

criamos histórias,
entregamos
valor.

e21

E2I2023

APRE SEN TAÇÃO

TÉCNICA

CASE
TAURA

QUANDO A COMUNICAÇÃO
DE MARCA EXPRESSA COM
PERFEIÇÃO A **ESTRATÉGIA**
COMPETITIVA DA EMPRESA.



Quando se atua em mercados de (relativamente) baixa diferenciação por produtos – como é o caso do setor de arames para cercamento de propriedades rurais – deve-se ampliar o conceito de relação mercadológica para além da mera relação mercadoria-preço.

É necessário oferecer ao mercado uma Proposta de Valor que seja capaz de gerar diferenciação pela criatividade negocial, no sentido de posicionar-se como um player novo, inovador, agressivo e parceiro de seus clientes.

A TAURA

A TAURA é uma empresa jovem – tem somente 15 anos no mercado – e luta ferozmente contra gigantes do setor como a Gerdau ou a Belgo-Beckaert. Mas a TAURA carrega em seu DNA o empreendedorismo nato, o desejo de fazer diferente, de atuar diferente e buscar um posicionamento diferente num mercado em expansão, mas cercado de crenças antigas.

Quando a empresa iniciou a parceria com a e21, o presidente e fundador da empresa, Daniel Scheffer – ele mesmo um jovem empreendedor, energizado e com grande visão de longo prazo - expressou assim os objetivos com a parceria que se iniciava:

“Temos tudo para nos tornarmos uma das grandes do setor no futuro. Pessoas, capacidade produtiva, inovação em produtos e logística. Somos o novo! O futuro do aço nesse segmento. Precisamos amarrar tudo numa grande estratégia vencedora.”

O PRIMEIRO PASSO DIVE-IN ESTRATÉGICO

Para o mais profundo entendimento do negócio, a e21 desembarcou com armas e bagagens na TAURA, compartilhando com o cliente diversas sessões de trabalho técnico, buscando capturar a essência do desafio mercadológico do cliente.

“Foram horas extensas de reuniões onde discutíamos desde a ressegmentação dos clientes e prospects, até o melhor entendimento das diferentes linhas de produtos. Foi intenso e criativo para todos que participaram.” – relembra Luciano Vignoli – Diretor-Presidente e de planejamento da e21.

O resultado desse mergulho, foi o entendimento que a TAURA precisaria compor de maneira sólida um modelo de negócios que, além de bons produtos, oferecesse um conjunto robusto de serviços complementares aos clientes, como:

Treinamento técnico

Ações promocionais de envolvimento com o balonista do cliente

Políticas de rebate e parcerias negociais

Criação de um PDV de alto impacto

Mecanismos diferenciados de Financiamento

entre muitas outras coisas mais.

Estava, assim, concretizada a primeira fase do trabalho,

EIS O PROPÓSITO DA MARCA TAURA:

Soluções exclusivas que geram relacionamentos únicos.

Com entrega ágil, matéria-prima de qualidade e processos inovadores, a empresa se destaca pela força e tecnologia dos seus arames, proporcionando tranquilidade aos clientes e garantindo a proteção de cada propriedade rural.



A TAURA deseja se tornar o futuro do aço. Esse desafio traz consigo uma mensagem poderosa e inspiradora, que destaca a importância dos produtos TAURA no mercado e disposição da marca em liderar a inovação no setor.

Ser TAURA é sobre estar um passo à frente da concorrência e, através do relacionamento, ser um parceiro presente, confiável para os clientes, garantindo a qualidade, a durabilidade e a resistência necessárias para enfrentar os desafios do campo.

CONCEITO DE MARCA:

O conceito escolhido para representar toda essa visão negocial foi:

TAURA: Para proteger o futuro, agora.

O conceito traz implícita a segurança que a TAURA gera para a propriedade, para o fazendeiro, para o cerqueiro, para os clientes e, até, para os animais.

O conceito destaca a importância de se antecipar às necessidades do futuro, oferecendo agora as soluções necessárias para garantir a proteção e segurança de hoje e sempre.

