

**R
AS
TRO**

**Tagline / Campanha
institucional / Aplicação
visual**
VHITA

1 • VISÃO GERAL

Esta proposta contempla o trabalho de concepção, direção criativa e produção da campanha institucional da Vhita. A marca concluiu um amplo processo de construção estratégica com propósito, posicionamento, públicos prioritários, territórios e pilares de comunicação, além de uma identidade visual já operacional.

A partir desta base, nosso desafio é transformá-la em movimento: queremos que a marca seja lembrada, bem percebida e, principalmente, desejada por quem tem mais de 40 anos e busca uma suplementação que evolui com o corpo — a tempo de aquecer o público para a Black Friday.

2 • ENTREGÁVEIS

- Tagline proprietária, com defesa conceitual e regras de aplicação.
 - Plano de conteúdo, com narrativa aplicada para as três ondas da campanha.
 - Campaign Key Visual (PDF) e playbook de aplicação visual.
 - Mockups e templates por canal (Instagram, CRM, banners de site e mídia paga).
 - Produção audiovisual e end-card, nos formatos 1:1, 4:5, 9:16 e 16:9. *
- *orçado e apresentado posteriormente, após o fim do planejamento.*
- Conteúdos finais, produzidos em packs por ondas, com assets e arquivos editáveis.

3 • ESCOPO

O trabalho segue o método DE.CODE / EN.CODE / RE.CODE, proprietário da Rastro, que combina análise, estratégia e ousadia para criar rastros que rompem o algoritmo. A metodologia é aplicada em versão compacta no início (sem imersão, pesquisa de concorrência ou reconstrução de posicionamento) e ganha corpo na tradução criativa, no sistema visual e no plano de ativação. As frentes verbal e visual correm em paralelo.

3 • ESCOPO

ETAPA 1 | BRIEFING, NIVELAMENTO & P.O.V.

Ponto de partida (kickoff)

Reunião inicial entre as lideranças da Rastro e da Vhita, para alinhamento de prazos e expectativas de sucesso. Queremos escutar e aprender sobre o modelo de negócio e os objetivos estratégicos, e compreender as percepções das lideranças sobre a comunicação atual e o que almejam neste novo capítulo da marca.

- Visão Geral de Processo & Entregáveis
- Alinhamento de Materiais a Receber
- Olhar Crítico Atual & Expectativas da Campanha
- Alinhamento de Cronograma Detalhado

Debrief interno.

Etapa dedicada à análise aprofundada da nova plataforma de marca, assim como de todos os materiais de pesquisa e direcionamento estratégico disponibilizados pelo cliente. Neste momento, consolidação dos principais aprendizados e direcionamentos já definidos para a campanha institucional, traduzindo-os em um Brief Criativo que orienta o desenvolvimento da *Tagline* e do *Key Visual* da campanha. Diferentemente de uma etapa tradicional de Discovery e Planejamento, este é um momento focado na absorção do posicionamento da marca e da estratégia de ondas da campanha, transformando esses insumos em direcionamentos criativos acionáveis para a equipe.

- Análise de materiais estratégicos disponibilizados
- Briefing criativo para desenvolvimento da *Tagline* e do *Key Visual*
- Estratégia de canais para desdobramento da campanha
- Mapeamento de REFS e oportunidades, que orientam a ideação
- Point of View de campanha: Síntese que orienta o conceito e a direção criativa.

Duração estim.: 1 semana

Entrega(s): Debrief Criativo (PDF)

3 • ESCOPO

ETAPA 2 | CONCEITO E TAGLINE

É a etapa em que o material assimilado vira ideia: traduzimos o posicionamento e os territórios da Vhita em estratégia criativa concreta, a âncora verbal e as narrativas capazes de diferenciar a marca e criar memória num mercado saturado de suplementação.

A partir de sprint criativo interno, nascem a tagline, fio condutor de toda a comunicação; a Big Idea que sintetiza o território escolhido; e a mensagem central que se desdobra, com território próprio, em cada uma das três ondas.

Atividades:

Tagline (primeiro entregável): Rotas de tagline a partir da plataforma existente, com defesa conceitual e refinamento da versão aprovada — alinhada aos três territórios e ao posicionamento 40+, com propriedade verbal, memorabilidade e aplicabilidade em todos os formatos. É o fio condutor de toda a comunicação.

Big Idea: Um claim criativo poderoso que sintetiza o território escolhido.

Mensagem central da campanha: A ideia-âncora que se desdobra nas três ondas.

Narrativa e desdobramento das três ondas: Cada onda com o seu território próprio, sob o mesmo conceito e a mesma tagline.

