

# Campanha de final de ano **SEBRAE**



*meta*  
pesquisa de opinião

Dê um **SEBRAE** nos seus planos

# Objetivo

A pesquisa estudou a campanha de final de ano promovida pelo SEBRAE e realizada pela empresa de publicidade LEW'LARA.



# Público Alvo

O público-alvo da pesquisa foi constituído por clientes SEBRAE, potenciais clientes e público em geral, de diferentes faixas etárias e de renda.



# Amostra

**6 Grupos focais**

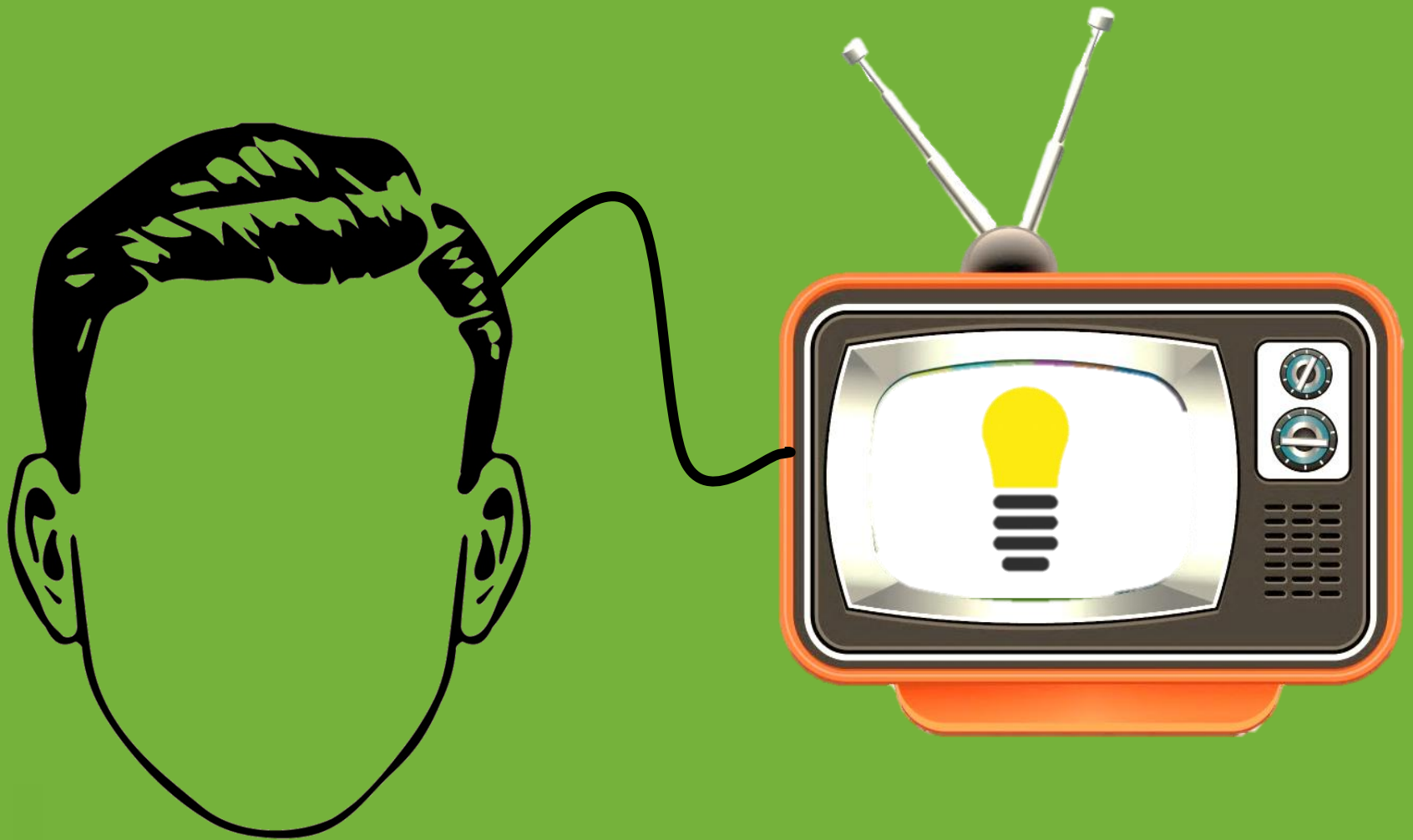
# 3 Cidades

- **São Paulo (2)**
- **Porto Alegre (2)**
- **Brasília (2)**

# VÍDEO



Qual a principal mensagem do comercial?



