



PROPOSTA PARA PEMBERTON OUTDOOR GEAR

PROPOSTA DE CAMPANHA DE LANÇAMENTO DE OUTONO

Uma campanha nacional de outdoors e impressos com títulos construídos em torno de dez frases feitas à mão para o lançamento de outono da Pemberton Outdoor Gear.

PROPOSTA PARA PEMBERTON OUTDOOR GEAR

2026



SUMÁRIO

01	RESUMO GERAL	3
02	O PROJETO EM NÚMEROS	4
03	A OPORTUNIDADE	5
04	RESUMO EXECUTIVO	5
05	A EXPERIÊNCIA ATUAL	5
06	DESAFIO E ABORDAGEM	6
07	PONTOS DE PROVA	7
08	SITUAÇÃO E COBERTURAS	7
09	EM SUAS PALAVRAS	8
10	ESCOPO DO TRABALHO	9
11	O QUE ESTÁ INCLUÍDO	9
12	ENTREGAS	10
13	TRABALHOS SELECIONADOS	11
14	CRONOGRAMA	12
15	INVESTIMENTO E CONDIÇÕES	13
16	DETALHAMENTO DE HONORÁRIOS	13
17	RESUMO DE CUSTOS	14
18	OPÇÕES DE CONTRATAÇÃO	14
19	COMPARATIVO DE OPÇÕES	14
20	CRONOGRAMA DE PAGAMENTO	15
21	PREMISSAS DAS QUAIS ESTA ESTIMATIVA DEPENDE	16
22	ACEITE	17

RESUMO GERAL

PROPOSTA

PARA APROVAÇÃO

PRO-2026-0219

PREPARADO PARA

Pemberton Outdoor
Gear — Dana
Whitfield, VP de
Marketing de Marca

PREPARADO POR

Loudmouth & Vine,
Chicago

EMITIDO

23 de fevereiro
de 2026

VÁLIDO ATÉ

27 de março de 2026

CONTRATAÇÃO

Criação e Redação de
Campanha

RESUMO GERAL

O PROJETO EM CINCO NUMEROS

— CONTRATAÇÃO

Criação e Redação de Campanha

Uma campanha nacional de outdoors e impressos com títulos construídos em torno de dez frases feitas à mão para o lançamento de outono da Pemberton Outdoor Gear.

— DURAÇÃO

12 meses

Do início à entrega final

— INVESTIMENTO

\$96,000

\$96,000, mais imposto sobre vendas (illinois — serviços criativos isentos)

— INÍCIO

9 de março de 2026

Sujeito a aceitação até 27 de março de 2026

— PREPARADO PARA

Pemberton Outdoor Gear

Dana Whitfield, Vice-presidente de marketing de marca

01

A OPORTUNIDADE

O lançamento de outono da Pemberton Outdoor Gear precisava de uma campanha alta o suficiente para se destacar em uma categoria onde tudo soa igual — cordilheiras, pores do sol, manhãs silenciosas. Este é o plano para escrever e produzir dez slogans com verdadeira mordida, em sessenta outdoors e uma tiragem impressa nacional.

