

MUTATOPH

Maria Fernanda Bettoni 19000644 - Enrico Fischer Marques 19000701

João Pedro Soares 19000790 - Thaís Rocha 19000917 - Ana Carolina Salomão 19001128



Lume

SUMÁRIO



Nossa Agência	1
A Mutato	2
Pilares	4
Principais Clientes	8
Mídia High	9
Organograma	13
Mídia Digital	14
Hierarquia da Agência	22
Dia a Dia	25
Pandemia	27

Cases de Sucesso	29
Prêmios	34
Curiosidades	35
Agradecimento	36
Bibliografia	37

NOSSA AGÊNCIA

Lume



Ana Carolina Salomão
19001128



Enrico Fischer
19000701



João Pedro Soares
19000790



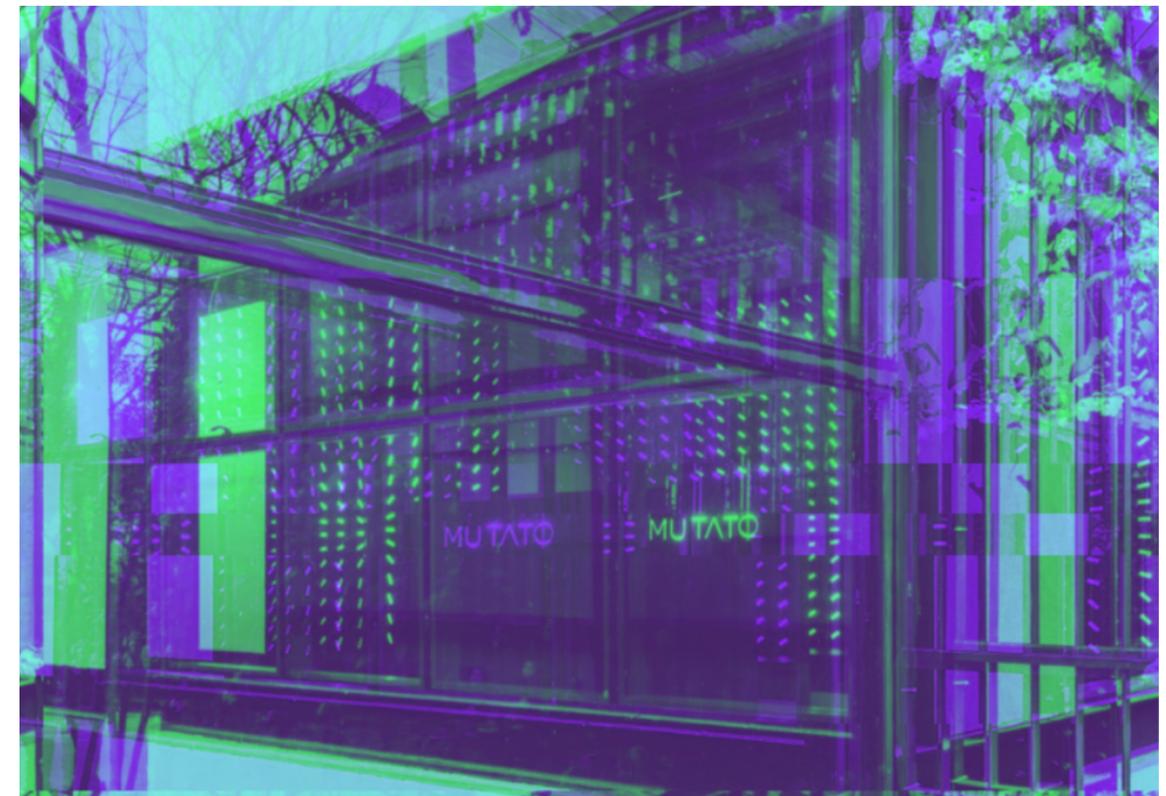
Maria Fernanda Bettoni
19000644



Thaís Rocha
19000917

A MUTATO

Empresa criada em 2012 inicialmente como uma start up dentro do Grupo WPP no Brasil, pelos sócios André Passamani e Eduardo Camargo. Possuindo bases tanto em São Paulo, como em Buenos Aires.



