

ALWAYS ON



CARNAVAL DA PUBLLYA!

Confira os melhores momentos do bloquinho da Publly neste carnaval!

CARNAVAL DA PUBLYA



FESTA

O bloquinho da Publya foi puro sucesso! O Happy Hour carnavalesco reuniu toda a equipe no escritório para aproveitar com bastante diversão, comidinhas e cerveja!

CONCURSO DE FANTASIA

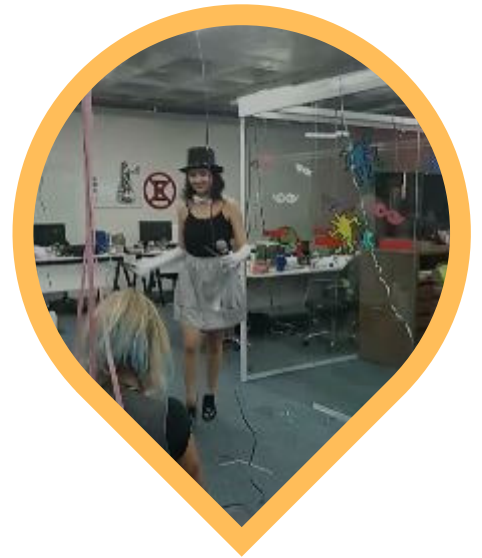
Além da decoração típica de Carnaval na sala da Publya, a festa também contou com a criatividade de todos para virem fantasiados. Todos se empenharam e rolou até concurso da melhor fantasia da noite.



PREMIAÇÃO

Teve Rock Star, Corredor de Maratona, Skatista, Mágica, Sereia, Panda, Signos, Arco Íris, Surfista, Jogador de Futebol e várias fantasias inusitadas. Todos votaram e o vencedor ganhou um Kit Carnaval Exclusivo com itens para aproveitar da melhor forma essa data comemorativa.

CARNAVAL DA PUBLYA





ENCONTRO COMERCIAL PUBLYA 2019

27, 28 e 29 de Março



CONTAGEM REGRESSIVA: Encontro Comercial

Falta 1 dia para o Encontro Comercial 2019! O evento reúne todos os representantes comerciais em Florianópolis para treinamentos e alinhamentos sobre as novidades da Publya. Na quinta-feira (dia 28/03) também temos o Happy Hour do Encontro Comercial, um momento de interação entre todos aqueles que fazem parte do nosso dia a dia de trabalho na Publya.

DIA DAS MULHERES

A Publya se orgulha em ter um time majoritariamente feminino! E como forma de mostrar esse carinho e homenagear essas mulheres guerreiras que trabalham na empresa, a Publya as recepcionou com bilhetinhos e chocolate, para animar o dia! Além disso, agradece toda a garra e parabeniza todo o time feminino, as executivas e auxiliares que não ficam no escritório pelo Dia Internacional das Mulheres.



“

SCOTT SPENCER, DIRETOR DE ANÚNCIOS SUSTENTÁVEIS DO GOOGLE:

A REDUÇÃO NO NÚMERO DE ANÚNCIOS RUINS FAZ PARTE DO TRABALHO REGULAR PARA PROTEGER OS USUÁRIOS E TEM O OBJETIVO DE FACILITAR A VIDA DE ANUNCIANTES SÉRIOS E HONESTOS, PARA QUE ELES CRIEM ANÚNCIOS DE ACORDO COM AS POLÍTICAS DO GOOGLE

”

Matéria "Google eliminou 2,3 bilhões de anúncios nocivos em 2018", publicada no site Meio e Mensagem. Para ler a notícia completa, clique aqui.

6 PERGUNTAS PARA: LUCA CAMPELLI



1) QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO LUCA?

Calmo, quieto e calculista, pensa rápido, respostas curtas e objetivas e adora piadas ruins (trocadalhos e afins).

2) O QUE MAIS TE INTERESSA EM TRABALHAR NA PUBLYA?

A possibilidade de aprender e o quanto todos estão dispostos a ensinar e ajudar.

3) COMO VOCÊ LIDA EM FAZER PELA EMPRESA FUNÇÕES QUE SÓ O SETOR DE DESENVOLVIMENTO SABE/DOMINA?