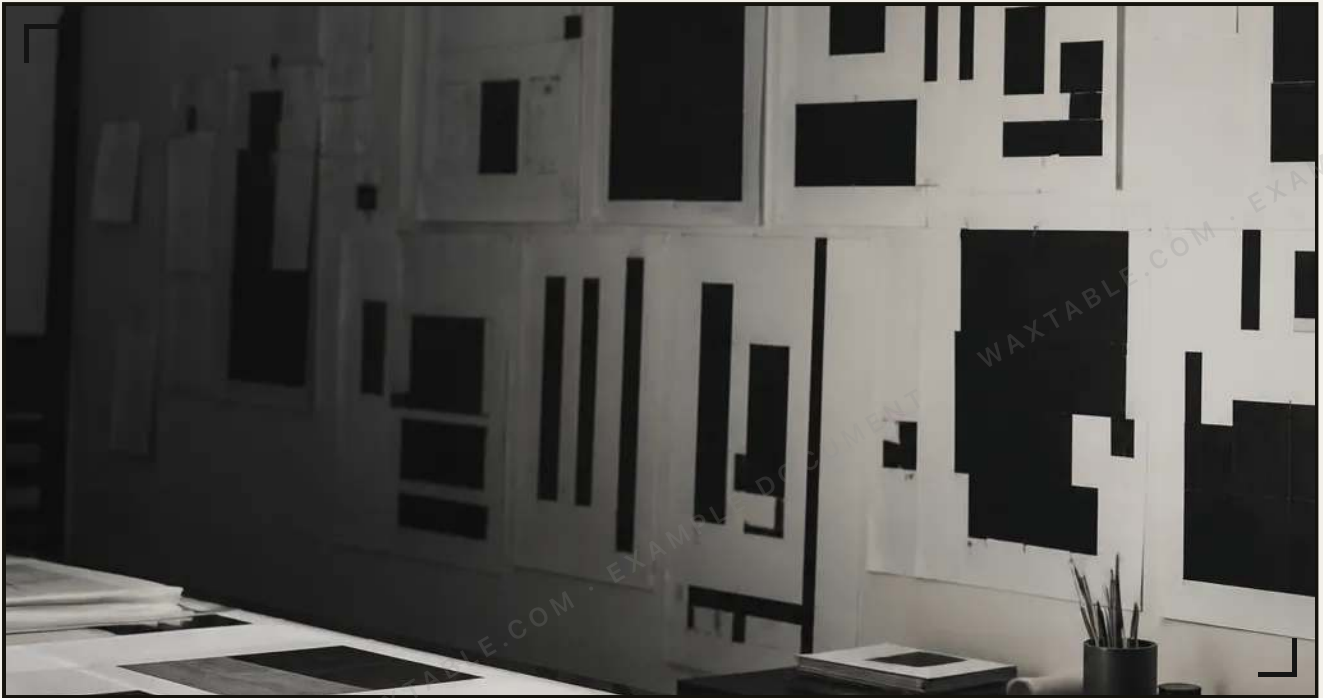
SECTION

RESUMIO EXECUTIVO

A Pemberton Outdoor Gear vem investindo há três temporadas na mesma publicidade outdoor suave e discreta que qualquer outra marca de vestuário em sua categoria — e os dados de monitoramento comprovam isso: a lembrança de marca espontânea está estagnada há dezoito meses. O lançamento de outono é o maior lançamento de produto do calendário deste ano, e a equipe de marketing quer uma campanha que realmente gere repercussão, não apenas que seja vista.

A Loudmouth & Vine propõe um projeto de doze semanas para escrever, criar e produzir uma campanha nacional de outdoors e impressos com títulos de impacto: dez frases feitas à mão construídas em torno dos equipamentos mais resistentes da Pemberton, veiculadas em sessenta pontos de outdoor e uma compra de seis títulos impressos. As seções a seguir apresentam a abordagem, o escopo, o cronograma e o investimento.

— FIG. — PLATE



O DESAFIO

A publicidade outdoor da Pemberton tem aparência e tom idênticos aos de seus concorrentes há três temporadas seguidas — a mesma fotografia de pôr do sol, o mesmo texto discreto, o mesmo resultado esquecível. A lembrança de marca espontânea está estagnada há um ano e meio, apesar do investimento constante em mídia.

O lançamento de outono traz o maior lançamento de produto do ano, e a equipe de marketing precisa de uma campanha forte o suficiente para realmente movimentar a lembrança de marca, e não apenas ocupar espaço em outdoors que poderia pertencer a qualquer marca da categoria.

NOSSA ABORDAGEM

Escrevemos os títulos primeiro e escolhemos a fotografia depois — cada frase desta campanha é construída para funcionar como tipografia pura, dominante o suficiente para ser lida a partir de um carro em movimento, antes de qualquer imagem ser associada a ela. É isso que faz um outdoor ser comentado, em vez de simplesmente passar despercebido.

Dez frases são escritas, testadas com um painel de compradores-alvo da Pemberton, e as cinco mais fortes seguem para produção completa em outdoors e impressos, garantindo que a campanha veiculada seja aquela que realmente causou impacto.

01

38

CAMPANHAS NACIONAIS DE DESTAQUE LANÇADAS

02

22%

AUMENTO MÉDIO DE RECALL, CAMPANHAS TESTADAS

03

12 sem.

DO BRIEFING À ENTREGA PRONTA PARA IMPRESSÃO

CREDENTIALS

SITUAÇÃO

REGISTROS, COBERTURAS E GARANTIAS

CREDENCIAL	ÓRGÃO EMISSOR	REFERÊNCIA	ESCOPO	STATUS
Entidade registrada	Registro de empresas, Estados Unidos	Loudmouth & Vine LLC	Nome fantasia e identidade jurídica	Ativo
Registro fiscal	Autoridade fiscal, Estados Unidos	EIN 47 - 2910384	Todos os trabalhos faturados	Ativo
Seguro de responsabilidade civil profissional	Seguradora comercial	Disponível mediante solicitação	Criação e Redação de Campanha	Renovado anualmente
Seguro de responsabilidade civil geral	Seguradora comercial	Disponível mediante solicitação	Trabalhos no local e nas instalações do cliente	Renovado anualmente

Filiação a entidade de classe	Associação setorial, Estados Unidos	Disponível mediante solicitação	Código de conduta e canal de reclamações	Em situação regular
-------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------	--	---------------------

Certificados e apólices são fornecidos mediante solicitação e reemitidos para Pemberton Outdoor Gear mediante solicitação a qualquer momento durante o contrato.