O NOME

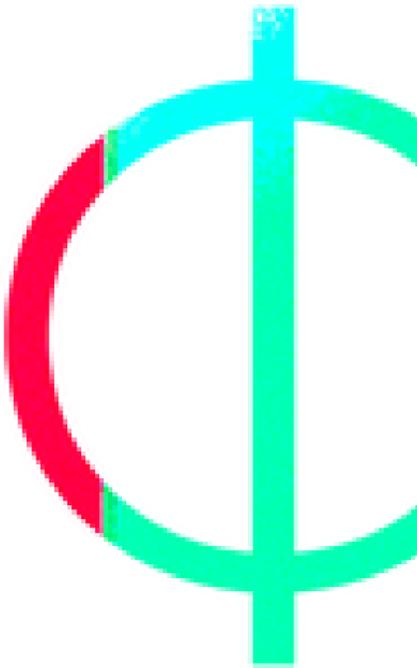
Seu nome tem origem no latim *Mutatio*, que significa mudança, tendo essa como uma de suas premissas mais importantes.

MUTATIO

PILARES

MISSÃO

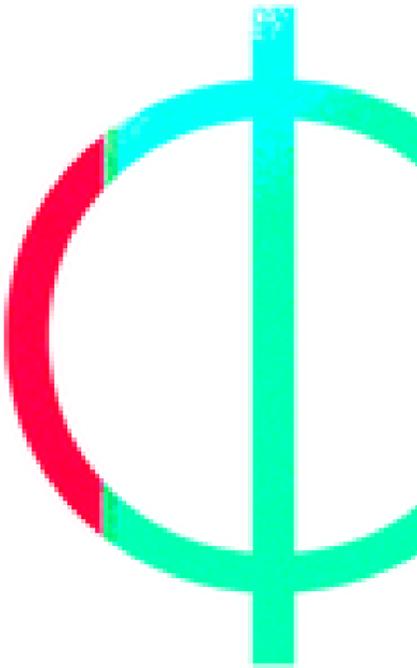
Ser uma agência criativa reconhecidamente capaz de gerar relevância cultural e oportunidades de negócio para nossos clientes num tempo em que a mudança é a única constante.



PILARES

VISÃO

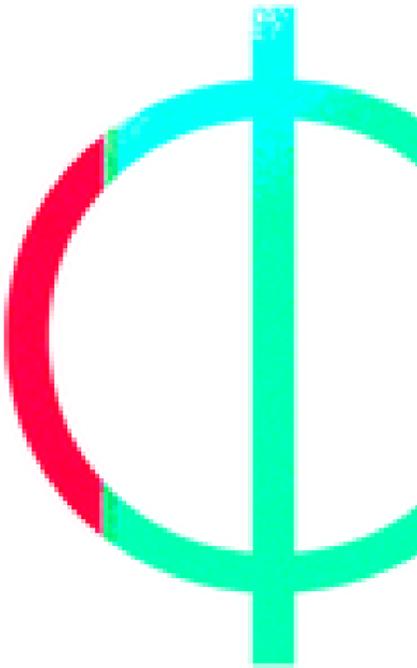
O “como” determina o “quê”. E tanto o “como” quanto o “quê” são definidos por pessoas, para pessoas. E essa visão nos faz obsessivos em buscar evoluir a nossa cultura o tempo todo.



PILARES

VALORES

Somos motivados pelas possibilidades de impacto positivo sugeridas por um lugar onde cada pessoa é estimulada a escrever sua própria narrativa com respeito, pluralidade e humanidade.

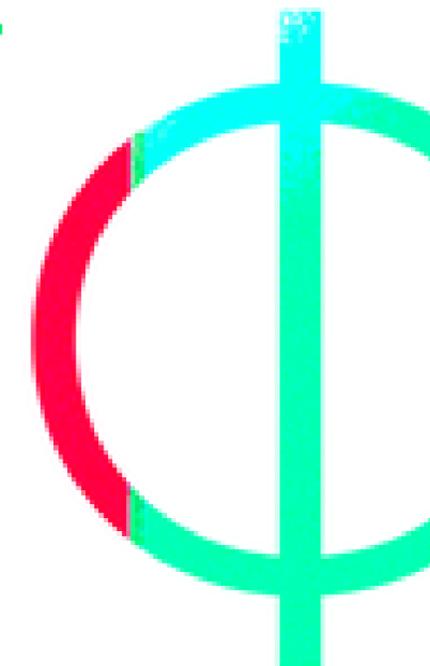




"Somos um organismo fluido formado por 200 pessoas constantemente se adaptando, mudando e hackeando estruturas para entregar excelência de marca através de digital & social."

