29/01/2013 - SIL lança campanha publicitária para 2013

Com foco institucional, as novas peças publicitárias destinadas ao rádio e à mídia impressa usam a palavra "conduzir" e suas variações, explorando a ideia de que produtos confiáveis e de qualidade "conduzem" segurança e bem-estar

"Conduzir energia não basta." Com este mote, a SIL, tradicional fabricante de fios e cabos elétricos de baixa tensão (até 1 kV), apresenta sua campanha publicitária para 2013, que já começa a circular em veículos de mídia impressa e rádios. Com cunho institucional, a campanha usa a palavra "conduzir" e suas variações, explorando a ideia de que produtos confiáveis e de qualidade "conduzem" segurança e bem-estar.
Cada uma das três peças para mídia impressa criadas pela agência de publicidade Zinne/Need é direcionada a um público específico: revendedores, profissionais instaladores e consumidores finais, e serão veiculados em revistas especializadas de setores ligados aos negócios da SIL.
O planejamento de marketing prevê ainda o patrocínio dos segmentos de futebol da Rádio Bandeirantes (840 AM e 90,9 FM), em São Paulo, e Rádio Tupi (1.280 AM e 96,5 FM), no Rio de Janeiro. Um jingle desenvolvido pela agência VU Studio e anúncios-testemunhais serão veiculados durante a programação das emissoras.
De acordo com o responsável pelo marketing da SIL, Rodrigo Morelli, o objetivo é reforçar a marca e fortalecê-la como sinônimo de responsabilidade, tecnologia e tradição. "Estas peças dão continuidade às campanhas realizadas em 2012, quando mostramos a importância de se utilizar fios e cabos de qualidade assegurada para proteger a família e o patrimônio", afirma.
Os conceitos apresentados na campanha também serão trabalhados nos pontos de venda, por meio de material promocional. Com o propósito de interagir com o consumidor, a empresa estuda as necessidades de cada cliente para oferecer materiais adequados às revendas de todos os portes.
A expectativa é que os resultados se convertam em maior reconhecimento da marca. "Não há como mensurar em números os benefícios institucionais da campanha, mas acreditamos que nos permitem criar no consumidor e nos profissionais do setor uma imagem de confiança, que é o que buscamos. Os resultados em vendas são consequência de todo esse trabalho", ressalta Morelli.

Perfil SIL
A SIL, com 38 anos de atuação, é uma das principais empresas brasileiras na área de fios e cabos destinados às instalações elétricas com tensões até 1 kV (baixa tensão), bem como de cabos de solda e para transmissão de áudio e de sinal de vídeo. Conta hoje com 420 funcionários e 60 representantes em todo o País. Sua sede está instalada num terreno de 30.000 m², localizado em Guarulhos (SP), e possui filial em Joinville (SC), com terreno de 2.000 m², onde são produzidos vergalhões de cobre eletrolítico, principal matéria-prima de seus fios e cabos elétricos.
Seus parques fabris possuem equipamentos de última geração e a empresa tem capacidade instalada para processar 26 mil toneladas/ano de cobre. A SIL prioriza o crescimento sustentável e a expectativa para 2012 é de que a empresa registre um crescimento de

faturamento 15 a 20% superior ao atingido em 2011.
Ao longo dos anos, a SIL tornou-se reconhecida pela seriedade na política de atuação e na relação com seus parceiros e fornecedores, com metas e diretrizes honestas, somadas a iniciativas como avanços tecnológicos, rigoroso controle de qualidade, valorização profissional e respeito ao consumidor. Além disso, recebeu diversas premiações que confirmam a liderança da marca no segmento de fios e cabos para instalações elétricas.

Via Pública Comunicação