



**RELATÓRIO PROJETO  
CICLO DE CASOS  
TRIÊNIO (2017/2019)**

**+ DE 2.203 JOVENS IMPACTADOS**

# CICLO DE CASOS DO PRÊMIO ABMN

Desde 2001, a ABMN conversa com os jovens universitários.

Tudo começa no Prêmio Marketing Contemporâneo – evento anual onde as empresas participantes descrevem seus *cases* de Marketing & Negócios e concorrem pelo reconhecimento de vencedores nas 9 categorias que o compõe.

E, no ano seguinte, é realizada a edição do “Ciclo de Casos” onde os protagonistas vencedores apresentam e conversam com os jovens universitários, mostrando as dimensões, os desafios, as estratégias e táticas utilizadas e os resultados alcançados em seus *cases*.

# COMPARTILHANDO EXPERIÊNCIAS DE SUCESSO

+ 98%  
de satisfação

NOVOS CAMINHOS  
**#JOVENS EM CENA**  
PUBLICIDADE JEITO  
RELACIONAMENTO  
APRENDIZADOS  
CONEXÕES VIVÊNCIAS  
ESTRATÉGIAS CICLO  
OLHAR *DIVERSIDADE*  
IDEIAS SUCESSO  
MARKETING

EDIÇÃO DO  
**CICLO DE CASOS**  
DO PRÊMIO MARKETING  
CONTEMPORÂNEO

**NESSES 18 ANOS**  
+ DE 17.000  
**ESTUDANTES IMPACTADOS**  
+ DE 305  
**CASES APRESENTADOS**



EDIÇÃO DO  
**CICLO DE CASOS**  
DO PRÊMIO MARKETING  
CONTEMPORÂNEO

# GRANDES MARCAS REUNIDAS TRIÊNIO



OITZEVINTEUM  
simplicidade criativa

## PERCEPÇÃO DE VALOR SOBRE O CICLO DE CASOS - ABMN

98% CONCORDA QUE O CICLO ESTIMULA NOVAS PERSPECTIVAS.

93% CONCORDA QUE O CICLO AUMENTA O CONHECIMENTO

94% RECONHECEM QUE O CICLO CONTRIBUE PARA INTEGRAR CONHECIMENTOS

	Discordo Plenamente	Discordo	Não Concordo Nem Discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1 - Estimula a visão de perspectivas novas e diferentes	0%	0%	2%	35%	63%
2 - Aumenta o meu conhecimento na minha área de formação	0%	0%	7%	31%	62%
3 - Grande parte do que escutei faz pouco sentido: é como se não houvesse muita relação entre a prática e a teoria	59%	25%	4%	5%	7%
4 - É uma oportunidade para integrar conhecimentos de temas variados no meu desenvolvimento acadêmico e profissional	2%	0%	4%	31%	63%
5 - Contribui para relacionar ideias que me surgem com os conceitos/ visões compartilhados	0%	0%	4%	40%	55%



19º  
EDIÇÃO DO  
**CICLO DE CASOS**  
DO PRÉMIO MARKETING  
CONTEMPORÂNEO

+ DE 4 ENCONTROS  
+ 12 horas



**18º**  
EDIÇÃO DO  
**CICLO DE CASOS**  
DO PRÊMIO MARKETING  
CONTEMPORÂNEO

+ DE 5 ENCONTROS  
+ 20 horas

# 17º

EDIÇÃO DO  
CICLO DE CASOS  
DO PRÊMIO MARKETING  
CONTEMPORÂNEO



+ de 44 horas de exposição de *cases de marketing*



+ 11 cases apresentados

# **CITAÇÕES DOS ESTUDANTES**

## *O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?*

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**O contato com a experiência e prática mercadológica com cases de sucesso.**  
(estudante de publicidade)

**Saber como as marcas conseguiram atingir seus objetivos mesmo com as adversidades.**  
(estudante de administração)

**A oportunidade de conhecer mais sobre o universo e técnicas de marketing e comunicação, que estão sendo usadas no mercado.**  
(estudante de administração)

**Da palestra da OI, a relação entre WhinderssON e WhInderssOFF.  
A comunicação foi muito boa, tive animação e clareza.**  
(estudante de administração)

**Como a Unimed foi capaz de se reerguer.**  
(estudante de administração)

**A oportunidade de agregar ao meu curso outros conhecimentos que não estão relacionados diretamente ao curso mais que adicionaram informações. Ainda promove debates interessantes.**  
(estudante de administração)

**Aprendi mais sobre assuntos relacionados ao marketing, já que sou do curso de adm.**  
(estudante de administração)

**As novas informações que foram trazidas e o dinamismo da palestra.**  
(estudante de administração)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**Eu gostei do evento, muito explicativo, claro e objetivo.**

(estudante de administração)

