

TBWA

**The
Disruption[®]
Company**

"A era da experiência,
a resignificação de concorrência e o valor das marcas."

vamos olhar marcas de valor



UBER





Computadores



locadora
on line



UBER

aplicativo de
transporte urbano
privado



aplicativo de
hospedagem





Computadores



ferramentas para mentes criativas



locadora on line



on demand produção de conteúdo

UBER

aplicativo de transporte urbano privado



o futuro da mobilidade



aplicativo de hospedagem



viver a vida do nativo

mas como elas olham a
concorrência?

NOVA NOÇÃO DE CONCORRÊNCIA

2000s



VS



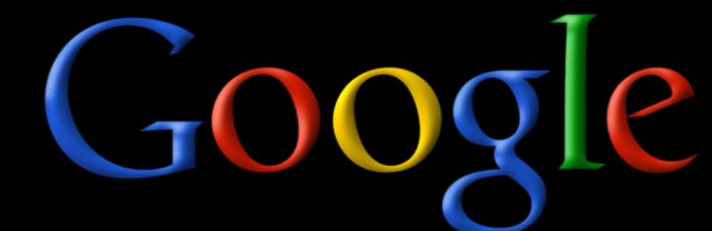
VS



2013



VS



VS



CALÇADOS ESPORTIVOS

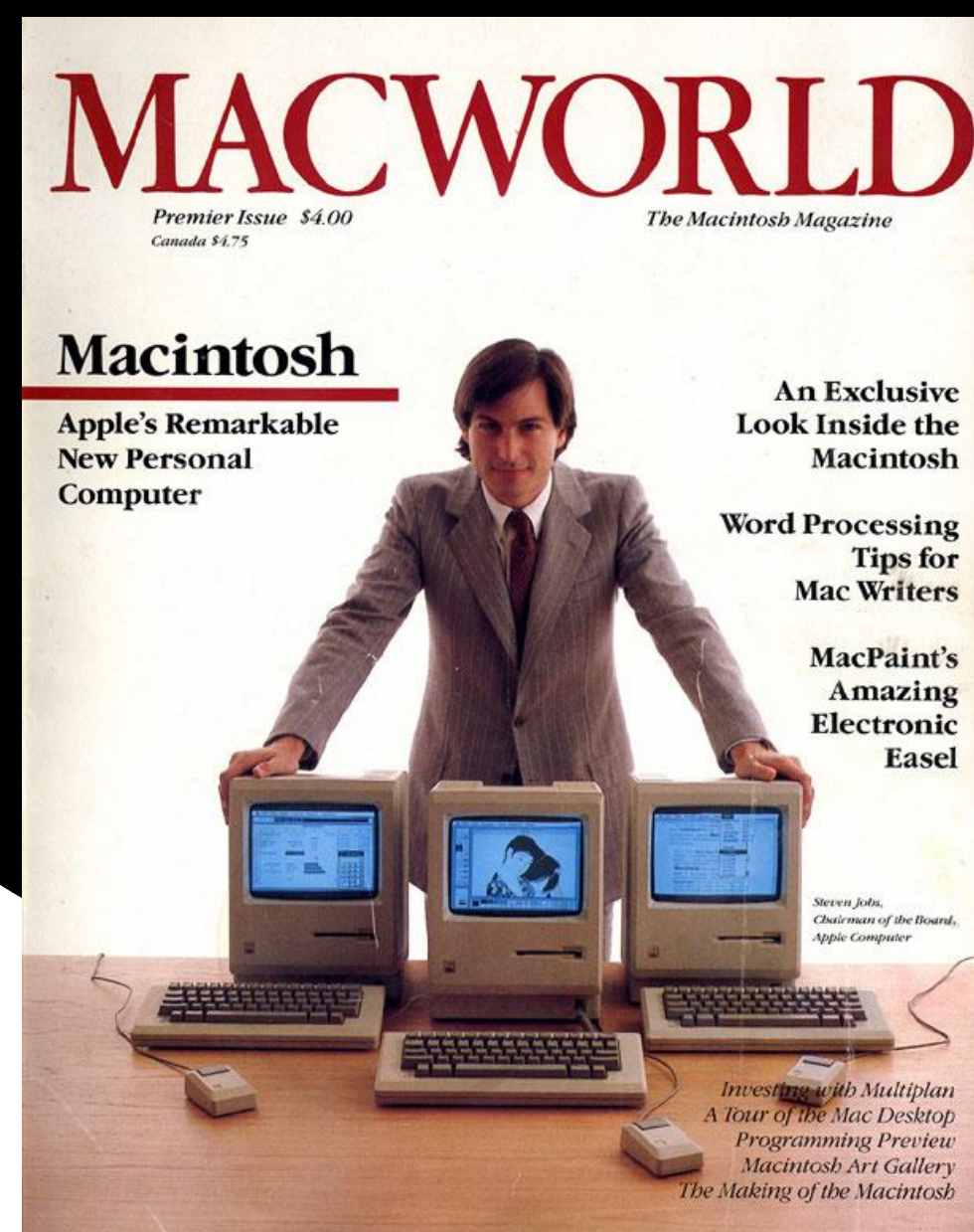


VIDA ESPORTIVA



NOVA NOÇÃO DE LIDERANÇA

90s
Anti-STATUS QUO



hj
EMPREENDORISMO



concorre com quem?



apple music X Spotify

computadores X dell, HP, etc.

celular X samsung, LG, etc

câmera X Canon, Nikon

apple TV TV, apple Watch, iPad...

concorre com quem?



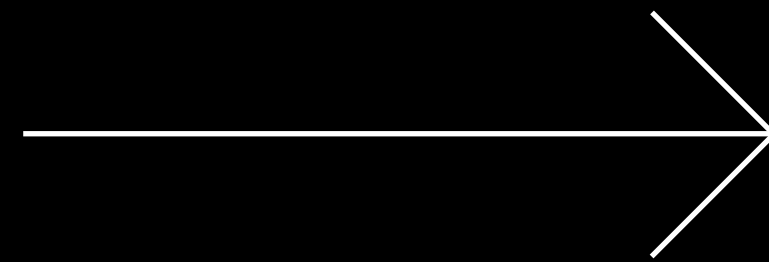
BlockBuster e locadoras de bairro

Net Now, apple TV, Sky, TVs
Abertas e Fechadas

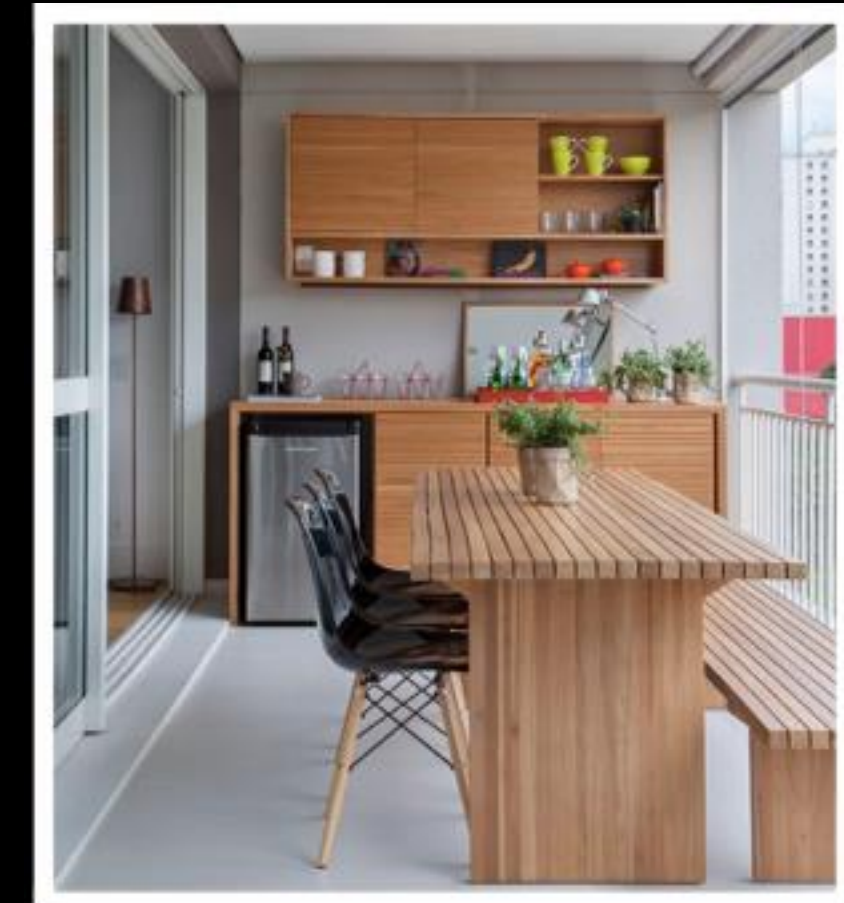
Canais de Filme: TNT, Telecine,
etc..

Hollywood

concorre com quem?



concorre com quem?

