

DADOS GERAIS

Nº do Negócio / Briefing:	4476
Gerente de Contas:	Isabel Meneses
Nome da Conta:	UNILEVER
Nome da Campanha:	4476 -VIAGEM DISTRIBUIDORES Premiação H2 2025
Tipo de Campanha	Incentivo
Conteúdo em Viagem de Incentivo?	Com Conteúdo
Concorrentes:	Travel Idea
Histórico de Eventos:	Não informado para esse público
Perfil dos Convidados:	<ul style="list-style-type: none"> Os distribuidores são clientes da Unilever responsáveis por vender os nossos produtos dentro de lojas de supermercado menores; Eles são intermediários na cadeia de venda da Unilever para o supermercado de vizinhança; Esses distribuidores possuem uma equipe estruturada com vendedores que vendem os nossos produtos para esses supermercados. A viagem seria destinada para os donos dessas empresas de distribuição. Todos sem acompanhantes; Gestão da Unilever também acompanha o grupo;
Temos Estrangeiros no Grupo?	Não
Caso houver Estrangeiros, Temos Estimativa de Quantos?	
Permitido Acompanhantes:	Não Se sim, quem são os acompanhantes?

Termômetro:	<p>Morno</p> <p>Justificar termômetro: Claudinha tem sido muito parceira em nos colocar nas concorrências, e apesar de apoiar a Top não sei se ela toma a frente 100% na decisão. O desafio aqui é o budget que além de ser muito baixo ainda tem a questão da bi-tributação que não é clara pra gente como se dá e onera muito os projetos.</p>
--------------------	--

Observações da conta:

- Unilever é uma conta importante para a Top e com muitas demandas de viagem de diferentes áreas;
- Essa concorrência é a primeira vez que participamos;
- Questão de pagamento ainda não está clara nesse projeto, pois, não sei se temos que emitir NF para todos os serviços ou se apenas para nosso FEE. Vou confirmar e volto com vocês. Acho válido replicarmos os orçamentos com o custo de emissão de NF para o cliente enxergar o valor do projeto em si e valor de impostos.

PRAZOS

Data Entrega AÉREO:	28/08/2025
Data Entrega CRIAÇÃO:	29/08/2025
Data Entrega OPERAÇÕES:	29/08/2025
Data Entrega SALES PRESENTATION:	02/09/2025

Observações PRAZOS:

- Prazos reais.
- Pedi mais prazo para a cliente, porém, ela diz que não consegue e que tem urgência para ver as propostas e definir a agência;
- Nossa apresentação será no dia 03/09 pela manhã, por isso, preciso de tudo finalizado até dia 02/09 no meio da tarde;
- Criação: podem enviar os custos até dia 29/08 e apresentação até 02/09 pela manhã;

BUDGET

Opção de Mark-up:	
Mark-up:	

Mark-up Terceiro:	Não Se sim, qual porcentagem?
Budget Cliente:	R\$ 500.000,00 - Declarado
Valor Budget:	R\$ 500.000,00

Observações BUDGET:

- Alertamos o clientes sobre o budget e inclusive eu disse para a Claudinha que todos ficariam fora e eu Suíça mais ainda.. Ela falou que esse é o budget que eles tem para o projeto e que temos que tentar chegar o mais perto possível.
- Disse também que mesmo assim, é para levarmos tudo o que pediram e o que mais achamos interessante em termos de conteúdo.

DADOS DA VIAGEM

Número de Noites:	4
Quantidade de Convidados:	20
Número de Guias:	1
Número de Coordenadores:	0
Coordenadores Viajam Antes?	Não Se sim, quantas noites antes?
Necessário prever Custo para Visita de Inspeção?	Não Se sim, quantas pessoas?



Observações PERFIL DA VIAGEM:

- O foco da viagem é o curso e o conteúdo voltado ao negócio deles;
- Atividades e outras experiências são secundárias, mas podemos considerar um jantar bacana de BV e de fechamento para deixar a viagem com carinha de experiência;
- A seguir o peso de cada item para avaliação da concorrência:
 - Curso aderente ao público Alvo - 40 pontos;
 - Melhor aproveitamento do budget - 30 pontos;
 - Hotel - 20 pontos;
 - Programação - 10 pontos;

Esperado:

- Curso aderente ao público Alvo;
- CURSOS PRONTOS COM DURAÇÃO DE 3 A 4 DIAS DIRECIONADOS PARA OS DISTRIBUIDORES (QUE OPERAM NA ROTA INDIRETA);
- Solicitações de acordo com pesquisas realizadas pela área demandante:

1- DISNEY INSTITUTE (<https://www.disneyinstitute.com/disneys-approach-business-excellence/>)

2- CURSO SUIÇA (<https://www.epfl.ch/schools/cdm/college-of-management-of-technology/education/executive-education/executive-short-courses/managing-innovation-in-the-era-of-data-and-ai/>)

3 – CURSO CURSO – MIT (<https://professional.mit.edu/short-programs>)

4- ALGUMA OUTRA OPÇÃO (TRAZER MAIS 2 OPÇÕES – EM QUALQUER LUGAR DO MUNDO)

- QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS NO DIA DIA DA OPERAÇÃO E o caminho a seguir para escolha dos cursos.

