas, de crédito, cartões, habitação, open finance, segurança bancária, entre diversos outros assuntos que foram explorados conforme as necessidades específicas da CAIXA. Complementar a esse desafio, a CAIXA já teve a percepção de uma instituição desalinhada da linguagem atual das redes e houve a necessidade de desvinculação dessa imagem. Precisávamos posicioná-la como uma instituição atual, que também fala a linguagem dos públicos mais jovens nas redes.

Estratégia

O foco da atuação foi criar uma comunidade de pessoas engajadas, ao invés de simplesmente gerar cards e vídeos. Para isso, a estrutura precisava ter capacidade de suportar as principais tendências de conteúdo: mais vídeos que fotos, conteúdos cada vez mais adaptados à linguagem das redes e menos publicitários, participação de pessoas reais e com frequência suficiente para gerar um relacionamento com nossos públicos. Para isso, montamos um estúdio exclusivo para criar vídeos cada vez mais imersivos, trouxemos dois apresentadores com a cara e a voz do nosso povo e também uma equipe multidisciplinar dedicada a colocar cada produto e serviço CAIXA ao alcance do consumidor. Todo esse trabalho foi executado a partir de um planejamento de conteúdo detalhado e focado nas necessidades de comunicação e conexão da CAIXA com seus públicos e também com as variações do mercado.

Com o always on, a CAIXA ganha cada vez mais relevância para seu público e o cliente ganha acesso às melhores informações para estar cada vez mais conectado com a marca. Ao todo, foram mais de 93 vídeos e 40 conteúdos estáticos feitos sob medida para o que a CAIXA necessitava e o que o consumidor atual demanda.



Meios

Principais mídias sociais: Meta (Instagram e Facebook), LinkedIn, Pinterest, Kwai, Tik Tok e Twitter

Resultados

59.064.897 contas alcançadas no Facebook;
67.338.259 contas alcançadas no Instagram;
37.949.654 contas alcançadas no Tik Tok;
1.493.425 visualizações únicas no LinkedIn;
21.350.487 contas alcançadas no Kwai
5.751.322 contas alcançadas no X (Twitter);
31.553.624 contas alcançadas no Pinterest.

Ao todo, a ação atingiu uma audiência de 116,8 milhões, correspondendo a 71,51% dos brasileiros com contas ativas nas mídias sociais, segundo o Comscore. Os resultados correspondem ao período entre setembro e dezembro de 2023.

Brasília, 20 de junho de 2024.

Lorena Oliveira
Diretora Geral - DF
Binder Comunicação Ltda.
lorena@binder.com.br
71 8837-6953

Referendo o presente Relato.

Luiz Antônio Oliveira Alves
Gerente Executivo
Caixa Econômica Federal
e-mail: luiz.alves@caixa.gov.br
Tel.: (61) 98116-2336

RELATO 2 CEF pdf

Código do documento f8a07b65-3b55-4140-9c5b-718dc3e16054



Assinaturas



Lorena Thais Oliveira Pinto
lorena@binder.com.br
Assinou



Luiz Antônio Oliveira Alves
luiz.alves@caixa.gov.br
Assinou



Luiz Antônio Oliveira Alves

Eventos do documento

24 Jun 2024, 15:27:55

Documento f8a07b65-3b55-4140-9c5b-718dc3e16054 **criado** por BINDER COMUNICACAO LTDA - CONTA SISTEMA (2bacb807-2657-442e-aff5-4d26fe5d4b0e). Email:marcio@binder.com.br. - DATE_ATOM: 2024-06-24T15:27:55-03:00

24 Jun 2024, 15:28:25

Assinaturas **iniciadas** por BINDER COMUNICACAO LTDA - CONTA SISTEMA (2bacb807-2657-442e-aff5-4d26fe5d4b0e). Email: marcio@binder.com.br. - DATE_ATOM: 2024-06-24T15:28:25-03:00

24 Jun 2024, 16:58:55

LUIZ ANTÔNIO OLIVEIRA ALVES **Assinou** - Email: luiz.alves@caixa.gov.br - IP: 200.201.160.232 (200.201.160.232 porta: 13312) - **Geolocalização: -15.802804 -47.8837** - Documento de identificação informado: 371.764.201-49 - DATE_ATOM: 2024-06-24T16:58:55-03:00