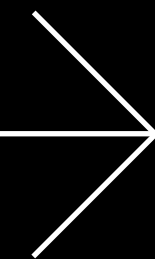


ou seja: podemos dizer que o maior
sonho do brasileiro (a casa própria)
tem aliados



NETFLIX





quando você amplia o seu olhar e
sua ambição, seu valor de marca
pode ampliar também!

NOSSA COMPETIÇÃO E A CULTURA



E A CULTURA NUNCA DORME

NÓS É QUE PRECISAMOS
MUDAR O COMPORTAMENTO
DAS MARCAS



layout
work in progress
final



layout
work in progress
final



layout
work in progress
final



**MULTI
SHOW**
AO VIVO

#LuanSantanoNoMultishow

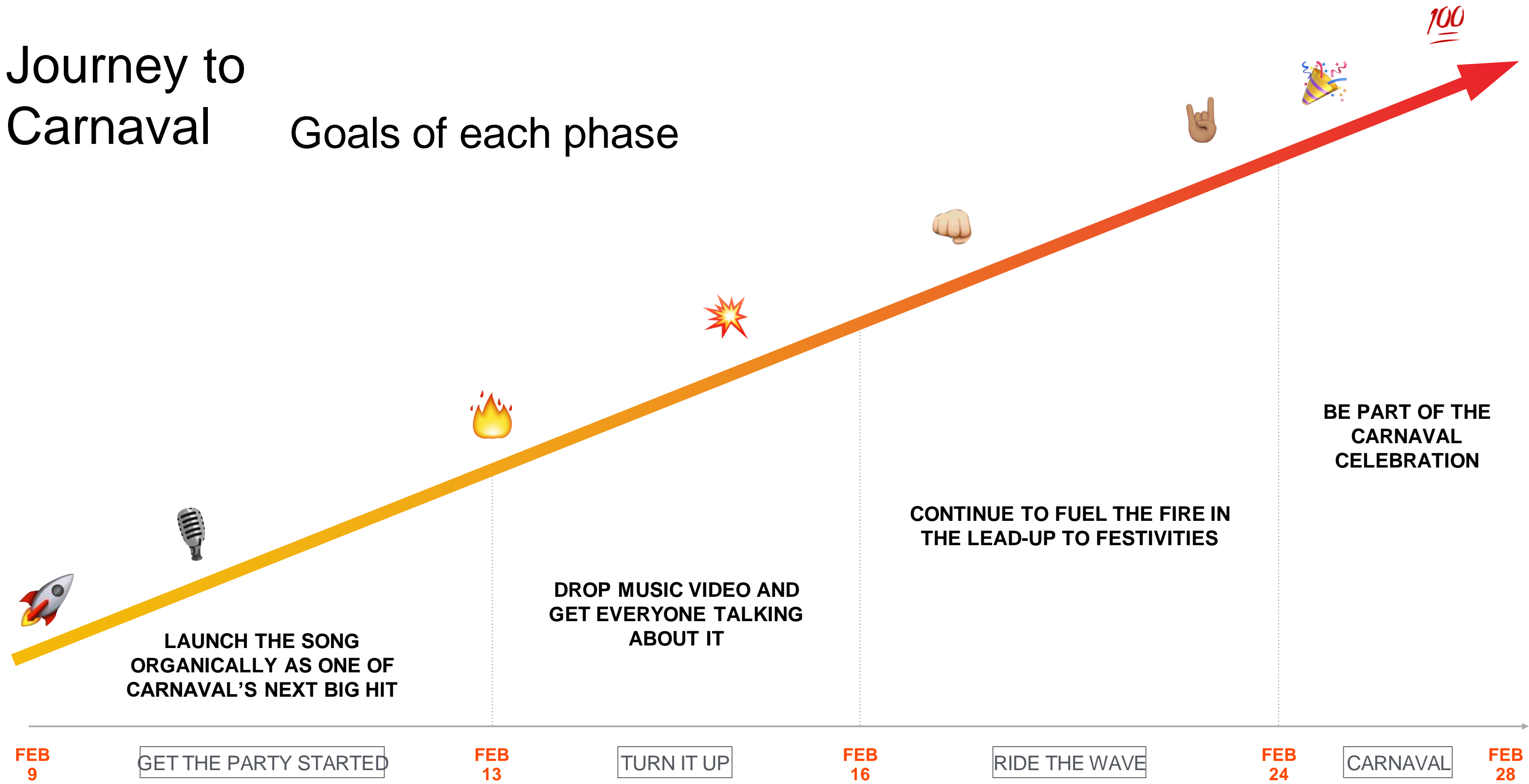
layout
work in progress
final

baianasystem



Journey to Carnival

Goals of each phase



e no que a cultura está
afetando nosso setor?

