

PRÊMIO MASTER IMOBILIÁRIO 2020



 **ESTADÃO**  
**CRIAÇÃO DE**  
**VALOR PARA**  
**ALÉM DA MÍDIA**  
**IMPRESSA**

CATEGORIA PROFISSIONAL – PUBLICIDADE





PRÊMIO MASTER IMOBILIÁRIO 2020

ESTADÃO  
CRIAÇÃO DE VALOR  
PARA ALÉM DA  
MÍDIA IMPRESSA

CATEGORIA PROFISSIONAL - PUBLICIDADE

**ARCHOTE**  
DESDE 1945



# CONTANDO COM A SORTE PARA **COMPRAR, VENDER OU ALUGAR UM IMÓVEL?**

## Resumo do case

**CAMPANHA INOVADORA RADIOGRAFA COMO UM JORNAL IMPRESSO EXPANDIU SUA EXPERTISE E CREDIBILIDADE PARA OUTRAS PLATAFORMAS ON E OFFLINE PARA SE MANTER LÍDER NA PREFERÊNCIA DO MERCADO IMOBILIÁRIO COM RESULTADOS SEMPRE EXPRESSIVOS**

## Empresa inscrita

Publicidade Archote

## Localidade

São Paulo (SP)

## Publicidade Archote

A Publicidade Archote nasceu em 1945, pelas mãos do publicitário Mário Cesarino. Com o passar do tempo, e pelas mãos de seu filho Pedro Cesarino, a partir de 1965, aumentou ainda mais seu prestígio: ao revolucionar o mercado dos anúncios classificados (com o primeiro call center com 60 linhas para atendimento) e desenvolver parcerias de sucesso no setor imobiliário, no qual se tornou um referencial de conhecimento e ousadia – mantendo sempre a filosofia de investir com inteligência em parcerias, em uma soma de sucessos, formando uma aliança perfeita, com comprometimento e responsabilidade. Criou, em 1999, o primeiro portal imobiliário do País, o Imovelweb. Após sua consolidação, em 2012 foi vendido integralmente ao fundo de investimentos Tiger Global. Atualmente, o Grupo Archote é formado pelas empresas Publicidade Archote, ID 360 New Media e Edit Produções. Hoje Mário Cesarino, ao lado do pai, desde 1984 representa a terceira geração da família à frente da agência – que em 2020 completa 75 anos. São mais de 3.000 empreendimentos que já puderam contar com a expertise da equipe da Publicidade Archote – com 28 Prêmios Master conquistados com seus clientes.





# SO IMOBILIÁRIO BUSCA RESULTADOS.



## Trabalho

O *Estadão*, como é conhecido do público o mais tradicional jornal paulista, O *Estado de S. Paulo*, comemora em 2020 seus 145 anos de existência (nascido A *Província de São Paulo* em 1875). Durante boa parte desse quase um século e meio, desde a segunda metade do século 20, foi o veículo-referência para a comunicação de promoção, locação e vendas do mercado imobiliário em São Paulo. Todo esse patrimônio de credibilidade e de bons resultados da versão impressa do jornal, tanto para quem oferece quanto para quem procura imóveis se manteve: o *Estadão* tem expandido sua excelência no segmento ao criar soluções disruptivas com novas mídias e novas ferramentas – e ótimos resultados. É praticamente impossível pensar em lançamentos imobiliários ou oferecer imóveis para venda ou locação sem considerar as muitas plataformas oferecidas pelo jornal.

Além da versão impressa, o *Estadão* ampliou sua presença:

- dentro do *Estadão.com*, com o canal *Imóveis*
- nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn)
- com o uso do WhatsApp
- pelo lançamento da plataforma digital *Moving*, de busca de imóveis
- em podcasts com a marca *Estadão*
- na *Rádio Eldorado*
- com o envio de newsletters
- pela realização de eventos como o *Summit Imobiliário* e o *Top Imobiliário*
- em projetos especiais desenvolvidos pelo *Media Lab Estadão*

O desafio para a Archote era criar uma campanha inovadora, que mostrasse como esse reposicionamento e a ampliação de interfaces com o mercado imobiliário aprimora e mantém a marca *Estadão* como a de maior credibilidade e eficiência para quem vende e para quem compra – valorizando o que mais importa para quem quer vender, comprar ou alugar um imóvel:

**RESULTADOS.**

**Responsável**  
pelas relações  
com o júri e com  
a imprensa

**Ana Paula Lannoca**  
anapaula@archote.com.br  
55 11 2196-4300

**Ficha técnica**

**EMPRESA INSCRITA**  
**Publicidade Archote**  
Rua Jandaia, 72  
Bela Vista, São Paulo, SP

**CASE**  
Criação de valor para  
além da mídia impressa

**CLIENTE**  
Grupo Estado

O *ESTADÃO* TEM SEMPRE UMA FERRAMENTA INTELIGENTE  
PARA AJUDÁ-LO A COMPRAR, VENDER OU ALUGAR UM IMÓVEL

Para saber mais: (11) 3856-2932 ou [imovelspublicidade@estadao.com](mailto:imovelspublicidade@estadao.com)



QUER  
RESULTADOS?  
ESTADÃO

# Natureza do caso e ambiente externo

**Desde a virada para o século 20, com o primeiro boom da internet, ficou claro que a mídia seria o epicentro do que chamaríamos rapidamente de “4.<sup>a</sup> Revolução Industrial – a Era da Informação”. Uma explosão de fontes de conteúdo mudou a forma de produzir, divulgar e consumir conteúdo. Jornalismo, entretenimento e até a publicidade ganharam novas vias de modo exponencial.**

Nessa rápida mudança na dinâmica e na forma de consumir notícias e informações, os veículos impressos foram os primeiros a sentir que, a cada novidade do universo digital e das redes sociais, criavam-se novidades de valor para o público

que eles não teriam, a princípio, como combater: agilidade, alcance, facilidade de acesso a qualquer hora e em qualquer lugar...

Ao lado da diversificação das fontes noticiosas, vivemos ainda os fenômenos da migração das verbas publicitárias para plataformas como Google, Facebook, Instagram e Twitter. Sem falar nos youtubers, bloggers, vloggers e influencers – que rapidamente se tornaram altamente interessantes para marcas de todos os segmentos, com seus posts patrocinados que, a preços mais atraentes do que os praticados pelos veículos tradicionais, contavam com algoritmos para “bombardar” na internet e oferecer bons resultados.