- Andre Passamani

PRINCIPAIS CLIENTES



facebook

NETFLIX

JACK DANIEL'S

ambev

 waze

Ipanema

[B]³

americanas

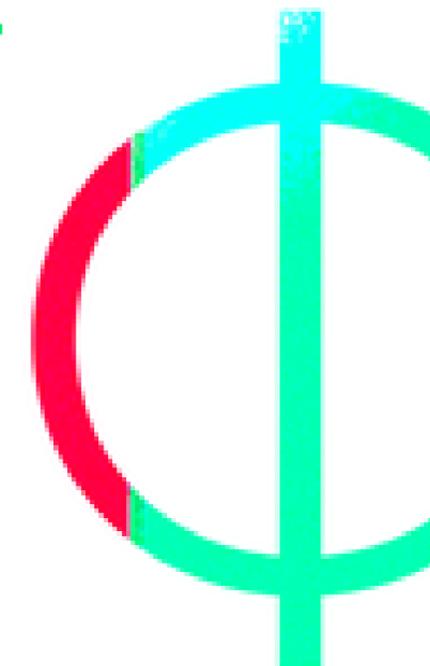
PLANEJAMENTO

O planejamento é responsável por determinar as melhores estratégias para as empresas. A área também é responsável por determinar quais plataformas serão usadas para a veiculação de determinada campanha.



PESQUISA

A pesquisa de mídia se dá necessária para quantificar e qualificar a audiência de uma emissora de rádio ou TV e analisar o perfil de seus telespectadores. A pesquisa ajuda também o anunciante a escolher onde melhor colocar sua peça.



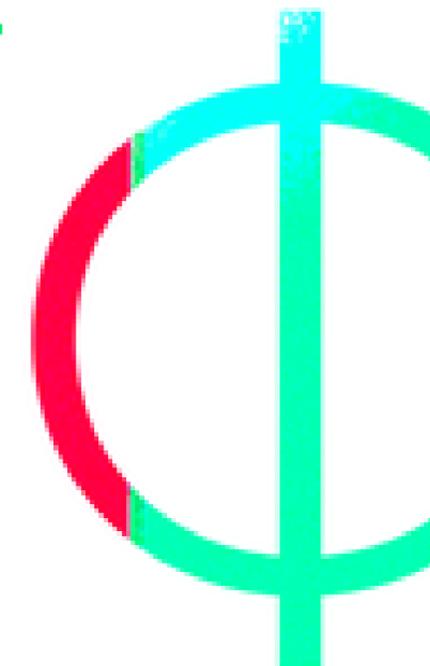
E - C O M M E R C E

Apesar de ser razoavelmente recente no mercado, o E-commerce tem uma grande receita para os profissionais de mídia pois nele, além de seu público-alvo, é possível atingir novos consumidores para seu produto.

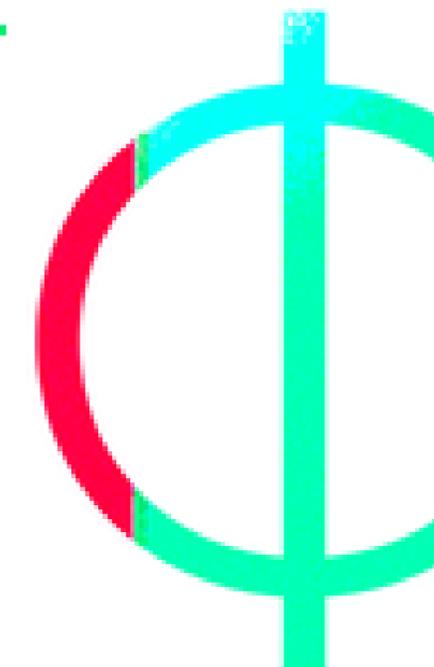


VEICULAÇÃO

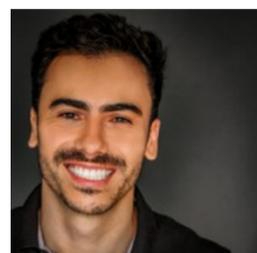
A veiculação é um passo extremamente importante e determinante para o sucesso de sua peça, já que é nela que o profissional de mídia deve definir o melhor veículo, a quantidade de inserções, horários, etc, para atingir seu público-alvo



ORGANOGRAMA



Diretores



Odair Mozzer



Renata Caovilla

Gerentes

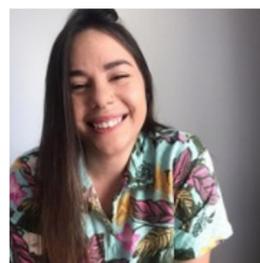


Felipe Zelito (Samsung)



Paola Bastos

Supervisores



Tainá Rosa (Samsung)



Daniela Lopes (Samsung)



Thadeu Mariano (Jack Daniel's e B3)

Coordenadores

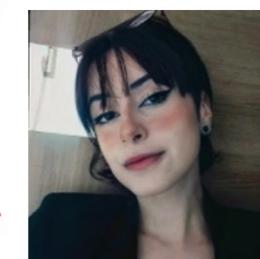


Thaís Koenig



Iury Souza

Assistente



Débora Gimenes

Estagiário

MÍDIA DIGITAL

A reinvenção da mídia tradicional trouxe novas possibilidades aos anunciantes e ao público. Com o avanço da internet, os meios tradicionais (como jornal, revista, rádio e TV) tiveram que se adaptar ao digital, tornando-se indispensável para as marcas que se adequassem aos novos formatos de mídia. Deste modo, a área de Mídia Digital tende a crescer cada vez mais, já que o número de pessoas conectadas à internet vem crescendo expressivamente nos últimos anos.