Pessoas saindo mais cedo da casa dos pais e indo morar sozinhas

Número de filhos caiu sensivelmente em média

Brasil é o 5º país do mundo em número de pessoas na classe média
uma classe média aqui maior do que Alemanha, do que Turquia ou Vietnam

Pra que tanta garagem se as pessoas não querem mais ter carro?

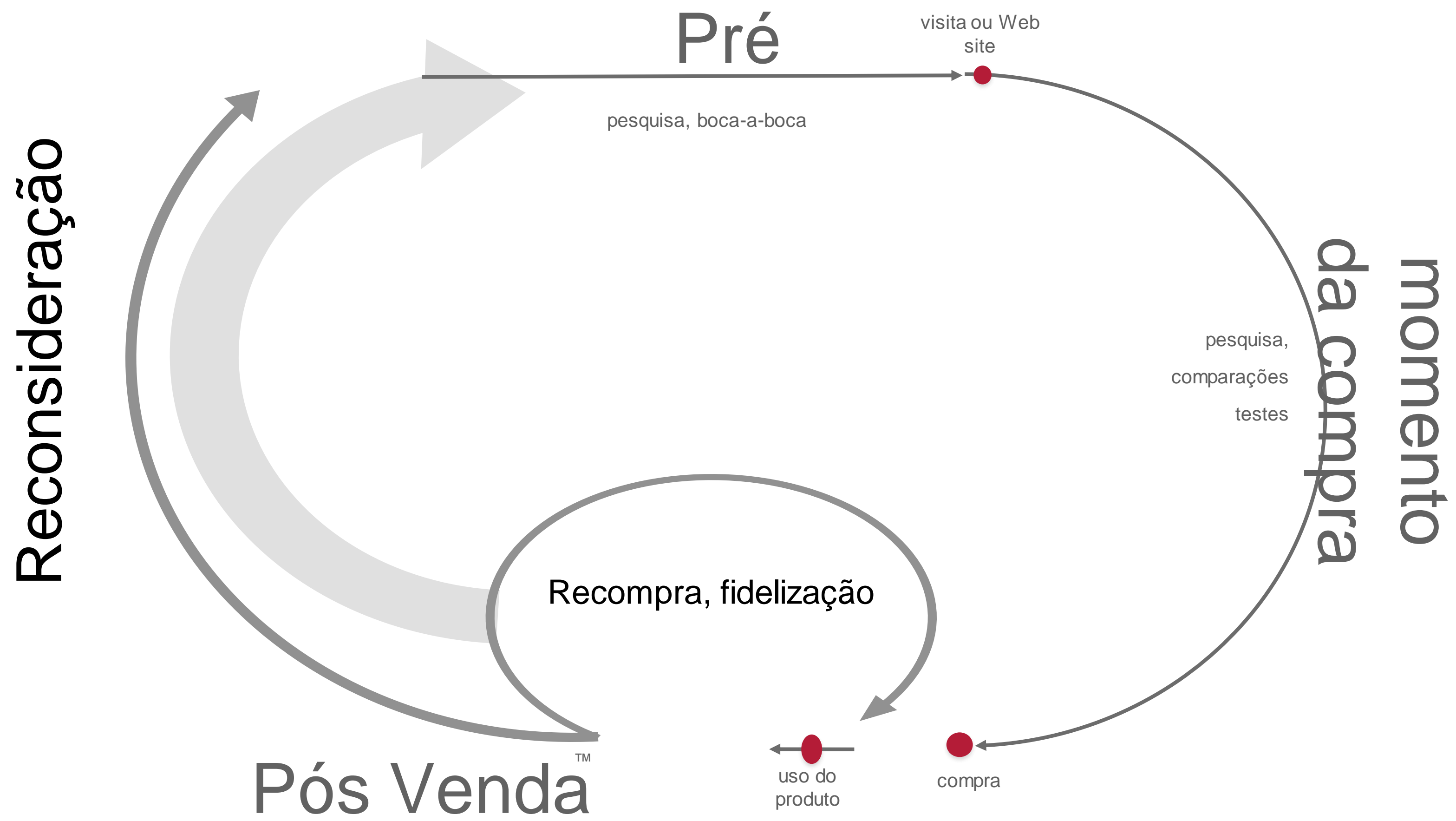
**Vocês estão em total sintonia com
sua audiência ?**

TEMOS DOIS OUVIDOS E UMA BOCA SÓ!

**AS VEZES A SOLUÇÃO TÁ NA CARA, NA TESTA DO PRÓPRIO
CLIENTE**

MAS ELE QUER APENAS SER OUVIDO, QUER ATENÇÃO!

