



IN
VEN
TE

HISTÓRIAS QUE GERAM RESULTADOS

INVENTE.COM



Mindset is everything

Você decide se será lembrado ou esquecido. Mas saiba que se você escolher se juntar a nós, só terá a primeira opção.

Sem mimimi

Independentemente das circunstâncias, a gente faz acontecer. A Invente se compromete com o seu sucesso. Toda a equipe tem sangue nos olhos. É melhor ir se acostumando, nosso foco é gerar resultados!

O tempo é o maior inovador

Inovar não é reformar. A gente estuda o passado, vive no presente e caminha para o futuro. Essa é uma das ferramentas mais poderosas para o sucesso.

Menos é mais

A vida já é muito complexa para trabalhar com pessoas complicadas. A simplicidade é mais interessante. Aqui somos simples, sem ser vazios. Simples, mas com conteúdo.

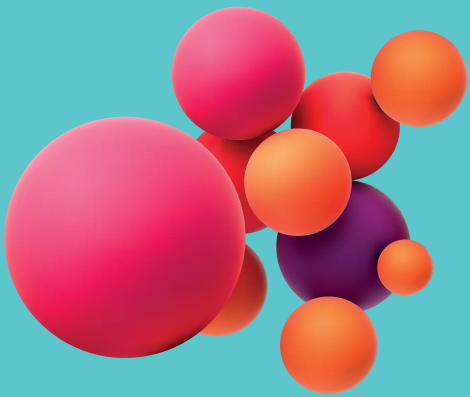
Por fim, mas não menos importante: calor humano é essencial

Estamos na era digital, onde passamos mais tempo olhando dentro de smartphones do que dentro de outros olhos. Nosso objetivo é criar relações autênticas entre pessoas.



A vibrant, abstract sculpture resembling a brain, constructed from thick, dripping paint in a spectrum of colors including red, orange, yellow, green, blue, and purple. The paint drips down from the base of the structure, creating a complex network of lines and pools. The word "SOLUÇÕES" is written in a clean, white, sans-serif font across the bottom of the image, centered over a dark, circular pool of paint.

SOLUÇÕES



Marketing: Mais do que Vender, É Relacionar!

Na Invente, entendemos que o marketing vai além das vendas. Dominamos a teoria e prática, incluindo estratégia, logística e pós-venda. Conte conosco para desenvolver o melhor plano de marketing, construindo relacionamentos e gerando leads.

Inbound Marketing: Atraindo o seu público

Nós criamos conteúdo envolvente e informativo para o seu público, construindo relacionamentos duradouros que geram vendas e lucro. O Inbound Marketing significa comunicação contínua e direcionada, segmentando seu público com qualidade.

Social Media: Conectando-se com seu público online

Redes sociais são parte essencial do nosso dia a dia, oferecendo mais do que apenas encontros e conversas. Mostrar seus diferenciais nas redes sociais constrói empatia e proximidade com seu público-alvo.

Google Ads: Transformando Cliques em Conversões

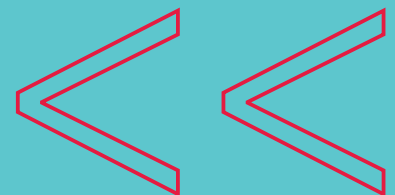
Nosso serviço em Google Ads visa fortalecer sua marca e converter visitantes em clientes. Utilizamos estratégias direcionadas, segmentadas e mensuráveis para atingir as pessoas certas no momento certo.

Publicidade: Conquistando Públicos com criatividade

Nosso processo envolve briefing, pesquisa, criação e veiculação, onde a interação com seu público gera resultados. A publicidade influencia hábitos de consumo e motiva a compra.

Design e Web Design: Transformando visões em realidade

Um bom design agrega valor ao seu produto e destaca sua mensagem, seja no mundo físico ou digital.



SHOPPING
ESTACÃO



SUPERMAX



SAN JUAN HOTÉIS

iservice





CASES



O MERCADO
ALIMENTÍCIO EM
2024/25

Em 2024, a indústria alimentícia brasileira registrou um **faturamento de R\$1,277 trilhão**, representando **10,8% do PIB nacional** e um crescimento de 9,98% em relação a 2023. As **exportações** atingiram **US\$66,3 bilhões**, com a Ásia, especialmente a China, sendo o principal mercado.

Para **2025**, as **tendências** apontam para a **sustentabilidade**, com consumidores exigindo transparência e práticas ecológicas das empresas. A **tecnologia e a inteligência artificial** estão sendo integradas à produção para otimizar processos e reduzir desperdícios.

Mudanças na cadeia de suprimentos e a **rastreabilidade dos produtos** também são prioridades, atendendo à demanda por informações detalhadas sobre a origem e processamento dos alimentos.

Além disso, a inovação e a saúde dominaram o mercado em 2024, com consumidores buscando **produtos com benefícios funcionais**, como suporte à imunidade e saúde digestiva. Ingredientes como extratos de levedura estão sendo utilizados para melhorar o sabor e atender às preferências por alimentos mais saudáveis.

Essas tendências refletem um mercado em transformação, onde a sustentabilidade, a tecnologia e a saúde são fatores-chave para atender às expectativas dos consumidores e garantir o **crescimento contínuo da indústria alimentícia em 2025**.



Dados específicos do mercado de alimentos sem glúten no Brasil

O mercado de alimentos sem glúten no Brasil tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado por uma combinação de fatores relacionados à saúde e mudanças nos hábitos alimentares dos consumidores.