MÍDIA DIGITAL

No meio publicitário, investir nesse tipo de mídia traz numerosos benefícios às empresas, devido às várias ferramentas e maneiras diferenciadas de atingir o público-alvo. Com esse formato de trabalho, é possível monitorar campanhas diariamente, além de tornar mais fácil a construção de relacionamento com os usuários, principalmente quando falamos de redes sociais.



A Mutato faz o uso desse tipo de mídia através de diferentes formatos como os estudos, presentes no site; a distribuição de conteúdo nas redes sociais (como Instagram, Facebook, LinkedIn e Youtube); o uso do modelo de podcast ("Off Topic"), que aborda temas atuais sobre o mercado; e o uso de softwares.

SOFTWARES

Facebook ads é uma ferramenta que possibilita criar campanhas, exibindo anúncios dentro da própria plataforma. Esse mecanismo permite configurar o anúncio para um nicho específico que o mídia quer atingir. Suas principais funcionalidades são: promover uma página, postagens e até levar as pessoas para links externos.



facebook.
Ads

SOFTWARES

Target Index Group é uma ferramenta muito utilizada para elaborar planejamentos de mídia. O TGI permite conhecer, identificar e segmentar o consumidor, pelo seu consumo de bens e serviços.

The logo for Target Index Group (TGI) is displayed in a bold, dark blue, sans-serif font. The letters 'TGI' are prominent, with a small registered trademark symbol (®) to the right of the 'I'.

SOFTWARES

Comscore é considerado um serviço de medição que auxilia os compradores de mídia a entenderem o alcance da rede de anúncios, podendo assim alavancar diversas vendas, disparando o anúncio para o público certo.



SOFTWARES

DV360 é uma ferramenta integrada que auxilia os profissionais de mídia, criação e dados a trabalharem juntos, assim podendo realizar da melhor forma suas campanhas.



PODCAST



O podcast "Off Topic", produzido pela agência Mutato, aborda temas e pautas atuais sobre a comunicação e o mercado, focando em cultura, marketing e carreira. Este projeto busca trazer um conteúdo agregador aos profissionais e a interessados na área.

ESTUDOS

Preocupados em levar informações corretas e aprofundadas ao público, a Mutato lança estudos sobre tendências e atualidades do mercado de forma relevante, com foco no digital e no comportamento dos consumidores de conteúdo.



HIERARQUIA DA AGÊNCIA

"Trabalhamos com uma dinâmica de times integrados, onde todos, independentemente de posição ou área, se conectam constantemente para compartilhar aprendizados, melhores práticas e melhorar nossos processos de trabalho."

- Felipe Zelito

A Mutato parte do pressuposto de horizontalidade e co-criação, de modo que todos devem ser ouvidos e possam contribuir para os trabalhos.