Tenho bastante o pecado do orgulho. Sinto que minha dedicação aos estudos, amor pelo que faço e todo o sofrimento na faculdade valeu a pena. Mas ao mesmo tempo, fico preocupado, pois se o setor de desenvolvimento para, não há quem substitua.

4) SE VOCÊ PUDESSE SER UM PERSONAGEM, QUEM SERIA E POR QUÊ?

Um mago, seja de videogame, de filmes, quadrinhos, jogos de tabuleiro. Por que? Magia! Teletransporte para evitar ônibus, telecinese pra pegar coisas de longe... Bola de fogo, entre outras coisas.

5) O QUE VOCÊ DESTACA COMO SEU PONTO FORTE NO DIA A DIA AQUI NA PUBLYA?

Determinação. Posso não ser o melhor programador do mundo, meu programa vive tendo bugs, o que é comum em um projeto desse porte, mas sempre que um surge, não paro até que ele esteja consertado. (O que no mundo da computação é conhecido por gerar ainda mais bugs.)

6) O QUE VOCÊ CONSIDERA COMO UM TEMPO LIVRE MUITO BEM APROVEITADO?

Um tempo livre que foi passado fazendo o que se gosta. Não importa o que seja. Tempo gasto fazendo-se o que gosta não é tempo perdido.



NOVAS EQUIPES TREINADAS

A PUBLYA ADVERTISING ACADEMY PASSOU, NESTE COMEÇO DE ANO, POR RECIFE E BRASÍLIA

A Publya Advertising Academy continua levando o treinamento de Planejamento de Mídia Programática para clientes e agências de todo o Brasil. Em Janeiro, a equipe da Publya passou por Recife, treinando as equipes da Agência Um, Baterias Moura, Propeg, Ampla e BG9. Já em Março foi a vez de Brasília, onde tivemos a oportunidade de compartilhar conhecimento com as equipes das agências Artplan, Propeg, Nova SB, Groove, Calia e Fields360.

PUBLYA PETS

Atena - Andjara Consentino (Desenvolvimento)

Nome: Atena Aurora (hehehe)

ps.: O segundo nome dela foi decidido por mim e pela Gabis em um momento de embriaguez.

Tem quantos anos?

Achamos que uns 2 anos e meio

Qual é o início da história de vocês?

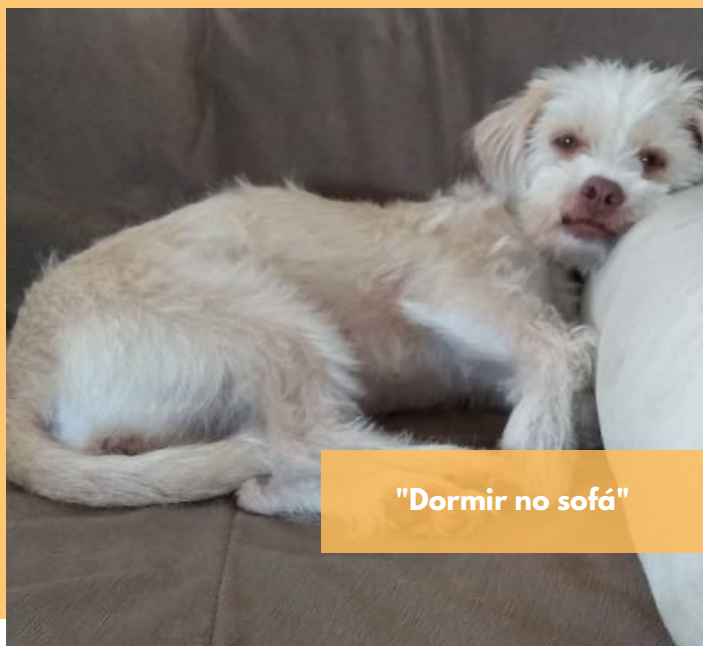
Eu e meu namorado sempre gostamos de cachorro, mas o Rafa sempre teve o pé atrás por causa da responsabilidade de ter um cachorro e o gasto que seria. Porém, ele estava em um emprego no qual passava 2 semanas em Minas Gerais e 2 semanas aqui. E eu me sentia muito sozinha, por causa disso, convenci o Rafa a deixar eu adotar um cachorrinho. Fomos visitar uma casa que estava hospedando alguns cachorros resgatados para conhecer a Atena, naquela época também conhecida como Canjiquinha, e foi amor à primeira vista! Não consegui sair de lá sem adotar ela.