Olhando especificamente para o segmento imobiliário, o estouro de plataformas de busca por imóveis e o contato direto entre quem compra e quem vende gradativamente

## AS NOVAS DINÂMICAS DE INTERATIVIDADE E COMUNICAÇÃO IMPÕEM NOVOS DESAFIOS PARA A MÍDIA E A PUBLICIDADE

remodelou a face e as necessidades do mercado.

Nesse cenário, para o *Estadão*, por mais que mantenha intocado seu principal patrimônio, a credibilidade, o que garante o poder das mensagens veiculadas por ele, a queda nos números de circulação (assinaturas e bancas) foi inevitável.

Dessa forma, ao longo do tempo, diminuía a primazia do jornal como veículo para mensagens

publicitárias ou para os sempre populares classificados. O que, no caso do mercado imobiliário, refletiu o movimento de incorporadoras, empresas de vendas e imobiliárias, que aprenderam depressa a usar aplicativos, sites e outras ferramentas para dialogar diretamente com seu público. Veículos e campanhas tradicionais, por mais que nunca tenham perdido eficiência, sofriam no quesito alcance e agilidade.

O desafio para o *Estadão* não era pequeno: criar novas maneiras de ampliar o diálogo com seus leitores e de oferecer soluções funcionais para, ao lado da credibilidade, continuar fornecendo soluções diversificadas e eficientes e que entregassem o que buscam anunciantes de todos os segmentos: resultados.



# Memória do desenvolvimento imobiliário de São Paulo nas páginas do Estadão

Desde seu nascimento, em 1875, como *A Província de São Paulo*, o *Estadão* já publicou quase 3 milhões de páginas – sendo 60 mil delas dedicadas a anúncios imobiliários.

Com a missão jornalística de noticiar todos os fatos mais importantes da capital e do estado, era natural que cada novo edifício merecesse destaque no jornal – afinal, tratava-se de uma cidade em rápido crescimento e desenvolvimento.

Isso fez com que, rapidamente, anúncios de ofertas para venda, compra ou locação e lançamentos de imóveis novos se tornassem parte do cotidiano do jornal – como aponta um levantamento histórico do próprio veículo, em reportagem assinada por Cley Scholz em 14 de junho de 2013:

“Nas primeiras décadas, há curiosos anúncios de chácaras com cachoeiras



disponíveis em locais onde hoje se encontram bairros como a Bela Vista, Jardins e muitos outros próximos da área central.”

Anúncio de 1.º de setembro de 1929 destacava o estilo ‘vida de campo’ em áreas como o Jardim América, Pacaembu e Anhangabaú.

ESTADO DE S. PAULO — DOMINGO, 1 DE SETEMBRO DE 1929

**USUFRUEM-SE**  
plenamente as delícias da Vida de Campo, tranqüilla e sã, em plena capital e com todo o conforto das grandes metrópoles, no inconfundível bairro modelo - JARDIM AMERICA - em qualquer outro bairro da Companhia City.

No JARDIM AMERICA todas as construções são regulamentadas, isto é, há garantia de boa vizinhança. As ruas, avenidas e ruas são asfaltadas, iluminadas e providas de instalações públicas de água, esgotos, gás, telephone, luz electrica e varias linhas de bondes.

Os parques internos do JARDIM AMERICA ocupam uma área de 124.000 mq. (mais de 5 alqueires), e proporcionam o melhor bem para a formação da nova geração paulista — espaços livres e ar puro para as crianças, num ambiente de conforto e alegria.

JARDIM AMERICA  
PACAEMBU'  
ANHANGABAHU'  
PERDIZES  
ALTO DA LAPA  
ALTO DOS PINHEIROS  
BELLA ALLIANÇA  
BUTANTAN

PLANTAS E INFORMAÇÕES  
**CIA. CITY**  
LIBERO BADARO, 50  
CAIXA, 1179  
311, D-111

**REQUISITADOS**  
Pagamentos  
Cia. Imobiliária e Desenvolvimento Imobiliário S. Paulo S. A. - Rua...  
CINEMA MISTÉRIO  
PORTO ALGURES, 11 (Estadão) - AS...  
CERAMICA "CARANDÁ"  
RECEITA DE "Dorados" em 10 minutos...  
RECEITA DE "Dorados" em 10 minutos...  
RECEITA DE "Dorados" em 10 minutos...



“Usufruem-se plenamente as delícias da vida de campo, tranquila e sadia, em plena capital e com todo o conforto das grandes metrópoles, no inconfundível bairro modelo Jardim América ou em qualquer outro bairro da Companhia City.” Tudo porque a City estava oferecendo terrenos de 124 mil metros quadrados (o equivalente a 5 alqueires) que “proporcionam o maior bem para a formação sadia da nova geração paulista – espaços livres e ar puro para as crianças, num ambiente de conforto e alegria”.

Não faltaram anúncios de loteamentos que, vistos com o olhar de hoje, contam a história

surpreendente de bairros diversos da capital, como o Pacaembu.

A presença de pequenos anúncios por todo o jornal não era novidade. Porém, em 1934, o *Estadão* se tornou o primeiro do Brasil a utilizar um sistema de anúncios classificados, reunidos em cadernos organizados por temas – e com um sistema de venda ordenado. O ‘patrono’ da ideia, Francisco Mesquita, preocupou-se em instalar o maior número possível de agências vendedoras de classificados em todo o país. Com a iniciativa, o jornal aumentou suas vendas e sua credibilidade, passando a ser mais procurado por grandes anunciantes e a fazer mais propagandas.



O Martinelli, primeiro grande edifício da cidade, frequenta as páginas do *Estadão* nos anos 20 – como notícia e como tema de peças comerciais: em 22 de agosto de 1929, ilustrou o anúncio “Rosário, o mais luxuoso cinema no mais alto edifício da América do Sul. Sensacional estreia ainda este mês”.

AO CONFORTO DA SUA GENTE!

*Edifícios*  
**COPAN**

A sua residência própria — parte integrante do Grandioso “Maciço Turístico”, com a sua imponência e vantagens e em plena Avenida Ipiranga.

Apartmentos de diversos tipos e áreas, com acesso independente independente, dotados de mais amplo conforto moderno, e as vantagens de todos os preços e facilidades de pagamento.

De Cr\$180.000,00 a Cr\$1.700.000,00 — com entrada a partir de Cr\$10.000,00

A Arquitetura brasileira alcança o ápice da sua glória, de seu enorme mundial, com a apresentação do Maciço Turístico e dos Edifícios COPAN, destinados: o primeiro a dar a São Paulo um ponto de atração de enorme internacional — o Rockefeller Center de São Paulo; o segundo a dar aos paulistas a residência central que nem mesmo em outros lugares e que no entanto aqui está, magnífica, plena de conforto, não a um passo de tudo, mas o primeiro exemplo de um centro de vida própria.