**DAR ATENÇÃO TALVEZ SEJA O PRINCIPAL DIFERENCIAL DA
ADMINISTRAÇÃO DE UM CONDOMÍNIO**



COMO ERA O PROCESSO DE COMPRA DE IMÓVEL

Imobiliárias investindo em mídia de massa: outdoor, rádio, tv, jornal, revista, mala direta

Ativação e impacto nos consumidores finais

Corretores de imóveis se apropriando dessa força de Marketing com a promoção natural do imóvel

Cada um fazendo o seu próprio esforço de Vendas: ligação fria, visita fria, plantão, blitz

Comprou, pronto vamos para a próxima

quem é o nosso consumidor?







Doll hairstyling

Show more



Doll ear piercing

Show more



Gabriela, Girl of the Year, ear piercing

Show more



Doll spa deluxe package

Show more



Doll pampering plus package

Show more

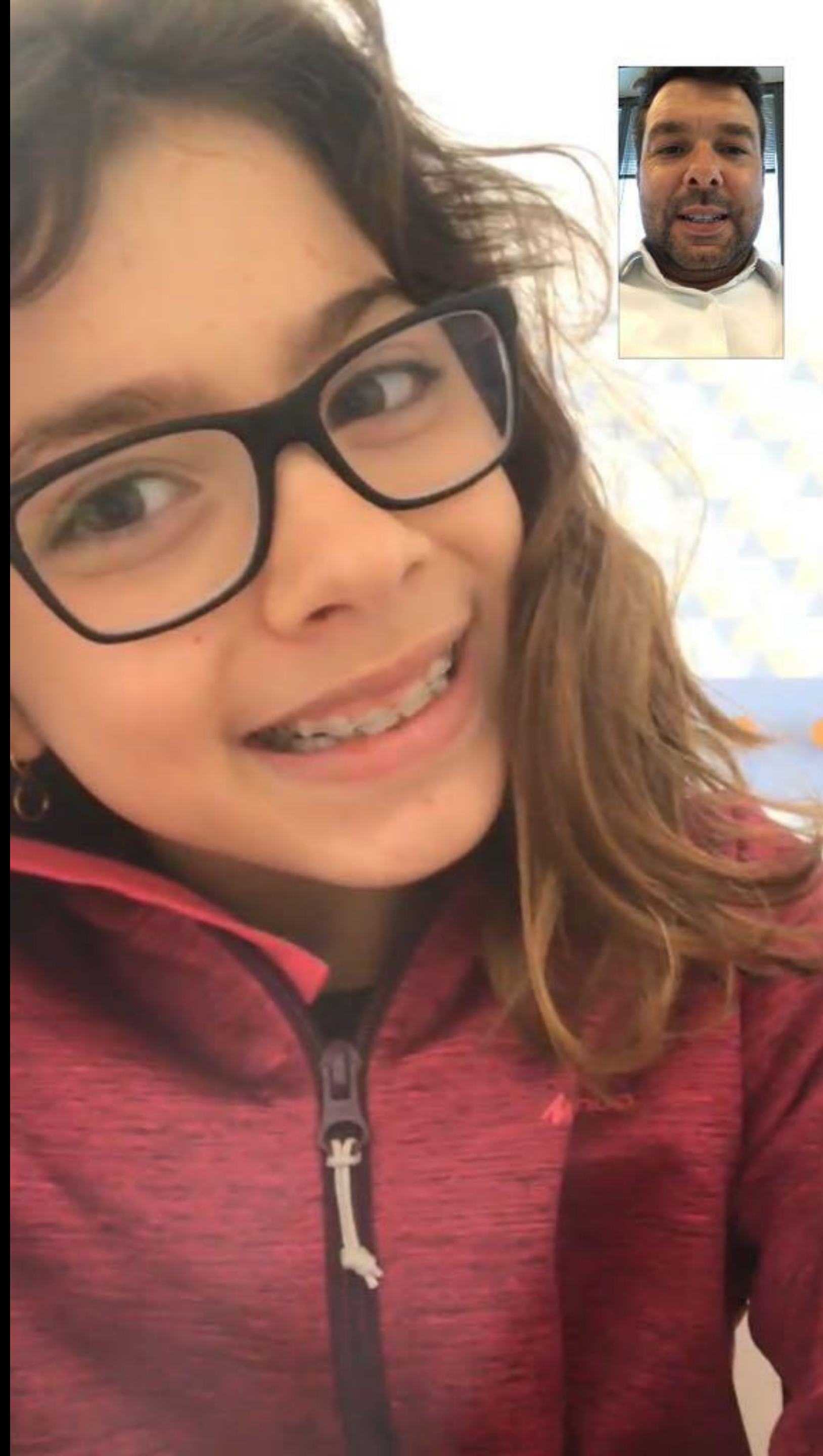


Doll hearing aid

Show more









American Girl ★

Directions

4.4 ★★★★★ 26 Google reviews

Doll Store

Upscale shop for specialty dolls & accessories (some with doll hair salons, photo studios & cafes).