Adora: Lugares altos e acolchoados, dormir no sofá, dormir na minha cama, dormir dentro do móvel da TV, dormir em geral, carinho na bundinha, passear no parque, brincar de bolinha, petiscos, melão, meias e moscas.

Odeia: Orelhas (ela arranca apenas as orelhas de todos os bichinhos que damos pra ela, e às vezes tenta arrancar as nossas também).



"Dormir na minha cama"



"Dormir no sofá"



"Dormir no móvel da TV"

PUBLYA PETS

Atena - Andjara Consentino (Desenvolvimento)

Manias: Ela tem mania de nos acordar com uma lambida na cara, e caso isso não nos acorde, ela parte pra patada na cara mesmo. Ela também tem mania de pegar um cobertor dobradinho ou esticado e afofar ele até ficar um montinho alto pra ela deitar.

Personalidade: Ela é dona da casa, tem uma personalidade bem forte. Ela gosta de carinho mas precisa ter momentos dela, sozinha, sem ninguém incomodando. Geralmente esses momentos ocorrem na minha cama ou no sofá da varanda, onde ela fica cuidando da vida dos vizinhos.

O que você mais admira/aprende com ela?

Ai, eu admiro ela inteira. Ela é maravilhosa! Ganhamos na loteria com ela. Admiro muito o pique que ela tem pela manhã. Eu queria ser assim também, mas não rola.

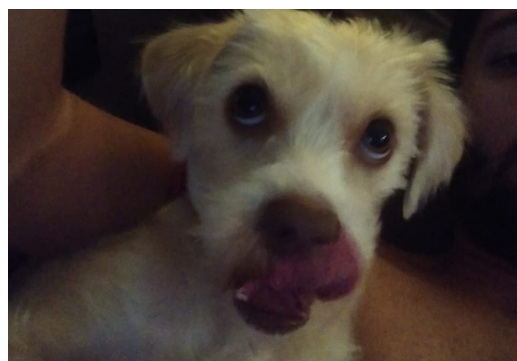


“

SE ELA PUDESSE DIZER UMA FRASE, QUAL VOCÊ ACHA QUE SERIA?

"ME DÁ ESSE PETISCO LOGO, POXA VIDA! NÃO QUERO FAZER MAIS TRUQUES".

”



A PUBLYA DESEJA UM ÓTIMO NOVO ANO DE VIDA PARA OS

ANIVERSARIANTES

ANIVERSARIANTES DE MARÇO

15/Março - Tamis Guerra
(Equipe Comercial)

24/Março - Celine Purnhagen
(Gestão de Campanhas)

31/Março - Ana Amélia
(Customer Success)

PRÓXIMOS ANIVERSARIANTES ABRIL

24/Abril - Briana Bonetti
(Planejamento Comercial)

28/Abril - Camila Vieira
(Financeiro)