Ideias de conteúdo (até 4/onda): Para a construção dos Key Visuals.

Roteiros p/ Films In-Stream (até 5)

Roteiros p/ Bumpers (até 5)

Film Hero, roteiros e mood. Ideia de filme, pré-roteiro e moodboard, mais roteiros para os Films In-Stream (até 5) e Bumpers (até 5), como briefing para a produção.

Creative rollout: Diretrizes de mensagem e CTAs para awareness, consideração e conversão, por onda.

Duração estim.: 1~2 semanas

Entrega: Concept de Campanha (PDF).

3 • ESCOPO

ETAPA 3 | SISTEMA VISUAL & DIRECIONAIS

Partimos da identidade de marca já desenvolvida pela Vhita e derivamos dela uma linha de comunicação visual própria para a campanha: um Look & Feel consistente e reconhecível em diferentes formatos e canais, com diretrizes de uso de tipografia, cores, elemento gráfico e fotografias e exemplos prontos para guiar a produção.

Entregamos um playbook que padroniza a aplicação nas três ondas e direcionais que fazem a plataforma de marca viver, de forma prática e acionável, no dia a dia do time.

Atividades:

Campaign Key Visual : Defesa de conceito criativo e visual e linha de comunicação visual com diretrizes de uso de tipografia, cores, elemento gráfico e fotografias — o Look & Feel da campanha em diferentes formatos e canais.

Playbook & regras de aplicação: Composição de layout, grafismos, ícones, cores e tipografia, aplicados de forma consistente às três ondas.

Aplicações e templates: Social Media Templates (2peças estáticas/onda, 6 no total) e aplicações-exemplo (até 4 mockups) para Instagram (feed e stories), CRM, banners de site e dark-posts.

Direcionais para a plataforma: Tipografia (uso da família existente: escalas, pesos, aplicações), iconografia (uso do sistema atual) e imagens/fotos/texturas (mood, critérios e o que evitar) — conteúdo estruturado para integração online.

Duração est.: 2~3 semanas.

Entrega: Key Visual Playbook (PDF) + documento de conteúdo estruturado para integração online.

3 • ESCOPO

ETAPA 4 | PLANO TÁTICO

Sprint de planejamento para transformar o conceito em plano de ativação: organiza a campanha nas três ondas, define canais, fases e indicadores de sucesso e desdobra as ideias em conteúdo pronto para ganhar as telas. É a ponte entre a estratégia criativa e a execução, que materializa em ativos acionáveis o que foi decifrado, preparando a campanha para entrar no ar.

Atividades:

Estratégia de canais e fases: como a campanha se organiza nas três ondas e como cada canal (YouTube, Instagram, CRM, banners de site) é ativado em cada fase.

Indicadores & KPIs por onda: métricas de sucesso por fase (awareness, consideração, conversão).

Planejamento de conteúdo: desdobramento das ideias em calendário/packs de conteúdo por onda, com peças-exemplo. (já existe; só amarrar a "packs por onda".)

Direção criativa de pré-campanha: validação dos direcionais criativos, look & feel e composição antes de a campanha ir ao ar; alinhamento final do que segue para a produção.

Orçamento e detalhamento das frentes de produção: organização e dimensionamento do que será produzido em cada onda.

ETAPA 5 | PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS DE CAMPANHA

Com o sistema visual aprovado, a produção dos conteúdos é conduzida pela Rastro em sprints faseados por onda — peças e copys desenvolvidas em ciclos definidos de produção, aprovação e ajustes, com feedbacks consolidados via planilha para manter ritmo e qualidade a cada entrega. É onde a Big Idea e o Key Visual viram os materiais finais que colocam a Whita em movimento no mercado.

Produção dos conteúdos: Sprints faseados por onda. Contempla a produção de peças e copys (estáticas, carrosséis, motions, capas e thumbnails), com ciclo de produção, aprovação e ajustes consolidados via planilha.

Volumetrias:

- 12 Peças estáticas branded (4 por onda)
- 3 End Card / Still

Produção audiovisual*: A partir da aprovação do roteiro e da direção criativa da campanha, apresentaremos os respectivos orçamentos de produção AV para aprovação da Whita e, com isso, iniciamos a produção/captação dos conteúdos audiovisuais da campanha (filmes e bumpers), além da assinatura sonora.

Volumetrias:

- Filme In-Stream (até 5; 30s/15s)
- Bumpers (até 5; 5-6s)
- Assinatura sonora (áudio de 1-2s), aplicada a todos os vídeos.