Com a TAURA, o mercado não somente tem à disposição produtos duráveis, mas sim, uma empresa capaz de propor e manter relacionamentos duráveis e com visão de futuro.



STORYTELLING, DESIGN E CONTEÚDO

3 vetores de decisão foram perseguidos na elaboração do visual criativo para TAURA:

Inovação:

Para melhor exprimir os diferenciais TAURA, jamais poderíamos buscar soluções convencionais, clichês comuns na comunicação do agronegócio.

Expressão dos diferenciais competitivos:

A comunicação deveria demonstrar de maneira inequívoca as diferenciações técnicas de produtos e do modelo de negócios TAURA.

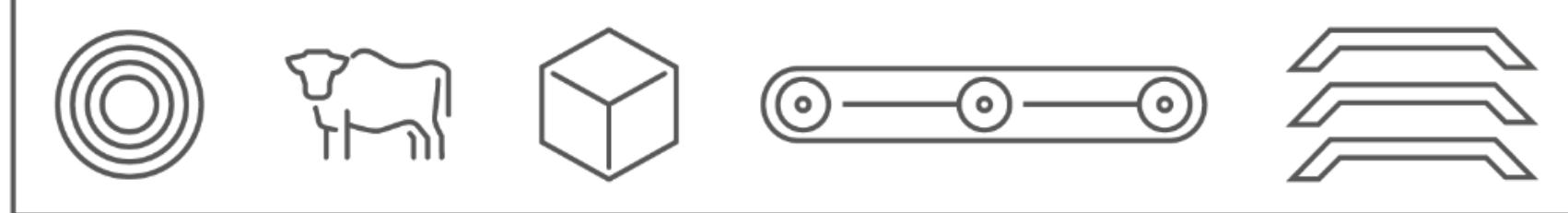
Visão 360

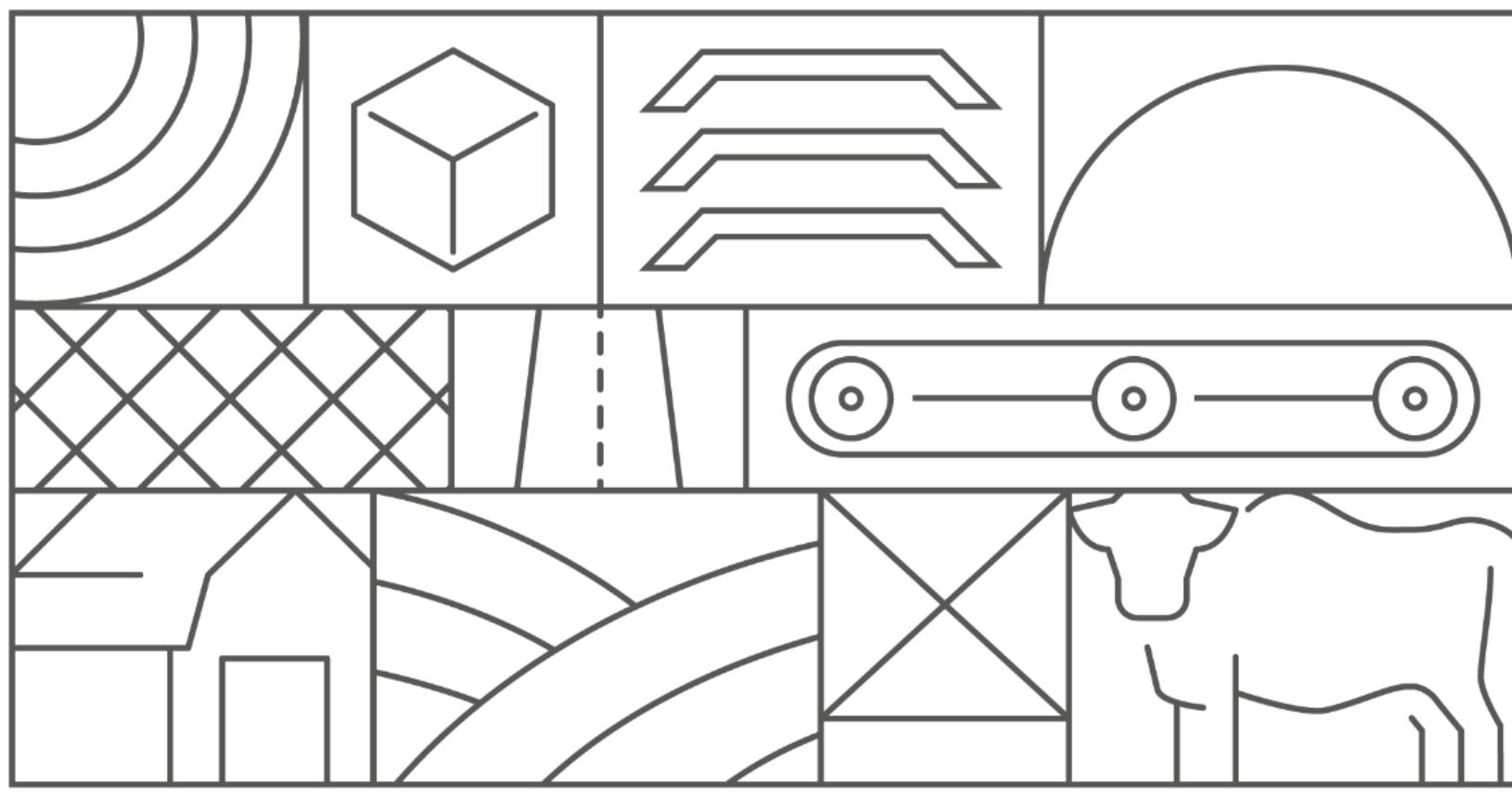
Não bastava ter-se somente um bom filme inicial e alguns “desdobramentos”. Era necessário, sim, um trabalho de multicomunicação integrada.