HIERARQUIA DA AGÊNCIA



Andre Passamani, cofundador e
coCEO



Eduardo Camargo, cofundador e
coCEO



Daniel Ceconello, VP de
Operações



Decio Freitas, VP de
Negócios



Tullio Nicastro, VP de
Estratégia



Alessandra Muccillo, Diretora
Executiva de criação

Operações



Eduardo Zanelato, Diretor de Cultura & Comunicação

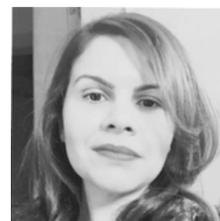


Gustavo Trivellato, Diretor Administrativo & Financeiro

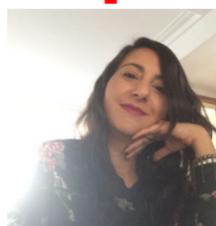


Lara Kaletrianos, Diretora Executiva de Produção Integrada

Negócios



Adriana Barreto, Diretora de Negócios



Alice Fairbanks, Diretora de Negócios



Betina Kormes, Diretora de Negócios



Thiago Galdi, Diretor de Negócios

Estratégia



Annelize Conti, Diretora de Estratégia



Juliana Morganti, Diretora de Estratégia



Odair Mozzer, Diretor Geral de Mídia

Criação



Camila Hessel, Diretora de Criação



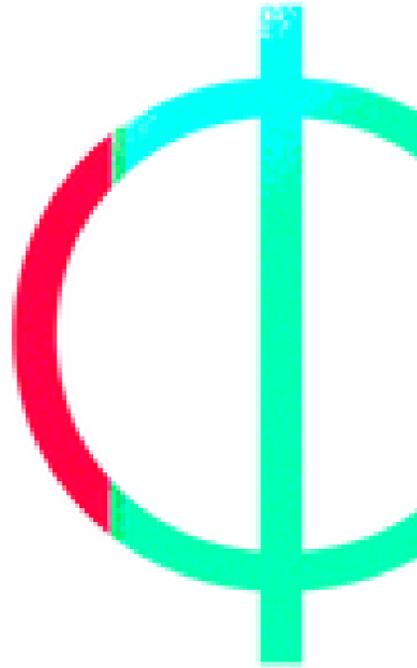
Guilherme Rech, Diretor de Criação



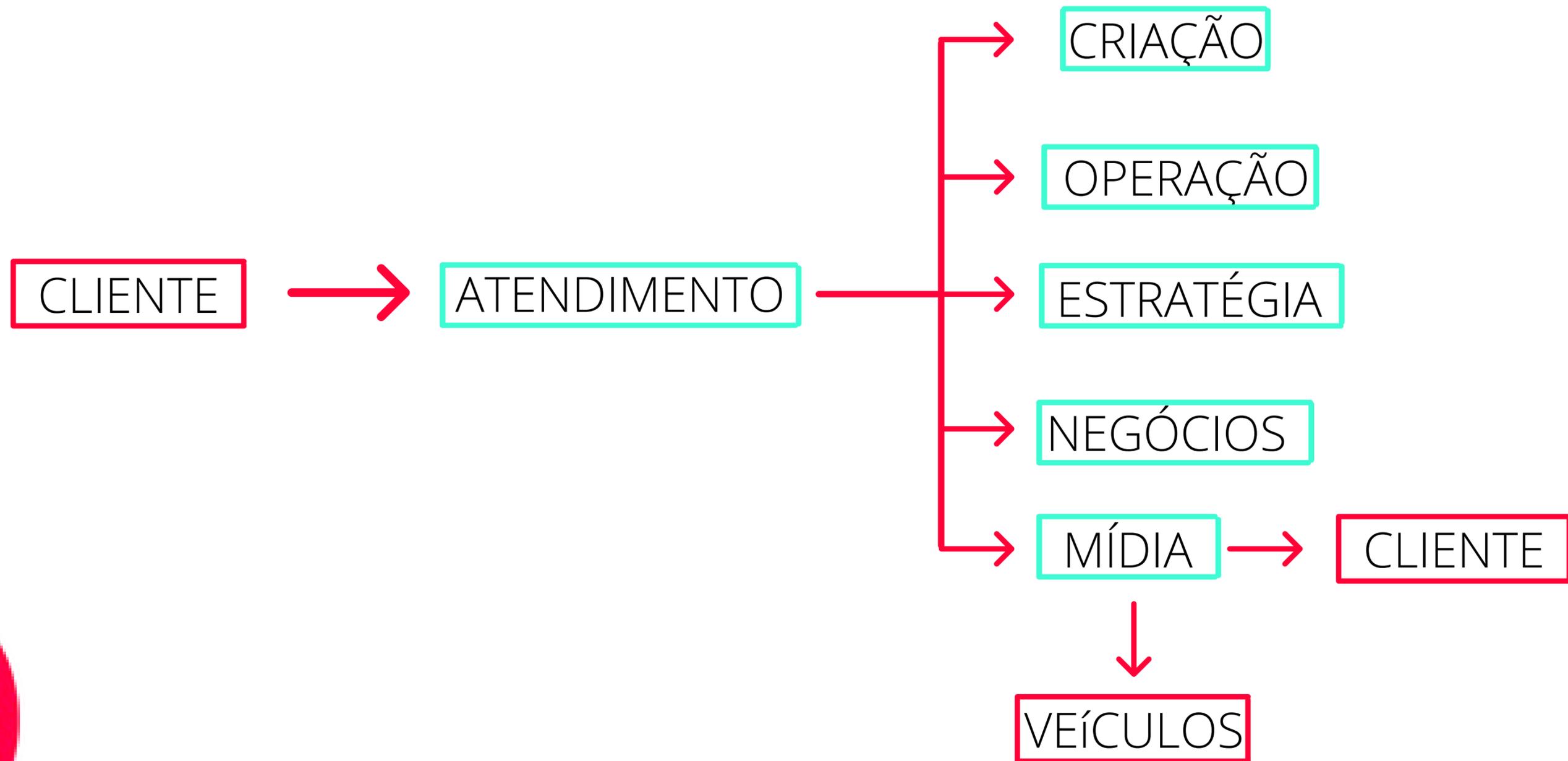
Pedro Menezes, Diretor de Criação

DIA A DIA

De acordo com o gerente de mídia, Felipe Zelito, o fluxo pensando desde a entrada de um job na agência funciona assim: o briefing entra pelo atendimento, que identifica o que precisa ser feito e aciona as áreas responsáveis, quando envolvido o time de mídia, eles realizam o planejamento estratégico e tático, tudo em colaboração com todas as áreas envolvidas