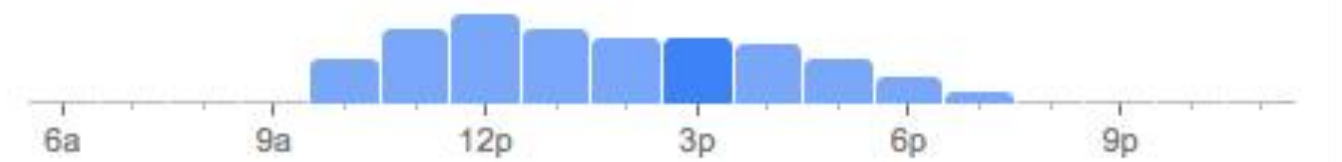
Address: 660 Stanford Shopping Center, Palo Alto, CA 94304, United States

Phone: +1 877-247-5223

Hours: Open today · 10:00 am – 8:00 pm

Popular times

Thursdays



Reviews

Write a review

- "I love american girl dolls but i wish i could get stuff for free."
- "...saw ANOTHER party being seated at the tables in the bistro."
- "I Always wanted a American girl doll."

← de The Epiphany Hotel, 180 Hamilton Ave, Palo Alto, C...
para Stanford Shopping Center, 660 Stanford Shoppin...

08:26 - 08:35 (9 min)



08:32 de Caltrain University Circle
Gratuito 7 min a cada 9 min

MAPA DE CRONOGRAMAS

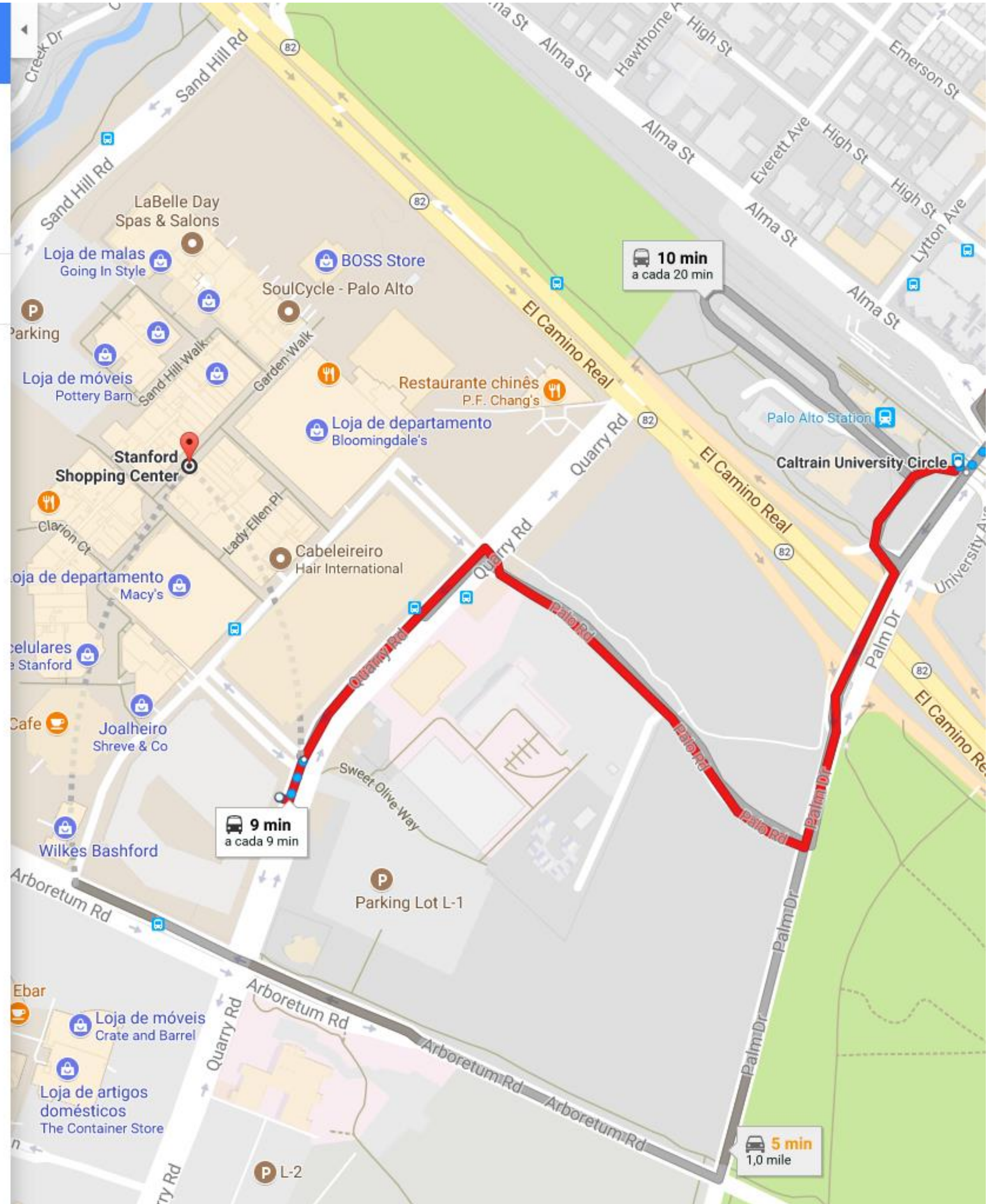
- 08:26** ○ The Epiphany Hotel
180 Hamilton Ave, Palo Alto, CA 94301, EUA
- A pé
Cerca de 6 min, 0,2 mi
- 08:32** ○ Caltrain University Circle
- Y2E2 (on Via Ortega)
3 min (2 paradas) · ID de parada: 66
- 08:35** ○ Quarry @ Sweet Olive
- A pé
Cerca de 1 min, 128 pés
- 08:35** ○ Stanford Shopping Center
660 Stanford Shopping Center, Palo Alto, CA 94304, EUA

