



accenture

Julia Lyz - 19000903
Mariana Salmen - 19000412
Nathalia Pereira - 19000304
Sara Souza - 1900082



OBSIDIANA

ENTREVISTADO



Igor D'Elia
Analista de Mídia

HISTÓRICO

Fundada nos Estados Unidos em 1951 com o nome Administrative Services, a empresa ganhou seu nome atual apenas em 2001 depois de trilhar um longo caminho e trocar de nome mais duas vezes, sendo eles Management Information Consulting Division e Andersen Consulting.

A Accenture é uma multinacional que trabalha com a área de tecnologia, comunicação, serviços digitais e marketing.

Presente em mais de 51 países, é considerada uma das maiores empresas de consultoria do mundo todo.

Em 2020, completaram 18 anos seguidos de inclusão na lista Empresas Mais Admiradas do Mundo, da Fortune, além de estar entre as 20 companhias internacionais mais sustentáveis da Barron.

Em 2019 completaram 4 anos consecutivos sendo a maior agência digital do mundo pela revista Ad Age, que avalia mais de 500 agências, redes e empresas.

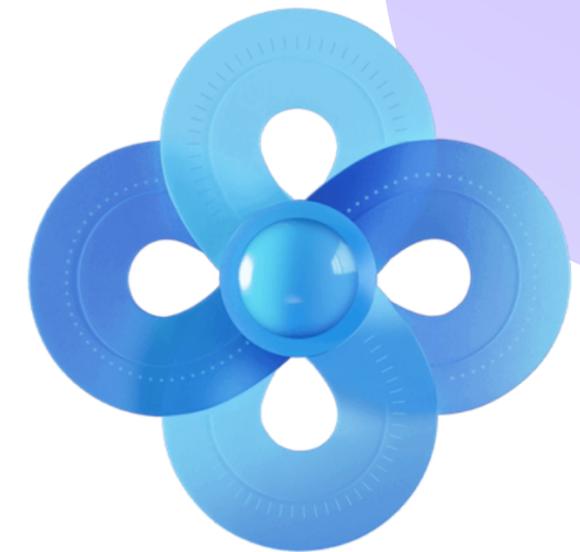
Principais atribuições da mídia high

O termo Mídia High não é utilizado na empresa, mas possuem todos os softwares necessários envolvendo pesquisa, como por exemplo TGI para entender o comportamento do consumidor, que utilizam quando são briefados de uma campanha e o cliente define o target, descobrindo o comportamento do consumidor e analisando quais meios são suscetíveis à mensagem, penetração de cada meio ao target, etc.

Em outra etapa, eles utilizam o Instar Analytics e Planning para quando trabalham com televisão, para assim descobrir os canais de maior audiência e afinidade com o target, além de ajudar a simular a cobertura do plano para atender o sufficiency da marca.

Já sobre performance, além do olhar diário nas ferramentas, utilizam uma ferramenta própria chamada Synops, que auxilia nos gerenciamento de algumas campanhas. Além de uma área dedicada de web analytics, que cuida das questões pós click e sites.

FERRAMENTAS



ORGANOGRAMA POR CONTAS

Guilherme Mamede
Associate Director

Martha Trevisan
Media Manager

Maurício Fellicio
Media Bussines Senior

vivo

xp investimentos

Kimberly-Clark

Marcelo Barbosa
Media Bussines Manager



Área de mídia digital e avanço dos formatos

Em se tratando desta área, a transformação digital na Accenture está cada vez mais acelerada devido à uma operação integrada que cobre tanto o marketing digital, como a comunicação e performance.

As mídias digitais são ativadas de forma objetiva e clara, sendo direcionadas por dados através de displays e marketplaces.

Além da criação e planejamento de conteúdos de alta qualidade para serem disponibilizados tanto para estratégias de marketing como e-commerces.

Principais atividades do dia a dia

Os profissionais de mídia são responsáveis por fazer o planejamento estratégico e a compra de mídia do cliente. De forma resumida, assim que recebem um briefing de campanha do cliente, passam a estudar os melhores meios para o target que foram briefados, avaliando o índice de penetração, afinidade, audiência se for canais de TV, etc.

Com essa definição, começam a fazer o planejamento estratégico para apresentar para o cliente, e posteriormente enviam o plano tático (planilha onde detalhados todos os veículos que trabalharemos, além dos formatos, com valoração, cobertura dentro do target, etc. Com o plano executado, passam a fazer as ativações junto aos parceiros, e em determinados veículos eles mesmos sobem a campanha via ferramenta (exemplo: Facebook, Google Search, DV360, etc.).

Após terminarem as veiculações, elaboram relatórios pós campanha para apresentar ao cliente. Também são responsáveis por elaborar relatórios de concorrência, cuidar do faturamento, etc.

Sobre in house, costuma ser mais para marcas que tem um time de Mídia responsável por fazer todo o planejamento, a Accenture como agência não tem. O que pode acontecer é, dependendo do projeto, trabalhar alocados no cliente que estão atendendo.

ESTUDO DE CASO

Sobre cases, recentemente ocorreu uma campanha para anunciar a nova parceria da Huggies com a Disney, em que foi feita uma projeção no Parque Ibirapuera através das fontes. O conceito da campanha foi "De todo abraço nasce uma conexão mágica".

Ela teve como objetivo oferecer uma experiência diferente, oferecendo um espetáculo mágico, via transmissão digital, para levar a magia dos abraços às casas das famílias. A projeção captada mesclou um espetáculo na água, com muitas cores, uma trilha emocionante, os personagens Minnie, e a franquia Mickey e amigos.

HUGGIES[®]
e **Disney**[®] **agora juntas**

De todo abraço nasce
uma conexão mágica