e vão apresentar para o cliente, uma vez aprovado, entra toda parte de operação para colocar a campanha no ar. Ele afirma que hoje em dia, dificilmente existe uma área que responde para outra internamente, pois com a digitalização e necessidade de performance, os próprios clientes já possuem uma pessoa de mídia que sempre acompanha as campanhas e tem uma interface direta com a mídia da agência. Então o atendimento geralmente responde para um cliente mais de "comunicação" e a mídia para um cliente de "resultados".

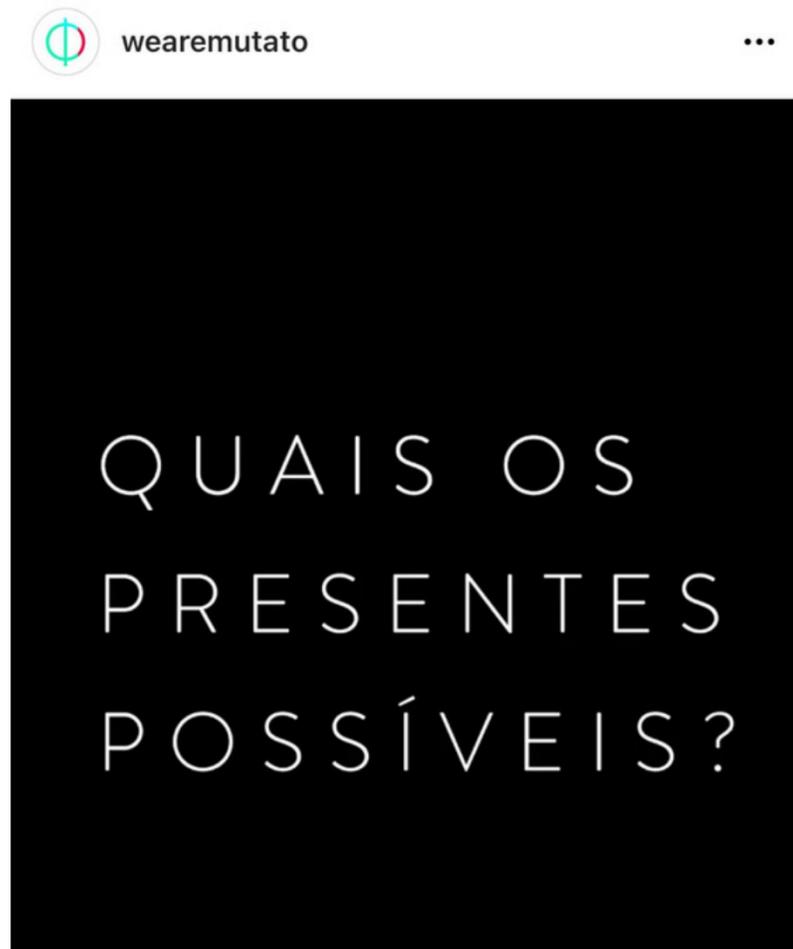


DIA A DIA



PANDEMIA

Completando um ano de pandemia, a Mutato decide lançar uma série no IGTV de seu instagram, chamada "Presentes Possíveis", para informar como a agência está trabalhando de forma 100% remota, discutindo os aspectos e consequências do Home Office



PANDEMIA

“A crise do coronavírus não é um briefing, mas algo capaz de provocar mudança nas pessoas. As marcas podem colaborar neste momento, para construir conteúdo relevante”

- Yuri Mussolly



CASES DE SUCESSO



Para divulgar o novo Galaxy, A Samsung lançou uma campanha global em 2020, em parceria com Pedro Sampaio, produtor musical e influenciador, que criou uma trilha para o filme, ao som do brega funk. Esta campanha visava alcançar a geração Z, de modo que atingiu 44 milhões de visualizações no Youtube, sendo a campanha de Galaxy mais vista mundialmente.