Valor: Gratuito

Ingressos e informações

Stanford Marguerite Shuttle - +1 650-723-9362

Essas rotas servem apenas para fins de planejamento. Obras, trânsito intenso, fatores climáticos ou outros eventos podem fazer com que as condições sejam diferentes dos resultados no mapa, por isso é preciso planejar o trajeto levando tudo isso em conta. Obedeça a todas as sinalizações ou avisos que aparecerem em seu trajeto.



Shopping bag



Julie's Basketball Accessories

\$38.00

\$38.00 each

IN STOCK

Qty

This is a gift

[Save for later](#) [Remove](#)



Nanea's Dog, Mele

\$22.00

\$22.00 each

IN STOCK

Qty

This is a gift

[Save for later](#) [Remove](#)

**Como vamos nos relacionar
com quem vive o AGORA tão
intensamente?**

Em resumo - não importa o momento que o jovem está vivendo. Ele é sempre um ser

Agoracêntrico

Viver o AGORA é sua necessidade orgânica.

e não é só isso, infelizmente...

|| 00:01 | 02:36  **FASHIONTUBE** 

A influência do Online vs. Off-line no processo de decisão do consumidor:

- Ver fotos e/ou vídeos do imóvel: **50%** Online; 13% Off-line;
- Simular financiamentos: **46%** Online; 11% Off-line;
- Checar os valores de mercado e de venda do imóvel: **45%** Online; 13% Off-line;
- Comparar preços: **43%** Online; 15% Off-line;
- Comparar opções de imóveis: **41%** Online; 14% Off-line;
- Localização de Imóveis: **41%** Online; 19% Off-line;
- Informações sobre a incorporadora: **40%** Online; 12% Off-line;
- Consultar opções de planos de pagamento e financiamento: **36%** Online; 18% Off-line;
- Informações sobre a região/bairro: **36%** Online; 21% Off-line;
- Ler opiniões de especialistas: **33%** Online; 13% Off-line;
- Comparar plantas de imóveis: **32%** Online; 15% Off-line;
- Montar orçamento/planejamento da compra: **32%** Online; 18% Off-line;
- Consultar opiniões de compradores: **29%** Online; 18% Off-line;
- Agendar uma visita: 23% Online; 26% Off-line;
- Entrar em contato com vendedores e corretores: 23% Online; 21% Off-line.

Se o consumidor é assim para comprar, por que será diferente depois que comprou?

Cadê o app do seu condomínio?

Cadê o guia do bairro?

Cadê a mídia no seu elevador?

Onde estão os serviços agregados: lavagem a seco do carro, manicure, etc..?