O Maciço Turístico e os Edifícios COPAN constituem, por todos os títulos, a Obra do Século, em que o homem se vê servido de todo o conforto, dentro e à porta de seu lar próprio.

**VANTAGENS ÚNICAS:** Os Condôminos dos Edifícios COPAN terão direito a todos os benefícios e conforto oferecidos pelos serviços do Grande Hotel — com a Piscina, o Restaurante, o Balne, o Lavandaria, tendo também preferência para o parque de estacionamento da garagem. Visualize a que isso significa em plena Av. Ipiranga. Na entrada, desde Cr\$180.000,00 com Cr\$10.000,00 de entrada, a Moderna Arquitetura Brasileira coloca ao seu dispor tanto conforto, em tão excepcional localização.

Propriedade da  
**COMPANHIA PAN-AMÉRICA - HOTÉIS E TURISMO - COPAN**

**CONSELHO DIRETOR:**  
Vitoriano Rê - Presidente  
Luiz Vitoriano T. de Araújo - Vice-Presidente  
Jair de Barros - Vice-Presidente  
Aldir de Moura Andrade  
Armando Simon Pereira  
Dionisio de Castro Fontes  
Fulvio Marangoni  
Colmeia de Almeida  
Jorge de Almeida  
José Fernandes de Paula  
José Loureiro Junior  
José Paulo de Oliveira  
Miguel Rêgo  
Sérgio de Almeida

**CONSELHO CONSULTIVO:**  
Francisco Prestes Maia - Presidente  
Antonio C. de Sales Filho - Vice-Presidente  
Benedito Bionegoni  
Oscar Silva Alencar Passado  
Dionisio de Castro Fontes  
Eduardo Benedito Joffe  
Francisco Bionegoni Bionegoni  
Francisco Campos  
Cláudio de Jesus Moraes  
Miguel Rêgo  
Oscar de Castro Fontes  
Benedito Bionegoni

Um empreendimento apresentado pelo **PLANO CONDOMÍNIO PELO PREÇO DE CUSTO**

VISITE HOJE NO LOCAL DAS OBRAS A EXPOSIÇÃO DA MAQUETE, PLANTAS E PAINÉIS ARQUITETURAIS DOS EDIFÍCIOS COPAN - CORRETORES DAS 9 AS 22 HORAS

Informações e vendas:  
**Banco Nacional Imobiliário S.A.**  
Filial de São Paulo - Rua da Consolação, 100

“Um monumento à grandeza da terra paulista. O Rockefeller Center de São Paulo”: anúncio de página inteira para o lançamento do edifício Copan, projetado por Oscar Niemeyer, na edição de 25 de maio de 1952. (seria inaugurado em 1957).

# Diagnóstico

## O *Estadão* precisava comunicar melhor tudo o que a marca havia criado para atender o mercado.

O *Estadão*, pioneiro e líder absoluto no segmento dos classificadores e da publicidade do mercado imobiliário paulista, manteve o prestígio da versão impressa do jornal, mesmo com o novo cenário – entregando resultados expressivos e fazendo valer sua expertise para se manter na liderança.

Em paralelo, ao longo das últimas duas décadas, desenvolveu um trabalho sólido de “reinvenção” do próprio *Estadão*. E o caminho escolhido passou por diversificar sua presença em plataformas e mídias diversas, online e offline, transferindo a cada uma delas todo o poder de comunicação e de eficiência alcançado pelo impresso ao longo de mais de um século.

A construção das novas plataformas e ferramentas, seu crescimento e a consolidação de resultados se

tornaram realidade, a ponto de a marca *Estadão*, sozinha, somar 30,4 milhões de impactos/mês.

Mas havia um porém: tanto dentro do *Estadão* quanto no mercado, ainda é muito forte a presença e o foco no impresso. A ponto de todas as ações e ferramentas criadas e oferecidas serem percebidas e utilizadas – mas sem que fossem vistas na sua totalidade, como uma rede de comunicação. Isso, claro, tira força desse espetacular aparato a serviço do mercado imobiliário.

A Archote, cuja parceria com o *Estadão* vem de longa data, foi chamada para ajudar na análise e para apresentar soluções via comunicação para essa demanda. E a agência rapidamente realizou seu diagnóstico: era preciso criar uma estratégia para fazer o setor enxergar (e entender) de modo amplo todas as possibilidades oferecidas pela marca *Estadão*. Ou seja: para que a interação, as vantagens e os resultados pudessem ser percebidos pelos *players* do mercado.



## ESTADÃO: SINÔNIMO DE CREDIBILIDADE

Segundo Pesquisa Brasileira de Mídia, a última realizada pelo Ibope para a Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom), em 2017, os jornais são os veículos de maior credibilidade para o público brasileiro – com 59% de confiabilidade, contra 54% do veículo mais popular do País, a TV. E o *Estadão* foi um dos cinco citados espontaneamente pelos brasileiros pesquisados em todo o Brasil.



Em 2018, o *Estadão* foi eleito o melhor jornal do brasileiro no “Prêmio Veículos de Comunicação”, no ano em que o tema foi ‘Credibilidade x Fake News’ – e os finalistas haviam sido indicados por profissionais de mídia das principais agências.



# Solução

**Criar uma campanha para informar como o *Estadão* ampliou e diversificou seu alcance, desenvolvendo plataformas e serviços sob medida para o mercado imobiliário. E com grandes resultados**

A expertise da Archote no atendimento a esse segmento e seu entendimento profundo das dinâmicas da comunicação do setor foram primordiais para traçar um diagnóstico bastante preciso, apoiado em pontos cruciais:

- ▶ **O mercado ainda considera o impresso o principal referencial quando o assunto é o *Estadão***
- ▶ **Mesmo internamente, a equipe do *Estadão* também mantinha forte a cultura do impresso**
- ▶ **Agências e mercado tinham pouco conhecimento das outras plataformas *Estadão* e pouco sabiam como utilizá-las de forma integrada em suas estratégias**

A Archote há tempos vinha incentivando, dentro do *Estadão*, o posicionamento de decupar e explicar cada ferramenta e plataforma ao mercado (a exemplo do que já faz há tempos o *The New York Times*, que vem crescendo ano a ano no número de assinantes digitais: hoje já são 5 milhões). A partir dessa visão, apontou como caminho a criação de uma campanha com dois focos simultâneos:

**1- Tornar mais conhecidas as plataformas e ferramentas disponibilizadas pelo Estadão**

**2- Divulgar os grandes resultados apresentados por cada uma delas – e desconhecidos da maior parte do mercado e de quem quer comprar, vender ou alugar um imóvel**