CASES DE SUCESSO



Visando impulsionar os grupos de Facebook, foi estruturada a campanha "Entre na Conversa", que consistia em 6 filmes que tratam de assuntos diversos, procurando incentivar o diálogo de questões sociais. A ação ainda contou com a ativação de celebridades como Bruna Linzmeyer, Emicida e Gaby Amarantos.

CASES DE SUCESSO



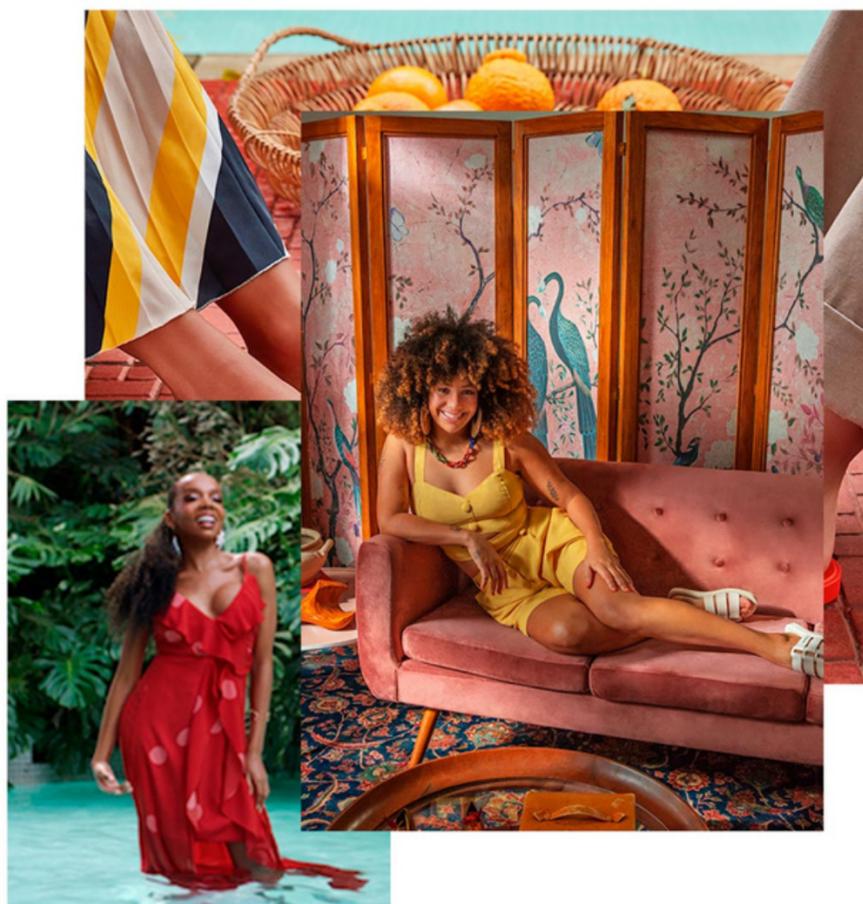
Após o decreto de quarentena, a Mutato estruturou uma série de lives patrocinadas pelo seu cliente Ambev, para levar diversão e entretenimento em um momento tão complicado. Esta ação atingiu : 678 milhões de visualizações, 2.2 milhões de menções espontâneas, 95% de comentários positivos e aumento de 40% nos pedidos durante as transmissões ao vivo, sendo um grande sucesso

CASES DE SUCESSO



A campanha para divulgar a nova série da Netflix , "Enola Homes", consistia em uma fancam, ou seja, vídeos caseiros criados pelo público nas redes sociais para replicar cenas memoráveis, além de divulgações no Tik Tok. Os vídeos alcançaram 2 milhões de visualizações e índices de engajamento que incluem retenção acima de 90% no Facebook, além de mais de 150 mil likes no Instagram.

CASES DE SUCESSO



Buscando adaptação à nova realidade da pandemia, a campanha "Sempre nova, de Novo" da Ipanema, trouxe diversas influenciadoras de várias regiões do país, como Thelma Assis, Pam Nascimento e Ana Cristina Ribeiro, para contar como está sendo a sua nova fase de conquistas e, claro, usando as sandálias Ipanemas.