TAURA. PARA PROTEGER O FUTURO, AGORA.

A ENTREGA

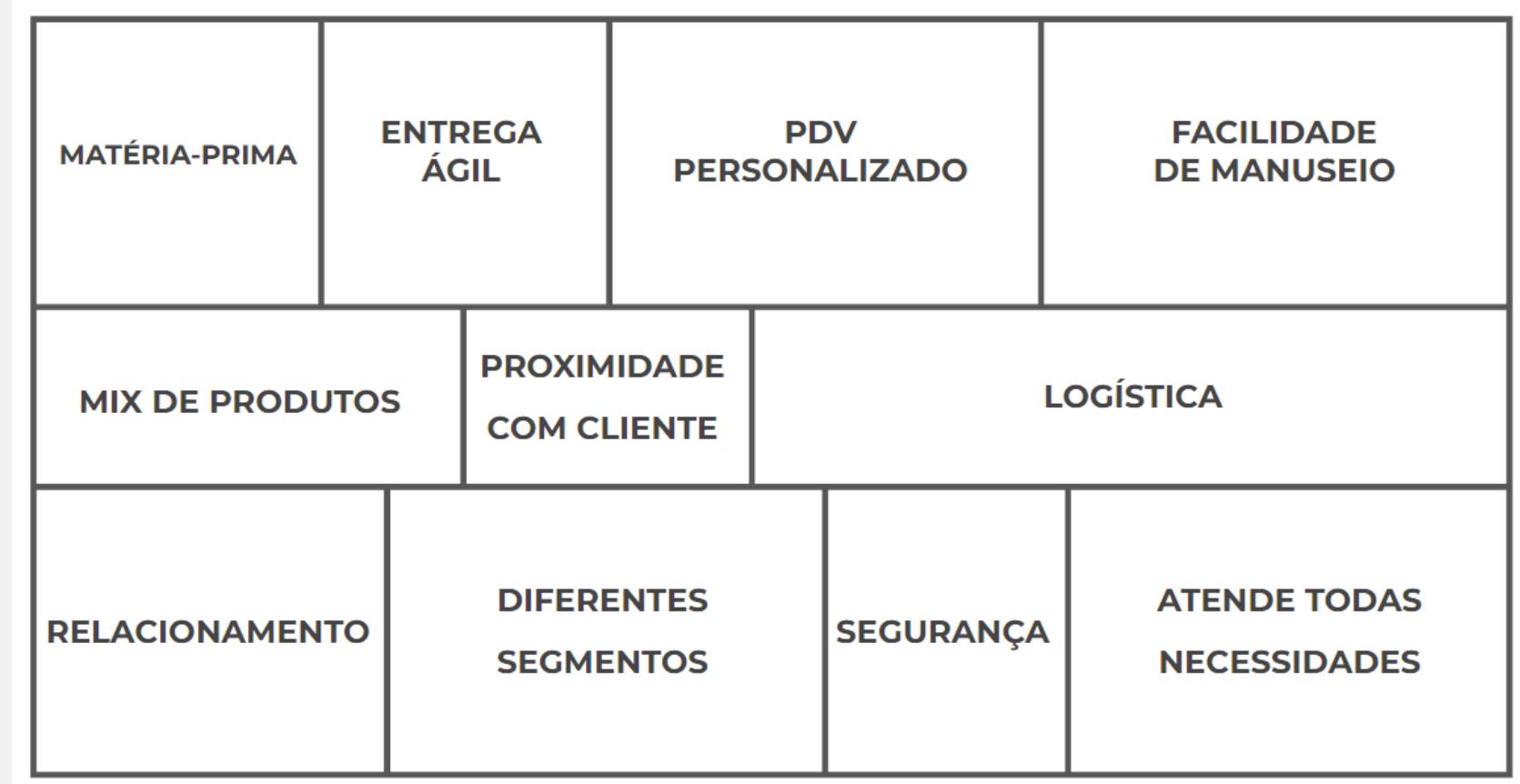
Em primeiro lugar, vale destacar a busca de uma iconografia que fosse expressando cada um dos diferenciais da TAURA.