O vídeo transmitiu a ideia de que o SEBRAE é um parceiro importante e especializado para quem tem planos e sonhos de abrir um negócio.

“O SEBRAE é a “pessoa” especializada para ajudar.”

“Que com planos, com planejamento, a gente consegue resultados.”

“O SEBRAE é parceiro para realizar o que está engavetado.”

“O comercial te passa que tu tem planos, mas que tu nunca colocou em prática. Então vem pro SEBRAE colocar em prática.”

“O SEBRAE é um apoio pra quem tem algum sonho.”

*“O SEBRAE é uma ferramenta para tornar seu projeto um sucesso.”*

# Outros entendimentos no mesmo sentido

(que) “Se o empresário não souber como encaixar o seu projeto, o SEBRAE ajuda.”

“Parece que se colocam como especialistas em transformar os planos em resultados.”

“Tem que ter um planejamento e procurar realizar o que está planejando.”

“O que o SEBRAE (comercial) quer passar, é que eles têm especialistas, né. Pra tu chegar nos teus resultados.”

“Buscar o SEBRAE pra realizar os sonhos. Fazer acontecer, chegar ao resultado.”



# Outras mensagens passadas pelo comercial

“Pô, estou nessa fase, por que não pensar no SEBRAE em 2015?”

“Passou uma ideia de um convite. No dia a dia de uma pequena empresa, a gente fica afogado no operacional, nas coisas que tem que resolver, então todo mundo tem planos, tem metas e não consegue colocar em prática.”