A Loudmouth escreveu a única frase de mídia externa que nossos clientes realmente repetiram para nós. Isso nunca tinha acontecido com uma agência antes.

— THEO MARSH

02

ESCOPO DO TRABALHO

Um projeto de doze semanas para escrever e produzir a campanha nacional de outdoors e anúncios impressos para o lançamento de outono da Pemberton Outdoor Gear.

01

PLATAFORMA CRIATIVA

A estratégia central de manchetes e a plataforma de tom de voz sobre a qual toda a campanha é construída.

02

REDAÇÃO DOS TÍTULOS

Dez frases de destaque feitas à mão, escritas para serem lidas de um carro em movimento.

03

TESTES COM COMPRADORES

Testes de recall e ressonância das dez frases com o painel de compradores-alvo da Pemberton.

04

DESIGN DE OUTDOOR

Layouts para as cinco manchetes de produção, dimensionados para todos os formatos padrão de outdoor.

05

DESIGN IMPRESSO

Layouts para a compra impressa nacional em seis publicações.

06

PRODUÇÃO E ENTREGA

Arquivos prontos para impressão entregues a todos os veículos de mídia antes do lançamento de outono.

ENTREGAS

01

ESTRATÉGIA

PLATAFORMA CRIATIVA DA CAMPANHA

A estratégia central de headline e a plataforma de tom de voz para a campanha de lançamento de outono.

02

CÓPIA

DEZ CONCEITOS DE MANCHETE

Dez linhas de manchete manuscritas, escritas e testadas com os compradores-alvo da Pemberton.

03

TESTES

RESULTADOS DO TESTE COM PAINEL DE COMPRADORES

Testes de recall e ressonância das dez manchetes com um painel de compradores-alvo.

04

DESIGN

CONJUNTO DE LAYOUTS PARA OUTDOOR

Layouts finais para as cinco manchetes de produção, dimensionados para todos os formatos padrão de outdoor.

05

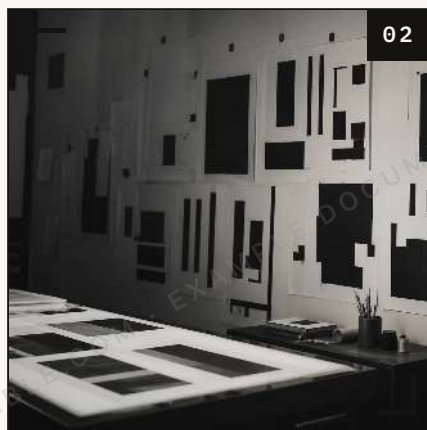
DESIGN

CONJUNTO DE LAYOUTS IMPRESSOS

Layouts impressos finais para a compra de espaço nas seis revistas.



- Compra e reserva de mídia
- Fotografia e produção de estilo de produto
- Variações de anúncios sociais e digitais
- Gestão contínua de campanha após o lançamento



01

— PHASE

SEMANAS 1-2 · PLATAFORMA CRIATIVA

Estratégia central de títulos e plataforma de tom de voz desenvolvidas e aprovadas.

02

— PHASE

SEMANAS 3-5 · REDAÇÃO DOS TÍTULOS

Dez conceitos de título escritos e refinados com base na plataforma.

03

— PHASE

SEMANAS 6-7 · TESTES COM COMPRADORES

Testes de lembrança e ressonância reduzem os dez títulos para os cinco mais fortes.

04

— PHASE

SEMANAS 8-10 · DESIGN E DIAGRAMAÇÃO

Layouts de outdoor e impressos produzidos para os cinco títulos vencedores.

03

INVESTIMENTO E CONDIÇÕES

A fotografia final dos produtos da linha de outono é entregue na data acordada, um stakeholder é designado para aprovar os títulos em cada rodada, e a campanha não excede sessenta veiculações em outdoor e uma compra de mídia impressa em seis títulos. Alterações a esses pontos afetam o cronograma e o custo, o que seria acordado por escrito antes de prosseguir. O valor é válido para contratações iniciadas até 27 de março de 2026.