Após, era necessário
“cercar” esses
elementos numa
composição única
e expressiva.

A partir dessa base, a construção Multiplataforma se inicia, com a visão do jogo de design conceitual que se pode fazer através desse mosaico mutante:



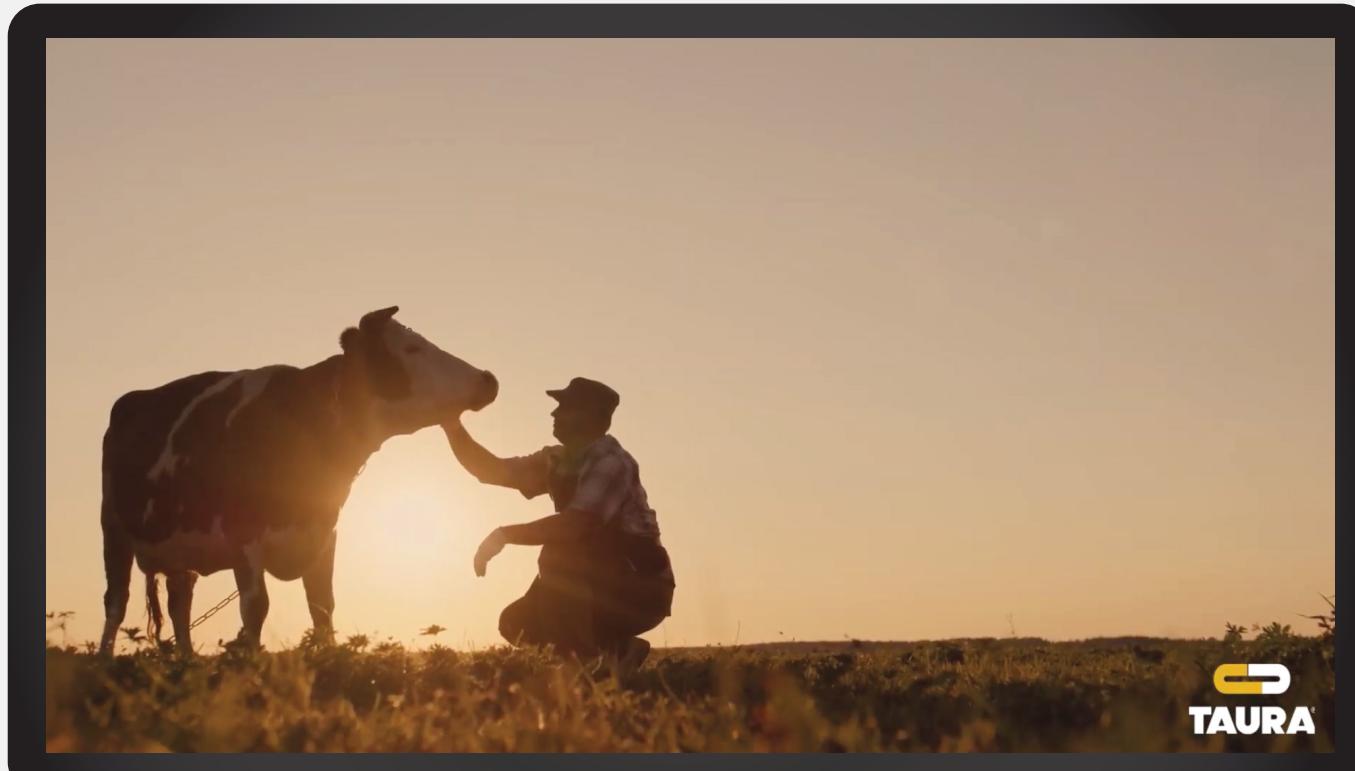


TAURA.
PARA PROTEGER
O FUTURO, **AGORA.**



 TAURA[®] 15 ANOS

Em um formato consagrado de comunicação dirigida, reapresentar a marca a colaboradores, clientes e mercado. Para que o posicionamento TAURA se expusesse de forma total, definiu-se um filme-conceito para a marca.



**CLIQUE AQUI
PARA ASSISTIR**

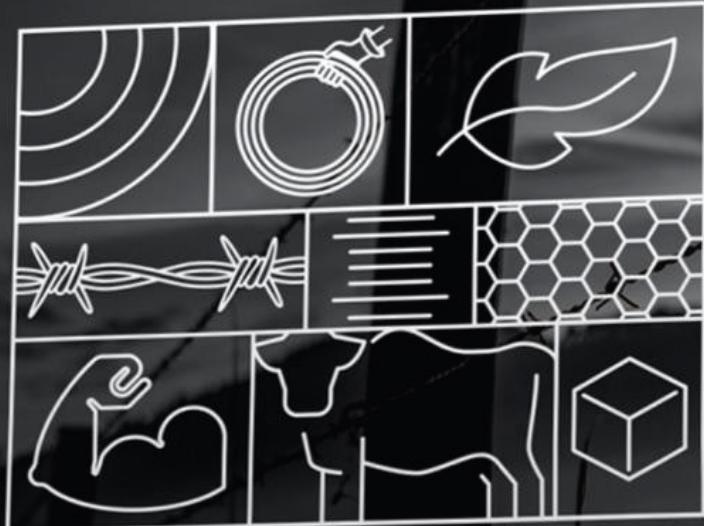
*Um filme bonito, objetivo e forte.
Exatamente como a TAURA.*

A partir dessa base conceitual, uma série de peças ganharam as ruas, como outdoor, campanha em redes sociais e diversos formatos de exploração do CRM da marca.

O pensamento de multicomunicação integrada permeou a definição de dezenas de peças de trabalho.

OUTDOOR

O AMANHÃ
NO AGRO
REQUER
FORÇA E
TECNOLOGIA
EM ARAAMES.



TAURA®

PARA PROTEGER O FUTURO, **AGORA.**

15 ANOS

ANÚNCIO



TAURA.
PARA PROTEGER
O FUTURO, **AGORA.**



FORÇA E RESISTÊNCIA



LEVEZA E TECNOLOGIA



PROTEÇÃO DA
SUA PROPRIEDADE



MIX DE PRODUTOS

Grupo Taura
grupotaura.com.br
(SI) 3888-9001

TAURA 15 ANOS

CAIXA





Mas o grande destaque que esse repertório de formatação agregou foi a possibilidade dessa linha criativa se estender perfeitamente a produtos, com uma grande ênfase em comunicação digital. É uma linguagem moderna, franca, clara e de grande apelo e impacto, criando um padrão diferenciado para TAURA.