**Fez pensar**

# 1 Palavra

**O que o comercial representa?**

# 1 Palavra

realizações

apoio  
planejamento  
projeto

planos

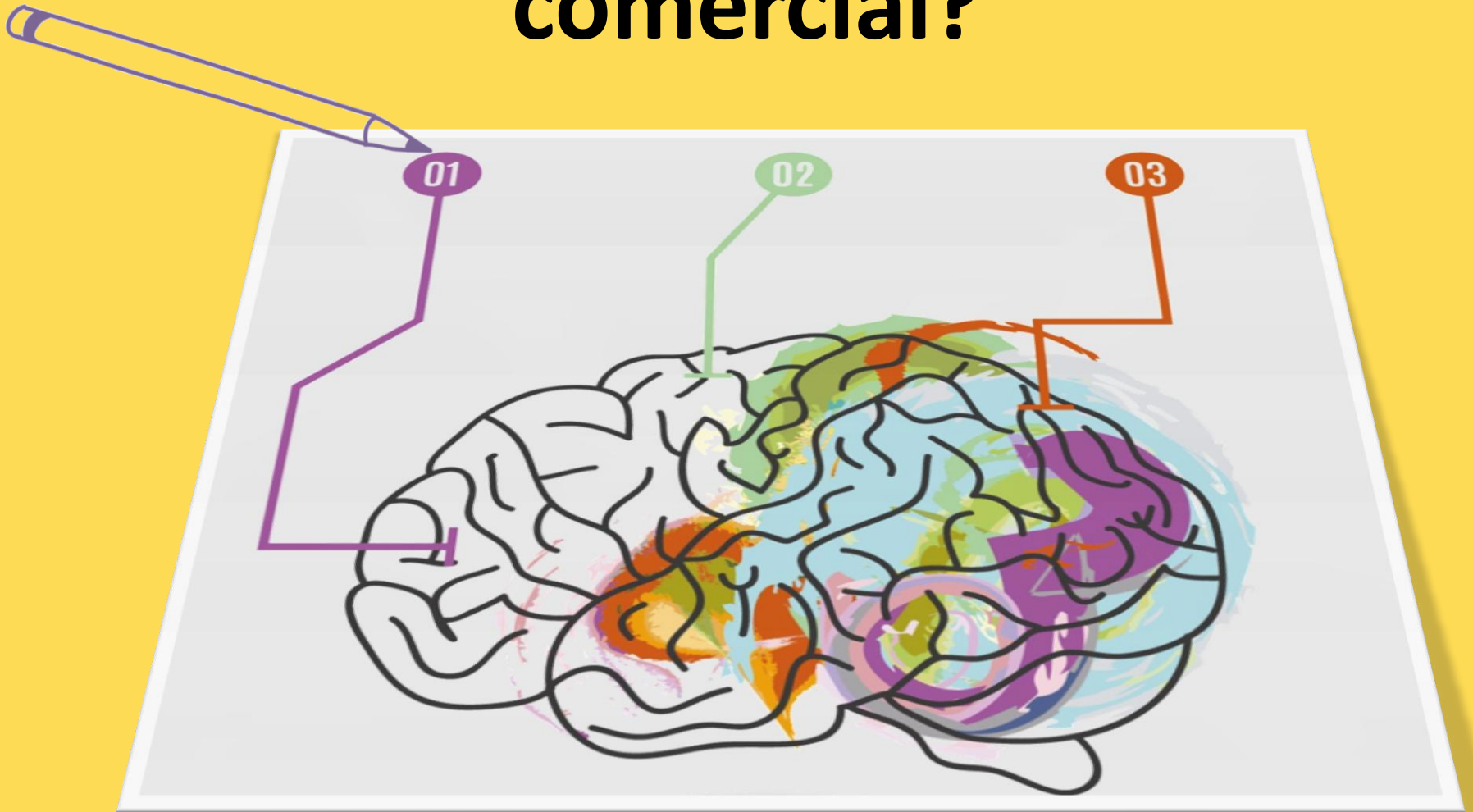
convite  
de grupo

resultados

positividade  
incentivo  
ferramenta

conquistas futuro  
praticidade sucesso  
início

# O que prende a atenção no comercial?



# O que prende a atenção no comercial?

O que prende a atenção no comercial é a ideia de planejamento para se alcançar os objetivos e a ideia de pôr em prática velhos sonhos.

“A ideia de futuro, de planejamento, transmitida.”

“Os projetos, planos.”

“A imagem ficou forte de você abrir a gaveta com a caixinha cheia de ideias e às vezes você não sabe como colocar em prática.”

*“Tirar da gaveta. Duas vezes o mesmo gesto, repetindo uma sequencia, ficou bem reforçado.”*

“O encaminhamento, o plano e o que foi feito para alcançar.”



**O Comercial Tem Identidade  
Com a Marca SEBRAE?**

# A maioria percebe identidade e relação entre o comercial e a marca **SEBRAE**

“Como fala de começar a empreender, pensa no SEBRAE.”

“Lembraria do SEBRAE mesmo sem o nome do SEBRAE no vídeo.”

“Não tem como não ligar o vídeo ao SEBRAE.”

“Pequenas empresas, grandes negócios... é a imagem estilo SEBRAE.”

Outros participantes, entretanto, principalmente localizados em São Paulo (e Brasília) não concordaram. Alguns relacionaram o vídeo com comerciais de instituições bancárias, sob um **viés negativo**.

“Cara de banco. Poderia ser um banco falando de planos e resultados tranquilamente. Lembra um banco total.”

“SEBRAE é diferente. Se não tivesse (o nome) não associaria.”

*“Pra mim a imagem do SEBRAE é irretocável, ninguém fala mal do SEBRAE. O fato de ser SEBRAE ajuda, o fato de ter cara de banco (..) prejudica. Isso seria um problema, visualmente lembrar um banco. Você vê o logo do SEBRAE e pensa: ‘ah, ok, é do bem’.”*

“Também me lembrou banco, mas não relatei com nenhum banco.”