## NÃO BASTA TER FÉ, O MERCADO IMOBILIÁRIO BUSCA RESULTADOS.

O Grupo Estadão acredita na força e na capacidade empreendedora do setor imobiliário, seja por sua importância em nosso PIB, ou por sua capacidade de gerar empregos e poder de renovação. Somos responsáveis por diferentes campanhas de incentivo ao mercado, por realizar eventos como o Summit Imobiliário, formatar os prêmios Top Imobiliário e Desafio Estadão, que reconhecem e valorizam os profissionais e empreendedores do setor. Mais do que nunca, a marca Estadão é sinônimo de credibilidade, conteúdo de qualidade e inovação, agregando valor às marcas que utilizam nossas ferramentas para se comunicar com seus públicos. Só nos últimos 45 dias, mais de 30 lançamentos diferentes anunciaram no Estadão, em mais de 400 páginas. Desde o ano 2000, desenvolvemos uma série de plataformas e investimos em inovações tecnológicas com o objetivo de reduzir "gargalos" em diferentes estágios do processo de comercialização de um imóvel. Com 27,3 milhões de impactos, o Estadão.com junto ao nosso jornal impresso – líder no segmento – e à Rádio Eldorado impulsionam o início do processo de lançamento, no momento em que o leitor busca estar atualizado. O canal de Imóveis no Estadão.com está em permanente evolução e, com mais de 3,8 milhões de visitantes únicos, é capaz de atingir um público interessado nas novidades do segmento, e oferecer conteúdo jornalístico com informações úteis e personalizadas. Hoje, com o Moving, nosso braço de tecnologia e performance para o setor, é possível acessar um banco de ofertas com mais de 1 milhão de imóveis, além de agilizar o acesso ao crédito e facilitar o fechamento da transação imobiliária. Por fim, o Media Lab, área recentemente criada, que produz para os anunciantes, conteúdo multimídia para o jornal impresso, a rádio, os canais digitais, as redes sociais e também os eventos. Proporcionamos experiências relevantes, sempre em sintonia com as qualidades da marca e em formatos inovadores. Pensou em resultados? Pensou Estadão.



**O ESTADÃO TEM SEMPRE UMA FERRAMENTA INTELIGENTE PARA AJUDÁ-LO A COMPRAR, VENDER OU ALUGAR UM IMÓVEL.**

Para saber mais: (11) 3856-2932 ou [imoveispublicidade@estadao.com](mailto:imoveispublicidade@estadao.com)



Fuentes: \* 27,3 milhões de impactos de acordo com a soma direta dos audiência de Jornal, Estadão.com.br e Rádio - desconsiderando a sobreposição entre os veículos; \*\* Jornal: (Conta: ROPF Media / Target Group todos 88 TG/2019 (2018, 1) + 2018, 2) 1,8 milhão de leitores; 23.808 entrevistas / Software: Choice4; Imóveis: 3,8 milhões de usuários únicos em momento de compra ou locação (Novegg - Julho/19); Estadão.com.br: 25,2 de milhões de usuários únicos (Google Analytics - Julho/19); Casa & Construção: + 1 milhão de usuários únicos em momento de reforma ou decoração (Novegg - Julho/19); Rádio: (Conta: ROPF Media / Easy Media - Alameda Mauá - Praça 39 - Ambientação: 39 de 248 - Todos os dias - Abr. a Jun.19) 365 mil ouvintes

Eventos: + 28 mil visitantes (estimativa interna); Newsletters: + 230 mil cadastros (estimativa interna); Moving: + 1 de milhão imóveis no mapa (estimativa interna); WhatsApp: + 550 mil cadastros (estimativa interna); Podcasts: + 687 mil downloads/mês (Libsyn - Julho/19); Facebook: + 6,9 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Facebook - 02/08/19); Twitter: + 8 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Twitter - 02/08/19); Instagram: + 1,6 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Instagram - 02/08/19); LinkedIn: + 558 mil seguidores (LinkedIn - 02/08/19).

**A PEÇA INICIAL DA CAMPANHA REFORÇA A IDEIA DE QUE, HOJE, É QUASE UM MILAGRE VER E SER VISTO SE NÃO SE PENSAR MUITO BEM ONDE E DE QUE MANEIRA VOCÊ VAI COLOCAR SUA MENSAGEM**



## Implementação/ Execução

### A campanha se estrutura em torno do contraste entre a modernidade das soluções *Estadão* e recursos ultrapassados de comunicação

A Archote apostou na própria penetração do *Estadão* para criar uma campanha espirituosa que, de saída, rompe com qualquer traço “tradicional”, geralmente associado à marca. Humor e informação em doses balanceadas na criação de cinco peças em que o contraste entre soluções antiquadas são contrapostas à modernidade de cada uma das plataformas e recursos oferecidos ao clientes do jornal.

Cada anúncio abre com uma imagem que brinca com a ideia de

ultrapassado, para provocar o público. Dessa maneira, se revezam elementos como o fax, uma bússola antiga e até mesmo o telefone de barbantes e latinhas, próprio das brincadeiras de criança.

E cada um dos anúncios, com texto próprio, repetia um infográfico muito impactante que mostrava como, de forma radial, as plataformas se amplificavam para somar o resultado de 30,4 milhões de impactos/mês alcançado pelo *Estadão*.

A campanha – lançada durante o Top Imobiliário e apresentada ao mercado pelo diretor-presidente do Grupo Estado, Francisco Mesquita Neto – foi veiculada tanto na versão impressa quanto no *Estadão.com* e ainda na versão *spot* para a *Rádio Eldorado*.

CADA ANÚNCIO COMEÇA COM UMA IMAGEM QUE BRINCA COM A IDEIA DE ULTRAPASSADO, PARA PROVOCAR O PÚBLICO

CONTANDO COM A SORTE  
PARA COMPRAR, VENDER OU  
ALUGAR UM IMÓVEL?