24 Jun 2024, 19:22:46

LORENA THAIS OLIVEIRA PINTO **Assinou** - Email: lorena@binder.com.br - IP: 46.193.56.228 (cust-west-par-46-193-56-228.cust.wifirst.net porta: 4562) - Documento de identificação informado: 014.474.315-96 - DATE_ATOM: 2024-06-24T19:22:46-03:00

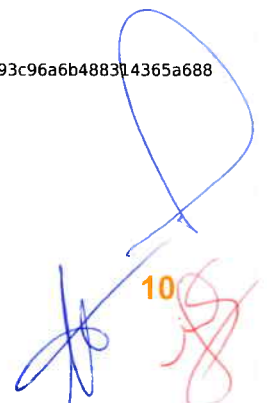
Hash do documento original

(SHA256):0b2c8d9164dd22c5c3cc7002a14408c036b6a05ac105e946445ec747f93df18f

(SHA512):4bc33702fc76c91ca9c1c24f314690bbb4a8a41371f64ab7c18d084c3c1e99646f5128d397a9e126f6204bdb9c8b7a265e9351213b193c96a6b488314365a688

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign



Peça nº 1: filme para Internet

Dimensão: 45"

Problema que a peça se propôs a resolver: boa parte dos clientes do app "CAIXA TEM" utilizam o aplicativo apenas para receber benefícios sociais. A partir desse problema, a peça visa explicar, de forma simples, as diversas funções do aplicativo.

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: App CAIXA TEM

Data de produção: dezembro/2023

Período de veiculação: dezembro/2023

Veículo que divulgou: Facebook e Instagram (filme original 60"), LinkedIn, TikTok e Kwai (redução 30") e Pinterest (versão 15").

VER PEN DRIVE EM ANEXO

Peça nº 2: Filme para Internet

Dimensão: 60"

Problema que a peça se propôs a resolver: explicar as funcionalidades do App Habitação.

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: App Habitação

Data de produção: Novembro/2023

Período de veiculação: novembro/2023

Veículo que divulgou: Facebook e Instagram.

VER PEN DRIVE EM ANEXO

Peça nº 3: Filme para Internet

Dimensão: 28"

Problema que a peça se propôs a resolver: apresentar os produtos especiais para empresas do nicho vestuário e acessórios.

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: Vestuário e Acessórios

Data de produção: Novembro/2023

Período de veiculação: novembro/2023

Veículo que divulgou: Facebook e Instagram

VER PEN DRIVE EM ANEXO

Peça nº 4: carrossel para Internet

Dimensão: 1080 x 1080 px

Problema que a peça se propôs a resolver: informar as principais funções do app CAIXA TEM para quem recebe benefícios sociais.

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

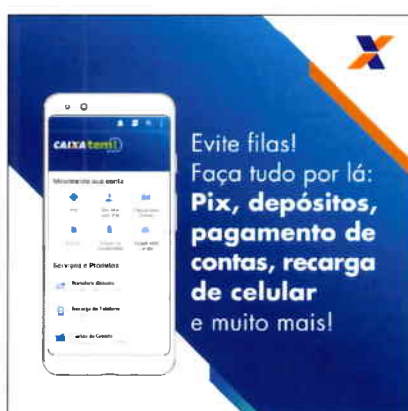
Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: Benefícios sociais

Data de produção: novembro/2023

Período de veiculação: novembro/2023

Veículo que divulgou: Facebook, instagram e Twitter.



Peça nº 5: filme para Internet

Dimensão: 30"

Problema que a peça se propôs a resolver: explicar o passo a passo para comprar imóveis através do Imóveis CAIXA.

Licitante: Binder Comunicação Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: Imóveis Caixa

Data de produção: setembro/2023

Período de veiculação: outubro/2023

Veículo que divulgou: TikTok

VER PEN DRIVE EM ANEXO

São Paulo, 13 de novembro de 2024.



Binder Comunicação Ltda.
CNPJ: 72.190.242/0001-04
Marcos Garcia Apóstolo
Sócio-Diretor





*Re*imagine
com a gente!