



10 MINUTOS S.A.

10'MINUTOS COMEMORA CRESCIMENTO E ANUNCIA NOVA MARCA

10'Minutos S.A. é o novo nome da agência, que comemora o primeiro trimestre de sua nova fase com 83% de crescimento e uma previsão de faturar R\$ 5 milhões este ano.

A agência 10'Minutos comemora o crescimento de 83% nos três primeiros meses da nova operação desde a chegada dos novos sócios Alfredo Reikdal, ex-Coca-Cola e Stanlei Bellan, ex-Agência Click. Junto com Michel Lent, eles formam agora a 10'Minutos S.A. agência de publicidade interativa que tem como objetivo se consolidar entre as cinco principais do mercado. O resultado positivo do primeiro trimestre se deve aos trabalhos realizados para clientes que já eram da casa como Santander, Ipiranga, e 20th Century Fox e novos clientes como Som Livre, Banco Panamericano, Bayer/Taterka, Telecine e Associados de Minas.

A retirada do "interactive" e o acréscimo do "S.A." no nome da agência visou deixar clara a nova fase sem perder o legado histórico de mais de 10 anos que a marca 10'Minutos carrega no mercado brasileiro. Mas para deixar evidente a mudança foi feito um rebranding total da identidade visual da agência, que irá se refletir em todo material de comunicação da companhia, passando por site, email até o cartão de visitas. A nova marca foi encomendada ao designer brasileiro radicado em Londres Daniel Vasconcelos. Vasconcelos é também o responsável pela marca original da 10'Minutos, criada em 2002.

Segundo Michel Lent, CCO e sócio-fundador da agência, a chegada dos novos sócios permitiu um novo posicionamento da 10'Minutos onde a complementariedade de perfis e a concentração de experiência dos três sócios pode ser percebida como um diferencial pelo mercado. "Temos ótimas agências com grandes talentos, mas o modelo de trabalho geralmente impede que eles apareçam no contato do dia-a-dia com os clientes. No nosso modelo, a proximidade dos sócios com os projetos é uma realidade".

Para alcançar os resultados esperados e dar conta da nova demanda, a 10'Minutos S.A. ampliou sua equipe e fez dez novas contratações, entre elas: Daniel de Medeiros e Karen Hada para a área de atendimento, Rodrigo Volponi para a gerência de projetos, Duda Guerra para a área de planejamento estratégico e Fernanda Tavolaro, complementando a equipe de mídia.

Atendendo a partir de São Paulo clientes em mais de 20 países da América Latina, a operação da agência está estruturada através de núcleos de negócios

específicos para os principais clientes, orientados à otimização dos resultados de seus investimentos. “Entendemos que a questão operacional e de produção hoje em dia é um commodity no mercado de agências digitais. Ao estruturamos a agência em núcleos, garantimos que os clientes tenham profissionais pensando em seu negócio e otimizando seus resultados todo o tempo”, destaca o sócio e COO, Alfredo Reikdal.

Com sede em São Paulo desde 2002, a 10'Minutos S.A. traz em sua bagagem trabalhos de destaque como o lançamento do Honda Fit em 2003, a reformulação do Portal do Banco ABN AMRO Real e o atendimento de sua conta online de 2002 a 2005, a reformulação do site Papparazzo para a Globo.com em 2004, o atendimento da conta regional da 20th Century Fox desde 2005 e as primeiras iniciativas de campanhas de Consumer Generated Advertising do Brasil, como a FaleBenQ, realizada para a BenQ Siemens também em 2005. Um destaque mais recente é uma das primeiras ações de internet do País totalmente voltada para as classes C e D, realizada para a Ipiranga. Denominada Ipiranga VIP (Vendedor Ipiranga de Pista), a campanha premia os funcionários dos postos de gasolina de acordo com seu desempenho em vendas adicionais. O controle é 100% feito através da Web. Para o sócio e CEO, Stanlei Bellan, é chegada a hora de encararmos a Web como uma mídia de massa com altíssimo poder de segmentação. "Quase 50% das classes C e D já está online no País. Não podemos mais olhar para a internet como uma mídia de elite. Mais da metade dos brasileiros já teve contato com computadores e a internet. Essa realidade muda a cada minuto".

Também é da 10'Minutos S.A. a campanha de mídia online que anuncia o lançamento do DVD dos Simpsons, uma produção da Fox Film. Entre as peças produzidas para divulgar a novidade está uma ação na rede social Orkut. Através de um contato com o mediador/administrador da comunidade dos Simpsons, que tem quase 500 mil membros, o pessoal da agência conseguiu colocar gratuitamente um link para a venda do DVD. Segundo Stanlei Bellan, “temos que descomplicar a internet, ela é simples. A ação para os Simpsons é um exemplo de como podemos potencializar uma campanha com mídia espontânea”.

"30 ANOS" DE EXPERIÊNCIA: UM GRANDE DIFERENCIAL COMPETITIVO.

Somada, a experiência dos três sócios da 10'Minutos S.A. resulta em mais de 30 anos. É o que eles chamam de forma bem-humorada de "uma agência com 30 anos de experiência em internet" em um mercado que existe há menos de 15.

Alfredo Reikdal, Chief Operating Officer da 10'Minutos S.A., está há 12 anos no mercado. Trabalhou na AgênciaClick, onde traçou a estratégia de entrada na internet de clientes como Brastemp, O Boticário, Americanas.com e C&A. Por mais de cinco anos esteve na Globo.com, onde gerenciou quase todas as áreas do portal. Foi responsável pelo primeiro modelo de cross-mídia da Globo, o Big Brother, pelo Globoesporte.com, hoje o maior portal de esporte da internet. Nos últimos dois anos, esteve na The Coca-Cola Company, responsável por definir a presença de todas as marcas no meio digital. Pelo trabalho, foi escolhido como

profissional de marketing online do ano de 2007 na votação do Prêmio MMonline/MSN.

Michel Lent Schwartzman, Chief Creative Officer da 10'Minutos S.A. é designer gráfico e mestre em Telecomunicações Interativas pela New York University. Foi um dos pioneiros no País a trabalhar com internet, começando sua carreira em 95 em Nova York na EURO/RSCG. Em 2000 entrou para a DM9DDB, agência da qual foi Diretor de Criação. Em 2002 fundou a 10'Minutos Interactive, agência da qual é atualmente sócio-diretor de criação. Ao longo de mais de 12 anos de experiência, Michel desenvolveu dezenas de projetos de comunicação interativa, foi júri dos principais festivais brasileiros e recebeu prêmios em diversos festivais internacionais, como Cannes, One Show, FIAP, London e New York Festivals.

Stanlei Nelson Bellan, Chief Executive Officer da 10'Minutos S.A., trabalhou na mesa de operações do Banco Chase Manhattan, foi sócio-presidente de uma incubadora de Internet e entrou na Accenture na área de Strategy Consulting. Foi diretor de operações da Media Contacts Brasil, pertencente ao grupo Havas e diretor de Planejamento e Mídia da AgênciaClick, onde trabalhou por mais de 5 anos. Atualmente é sócio e diretor de mídia e planejamento da 10'Minutos S.A. Tem anos de experiência trabalhando o planejamento estratégico de negócios e interativo de dezenas de clientes de grande porte, entre eles Coca-Cola, SKY, FIAT, Peugeot, Bradesco, Citibank, Natura, Visa, Terra e Google. Em 2007 foi shortlist de Cannes em Mídia.