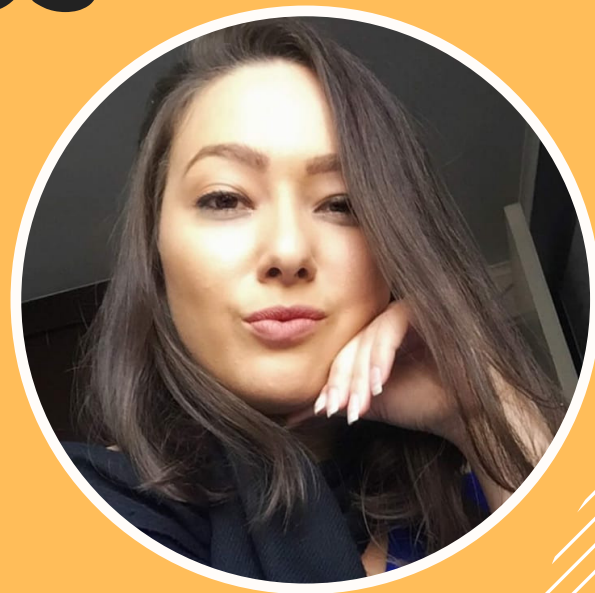
NOVOS FUNCIONÁRIOS



O nosso querido Jovani, do financeiro, foi trilhar novos caminhos. E no lugar dele, a Publya recebeu a **Caroline Souza**. Ela é formada em Administração Pública pela Universidade do Estado de Santa Catarina. A nova integrante chegou para dar orgulho: ganhou o Prêmio concedido pelo Conselho Regional de Administração de Santa Catarina como acadêmica com o melhor desempenho no período da graduação. Também já trabalhou no setor financeiro da Policlínica São Lucas e fez estágio no TJ-SC e no TRE-SC. Bem-vinda, Carol!

NOVOS FUNCIONÁRIOS

Para assumir a vaga de Representante Comercial no Chile, nada melhor do que alguém que já conhece o mercado e os processos da Publya. Por isso, a **Monique Destro**, que por quase 1 ano foi o braço direito do Artur nas operações do Chile, exercendo tanto o papel de Customer Success, quanto o de assistente comercial, acaba de assumir essa posição. Boa sorte, Monique nessa nova jornada! Conte conosco.



CASE DE CAMPANHA

Telepizza Chile

Período: de 07 a 22 de Fevereiro de 2019

Mídia: Display

Objetivo: Tráfego para o site

Comercial: Equipe Chile

Gestor da Campanha: Lucas e Thiago

Responsável CS: Monique Destro

Responsável Planejamento: Gizé Garcia

RESULTADOS DISPLAY

Impressões Negociadas: 422.796

Impressões Entregues: 483.674

Cliques Estimados: 644

Cliques Estimados: 865

CPC Estimado: CLP \$ 621,00

CPC Entregado: CLP \$473.34

CPM Médio da Campanha: CLP \$846,52

A Campanha de Telepizza para divulgar a Promoção de 2 pizzas médias, utilizou as estratégias de Display com adicional de Hyperlocal para atingir o público-alvo qualificado.

2 PIZZAS MEDIANAS \$ **9.990**
CLÁSICAS O HASTA 2 ING.

PÍDELA AQUÍ

telepizza

“

THINK WITH GOOGLE

**UM MAPA DE EMPATIA PODE
AJUDÁ-LO A ENTENDER
MELHOR OS DESAFIOS QUE
UMA PERSONA ENFRENTA
QUANDO INTERAGE COM SEUS
PRODUTOS E SERVIÇOS, E
INSPIRÁ-LO A CRIAR
SOLUÇÕES MELHORES PARA
ELES.**

”

Matéria "Seja pessoal: usando personas e empatia para incrementar sua estratégia", elaborada pelo Google. Para ler na íntegra, clique aqui.

NOVOS CLIENTES

EDUCA CAPITAL, | PALLADIUM HOTEL GROUP |
COPACOL | IBAGY | SORRIDENTS | ARROZ
CRISTAL | PHIL YOUNGS | AVIXA | SECRETARIA
DE ESTADO DA SAÚDE ES | UNILESTE E OUTROS.

DATAS E SEGMENTOS

O trimestre (Abril-Maio-Junho) é marcado por datas importantes para o mercado: Páscoa, Dia das Mães, Dia dos Namorados, movimentando diversos setores que merecem atenção do time comercial.



21 DE ABRIL - PÁSCOA

A data não tem apenas um grande volume de buscas por chocolates. Os setores de varejo, itens de decoração, utensílios de cozinha também costumam ficar em foco. Além disso, com o feriado, o Turismo e Entretenimento podem aquecer, e esses setores podem aproveitar o tema para atingir o público-alvo qualificado.

12 DE MAIO - DIA DAS MÃES

É considerada uma das principais datas deste semestre e a mais sentimental no ano para os consumidores. O período traz oportunidades para o setor de vestuário, cosméticos, joias, perfumaria. E, os mais diversos perfis de mães permitem, com criatividade, a ascensão de quase todas as marcas.

Até a próxima edição!