

Publicitário, Radialista e Nexialista

Jorge Fontoura

CPF 114405890-20

Gonçalves Chaves, 4362 Apto 203

(53) 9 9982.5186

fontoura.j@gmail.com

Educação

Comunicação UCPel

Arquitetura UFPel

Administração UCPel

Experiência Profissional

Escritório Contábil Fontoura

Assistente Administrativo

Metalúrgica Silos Ideal

Assistente Administrativo

IPV Pelotas

Diretor Administrativo

UNI Colégio

Diretor Geral – Proprietário

Digital Propaganda

Diretor Geral e Criativo – Proprietário

Alguns clientes - Carteira da Digital Propaganda:

Escola Mario Quintana, Faculdade Atlântico Sul Pelotas e Rio Grande, Pias Saúde, Óticas Max, Dog Sete, Dismóvel, Uni Colégio, Érico Verissimo, Núcleo de Criadores de Aberdeen Angus, Rede Super, Mercados Big Mark, Hotel Curi Palace, Yázigi Pelotas, Óticas Estima, Veja Engenharia, Concretos Carvalho, Condomínios Village Center, Aquarela Tintas, PIAS Plano de Saúde, Gourmet Rotisserie, Livraria e Papelaria Pop.

Marketing Politico

Majoritária PT – Cecília Hipólito

Majoritária MDB – Irajá Rodrigues

Majoritária DEM – Matteu e Matielo

Majoritária MDB – Cabedal e Jordão

Majoritária PDT – Bacci e Graziela

Proporcional MDB – Deputado estadual Dr. Alexandre Brito

Proporcional PT – Deputado Estadual Miltinho

Comunicação

RCC FM – Programa Fim de semana (Cultural)

RBS TV – Programa Vestibular

TV Pampa – Programa Em Cima do Lance

Rádio Tupanci - Programa Conversa de Arqui bancada

Referências

Carlos Santos Valério (Escola Mario Quintana)

Sergio Ferreira (Veja Engenharia/Village Center)

Miltom Martins (PT)

João Manoel King (Yazigi)

Cleiton Rocha (RU)

Carlos Machado (Jornal Tradição)

CASES

TV, sombra e água fresca

Anunciar em TV é certeza de explosão nas vendas

Proposta inovadora

Construindo o sucesso

Como uma empresa sem tradição no Grande Porto Alegre consegue se firmar no mercado com sucesso? A Veja Engenharia, de Pelotas, achou a solução para o problema: anunciar na RBS TV para vender os apartamentos do Village Center Canoas.

Através de um slogan forte, "aluguel só é bom para o proprietário", e concentrando cargas no fim de semana, a empresa atingiu em cheio seu público. "O perfil de nossos consumidores exigia uma estratégia de mídia forte", coloca Jorge Fontoura, da Digital, agência que atende a Veja.

A credibilidade que a empresa precisava conquistar também ficou por conta do "garoto-propaganda" Lesier Martins, o apresentador mais lembrado na pesquisa Top of Mind, da Revista Amanhã. Roger Carvalho e Sérgio Ferreira, sócios-proprietários da Veja, acham que a TV é um ótimo caminho para colocar cliente e produto frente a frente. Ferreira diz que anunciar na RBS TV foi indispensável para o sucesso do Village. Depois do início da veiculação, as vendas cresceram em 500%.

Investindo no público feminino através de uma imagem dinâmica e urbana, a linha de Lavadoras de Alta Pressão da SHIL inovou a tela da RBS TV e apostou no Dia das Mães para buscar um incremento nas vendas. O comercial "Love-me", parte da estratégia de mídia proposta pela Competence, mostra uma série de imagens das lavadoras em operação, cumprindo funções domésticas e profissionais. Segundo Carla Azevedo, gerente de Mídia da agência, o objetivo é popularizar o produto a partir dos comerciais com feição inovadora para o tipo de mercado.

E os resultados não poderiam ser melhores. As vendas das Lavadoras registraram um crescimento de 500% nas vendas. Mario Haas, gerente do Departamento de Propaganda e

Muito mar, sol e belezas naturais. Essa é a descrição perfeita de Jureti Internacional, em Florianópolis. Pena que custe tão caro desfrutar dessas maravilhas... Custava. Desde março deste ano, o Grupo Habitatsul está mostrando para muita gente, através da RBS TV, como adquirir seu pedacinho da praia. Segundo Mariane Thielmann, a campanha, que mostra os preços acessíveis e as boas condições de pagamento das lotes na praia catarinense, ajudou a desmistificar a imagem que tinha de ser um local caro. "A televisão foi um instrumento de aproximação, entre as pessoas, do sonho de possuir um terreno em Jureti". O sucesso do empreendimento também foi comprovado recentemente no Salão do Imóvel, que aconteceu na capital catarinense, onde as vendas superaram todas as expectativas iniciais.

TVCOM 100% LOCAL

RBS 100% LOCAL

Cases

Village Center – Campanha de Venda
"Aluguel só é bom para O dono do imóvel"
(Prêmio RBS do ano)

Uni Colégio – Campanha **"Sua vida vai melhorar"** (Prêmio de melhor Jingle do Ano Atlântida FM)

bip

IMPRESSOS

VEJA ENGENHARIA

Com a RBS, para conquistar Porto Alegre

Como uma empresa sem tradição no Grande Porto Alegre consegue se firmar com sucesso no mercado e em curto espaço de tempo?

A Veja Engenharia, de Pelotas, Rio Grande do Sul, achou a resposta certa para o problema, anunciando na RBS TV Porto Alegre para vender os apartamentos do Village Center Canoas, sua primeira investida no capital gaúcho.

Com um slogan forte - "Aluguel só é bom para o proprietário" - e concentrando a mídia nos finais de semana, a Veja atingiu em cheio o público desejado. "O perfil dos seus compradores exigia uma estratégia de mídia forte", diz Jorge Fontoura, da Digital, a agência que atende à construtora em Pelotas.

A RBS foi decisiva para a Veja conquistar credibilidade em um mercado onde era desconhecida e a concorrência muito acirrada.

Os sócios da Veja, Roger Carvalho e Sérgio Ferreira, consideram que a TV é o melhor caminho para colocar clientes e produtos frente a frente. Ferreira diz que anunciar na RBS TV foi indispensável para o sucesso do empreendimento. Após o início da veiculação, as vendas cresceram 500%.

FARMABEM

Apostou na diferenciação e cresce

Foi o que aconteceu com a Farmabem, empresa com sede em Manaus.

Eram apenas cinco unidades quando a Farmabem iniciou a sua campanha publicitária na TV Liberal em Belém, utilizando-se de ações diferenciadas, como projetos temáticos e mídia institucional, formatos pouco utilizados por outros anunciantes nesse segmento.

Um ano depois, a rede contabilizava 15 pontos-de-venda somente em Belém e preparava sua expansão para o interior do estado.

Hoje, a rede Farmabem é sinônimo de qualidade, controlada sobre uma marca forte em um mercado altamente competitivo, que teve ao seu lado o poder de mídia da TV e das oportunidades de comunicação que é capaz de gerar.

A NOSSA DIGITAL É
MUITO MAIS CRIATIVA...



...QUE A DIGITAL
DOS OUTROS.



Há mais de 25 anos o Mundo Digital daqui, já sabia que estas
empresas não poderiam aguardar a chegada do mundo digital de lá.



25 ANOS DESCOBRINDO SOLUÇÕES PARA O MERCADO.