“Itaú.”

“Eu demoraria um tempo pra ver que é SEBRAE. Precisaria ver várias vezes.”



## Mudança no padrão da propaganda.

*A mudança na abordagem, que antes era mais institucional, seca e direta, ganhou novo significado, apelando para o emocional, o que agrada a maioria.*

“O ponto foi querer ter um contato mais próximo com o cliente, no dia a dia. Nunca tinha visto campanha do SEBRAE assim.”

“Antigamente dava mais uma ideia de que eles estavam se vendendo. E agora que tão aqui pra ajudar.”

“Esta é uma propaganda diferente, geralmente tem uma formalidade maior, esta é mais familiar.”



Como os participantes contariam  
o comercial para um amigo?



# Contando a história do vídeo para um amigo...

Ao contar a história do comercial com suas próprias palavras, os participantes, na maioria das vezes, incluíram o nome do **SEBRAE** durante o processo.

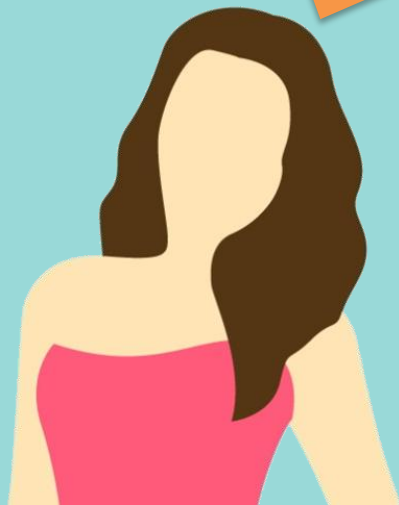
# Eu contaria....

“Contaria pro meu irmão, que eu vi um comercial mostrando o sonho de alguém, um sonho simples, que pode se tornar realidade. Talvez seja o nosso, que estamos há algum tempo tentando, mas tá faltando alguma coisa, que talvez a gente consiga no SEBRAE.”



# Eu contaria....

“Eu falaria pra um amigo que tem uma microempresa ou que está montando um negócio, que o SEBRAE tá ajudando. Ou se ele tem alguma dúvida, que o SEBRAE tá ali pra proporcionar a ele crescimento, né? Que eles elaboram os planos pra ele chegar nos resultados que pretende chegar.”



# Eu contaria....

**“Tinha uma pessoa com seus planos e tirou da gaveta e buscou quem pode ajudar. O SEBRAE como parceiro ajudou a realizar o sonho e alcançar os resultados esperados.”**





Opini3o dos grupos sobre os

**SONS DO COMERCIAL**





# Trilha sonora do comercial

## Percepções dos participantes

Passa uma  
tranquilidade

Animada

Música boa, sensível.

Alegre

“Uma musica de incentivo,  
acho que está boa.”

An illustration of two hands shaking. The hand on the left is wearing a red watch with a white face and an orange strap. The hand on the right is wearing a white shirt cuff. The background is a teal color with a dark teal diagonal stripe.

# Tempo de duração

Do comercial

# Tempo de duração

## Do comercial

Houve discordância sobre o tempo de duração:



### Positivo

“Rápido e preciso.”

“Achei dinâmico, gostei.”

“Eu achei rápido, mas achei bom, pra não se tornar exaustivo.”



### Negativo

“Foi muito rápido, isto é negativo.”

“Eu acho que podia ser um pouco maior”

“poderia ser um pouco mais devagar pra facilitar o entendimento.”



# CORES

**do comercial**

# CORES

Agradaram a maioria dos participantes:

*“Eu gostei das cores.”*

*“Bonito.” (a composição das cores)*

*“Bem identificado, bem nítido.”*

*“Não ficou poluído, ficou bom.”*

*“Achei que ficou bem... quanto mais colorido, menos sério... então ficou bom.”*

# Imagens do comercial



# IMAGENS

Bem avaliadas pelos participantes

“Claras.”