1- aumentar a nossa capilaridade, ou seja, chegar em mais pontos de venda;

2- aumentar o mix que chegamos nos PDVS, ou seja, vendermos mais produtos da Unilever dentro de um mesmo PDV;

DESTINOS

OPÇÃO-1

CIDADE-A	Orlando
CIDADE-B	
CIDADE-C	

OPÇÃO-2

CIDADE-A	Cambridge, Massachusetts
CIDADE-B	
CIDADE-C	

OPÇÃO-3

CIDADE-A	Lausanne, Suíça
CIDADE-B	
CIDADE-C	

OPÇÃO-4

CIDADE-A	São Francisco
CIDADE-B	
CIDADE-C	

Observações Destinos**Observações DESTINOS:**

- Os três primeiros destinos são baseados nas opções de cursos enviadas pela cliente;
- São Francisco por conta de histórico que temos e uma indicação nossa;
- O foco da viagem é o curso;

HOSPEDAGEM

Programação de V.T.	
---------------------	--

Categoria da Hospedagem:	4 estrelas Para outra especificar:
Tipo de Acomodação e Quantidades:	Single: 20 Duplo: Twin: Triplo:
Data de check in:	09/03/2026
Data de check out:	13/03/2026
Early check in:	
Late check out:	
Planilha do cliente?	

Observações HOSPEDAGEM:

- Cliente fala de hotéis 5 ou 4 estrelas. Pelo budget minha sugestão é irmos com hotel 4 estrelas com boa reputação e honesto;
- Cliente deu dois períodos preferenciais: 09 a 13/03 como está acima e 16 a 20/03/2026 que pode ser outra opção;

A&B | ALIMENTOS E BEBIDAS

Pensão:	Pensão Completa
Bebidas:	Informar quais bebidas devem ser consideradas durante as refeições. Almoço: não alcoolicos Jantar: + cerveja e vinho Balada:
São permitidas refeições com cash allowance:	Não Se sim, qual a quantidade máxima e valor?
São permitidas refeições livres:	Não Se sim, qual a quantidade máxima?
Jantar de boas-vindas:	Sim
O que deve ser cotado para jantar de boas-vindas?	Área reservada

Jantar de despedida:	Sim
O que deve ser cotado para jantar de despedida?	Área reservada
Jantar de premiação:	Não
O que deve ser cotado para jantar de premiação?	
Observações A&B: <ul style="list-style-type: none"> • Como essa agenda é 100% voltada ao curso a parte de experiências ficam por conta dos jantares; • Prever algo bem especial no encerramento e algo legal no BV; • Demais refeições sempre em grupo, porém, algo mais do cotidiano e com valores mais baixos para equilibrar esse budget; 	

SERVIÇOS

Fotógrafo:	Não Se sim, informar: Quais momentos?
Vídeo:	Não Se sim, informar: Quais momentos?
Tradutor:	Sim Se sim, informar: Tradutor local
Assistência no Aeroporto:	Sim Informações adicionais:
Celular Local:	Não Informações adicionais:
Radio HT:	Não Informações adicionais:
Atendimento ao Convidado:	Informações adicionais:
Ambulância:	Não Informações adicionais:
Porta a Porta:	Não Informações adicionais:

Traslado:	Sim Informações adicionais:
Seguro Viagem:	Sim Informações adicionais:
Gift de Boas-Vindas:	Informações adicionais:
Gift de Despedida:	Sim Informações adicionais:
Gifts Diários:	Sim Informações adicionais:
Observações SERVIÇOS:	
<ul style="list-style-type: none"> Sugestões DE "gifts" DIÁRIOS ao longo da viagem (mimos); 	

AÉREO

Aéreo Internacional:	Sim
Aéreo Nacional:	Sim
Categoria do Voo do Grupo:	<ul style="list-style-type: none"> Classe Econômica;
Cia Aérea Preferencial:	
Origem:	Quantidades:
Observações AÉREO:	
<ul style="list-style-type: none"> Reserva de verba para aéreo nacional R\$ 80 mil* Saída de GRU; Alinhar datas com terrestre, pois, pode haver alteração do período; 	

CRIAÇÃO

Apresentar Proposta Criativa:	Sim
Conceito do Evento:	Sim
Logotipo da Campanha:	
Identidade Visual	Sim

Template Personalizado	Sim
Apresentação de Materiais de Criação:	Sim
Vídeo do Evento (*)	
Régua de Comunicação:	Sim
E-mail Marketing:	Sim
Kit pré Viagem:	Não
Kit pós Viagem:	
Materiais de Comunicação do Evento:	Sim
Site de Viagem:	
Aplicativo do Evento:	Sim
Já possui Campanha para o Evento?	
Existe Agência de Comunicação Envolvida?	Não
O logo será Enviado para nós?	
Cenário:	
Deseja template de ppt de palestrantes?	
Deseja inserir ações físicas combinadas com o evento digital?	
Se sim para pergunta acima, descrever o que o cliente deseja e quais objetivos destas ações	
Vídeo de abertura ou encerramento:	
Vinheta de patrocinadores:	
Observações CRIAÇÃO:	
Cliente pede em briefing alguns materiais básicos de comunicação;	



Pede também aplicativo e régua de comunicação no pré-viagem;

Como trata-se de um cliente estratégico, gostaria de criar um conceito/tema para cada um dos destinos apresentados. Algo só pra gente tentar conectar ao conteúdo que eles verão na viagem e que a gente consiga fazer um storetelling com a experiência como todo e fechando no jantar de encerramento. Não temos muito tempo para desenvolver a fundo, mas penso em algo pra tentar deixar nossa proposta mais atrativa pelo menos mais vendadora.

