

criamos historias,
entregamos
valor.



e21

APRE SEN TAÇÃO

TÉCNICA

E212023

CASE
ATITUS

É POSSÍVEL MUDAR TUDO, QUANDO SE ESTÁ GANHANDO? CONHEÇA CASE DA ATITUS.

Há 18 anos, a IMED estava consolidada na região da sua cidade natal, Passo Fundo (uma das 5 maiores cidades do RS), mas na capital do estado, onde ela possui campus desde 2015, sua relevância como marca era muito rasa. Embora não possua todos os cursos em Porto Alegre, possui estrutura moderna e mais de 500 alunos. Mas nunca era considerada uma top option na escolha das famílias, concorrendo com instituições de ensino centenárias.

Como criar uma relevância e diferenciação com uma marca nova, em dois mercados completamente diferentes, com desafios diferentes?



IDEIA

Para tornar a Atitus (novo nome escolhido) relevante nas duas situações - onde ela já era conhecida como IMED e onde ela não era - a e21 optou por falar da revolução na educação. Que era justamente a essência de toda a transformação da marca.

Com o conceito " Atualize seu amanhã." a agência conseguiu estabelecer um ponto de referência para a Atitus em relação à concorrência. Pois todas as outras marcas, de um dia para o outro, pareceram estar desatualizadas.



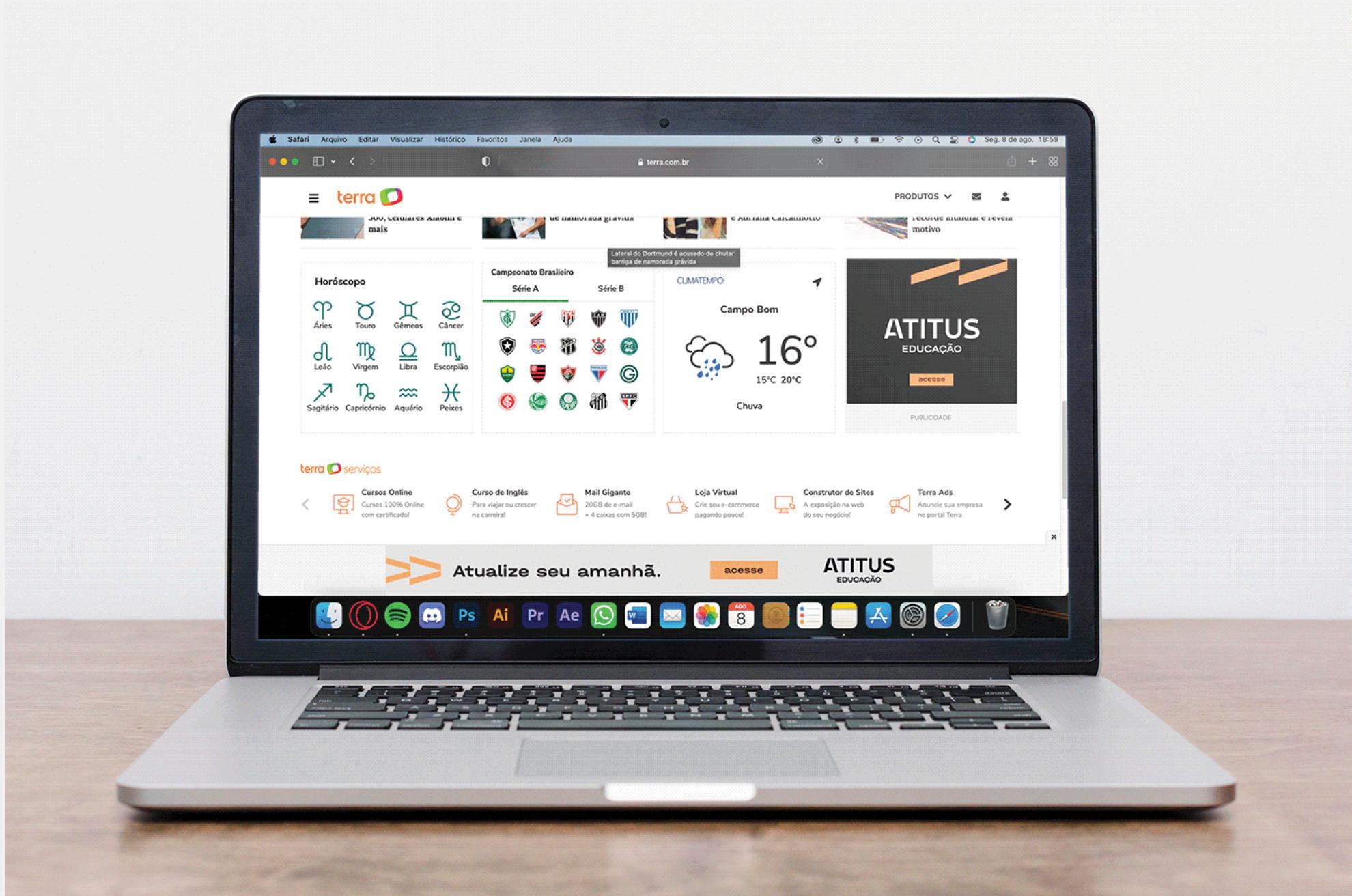
ESTRATÉGIA 360

UMA ESCOLHA PHYGITAL.

Para que a marca fosse reconhecida com todos esses valores e para que o nome ATITUS começasse a fazer parte do cotidiano tanto de Passo Fundo quanto de Porto Alegre, a e21 definiu uma estratégia de conexões híbrida, que se fizesse presente maciçamente no on e no off.

Escolhido o dia D da mudança, as duas cidades amanheceram tomadas por uma intensa exposição da nova marca em painéis digitais, outdoors, placas de esquina e frontlights, incluindo o icônico Muro da Mauá, em Porto Alegre.







