



Colégio
ISROELITA
Moysés Chvarts



Aprendendo a **aprender**,
aprendendo a **ser**.



Aprendendo
a aprender
o mundo.



o desafio

Em outubro de 2023, a diretoria CIMC, em parceria com a Jazz, lançou a Campanha de Matrículas - um marco na comunicação do colégio - em busca de novos contatos para serem convertidos em matrículas e ainda com objetivo de proporcionar mais visibilidade ao potencial e trajetória do Colégio Israelita Moysés Chvarts.

Em dois meses, além de superar seus objetivos, a campanha também possibilitou um olhar estratégico e refinado ao CIMC, iniciando o resgate do seu papel como referência em educação em Recife.

JAZZ

 @jazzcomunica  @jazzcomunicacao
 jazzcomunicacao.com.br

o conceito

O trabalho criativo da Jazz idealizou o conceito para se relacionar com a visão de aprendizado e com a visão de mundo.

Como subentendido, exploramos a criação de possibilidades dentro de um contexto humanitário, em oposição a um ensino apenas de conhecimento.

Esta abordagem também carrega a força de estar alinhada aos pilares de educação da UNESCO, reforçando o compromisso do CIMC com uma educação para formar cidadãos.

Aprendendo
a **aprender,**
aprendendo
a **ser.**

TURMAS REDUZIDAS



key visual

Na identidade visual da campanha, buscamos mostrar, além do ensino, uma visão de construção de cidadãos autônomos.

Especialmente, ao falarmos de alunos muito jovens, sendo essencial compartilhar os valores do CIMC, baseados em fundamentos filosóficos e pedagógicos muito claros.

Escolhemos essa abordagem tipográfica para explorar com clareza todas as forças intrínsecas do CIMC.

● pluralidade

Expressar pluralidade e diálogo entre os diferentes.

● construção

Referência das diversas maneiras de construir coletivamente, com pessoas de estilos e idades diferentes em uma mesma atividade.

● solidez

Com as extremidades retas, representamos a força, solidez e seriedade da história e tradição do CIMC.

objetivos

Primário

A campanha teve o papel fundamental de aumentar o alcance e a visibilidade do colégio, em seu atual momento, explorando o diferencial estratégico e pedagógico do CIMC, com o objetivo de trazer leads (contatos/interessados) para o receptivo do colégio e transformá-los em conversão de novas matrículas.

Secundário

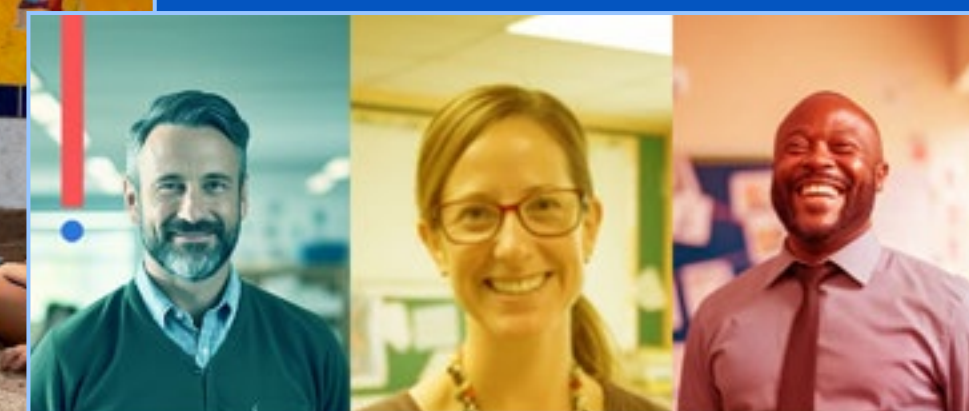
Ser o ponto inicial de uma nova fase de posicionamento no CIMC, através do objetivo central de conquistar novos alunos para o colégio.





na mídia

A Jazz trabalhou a campanha com uma amplitude de canais de mídia digitais e offline, através de uma estratégia multicanal otimizada e eficiente para dar a devida visibilidade ao CIMC e seu período de matrículas abertas.



Valorizamos cada professor porque valorizamos a educação.



JAZZ

@jazzcomunica @jazzcomunicacao
jazzcomunicacao.com.br



resultados

2 MESES DE CAMPANHA



- + de **351.126** mil pessoas (únicas) alcançadas
- + de **836.710** mil vezes que nossos conteúdos foram vistos
- + de **2.493** mil cliques em links em nossos anúncios
- + de **234** conversas efetivas iniciadas (leads)
- + de **12.080.536** impactos gerados com a estratégia de mídia ooh