The advertisement features a dark, textured background on the left side. On the right, there is a central graphic area containing several white line drawings: a leaf, a cow's head, a hand holding a heart, and a coiled wire. To the right of these drawings is a stack of four wire spools, each labeled "BARRETOS 700 Zn1" and "TAURA". At the bottom right, the TAURA logo is displayed next to the text "15 ANOS" and "PARA PROTEGER O FUTURO, AGORA." Below this, a vertical column of text reads:

O AMANHÃ
NO AGRO
REQUER
FORÇA E
RESISTÊNCIA
EM ARAMES.

Modernidade.
Clareza.
Objetividade.
Diferenciação
e Valor.

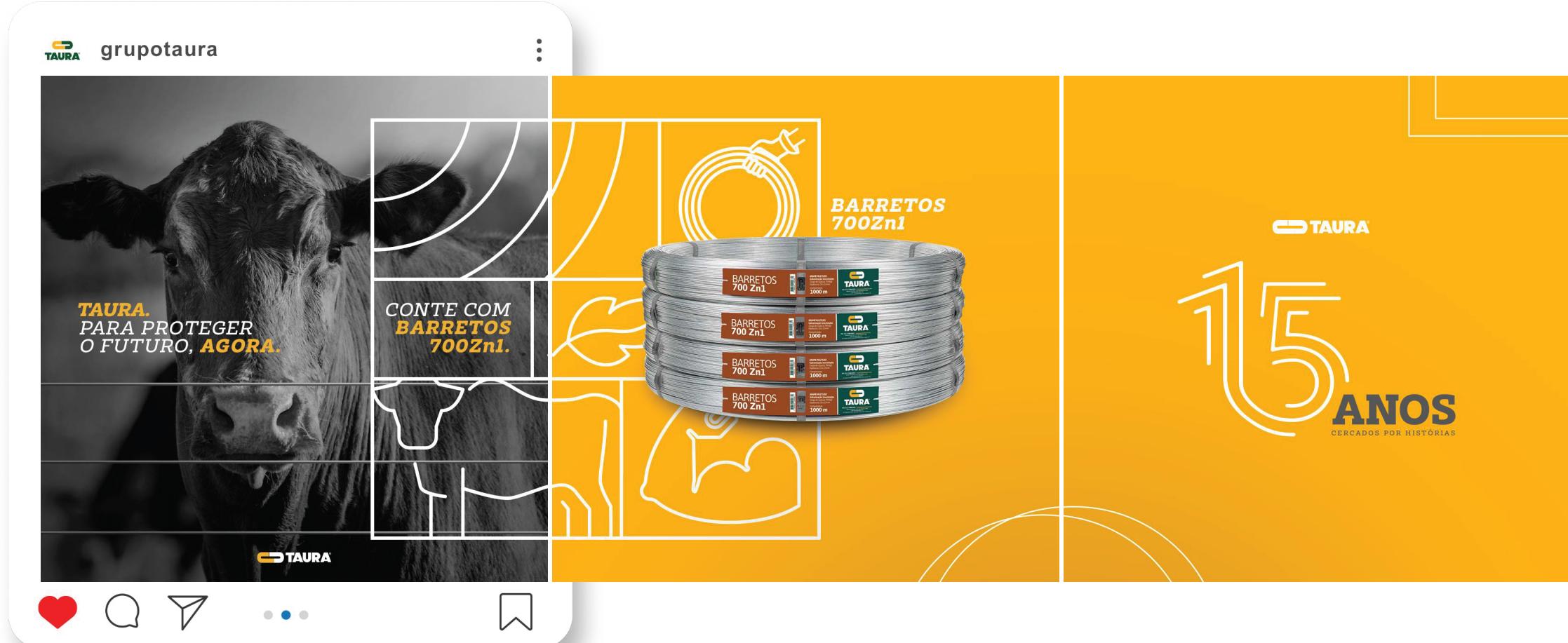
E isso se estende também
por outros formatos de
comunicação de produtos.