LEDGER

FRENTE DE TRABALHO	SEMANAS	TAXA	VALOR
Plataforma criativa Estratégia central de títulos e plataforma de tom de voz	2	\$5,400 / wk	\$10,800
Redação dos títulos Dez conceitos de título, escritos e refinados	3	\$6,200 / wk	\$18,600
Testes com compradores Testes de lembrança e ressonância com painel de compradores-alvo	2	\$5,800 / wk	\$11,600
Design de outdoor Layouts para cinco títulos de produção, todos os formatos padrão	2	\$6,600 / wk	\$13,200
Design impresso Layouts para a compra nacional de seis títulos impressos	1	\$10,800 / wk	\$10,800
Produção e entrega Arquivos prontos para imprensa entregues a todos os fornecedores de mídia	2	\$15,500 / wk	\$31,000

Total da contratação	\$96,000
Taxa do projeto	\$96,000
Imposto sobre vendas (Illinois — serviços criativos isentos)	\$0
Total	\$96,000
= TOTAL DEVIDO	\$96,000

TODOS OS VALORES ESTÃO EM USD. FATURADO EM TRÊS MARCOS: 40% NA ASSINATURA, 30% NO INÍCIO DA CONSTRUÇÃO, 30% NA ENTREGA. O VALOR É VÁLIDO PARA CONTRATAÇÕES INICIADAS ATÉ 27 DE MARÇO DE 2026.

TIER CAMPANHA \$96,000 Engajamento completo de doze semanas Dez manchetes, testadas e produzidas Arquivos de produção para outdoor e impressos Relatório de desempenho pós-lançamento	TIER CAMPANHA + AMPLIFICAÇÃO \$4,200/mo Tudo da Campanha Atualização mensal de manchetes para novos lançamentos Pacote de variantes de manchetes para redes sociais SLA de prazo prioritário	TIER PARCEIRO CRIATIVO \$9,800/mo Tudo da Amplificação Auditoria trimestral de voz da marca Desenvolvimento contínuo de manchetes Tempo dedicado de copywriting e design
COMPARE OPÇÕES		

QUAL MODELO COMBINA COM VOCÊ

	CAMPANHA	CAMPANHA + AMPLIFICAÇÃO	PARCEIRO CRIATIVO
Preço	\$96,000	\$4,200/mo	\$9,800/mo
Escopo principal	Engajamento completo de doze semanas	Tudo da Campanha	Tudo da Amplificação
O que está incluído	Dez manchetes, testadas e produzidas	Atualização mensal de manchetes para novos lançamentos	Auditoria trimestral de voz da marca
Entrega	Arquivos de produção para outdoor e impressos	Pacote de variantes de manchetes para redes sociais	Desenvolvimento contínuo de manchetes
Suporte pós-entrega	Relatório de desempenho pós-lançamento	SLA de prazo prioritário	Tempo dedicado de copywriting e design

Os preços estão em USD e não incluem o imposto sobre vendas (illinois — serviços criativos isentos). As opções podem ser combinadas ou escalonadas; a recomendação para Pemberton Outdoor Gear está destacada na seção de preços.

SCHEDULE

CRONOGRAMA DE PAGAMENTO

QUANDO CADA PARCELA VENCE

N.º	MARCO	GATILHO	PARCELA	VALOR
01	Semanas 1–2 · Plataforma criativa	9 de março de 2026	40%	\$38,400
02	Semanas 3–5 · Redação dos títulos	No início da entrega	30%	\$28,800
03	Semanas 6–7 · Testes com compradores	Na aceitação do marco	30%	\$28,800
Total (sem impostos)			100%	\$96,000

As parcelas são faturadas conforme os marcos acima e são pagáveis em até 30 dias após cada fatura. Todos os valores estão em USD e não incluem imposto sobre vendas (illinois — serviços criativos isentos).

— NOTE

PREMISSAS DAS QUAIS ESTA ESTIMATIVA DEPENDE

A fotografia final dos produtos da linha de outono é entregue até a data acordada, um responsável está autorizado a aprovar os títulos em cada rodada, e a campanha não excede sessenta pontos de outdoor e uma compra de seis títulos impressos. Alterações a esses pontos afetam o cronograma e o custo, o que seria acordado por escrito antes de prosseguir. O valor é válido para contratações iniciadas até 27 de março de 2026.

A contra-assinatura abaixo aceita o escopo, o cronograma e o investimento definidos nesta proposta e autoriza o início do trabalho.

PARA PEMBERTON OUTDOOR GEAR

PARA LOUDMOUTH & VINE

DANA WHITFIELD
VP DE MARKETING DE MARCA
DATA

LOUDMOUTH & VINE
SIGNATÁRIO AUTORIZADO
DATA

— PRÓXIMOS PASSOS

PRONTOS QUANDO VOCE ESTIVER



A aceitação desta proposta dá início ao trabalho em 9 de março de 2026. O valor permanece válido para contratações confirmadas até 27 de março de 2026.

Aprove esta proposta e poderemos reservar o início do copywriting para a semana de 9 de março. Responda a este documento ou envie um e-mail para pitch@loudmouthvine.com.

Loudmouth & Vine

pitch@loudmouthvine.com • +1 312 555 0155 •
loudmouthvine.com • Chicago, IL 60607