**A visão que a Unimed assumiu em integrar os seus colaboradores no processo de gestão de marketing, pois são eles que possuem o primeiro contato com o cliente.**

(estudante de administração)

**Casting Creme Gloss, dando visualidade as mulheres, principal empoderamento para negras e moradoras de comunidades.**

**Em relação a Unimed-Rio, vejo a importância de uma boa gestão.**

(estudante de administração)

**Ter uma visão mais prática do que muitas vezes nos é apresentado de forma teórica.**

(estudante de administração)

**A troca de informações dos palestrantes e a forma de como cada marca agiu em determinada situação.**

(estudante de administração)

**O tema das palestras e os palestrantes dinâmicos, souberam desenvolver o assunto muito bem.**

(estudante de administração)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**A interatividade do case da L'oreal e a abordagem de maneira mais irreverente e divertida.**  
(estudante de análise e desenvolvimento de sistemas)

**No caso da Unimed foi muito bom saber como foi a retomada de credibilidade no mercado. WMcCann pelo engajamento da mulher que relativamente não fazia parte do padrão de beleza imposto pela sociedade.**  
(estudante de ciências contábeis)

**A Perspectiva diferenciada sobre as decisões tomadas em uma empresa. Mostra que a inovação é importante para o crescimento da empresa.**  
(estudante de ciências contábeis)

**Do debate, opiniões expostas de forma clara.**  
(estudante de ciências contábeis)

**Gostei da intenção, o altíssimo domínio do conteúdo e a clareza na reposição das ideias.**  
(estudante de pedagogia)

**A transparência das marcas e a exposição das estratégias internas.**  
(estudante de gestão de RH)

**Das oportunidades das empresas de explicar um pouco mais a fundo e aumentar os conhecimentos.**  
(estudante de ciências contábeis)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**Além de ficar mais próximos dos cases, saber mais do estrutural deles. O debate final foi na minha visão, o mais importante pois tivemos uma visão do que esperar para o futuro do que será minha profissão e também do que é e já foi um dia.**

(estudante de marketing)

**A transparência em que a Unimed-Rio teve para com o público. Mostrou gestão de pessoas com as secretárias de forma humana para que dissemessem a marca de forma positiva.**

(estudante de gestão de RH)

**'A comunicação atual em momentos variáveis, com foco em um assunto direto e objetivo. Quero fazer pós em marketing e me senti pertencido ao tema abordado na palestra, ótimo. Pronto para a próxima.'** (estudante de administração)

**Gostei das mensagens e ideias passadas nas palestras e também ressaltar que muitas coisas que achamos que não são importantes no nosso dia a dia, faz muita diferença.**

(estudante de administração)

**Gostei de todos os momentos, pois todos agregam valor no meu conhecimento.**

(estudante de administração)

**O jeito como o tema, que não imaginava ser tão importante, de um jeito interessante.**

(estudante de administração)

**O debate no final IBP e Losango.**

(estudante de administração)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**O debate foi muito relevante, com conteúdos super atuais, e foi bem explicativo e descontraído.**  
(estudante de administração)

**Achei extremamente produtivo, com as formas às quais abordou diversos temas nos fazendo enxergar a atualidade de forma diferente.**

(estudante de administração)

**Apresentação e conteúdo da informação.**  
(estudante de administração)

**Esse evento me proporciona um conhecimento diferente. Já participei de outros e gostei muito, é fundamental no aprendizado sobre o mercado.**  
(estudante de administração)

**Principalmente do case do Hugo Santos, uma vez que tratou de um assunto do meu interesse. Trabalho no setor de petróleo e gás prestando serviço para Petrobras.**

(estudante de administração)

**Eu mais gostei da forma em que o assunto foi abordado, com um tema tão atual, é fácil lembrar e refletir sobre ele. Eu adorei.**

(estudante de administração)

**Adorei os diferentes pontos de vista e informações que ainda não tinha conhecimento muito aprofundado.**

(estudante de administração)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**O que eu mais gostei na Losango é que eles estimulam o pessoal a vender, dando diversos prêmios.**

(estudante de administração)

**O que eu mais gostei, foi das técnicas apresentadas para a satisfação do cliente final.**

(estudante de administração)

**As ideias transmitidas serem de empresas experientes que inspiram os ouvintes, além das ideias serem maduras e inovadoras.**

(estudante de administração)

**Foi da apresentação em geral, muito legal. Algo novo, que realmente não tinha conhecimento.**

(estudante de administração)

**Os conteúdos abordados são importantes para formação.**

(estudante de administração)

**Palestrante Bruno (Losango), forma e colocação de palavras e ações institucionais.**

(estudante de logística)

**Da relação entre domínio do conteúdo ministrado com o tempo usado para a apresentação.**

(estudante de logística)