**COM A IMAGEM DE UM MEGAFONE ANTIGO, ESTE ANÚNCIO DESTACA A QUALIFICAÇÃO DOS VEÍCULOS E PLATAFORMAS ESTADÃO PARA ATENDER AO MERCADO IMOBILIÁRIO, COM DESTAQUE PARA COMO ELES ATUAM EM UMA ESTRATÉGIA DE AMPLIFICAÇÃO DA MENSAGEM DO ANUNCIANTE**

**PROCURANDO FORMAS INTELIGENTES E DIFERENCIADAS PARA FALAR COM O MERCADO IMOBILIÁRIO?**



**NÃO BASTA FAZER BARULHO, O MERCADO IMOBILIÁRIO BUSCA QUALIFICAÇÃO.**

Com mais de **399.000** ouvintes e uma audiência altamente qualificada, a **Rádio Eldorado** compõe o painel de meios com os quais o **Grupo Estado** comunica e reafirma seu compromisso com a missão de levar conteúdo relevante. Mais do que nunca, a marca Estadão é sinônimo de **credibilidade, conteúdo de qualidade e inovação**. Desde o ano 2000, desenvolvemos uma série de plataformas e investimos em **inovações** tecnológicas com o objetivo de reduzir "gargalos" em diferentes estágios do processo de comercialização de um imóvel. O **Estadão.com**, e seus **28,3 milhões** de usuários únicos, o nosso **jornal impresso** – líder no segmento – e a **Rádio Eldorado** impulsionam o início do processo de lançamento, no momento em que o leitor busca se atualizar. Nosso **canal de Imóveis** no Estadão.com, capaz de impactar um público interessado nas novidades do setor, está em permanente evolução, oferecendo **conteúdo** jornalístico e serviços focados com informações **customizadas**. Hoje no **Moving**, é possível acessar um banco de ofertas com mais de 1 milhão de imóveis, além de agilizar o acesso ao crédito e facilitar o fechamento da transação imobiliária. Por fim, o **Media Lab**, que produz conteúdo multimídia engajado e engloba o jornal impresso, a rádio, os canais digitais, as redes sociais e também os eventos. Proporcionamos experiências relevantes, sempre em sintonia com as qualidades da marca e em **formatos inovadores**. Pensou em eficiência? Pensou **Estadão**.



**PLATAFORMAS INTELIGENTES DO ESTADÃO:**



**Para saber mais • Atendimento à pessoa jurídica, em horário comercial: (11) 3856-2932 • imoveispublicidade@estadao.com**  
**Pessoa física: 0800 055 2001 / (11) 3855-2001 • anunciar.classificados@estadao.com**

Fontes: • 30,4 milhões de impactos (a soma refere-se à soma direta das audiências de Jornal; Estadão.com.br e Rádio - desconsiderando a sobreposição entre os veículos) • \*Jornal: (Kantar IBOPE Media / Target Group Index BR TGI 2019 I (2018 1s + 2018 2s) 1,8 milhão de leitores - 23.808 entrevistas / Software: Choices4 • Imóveis: 4,3 milhões de usuários únicos em momento de compra ou locação (Navegg - Outubro/19) • Estadão.com.br: 28,3 milhões de usuários únicos (Google Analytics - Out.19) • Casa & Construção: +3,3 milhões de usuários únicos em momento de reforma ou decoração (Navegg - Outubro/19) • \*\*Rádio: (IBOPE EasyMedia - Alcance Máximo - Praça SP - Ambos os sexos - 5h às 24h - Todos os dias - Ago. a Out.19) 399 mil ouvintes • Eventos: +28 mil visitantes (estimativa interna) • Newsletters: +230 mil cadastros (estimativa interna) • Moving: + 1 de milhão imóveis no mapa (estimativa interna) • WhatsApp: +550 mil cadastros (estimativa interna) • Podcasts: +788 mil downloads/mês (Libsyn e Triton - Outubro/19) • Facebook: + 6,9 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Facebook - 02/08/19) • Twitter: +8 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Twitter - 02/08/19) • Instagram: + 1,6 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Instagram - 02/08/19) • LinkedIn: + 558 mil seguidores (LinkedIn - 02/08/19).



RECORRENDO À IMAGEM DE UM APARELHO DE FAX (QUE JOVENS NATIVOS DA ERA DIGITAL NEM SABEM BEM O QUE É), ESTE ANÚNCIO ABORDA A QUESTÃO DE CREDIBILIDADE, QUE PARTE DO JORNAL IMPRESSO E PERMEIA TODAS AS PLATAFORMAS DA MARCA

EM BUSCA DE SOLUÇÕES EFICIENTES E FERRAMENTAS INOVADORAS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO?



### NÃO BASTA COMUNICAR, O MERCADO IMOBILIÁRIO BUSCA CREDIBILIDADE.

Líder no segmento, o Estadão cumpre papel relevante no processo de comercialização de um empreendimento imobiliário, seja para fortalecer marcas ou impulsionar novos lançamentos, no momento em que o leitor busca estar informado. O Estadão é sinônimo de credibilidade, conteúdo de qualidade e inovação. Desde o ano 2000, desenvolvemos uma série de plataformas e investimos em inovações tecnológicas com o objetivo de reduzir "gargalos" em diferentes estágios da aquisição, venda ou aluguel de um imóvel. Além da mídia impressa, o Estadão.com, com seus 28,2 milhões de impactos, e a Rádio Eldorado, com uma audiência altamente qualificada, ampliam a capilaridade e os pontos de contato com os consumidores. O canal de Imóveis no Estadão.com está em permanente evolução e, com mais de 2,7 milhões de visitantes únicos, é capaz de atingir um público interessado nas novidades do segmento, e oferecer conteúdo jornalístico com informações úteis customizadas. Hoje, com o Moving, nosso braço de tecnologia e performance para o setor, é possível acessar um banco de ofertas com mais de 1 milhão de imóveis, além de agilizar o acesso ao crédito e facilitar o fechamento da transação imobiliária. Por fim, o Media Lab, área recentemente criada, que produz para os anunciantes, conteúdo multimídia para o jornal impresso, a rádio, os canais digitais, as redes sociais e também os eventos. Proporcionamos experiências relevantes, sempre em sintonia com as qualidades da marca e em formatos inovadores. Pensou em resultados? Pensou Estadão.



### PLATAFORMAS INTELIGENTES DO ESTADÃO:

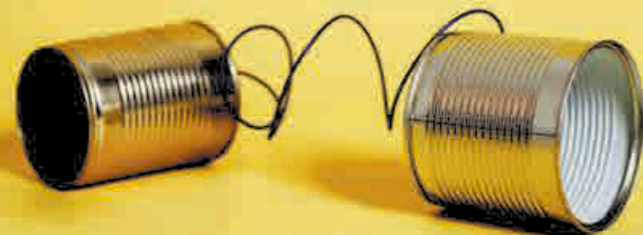


Para saber mais • Atendimento à pessoa jurídica, em horário comercial: (11) 3856-2932 • [imoveispublicidade@estadao.com](mailto:imoveispublicidade@estadao.com)  
 Pessoa física: 0800 055 2001 / (11) 3855-2001 • [anunciar.classificados@estadao.com](mailto:anunciar.classificados@estadao.com)