PRÊMIOS

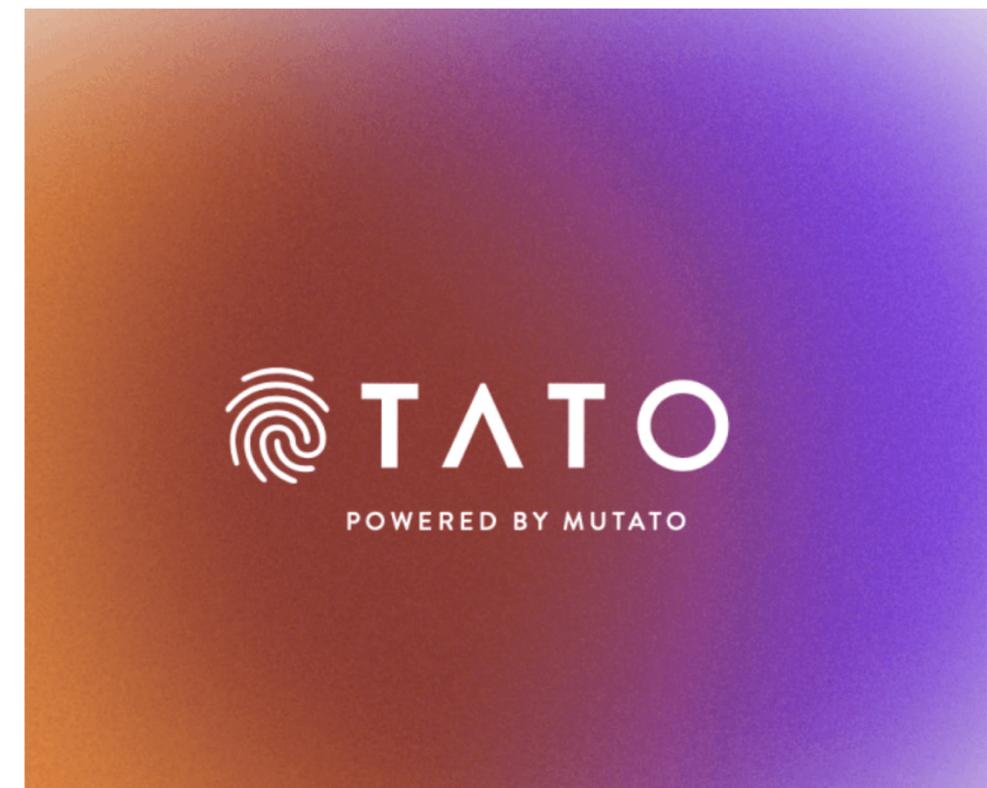
2018 - Effie Brasil e El Ojo Eficacia

- Indicação ao Prêmio Caboré
- Finalista no Prêmio Share Social Mídia
- 10 agências mais criativas do Brasil, segundo Agency Scope



CURIOSIDADES

Em 2021, a agência Mutato passará a ser responsável pelas contas do Greenpeace Brasil E Quem disse Berenice?, além de inaugurar a sua nova consultoria de tendências e oportunidades, a Tato.

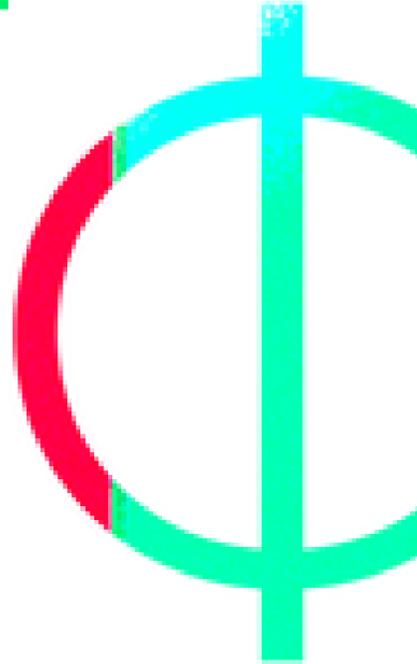


AGRADECIMENTO



Gostaríamos de agradecer especialmente ao Felipe Zelito, gerente de mídia na Mutato, por ter nos ajudado respondendo perguntas que foram essenciais para a realização deste trabalho.

BIBLIOGRAFIA



- <https://www.linkedin.com/company/mutato/>
- <https://www.muta.to/>
- <https://www.instagram.com/wearemutato/>
- <https://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/kantar-ibope-media-25/>
- <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2021/04/07/wmcc-ann-lidera-ranking-de-compra-de-midia-do-cenp-meios.html>
- <https://rockcontent.com/br/blog/midia-digital/>
- <https://gdss23.com/midias-digitais/>

BIBLIOGRAFIA

- <https://www.marktest.com/wap/a/grp/p~16.aspx#apresentação>
- <https://propmark.com.br/mercado/tgi-completa-20-anos-com-lancamento-de-integracao-a-midia-programatica/>
- <https://klickpages.com.br/blog/facebook-ads-o-que-e/>
- <https://blogpt.taboola.com/a-maior-plataforma-de-descoberta-de-conteudo-do-mundo-agora-esta-diretamente-integrada-ao-google-dv360/>
- <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/12/08/entenda-como-funciona-a-metrica-unica.html>

OBRIGADO X
PELA
ATENÇÃO!