“Limpas.”

“Todas as imagens motivadoras.”

“Me agrada.”

“Dá prá captar a mensagem sem o som.”

“São imagens modernas.”

“Conseguiram dar foco.”

# Críticas ao comercial

As críticas foram pontuais, pouco recorrentes entre os participantes, destacando-se: tempo de duração e falta de informação do contato.

“Foi muito rápido, isto é negativo.”

“Não ficou claro como entrar em contato com o SEBRAE, como se comunicar, qual é o site.”

“É essencial mostrar o telefone e site”

“Eu acho que podia ser um pouco maior”



# Outra crítica ao comercial

Os cortes entre as cenas foram considerados muito rápidos por alguns participante, dificultando, em parte, o entendimento.

**Cenas um pouco mais longas seriam bem-vindas**

**“Eu não aumentaria o tempo, até por questões financeiras, mas diminuiria o número de cenas – deixaria cenas mais prolongadas.”**

# Os participantes mudariam algo no comercial?

“De novo, agora com mais emoção”



# Mudanças propostas

As principais sugestões referem-se ao conteúdo, ao tempo de duração, à divulgação de meios de contato e ao tom evocativo.

“Incluir site e telefone.”

“Tirar a utopia, trazer casos de sucesso.”

“Eu acho que foi muito rápido, as imagens passam correndo, poderia ser um pouco mais devagar pra facilitar o entendimento.”

“Devia fazer um chamamento ao público, como a CAIXA faz, vem conhecer.”

# NOTA

Para o comercial e peças

# Média para o comercial

*“Atingiu o objetivo. Tinha uma mensagem pra passar e foi passada com clareza, apesar de ser fragmentada, com muitas cenas... pra mim, ficou claro. Ficou na cabeça.”*

8,4

*“Gostei, foi simples, objetivo, deu pra entender a mensagem. Não teve nada que me desagradasse. É um comercial que dá pra assistir sem mudar.”*