**O debate foi a melhor parte do evento, perguntas bem elaboradas.**

(estudante de marketing)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**Coordenador Bruno Souza apresentou um marketing bem elaborado e atual no contexto de mercado de trabalho.**

(estudante de administração)

**De ambas as palestras em si e dos exemplos práticos de forma de fazer uma divulgação.**

(estudante de administração)

**Na parte que abordam os influenciadores da mídia digital, pois houve uma grande interação entre os palestrantes e os participantes.**

(estudante de marketing)

**Da explicação do Clube de Vendas Losango, como funciona as premiações e a comunicação.**

(estudante de administração)

**A oportunidade de conhecer melhor a área de marketing. Uma área que cogitei cursar e admiro bastante.**

(estudante de logística)

**Momento do debate, onde foram expostos, partes na qual realmente enfrentamos diariamente.**

(estudante de administração)

**Forma clara das palestras.**

(estudante de marketing)

**As perguntas aos convidados, foram bem atuais e bem desenvolvidas.**

(estudante de administração)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**Amei a forma com que foi passado o conhecimento de ambos os palestrantes para nós alunos, particularmente aprendi bastante coisas novas, como por exemplo: técnicas de incentivo para vendas, como também, a importância da análise de dados para a iniciação de um projeto.**

(estudante de administração)

**As apresentações foram claras, diferenciadas e contribuíram para o meu conhecimento e forneceram novos “ares” e outra perspectiva.**

(estudante de marketing)

**Sobre como duas palestras tem assuntos diversos, mas falam sobre como a genialidade no marketing, fez os casos serem bem-sucedidos.**

(estudante de jornalismo)

**Gostei em todos os aspectos do evento, seja no cronograma, temas e objetivo do evento.**

(estudante de publicidade e propaganda)

**Gostei das palestras, a parte foram abordados assuntos muito interessante e de muita importância para minha formação.**

(estudante de marketing)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**“Poder entender como grandes empresas trabalham a partir de cases de grandes sucessos. Além disso, os palestrantes conseguiram aproximar a teoria da prática.”** (estudante de jornalismo)

**“Os palestrantes ensinaram de maneira real, mesmo que rapidamente, a realidade do profissional de marketing.”**  
(estudante de publicidade)

**“A objetividade e clareza na exposição do conteúdo chamou atenção, além da organização para a realização da palestra, visualmente bem interessante.”**  
(estudante de jornalismo)

**“A criatividade que o palestrante expôs em relação a criação de propaganda dos produtos e serviços da sua companhia.”**  
(estudante de processos gerenciais)

**“A oportunidade de ver as perspectivas do mercado, aumentou meu conhecimento na área e saber como funciona realmente o mercado.”**  
(estudante de publicidade)

**“Da visão interna das marcas, as estratégias, as ferramentas que usaram e a verdade por trás da produção dos materiais.”** (estudante de publicidade)

**“A forma que foi realizada, de forma organizada, dinâmica, objetiva e com muita clareza para todos os ouvintes, dando total direito para tirarmos qualquer dúvida. O foco e a determinação mostrou segurança para o ouvinte.”**  
(estudante de jornalismo)

## CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

**“A oportunidade de ouvir profissionais bem-sucedidos no mercado contando suas histórias profissionais e dando detalhes e dicas de seu trabalho.”**

(estudante de jornalismo)

**“Os debates abordando variados temas permitindo a captação de conteúdo e absorção de novas ideias através da opinião de cada participante.”**

(estudante de processos gerenciais)

**“O conhecimento das marcas, como funciona tudo por trás de um simples comercial. Abriu mais minha mente a respeito da minha área.”**

(estudante de publicidade)

**“Incentivo da faculdade na formação profissional dos estudantes mostrando grandes casos de sucesso como exemplo. Faz com que estudantes como eu, tenha a sensação de que podemos fazer parte de futuros casos.”** (estudante de publicidade)

**“Trazer profissionais das áreas de empresas renomadas e que trazem vida real das agências e departamentos de marketing para a universidade.”** (estudante de marketing)

**“A preocupação do palestrante em esclarecer suas ideias e produtos de forma interativa e objetiva”**

(estudante de processos gerenciais)

**“Da oportunidade de conhecer mais profundamente as marcas e o motivo das campanhas de marketing, como consumidora me aproxima.”** (estudante de jornalismo)

**“Gostei principalmente do conteúdo apresentado pelos palestrantes, os recursos audiovisuais e as interações, além da expertise dos profissionais.”**

(estudante de jornalismo)



ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA DE  
MARKETING &  
NEGÓCIOS

CANAIS DIGITAIS:



ABMN Canal



abmn\_oficial

OU ACESSSE [www.abmn.com.br](http://www.abmn.com.br)

A ABMN ACREDITA  
QUE DIVIDIR  
APRENDIZADOS  
& EXPERIÊNCIAS  
É UMA FORMA  
DE INSPIRAR.