COMMODITIES:

PONTOS

DE

VISTA

É O

DIFERENCIAL



QUAL SEU
PROPÓSITO?

mas tem que
fazer antes de
falar

NOW ALSO EMPLOYING PREGNANT WOMEN

[accenture.com/futuremakers](https://www.accenture.com/futuremakers)

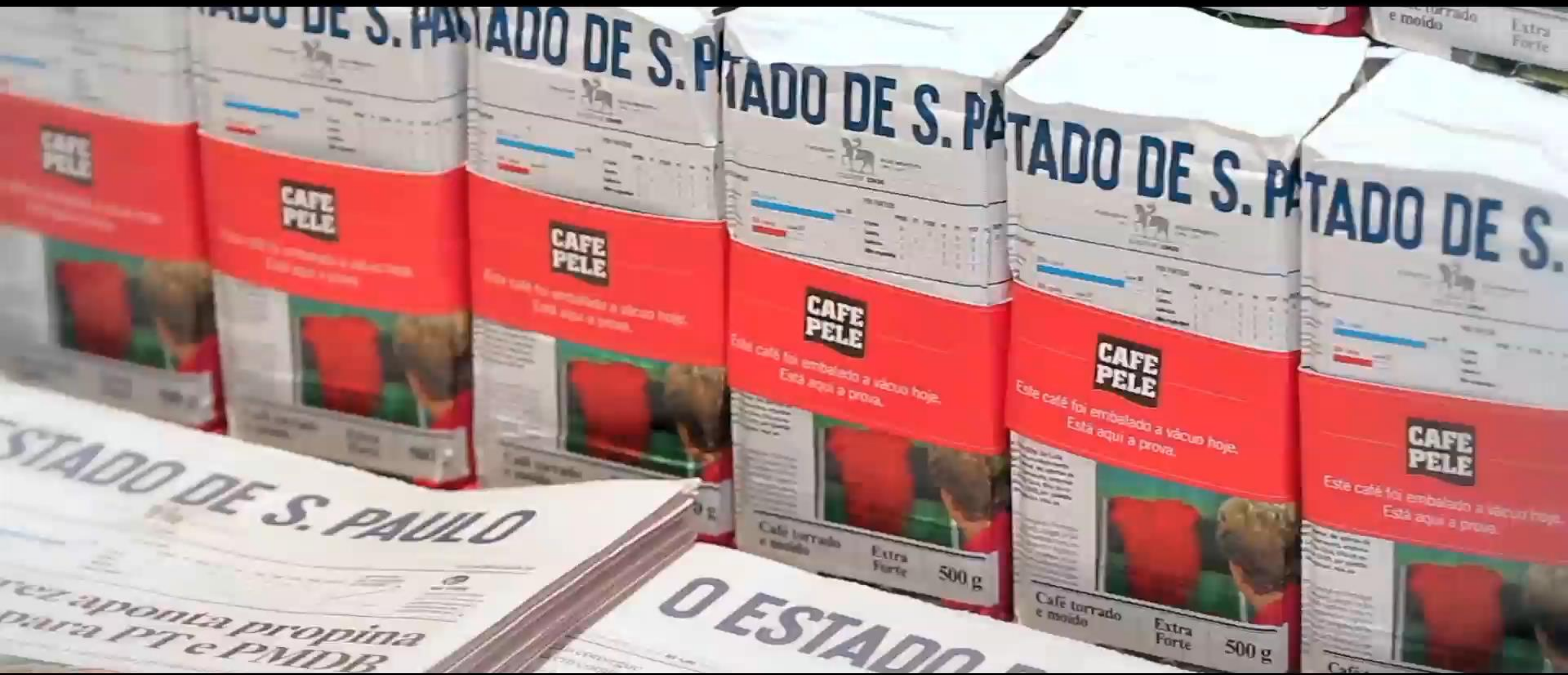
**E PARA SE COMUNICAREM
A COMMODITIE TÊM QUE
INOVAR**



layout
work in progress
final







ESTADO DE S. PAULO

ESTADO DE S. PAULO

ESTADO DE S. PAULO

ESTADO DE S. PAULO

CAFE PELE

CAFE PELE

CAFE PELE

CAFE PELE

CAFE PELE

CAFE PELE

ESTADO DE S. PAULO

vez aponta propina para PT e PMDB

O ESTADO

Este café foi embalado a vácuo hoje. Está aqui a prova.

Este café foi embalado a vácuo hoje. Está aqui a prova.

Este café foi embalado a vácuo hoje. Está aqui a prova.

Este café foi embalado a vácuo hoje. Está aqui a prova.

Café torrado e moído Extra Forte 500 g

Café torrado e moído Extra Forte 500 g

Café

MUITO OBRIGADO!

marcio@lewlaratbwa.com.br