*“Foi um comercial bem suave, gostei de assistir.”*

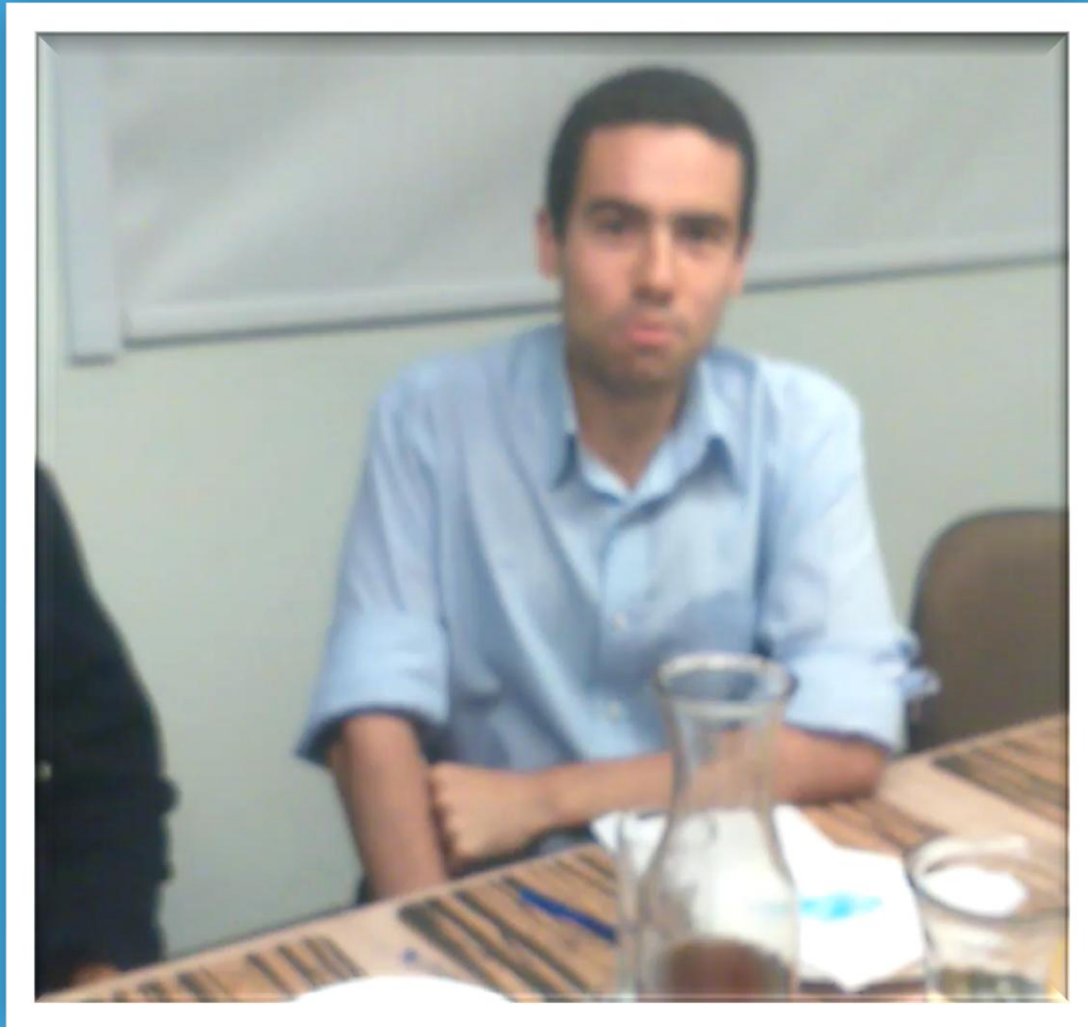
**Alguns participantes, apesar de terem gostado do comercial, consideram que, ainda assim, faltou alguma coisa**

**“Não achei inesquecível, mas ele manda sua mensagem.”**

**“Não está perfeito, tem algumas coisas que podem melhorar, mas a mensagem passou.”**

**“Se eu tivesse ocupada fazendo alguma coisa eu não ia parar e prestar atenção.”**

# Depoimento sobre o vídeo



# Peças



# Peça mais elogiada:

A maioria não faria nenhuma alteração.

## Mensagem:

“SEBRAE é um upgrade para a empresa.”

*“Achei legal, mão na massa.”*

*“Esse tem mais cara de empreendedor.”*

## “Pegada mais moderna.”

## Mudaria:

“A palavra **resultados** tem que ficar mais destacada e em letra maiúscula”



# Peça mais criticada:



## Mensagem:

**“Se quem fez queria deixar dúvida na gente, teve êxito.”**

*“Se não tivesse falando do SEBRAE parece que ele quer comprar uma roupa.”*

*“Ele quer comprar o que tem na loja? Um homem? Podiam por outra coisa. Não combinou.”*

## Mudaria:

**“Em vez de ter a loja pronta, colocaria ele num espaço vazio, ele montando uma loja, ou vendo um espaço para alugar.”**

# Críticas comuns a ambas



Abriu uma empresa que dê **resultados** está nos seus planos?

Dê um Sebrae nos seus planos. E dê um Sebrae nos seus resultados.

#QueroMeusPlanos

Quem tem seu próprio negócio e quer melhores resultados tem um bom motivo para procurar o Sebrae. E quem tem planos de abrir sua empresa, também. É sempre bom contar com especialistas na hora de empreender, inovar e crescer. Procure o Sebrae, especialistas em pequenos negócios.

SEBRAE



Melhorar os **resultados** dos seus negócios está nos seus planos?

Dê um Sebrae nos seus planos. E dê um Sebrae nos seus resultados.

#QueroMeusPlanos

Quem tem seu próprio negócio e quer melhores resultados tem um bom motivo para procurar o Sebrae. E quem tem planos de abrir sua empresa, também. É sempre bom contar com especialistas na hora de empreender, inovar e crescer. Procure o Sebrae, especialistas em pequenos negócios.

