

Cuiabá, 18 de novembro de 2022

A

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Av. Historiador Rubens de Mendonça, 3920 Cuiabá - Mato Grosso - CEP 78049-938

Ref.: **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022**

Solicito esclarecimento abaixo:

Questionamento 1

Quais são os recursos e canais próprios da AMM (Associação Mato-grossense dos Municípios) que podem ser utilizados na estratégia da campanha?

Questionamento 2

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

11.3.4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, contemplando:

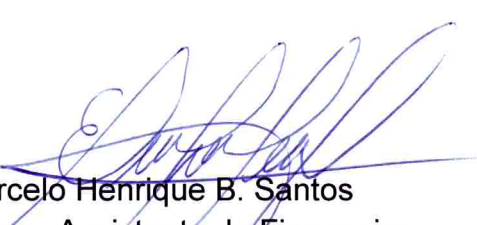


- I. Estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- II. Tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- III. Plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- IV. Simulação: dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.
- V. Plano de novas formas de publicidade digital: composto por planilhas com a indicação de uso de formas inovadoras de comunicação publicitária, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI);



Pergunta-se:

1. Referente ao item V sobre as novas formas de publicidade digital, é correto afirmar que nesse item incluem as redes sociais facebook e instagram, e os canais do google como a rede de display e o youtube?
2. Referente ao item V, podemos sugerir uma estratégia de impulsionamentos para redes sociais facebook e instagram?
3. Ainda referente ao item V, podemos utilizar as mídias do google, como a rede de display e o youtube na estratégia de mídia?



Marcelo Henrique B. Santos

Cargo: Assistente de Financeiro

EMPRESA: GENIUS PUBLICIDADE

Telefone: 65-3317-2302 / 65-99672-2332

E-mail: financeiro@genius.com.br

TCNPI: 26.787.440/0001-247
LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR
Av. Antártica, Nº. 1111
Bairro: Ribeirão da Ponte
CEP. 78.040-500

ICUIABÁ

MT. 1