Fontes: • 30,4 milhões de impactos (a soma refere-se à soma direta das audiências de Jornal; Estadão.com.br e Rádio - desconsiderando a sobreposição entre os veículos) • \*Jornal: [Kantar IBOPE Media / Target Group Index BR TGI 2019 I (2018 1s + 2018 2s) 1,8 milhão de leitores - 23.808 entrevistas / Software: Choices4 • Imóveis: 4,3 milhões de usuários únicos em momento de compra ou locação (Navegg - Outubro/19) • Estadão.com.br: 28,3 milhões de usuários únicos (Google Analytics - Out.19) • Casa & Construção: + 3,3 milhões de usuários únicos em momento de reforma ou decoração (Navegg - Outubro/19) • \*\*Rádio: [IBOPE EasyMedia - Alcance Máximo - Praça SP - Ambos os sexos - 5h às 24h - Todos os dias - Ago. a Out.19] 399 mil ouvintes • Eventos: +28 mil visitantes (estimativa interna) • Newsletters: +230 mil cadastros (estimativa interna) • Moving: + 1 de milhão imóveis no mapa (estimativa interna) • WhatsApp: +550 mil cadastros (estimativa interna) • Podcasts: +788 mil downloads/mês (Libsyn e Triton - Outubro/19) • Facebook: + 6,9 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Facebook - 02/08/19) • Twitter: + 8 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Twitter - 02/08/19) • Instagram: + 1,6 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Instagram - 02/08/19) • LinkedIn: + 558 mil seguidores (LinkedIn - 02/08/19).

**POR MEIO DA ANTIGA BRINCADEIRA DE CRIANÇA COM “TELEFONES” FEITOS DE BARBANTE E LATINHAS, ESSA PEÇA FAZ A DEFESA DO ALCANCE QUE UMA CAMPANHA IMOBILIÁRIA PODE ATINGIR COM TODAS AS PLATAFORMAS ESTADÃO**

**ANDA DIFÍCIL PROPAGAR SUAS MENSAGENS JUNTO AO MERCADO IMOBILIÁRIO?**



**NÃO BASTA COMPARTILHAR, O MERCADO IMOBILIÁRIO BUSCA ALCANCE.**

As novas **tecnologias** atualizaram a forma de apuração e de circulação de notícias e, até mesmo, o conceito de notícia. Com seus mais de **28,3 milhões** de usuários únicos, o **Estadão.com** é um portal estratégico que disponibiliza conteúdo de qualidade com agilidade, englobando também as redes sociais. No Twitter, por exemplo, interage com mais de **8 milhões** de seguidores, e no Facebook, as transmissões do estúdio da TV Estadão dão espaço às lives, programas culturais e de entrevistas. Desde o ano 2000, desenvolvemos uma série de **plataformas** e investimos em **inovações** tecnológicas com o objetivo de reduzir “gargalos” em diferentes estágios do processo de comercialização de um imóvel. O **Estadão.com**, o nosso **jornal impresso** – líder no segmento – e a **Rádio Eldorado** impulsionam o início do processo de lançamento, no momento em que o leitor busca se atualizar. Nosso **canal de Imóveis** no **Estadão.com**, capaz de impactar um público interessado nas novidades do setor, está em permanente evolução, oferecendo **conteúdo** jornalístico e serviços focados, com informações **customizadas**. Hoje, no **Moving**, é possível acessar um banco de ofertas com mais de **1 milhão** de imóveis, além de agilizar o acesso ao crédito e facilitar o fechamento da transação imobiliária. Por fim, o **Media Lab**, que produz conteúdo multimídia engajado e **engloba** o jornal impresso, a rádio, os canais digitais, as redes sociais e também os eventos. Proporcionamos experiências relevantes, sempre em sintonia com as qualidades da marca e em **formatos inovadores**. Pensou em performance? Pensou **Estadão**.

**ESTADÃO.COM**

**PLATAFORMAS INTELIGENTES DO ESTADÃO:**



**Para saber mais • Atendimento à pessoa jurídica, em horário comercial: (11) 3856-2932 • [imoveispublicidade@estadao.com](mailto:imoveispublicidade@estadao.com)**  
**Pessoa física: 0800 055 2001 / (11) 3855-2001 • [anunciar.classificados@estadao.com](mailto:anunciar.classificados@estadao.com)**

Fontes: • 30,4 milhões de impactos (a soma refere-se à soma direta das audiências de Jornal; Estadão.com.br e Rádio - desconsiderando a sobreposição entre os veículos) • \*Jornal: (Kantar IBOPE Media / Target Group Index BR TGI 2019 I (2018 1s + 2018 2s) 1,8 milhão de leitores - 23.808 entrevistas / Software: Choices4 • Imóveis: 4,3 milhões de usuários únicos em momento de compra ou locação (Navegg - Outubro/19) • Estadão.com.br: 28,3 milhões de usuários únicos (Google Analytics - Out.19) • Casa & Construção: + 3,3 milhões de usuários únicos em momento de reforma ou decoração (Navegg - Outubro/19) • \*\*Rádio: (IBOPE EasyMedia - Alcance Máximo - Praça SP - Ambos os sexos - 5h às 24h - Todos os dias - Ago. a Out.19) 399 mil ouvintes • Eventos: +28 mil visitantes (estimativa interna) • Newsletters: +230 mil cadastros (estimativa interna) • Moving: + 1 de milhão imóveis no mapa (estimativa interna) • WhatsApp: +550 mil cadastros (estimativa interna) • Podcasts: +788 mil downloads/mês (Libsyn e Triton - Outubro/19) • Facebook: + 6,9 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Facebook - 02/08/19) • Twitter: + 8 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Twitter - 02/08/19) • Instagram: + 1,6 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Instagram - 02/08/19) • LinkedIn: + 558 mil seguidores (LinkedIn - 02/08/19).



DIFICULDADES PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES, DICAS E CONTEÚDO CUSTOMIZADO SOBRE O MERCADO IMOBILIÁRIO?



## NÃO BASTA SINALIZAR, O MERCADO IMOBILIÁRIO BUSCA PRATICIDADE.

Fortemente apoiado em tecnologia e inovação, o Moving é mais uma plataforma do grupo Estadão para o setor imobiliário. A empresa oferece **soluções 360°** para o mercado, eficiência comercial para imobiliárias e incorporadoras e serviços como avaliação de propriedades. Com **mais de um milhão de imóveis** no site e de páginas visualizadas por mês, o Moving busca cada vez mais **entregar performance de qualidade com sólida efetivação de leads**. Além de estar sempre se reinventando para otimizar as buscas no site e garantir grandes negócios, oferece acesso a um vasto **banco de ofertas**. A empresa ainda **agiliza o acesso ao crédito** e facilita o fechamento da transação imobiliária. A união entre Moving e Estadão forma, hoje, **o melhor e mais completo canal do mercado imobiliário**, impulsionando a compra e a venda de imóveis para todos os públicos. Isso tudo só é possível devido à **onipresença do canal**: o Estadão.com, o jornal impresso, o Rádio Eldorado e o Blog Moving. Por fim, contamos ainda com o Media Lab e sua produção de **conteúdo multimídia engajado**, englobando o jornal impresso, a rádio, **os canais digitais**, as redes sociais e também os eventos. Pensou em inovação? Pensou **Moving e Estadão**.