SEBRAE

Muitos consideraram o fundo das duas peças escuro.

# Críticas comuns a ambas



**#hashtag** em letra cursiva dificulta a leitura

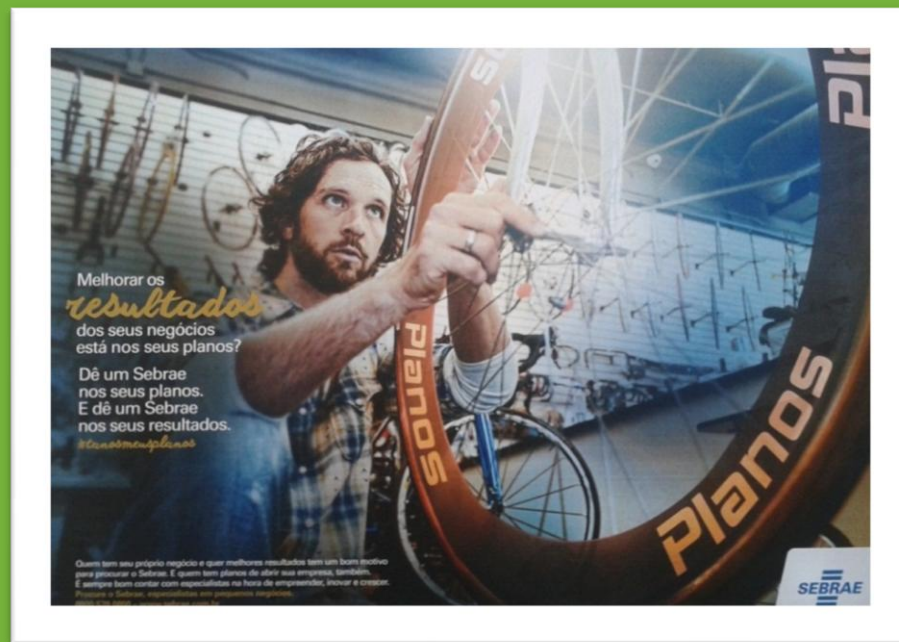
“ Não dou 10, só por um detalhe: hashtag me incomodou. Levei um tempo pra entender.”

~~#Tanosmeusplanos~~

#Tanosmeusplanos

# Comparação entre as duas peças

# Maiores notas



Recebeu notas bastante altas

8,5

# Menores notas



6,7



*“Não passa a ideia de que ele quer empreender em algo.”*

# Considerações finais





# O vídeo

Foi bem avaliado, causando

boa impressão quanto a mensagem e formato.



# Vídeo



Os entrevistados compreenderam  
claramente a ideia transmitida



Embora o apelo emocional tenha sido percebido como agradável não foi considerado impactante por parte de alguns entrevistados.

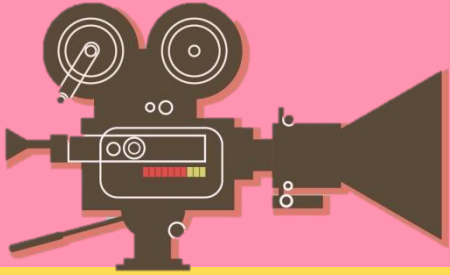
# Vídeo

- Boa identificação entre o material publicitário e a marca **SEBRAE**



Isso é **SEBRAE**

# Imagens



sons



&



Cores

em harmonia

Gerou interesse em saber mais sobre o **SEBRAE**.