**Atualize
seu
amanhã.**

acesse

ATITUS
EDUCAÇÃO





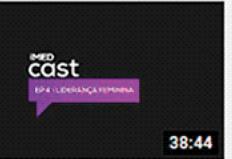


Atitus Educação
6,05 mil inscritos

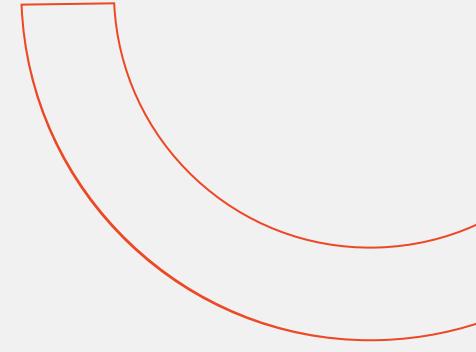
[INSCREVER-SE](#)

[INÍCIO](#) [VÍDEOS](#) [PLAYLISTS](#) [COMUNIDADE](#) [CANAIS](#) [SOBRE](#) [SEARCH](#) [>](#)

[Envios](#) [ORDENAR POR](#)

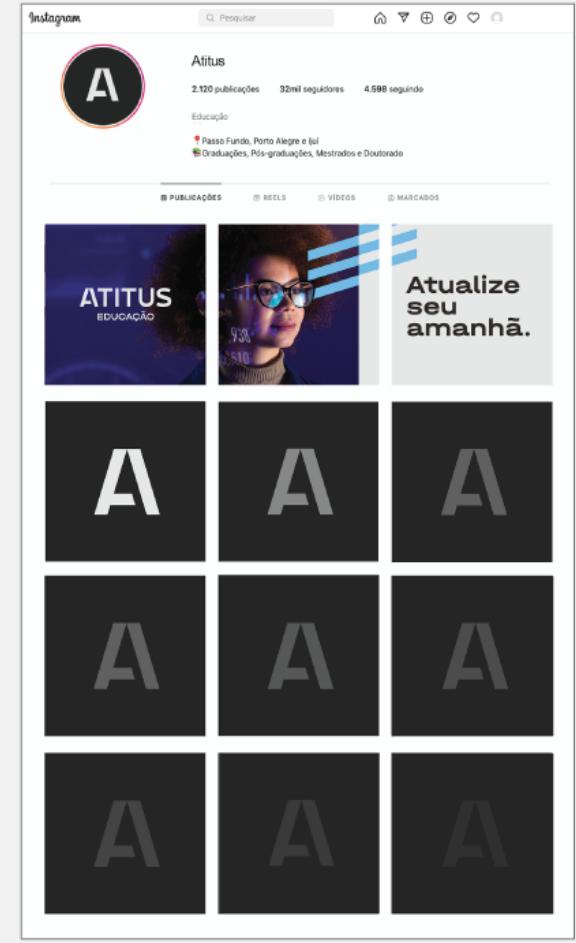
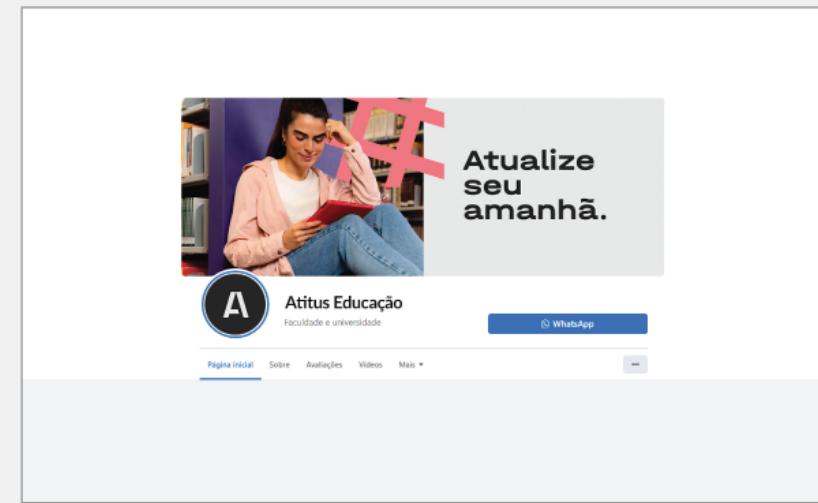
 <p>IMED agora é Atitus Educação 307 visualizações • há 6 meses</p>	 <p>Acolhe Imed: Aprenda a potencializar sua carreira 2,5 mil visualizações • Transmitido há 4 meses</p>	 <p>Institucional IMED 307 visualizações • há 6 meses</p>	 <p>Formatura JD #TeuFuturo Alfa 562 visualizações • Transmitido há 7 meses</p>	 <p>Acadêmica de Medicina da IMED recebe prêmio nacional... 64 visualizações • há 7 meses</p>	 <p>IMED Cast #4 Liderança feminina 51 visualizações • há 8 meses</p>
---	--	---	---	---	---

A CAMPANHA



O objetivo principal da campanha sempre foi o awareness. Em se tratando de uma marca nova, que precisa ser absorvida pela comunidade com o tempo, a campanha elaborada pela e21 buscou evidenciar os aspectos principais da nova marca: seu nome, sua grafia, sonoridade, elementos estéticos e a codificação (educação).

Por isso que todas as peças que compõem o esforço de comunicação possuem a mesma identidade, o mesmo peso e forçam o entendimento rápido do que se trata a informação. Tanto didatismo rendeu uma campanha que toma as ruas e a internet de forma harmônica, mas muito consistente.





co
nexas
ões

**CLIQUE E VEJA OS
EPISÓDIOS COMPLETOS**



Desde 1984



SOMOS
e21

e21.com.br