A IMAGEM DA BÚSSOLA REMETE À CONFUSÃO QUE A FALTA DE PRATICIDADE AO CONTAR COM TANTAS OPÇÕES DE VEICULAÇÃO PODE CAUSAR – O QUE NÃO ACONTECE COM AS PLATAFORMAS ESTADÃO, QUE SE COMPLEMENTAM DE FORMA ORGÂNICA NA BUSCA POR RESULTADOS

### PLATAFORMAS INTELIGENTES DO ESTADÃO:



Para saber mais • Atendimento à pessoa jurídica, em horário comercial: (11) 3856-2932 • [imoveispublicidade@estadao.com](mailto:imoveispublicidade@estadao.com)  
Pessoa física: 0800 055 2001 / (11) 3855-2001 • [anunciar.classificados@estadao.com](mailto:anunciar.classificados@estadao.com)

Fontes: • 30,4 milhões de impactos (a soma refere-se à soma direta das audiências de Jornal; Estadão.com.br e Rádio - desconsiderando a sobreposição entre os veículos) • \*Jornal: [Kantar IBOPE Media / Target Group Index BR TGI 2019 I (2018 1s + 2018 2s) 1,8 milhão de leitores - 23.808 entrevistas / Software: Choices4 • Imóveis: 4,3 milhões de usuários únicos em momento de compra ou locação (Navegg - Outubro/19) • Estadão.com.br: 28,3 milhões de usuários únicos (Google Analytics - Out.19) • Casa & Construção: + 3,3 milhões de usuários únicos em momento de reforma ou decoração (Navegg - Outubro/19) • \*\*Rádio: [IBOPE EasyMedia - Alcance Máximo - Praça SP - Ambos os sexos - 5h às 24h - Todos os dias - Ago. a Out.19] 399 mil ouvintes • Eventos: +28 mil visitantes (estimativa interna) • Newsletters: +230 mil cadastros (estimativa interna) • Moving: + 1 milhão imóveis no mapa (estimativa interna) • WhatsApp: +550 mil cadastros (estimativa interna) • Podcasts: +788 mil downloads/mês (Libsyn e Triton - Outubro/19) • Facebook: + 6,9 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Facebook - 02/08/19) • Twitter: + 8 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Twitter - 02/08/19) • Instagram: + 1,6 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Instagram - 02/08/19) • LinkedIn: + 558 mil seguidores (LinkedIn - 02/08/19).

EM BUSCA DE SOLUÇÕES  
EFICIENTES E FERRAMENTAS  
INOVADORAS PARA O  
MERCADO IMOBILIÁRIO?

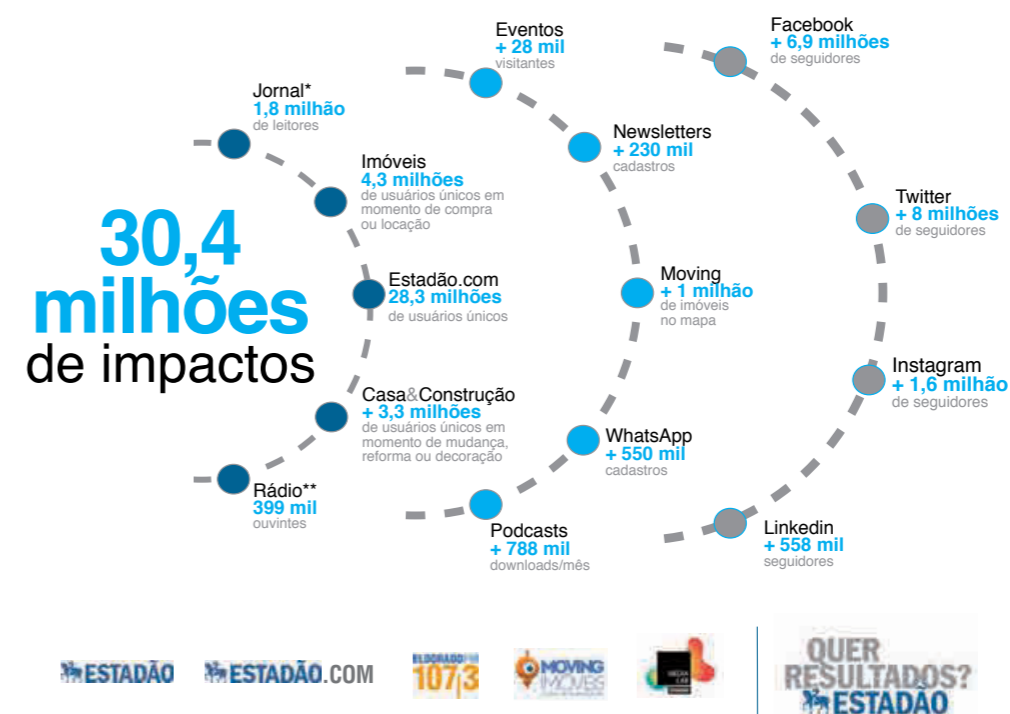


## NÃO BASTA SER VERSÁTIL, O MERCADO IMOBILIÁRIO BUSCA PERTINÊNCIA.

Voltado para a demanda das **maiores marcas** atuantes no País, o **Media Lab Estadão** apresenta soluções e ferramentas eficientes que resultam na geração e qualificação de leads. Com uma equipe dedicada à produção de vídeos, textos interativos, áudios, conteúdos em web séries, podcasts, infográficos animados, quizzes e listicles, utiliza ferramentas jornalísticas a fim de levar informações **relevantes** e prestar serviço qualificado à audiência das multiplataformas. Ela é também responsável pela realização de grandes eventos como os Summits. No Grupo Estado, desde o ano 2000, desenvolvemos uma série de **plataformas**, investimos em inovações tecnológicas com o objetivo de reduzir “gargalos” em diferentes estágios do processo de comercialização de um imóvel. O **Estadão.com** e seus **28,3 milhões** de visitantes únicos, o nosso **jornal impresso** – líder no segmento – e a **Rádio Eldorado** impulsionam o início do processo de lançamento, no momento em que o leitor busca se atualizar. Nosso **canal de Imóveis** no Estadão.com, capaz de impactar um público interessado nas novidades do setor, está em permanente evolução, oferecendo **conteúdo** jornalístico e serviços focados com informações **customizadas**. Hoje, no **Moving**, é possível acessar um banco de ofertas com mais de 1 milhão de imóveis, além de agilizar o acesso ao crédito e facilitar o fechamento da transação imobiliária. Proporcionamos experiências relevantes, sempre em sintonia com as qualidades da marca e em **formatos inovadores**. Pensou em pertinência? Pensou **Estadão**.