Por exemplo: uma das opções de curso é no Disney Institute - <https://www.disneyinstitute.com/disneys-approach-business-excellence/> cujo os pilares do curso são:

- Liderança
- Cultura
- Serviço
- Marca
- Inovação

Ou seja, é uma imersão em como unir **visão de liderança, engajamento de equipes, encantamento no atendimento, consistência da marca e melhoria contínua** para gerar resultados sustentáveis.

□ Isso tem uma conexão direta com o **desafio dos distribuidores da Unilever**:

- **Liderança**: eles comandam equipes comerciais que precisam estar motivadas e alinhadas.
- **Cultura**: representam a Unilever no dia a dia, são extensão da operação.
- **Serviço**: o atendimento ao pequeno e médio varejo é o diferencial competitivo.
- **Marca**: eles são guardiões da presença das marcas Unilever em milhares de PDVs.
- **Inovação**: precisam encontrar novas formas de aumentar capilaridade e mix.

Tema: “Excelência em Movimento: Liderar, Encantar, Transformar”

Storytelling:

Assim como a Disney transformou seu negócio unindo magia e excelência, os distribuidores da Unilever têm o poder de transformar o mercado ao levar nossas marcas a todos os cantos do Brasil. Esta experiência mostrará como liderança inspiradora, equipes engajadas, cultura de serviço e inovação constante são o caminho para ampliar nossa presença, fortalecer nossas marcas e encantar nossos clientes todos os dias.

A partir disso, propor alguns gifts ligados ao tema da viagem, propor um jantar de encerramento ou uma ação especial para esse público fechado com chave de ouro a vivência que eles tiveram no decorrer dos dias. Pensei em alguma ação surpresa para eles algo tocante envolvendo depoimento de familiares ou algo do tipo .. Oque acham? Esse é um exemplo básico que pode ser melhor trabalhado e disseminado para outros destinos.

Além disso apresentar planilha de custos e apresentação básica de layouts com os itens abaixo:

1. Régua de comunicação básica de 03 meses, iniciando com save the date - Cards de whats app quinzenais + 02 e-mails mkt um no começo e outro no final da régua;
2. Aplicativo da viagem - a la carte;

3. Dicas de viagem digital;
4. Pré -viagem: sacochila + moleskine personalizado & caneta + Tags de mala + adaptador de tomada + carregador portátil (a la carte) - Entrega no aeroporto;
5. Menu cartão postal jantar de BV e Encerramento + displays de mesa + carta de BV e despedida + tag gifts + bandeira para foto;

AGENDA DA VIAGEM
Passeios e Experiências

	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	Dia 5	Dia 6	Dia 7
Data							
Breakfast			No hotel	No hotel	No hotel	No hotel	
Morning		Desembarque	Imersão	Imersão	Imersão	Livre ou compras	
Lunch		Almoço no hotel conforme chegadas	Almoço básico em grupo	Almoço básico em grupo	Almoço básico em grupo	No hotel ou livre	
Afternoon		Tempo para descanso	Continuação do curso	Continuação do curso	Continuação ou livre ou compas	Check out Embarque de retorno ao Brasil	
Dinner	Embarque	Jantar de abertura ou happy hour - Tentar algum momento bacana	Jantar cotidiano do grupo - Preferência locais próximos ao hotel	Jantar cotidiano do grupo - Preferência locais próximos ao hotel	Jantar de encerramento especial fechando com chaves de ouro a viagem		
Gift							

OBSERVAÇÕES GERAIS DO BRIEFING



- Demanda veio muito sem prazo. Já pedi mis tempo para a cliente, no entanto, até o momento ela tem sido categórica em dizer que não consegue mudar a data de apresentação da viagem;
- O budget também está aquém da demanda e a cliente já foi alertada sobre. Ela diz que devemos ficar o mais próximo possível da verba :(
- Reforço que o foco da viagem é o curso. Precisamos ser estratégicos na apresentação com ênfase no conteúdo e em como isso será revertido para os negócios da Unilever. **peço ajuda e envolvimento da Dafney e Criação para colocarmos isso na apresentação de forma envolvente.**
- Ao time de sales presentation, peço foco nesse item. Avisem se tiverem alguma dúvida;
- Vamos colocar na apresentação nosso sistema de atendimento e aplicativo e vamos colocar os detalhes da Blue Ribbon Bag para rastreamento de bagagem;
- Usar template personalizado Unilever - Alinhar com criação;

ABERTURA NO MONDAY

Enviar Monday