O **SEBRAE** parece um bom apoio  
para concretizar os meus planos



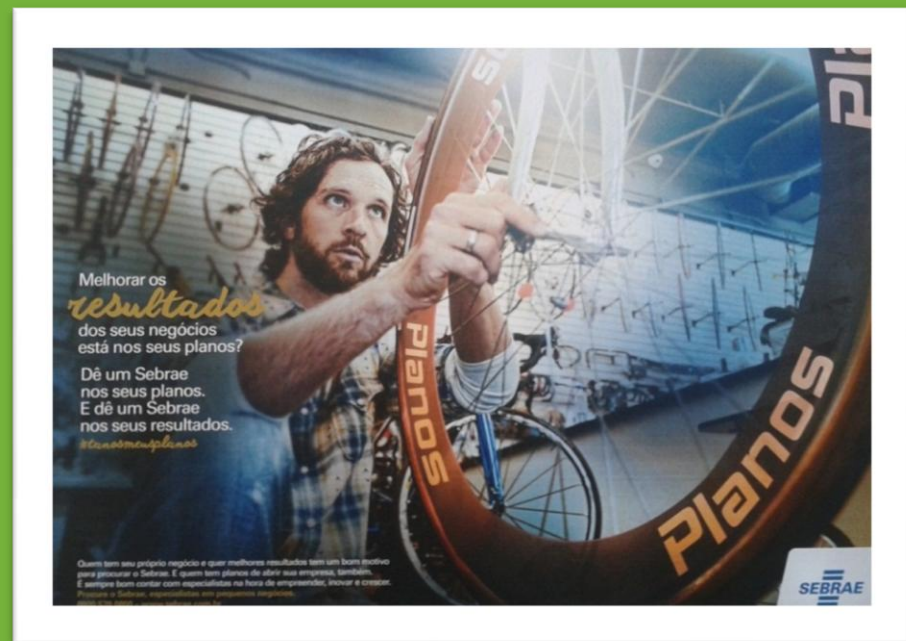
# Materiais impressos

Avaliados positivamente, entretanto com algumas ressalvas quanto a cores, fundo e uso excessivo de programas edição de imagens, principalmente no material do “homem olhando para loja”.



# Jogos visuais inspiram

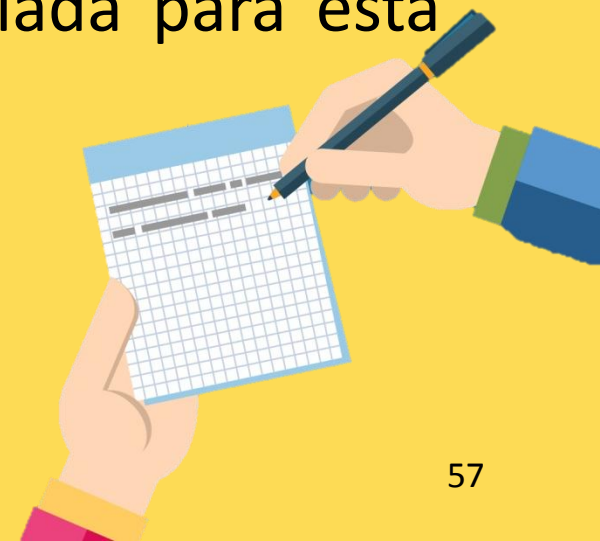
“Na bicicleta, o olhar pra cima significa que estou crescendo.”



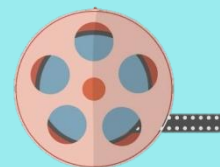


# Em síntese...

A campanha de final de ano do **SEBRAE** foi compreendida e aprovada pela maioria dos participantes, cumprindo os seus objetivos, instigando o empreendedorismo e apresentando o SEBRAE como uma ferramenta apropriada para esta finalidade.



# Ajustes sugeridos



❖ Informar e enfatizar os meios de contato com o SEBRAE (telefone e site);

❖ Tornar as cenas do vídeo mais prolongadas;

❖ Acentuar o tom emocional e evocativo do vídeo;

❖ Clarear o fundo dos materiais impressos;

❖ Melhorar a transmissão da ideia pretendida do impresso do homem olhando a loja;

❖ Alterar o formato da letra da hashtag para possibilitar melhor compreensão.



## UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA SEBRAE NACIONAL

---

Coordenação da pesquisa  
Dênis Pedro Nunes  
61-3348-7180