*Campanha de produto 100% integrada aos
valores conceituais da marca.*

OUTDOOR



CARD REDES SOCIAIS



**FORÇA E
TECNOLOGIA
EM ARAMES.
CONTE COM
BARRETOS.**

TAURA
15 ANOS
PARA PROTEGER
O FUTURO, AGORA.

BARRETOS 700 Zn2
TAURA

BARRETOS 700 Zn2
TAURA

BARRETOS 700 Zn2
TAURA

BARRETOS 700 Zn2
TAURA

CARD WHATS

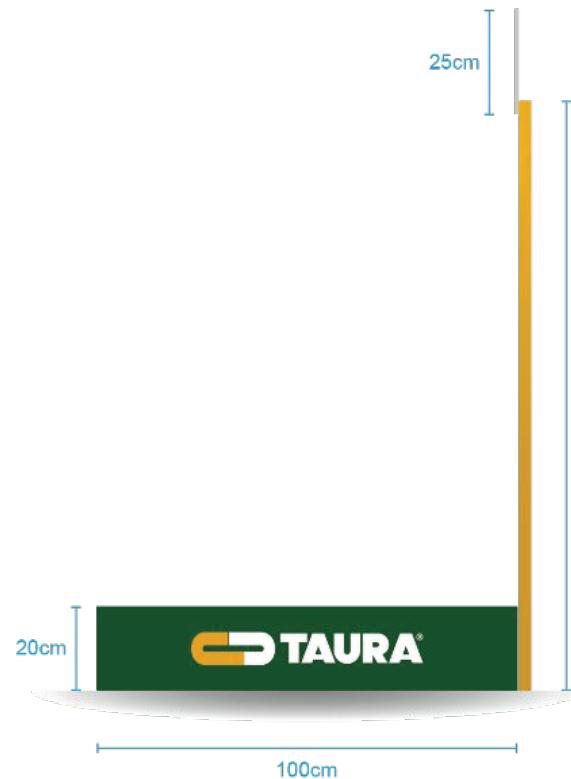






EXPOSITOR MODULAR / Sugestão de medidas

VISTA LATERAL



EXPOSITOR MODULAR



VERSÃO COM APLIQUE DE PRODUTO



VERSÃO COM APLIQUE DE PRODUTO





BANNER PRODUTO

Formato: 75x135cm

Material: Lona



Capa



Contracapa







Todos reconhecemos o valor que uma grande estratégia promocional de Ponto-de-Venda tem. Para a TAURA, que precisa obter altos padrões de performance no PDV a cada cliente conquistado, ter uma diversidade de aplicações e um pensamento modular na ativação é altamente estratégico e alavancador de negócios. Por isso, a e21 desenvolveu uma série ampla de soluções, permitindo adaptabilidade e geração de resultados a cada cliente.

TAURA®

TAURA. PARA PROTEGER O FUTURO, AGORA.

ALTA RESISTÊNCIA

FORÇA BRUTA

CUSTO BENEFÍCIO

TAURA



Uma enorme gama diversificada de materiais permite a exploração das oportunidades geradas a cada cliente.

RESULTADOS?

Toda essa gama de materiais conceituais, desde seu início, do zero, foi elaborada em pouco mais de 6 meses. Tudo:

- Modelo Negocial.
- Proposta Competitiva.
- Propósito.
- Conceito.
- Key-Visual.
- Campanha de Marca.
- Campanha de Produto.
- Soluções para PDV
- E muita coisa mais...

A consistência da proposta já está sendo apresentada a clientes e conquistando posições novas. Cada apresentação TAURA é hoje, mais que um momento de compra-e-venda: É uma comprovação de que quando se atua em mercados de (relativamente) baixa diferenciação por produtos – como é o caso do setor de arames para cercamento de propriedades rurais – deve-se ampliar o conceito de relação mercadológica para além da mera relação mercadoria-preço. É necessário oferecer ao mercado uma Proposta de Valor que seja capaz de gerar diferenciação pela criatividade negocial, no sentido de posicionar-se como um player novo, inovador, agressivo e parceiro de seus clientes.

E isso é o que foi feito pela e21, com a TAURA, para a TAURA.

Buscado gerar resultados em curto prazo e valor de marca para sempre.

Desde 1984

SOMOS **e21**

e21.com.br