### PLATAFORMAS INTELIGENTES DO ESTADÃO:



ESTADÃO

ESTADÃO.COM

ELDERADO  
107.3

MOVING  
IMÓVEIS

WhatsApp

QUER  
RESULTADOS?  
ESTADÃO

Para saber mais • Atendimento à pessoa jurídica, em horário comercial: (11) 3856-2932 • [imoveispublicidade@estadao.com](mailto:imoveispublicidade@estadao.com)  
Pessoa física: 0800 055 2001 / (11) 3855-2001 • [anunciar.classificados@estadao.com](mailto:anunciar.classificados@estadao.com)

Fontes: • 30,4 milhões de impactos (a soma refere-se à soma direta das audiências de Jornal, Estadão.com.br e Rádio - desconsiderando a sobreposição entre os veículos) • \*Jornal: [Kantar IBOPE Media / Target Group Index BR TGI 2019 I (2018 1s + 2018 2s) 1,8 milhão de leitores - 23.808 entrevistas / Software: Choices4 • Imóveis: 4,3 milhões de usuários únicos em momento de compra ou locação (Navegg - Outubro/19) • Estadão.com.br: 28,3 milhões de usuários únicos (Google Analytics - Out.19) • Casa & Construção: + 3,3 milhões de usuários únicos em momento de reforma ou decoração (Navegg - Outubro/19) • \*\*Rádio: [IBOPE EasyMedia - Alcance Máximo - Praça SP - Ambos os sexos - 5h às 24h - Todos os dias - Ago. a Out.19] 399 mil ouvintes • Eventos: +28 mil visitantes (estimativa interna) • Newsletters: +230 mil cadastros (estimativa interna) • Moving: + 1 de milhão imóveis no mapa (estimativa interna) • WhatsApp: +550 mil cadastros (estimativa interna) • Podcasts: +788 mil downloads/mês (Libsyn e Triton - Outubro/19) • Facebook: + 6,9 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Facebook - 02/08/19) • Twitter: + 8 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Twitter - 02/08/19) • Instagram: + 1,6 milhões de seguidores nos perfis do Estadão (páginas do Instagram - 02/08/19) • LinkedIn: + 558 mil seguidores (LinkedIn - 02/08/19).



## Resultados

**+34% DE  
AUMENTO**

no faturamento do  
Grupo Estado com o

**SETOR  
IMOBILIÁRIO**

em comparação ao  
mesmo período de 2018

A campanha ficou

**184 DIAS NO AR**

**64 PÁGINAS  
DE ANÚNCIOS  
NO JORNAL  
IMPRESSO**

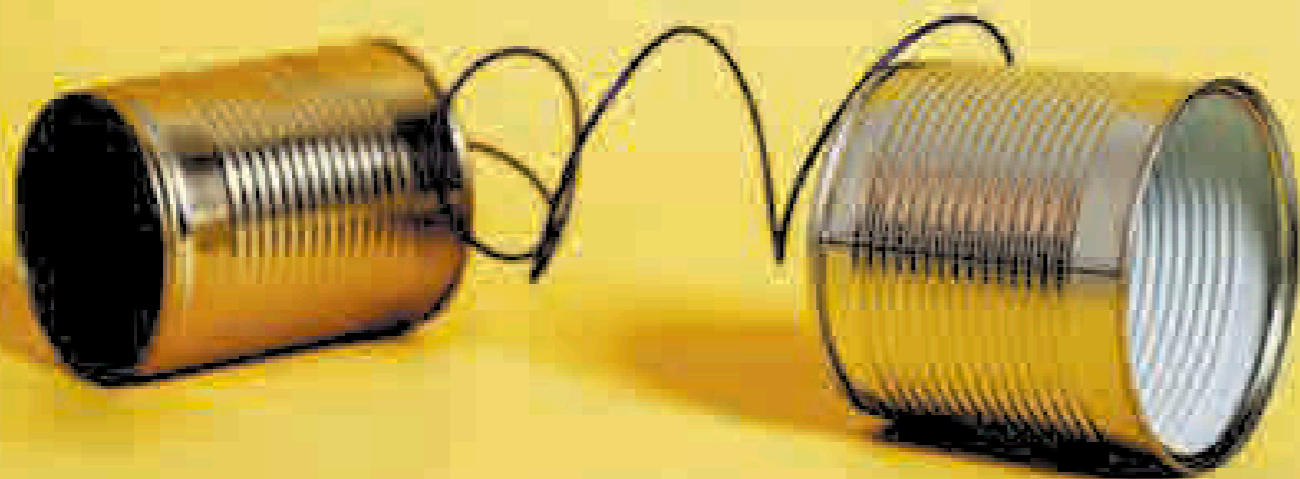
com investimento de

**R\$ 2,3 MILHÕES**

A estimativa final  
da campanha é de

**22.790.376  
IMPACTOS**

ANDA DIFÍCIL PROPAGAR  
SUAS MENSAGENS  
JUNTO AO MERCADO IMOBILIÁRIO?



Resumo do case

**CAMPANHA INOVADORA  
RADIOGRAFA COMO UM JORNAL  
IMPRESSO EXPANDIU SUA  
EXPERTISE E CREDIBILIDADE  
PARA OUTRAS PLATAFORMAS  
ON E OFFLINE PARA SE MANTER  
LÍDER NA PREFERÊNCIA DO  
MERCADO IMOBILIÁRIO COM  
RESULTADOS SEMPRE EXPRESSIVOS**

## **Créditos**

**Produção do case**

Scribas Produção de Conteúdo

**Edição**

Jorge Tarquini

**Direção de arte**

Marcio Penna

**Produção editorial**

Cristina Redoschi





**CRIAÇÃO DE VALOR  
PARA ALÉM DA  
MÍDIA IMPRESSA**



**PUBLICIDADE ARCHOTE**  
RUA JANDAIA, 72  
BELA VISTA, SÃO PAULO, SP  
01320-900