**Orçamento Prod. AV: o investimento em produção audiovisual será apresentado em proposta complementar a esta, após o fim do planejamento, uma vez que haja mais clareza sobre a natureza do material a produzir, com a ideia já descida em roteiro e direção criativa previstos nesta proposta.*

3 • ESCOPO • OPCIONAL

ETAPA 6 | FEE DE ACOMPANHAMENTO

Uma vez que a campanha entre no ar, a Rastro se coloca à disposição para um acompanhamento estratégico e recorrente, ao lado do time da Vhita, uma camada contínua de leitura de resultados e direção. O foco é de performance e decisão, a gestão de mídia e das redes segue internamente com a Vhita, e a Rastro atua como a camada de liderança que lê, interpreta e orienta.

Leitura de performance: análise conjunta dos resultados (investimento e retorno de mídia, alcance, engajamento, conversão e resultados de negócio), a partir dos relatórios e dados fornecidos pela Vhita. Recomenda-se o envio dos relatórios com pelo menos dois dias de antecedência à reunião, para que o time tenha tempo hábil para analisar o material.

Ajustes de rota e otimização: o que reforçar, o que redistribuir, quais criativos e canais priorizar e como realocar o investimento entre as narrativas/ondas.

Apoio à decisão: direcionamento estratégico para os próximos passos, à medida que os aprendizados aparecem.

Checkpoints com o time: reuniões com as lideranças de Estratégia, Mídia/BI e Social Media da Rastro.

O que precisamos da Vhita: relatórios e dados de mídia, social, talkability e negócio, mensurados e compartilhados pela Vhita.

Duração: Mensal com reuniões remotas quinzenais, com duração de até 1 hora cada.

Entrega: Documento de Análise e Recomendações Rastro que formaliza os principais pontos discutidos durante a reunião, consolidando as análises realizadas e as recomendações da Rastro para os próximos passos e otimizações da campanha, via Vhita.

Não contempla:

- planejamento, compra/operação de mídia
- gestão/postagem das redes sociais
- produção de novas peças além do escopo principal
- produção de relatórios ou dashboards*

*Os dados deverão ser enviados já consolidados em formato de relatório. A análise de dados brutos não faz parte do escopo desta entrega.

4 | CRONOGRAMA

O projeto é desenhado para colocar a Onda 1 no ar em até seis semanas após o kickoff, com as frentes verbal e visual em paralelo. As Ondas 2 e 3 seguem na sequência, incorporando os aprendizados de cada fase.

ETAPA	S1	S2	S3	S4	S5	S6	→ BF
Kickoff & Debrief							
Tagline & Storytelling							
Key Visual							
Produção de Peças							
Fee Acompanhamento de Campanha (opcional)							

Janela indicativa; o detalhamento de datas por etapa acompanha a proposta. Onda 1 no ar em setembro; Ondas 2 e 3 na sequência, rumo à Black Friday.

5 • PREMISSAS E EXCLUSÕES

Esta proposta cobre a camada de estratégia, conceito, direção criativa, sistema visual, direcionais e produção dos conteúdos da campanha.

- Parte-se da plataforma de marca e da identidade visual já desenvolvidas e fornecidas integralmente pela Vhita. Não estão contemplados rebranding, revisão de posicionamento, reconstrução de identidade visual, manifesto, imersão estratégica, pesquisa ou estudo de concorrência e painéis semânticos.
- O sistema visual contempla um playbook, aplicado de forma consistente às três ondas.
- Não estão incluídos e, se necessários, são orçados em etapa complementar: a produção audiovisual (filmes 30s/15s, bumpers e assinatura sonora), dimensionada a partir do roteiro e da direção criativa; a compra e a operação de mídia, conduzidas pela Vhita; a integração técnica e a hospedagem da plataforma; e a compra ou o licenciamento de imagens de banco.
- Estão previstas rodadas de ajuste por etapa. A disponibilidade e o tempo de aprovação da Vhita influenciam diretamente o cumprimento do prazo de seis semanas.

6 • INVESTIMENTO

O investimento é apresentado por frente de trabalho e consolidado no fechamento da proposta.

Tagline / Campanha institucional / Aplicação visual

Investimento: R\$ 125.000,00

Todos os impostos inclusos.

Forma de pagamento: 2 parcelas de igual valor, 50% no início projeto e 50% no final da etapa 5 (produção de peças)

Fee de Acompanhamento

Investimento: R\$ 20.000,00/mês

Todos os impostos inclusos.

Forma de pagamento: Parcelas mensais



**R
AS
TRO**

CONTATO

Lucas Djahjah & Fábio de Medeiros — Comercial

lucas.djahjah@agenciarastro.com.br · +55 (21) 99263-3962

fabio@agenciarastro.com.br · +55 21 99147-1923