Crescimento do mercado

De acordo com a Mordor Intelligence, o mercado brasileiro de alimentos e bebidas sem glúten registrou um crescimento anual composto (CAGR) de 10,7% entre 2020 e 2025.

Especificamente, o segmento de pães sem glúten teve um aumento expressivo de 89,9% em 2019, alcançando R\$26 milhões em vendas.

Perfil do consumidor

A crescente preocupação com a saúde tem levado muitos brasileiros a optarem por dietas sem glúten.

Um estudo da Euromonitor indica que 53% dos consumidores que adotaram produtos sem glúten o fizeram por considerá-los mais saudáveis, enquanto 22% acreditam que esses produtos auxiliam na perda de peso.

Além disso, estima-se que cerca de 2 milhões de brasileiros são afetados pela doença celíaca, reforçando a demanda por esses produtos.

Tendências e inovações

A inovação tem sido um motor para o mercado de alimentos sem glúten. Empresas como a Jasmine Alimentos têm investido em tecnologias de embalagem para aumentar a validade dos produtos, garantindo qualidade e segurança alimentar.

Além disso, a Embrapa desenvolveu novos produtos combinando cereais integrais e leguminosas, utilizando processos como a extrusão termoplástica para criar alimentos nutritivos e acessíveis.

Projeções para 2025

A expectativa é que o mercado de alimentos sem glúten continue sua trajetória ascendente. A crescente conscientização sobre saúde, aliada à inovação constante e à ampliação da oferta de produtos, sugere um ambiente favorável para o crescimento contínuo desse segmento no Brasil.





Há mais de 35 anos, a Schär desenvolve exclusivamente alimentos sem glúten que, além de saborosos, sem conservantes ou qualquer aditivo artificial, têm excelentes valores nutricionais. Com a mais variada linha de produtos certificadamente sem glúten do Brasil, a Schär é líder e referência mundial da categoria, levando mais sabor e segurança para quem precisa seguir uma dieta isenta de glúten.

A rotina de uns pode ser o sonho de outros.

Nós, brasileiros, temos o costume de consumir pão francês diariamente. E, muitas vezes, não damos valor a essa ação tão simples. Entretanto, a história é diferente com os celíacos. As pessoas com essa condição são proibidas de ingerir pão francês comum por conter glúten. Por isso, a Schär desenvolveu o primeiro pão francês sem glúten do Brasil, e a Invente fez parte desta história!

O lançamento

Para este grande lançamento, desenvolvemos diversas peças e ações para potencializar a divulgação do produto, entre elas:


Ação com
influenciadores digitais


E-mail
Marketing


Produção
fotográfica


Facebook


Instagram


Mídia off

Resultado:

Mais de
100.000

Unidades vendidas na fase
de lançamento



Como era de se esperar, a ação foi um sucesso. O primeiro Pão Francês sem glúten viralizou nas redes sociais e conquistou o coração dos celíacos brasileiros.

Depoimento

“O resultado final da campanha do Pão Francês foi um sucesso, apenas no lançamento tivemos mais de 100 mil unidades do produto vendidas! A Inventa conseguiu nos ajudar a resolver necessidades de comunicação que a marca e o produto tinham de forma criativa e inteligente. Hoje a maioria dos consumidores sabe a importância de finalizar o Pão Frnacês no forno, e tem uma experiência muito masis positiva e saborosa com o produto” – Gabriela Floravanti (*Marketing Analyst*)



O MERCADO DE COMÉRCIO E VAREJO EM 2024/25

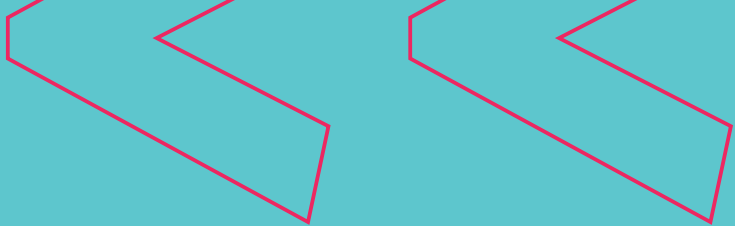
Em 2024, o mercado de comércio e varejo no Brasil apresentou um desempenho misto, refletindo os desafios econômicos e as mudanças nos hábitos de consumo.

As vendas no **varejo** registraram uma **queda de 3,5% em dezembro de 2024** em comparação a novembro, com destaque para a retração de 7% no setor de Tecidos, Vestuário e Calçados. No entanto, o **comércio eletrônico cresceu 3,4% no mesmo período, indicando uma mudança contínua para as compras online.**

Ao longo do ano, o mercado de trabalho mostrou sinais positivos, com a **taxa de desemprego caindo para 6,1%, a mais baixa desde 2012.** Setores como comércio e construção foram os principais responsáveis pela criação de empregos, embora a informalidade ainda seja uma preocupação.

Para 2025, as projeções apontam para a consolidação de várias tendências no varejo brasileiro, como:





Inteligência artificial no Varejo

A adoção de IA deve se intensificar, com aplicações em chatbots, assistentes virtuais e automação de atendimento, visando reduzir custos e melhorar a experiência do consumidor. Além disso, a IA será crucial para previsão de demanda, gestão de estoque e personalização de ofertas.

Omnicanalidade e integração de experiências

Os consumidores esperam uma experiência de compra fluida entre canais físicos e digitais. Empresas que investirem em estratégias omnichannel estarão melhor posicionadas para atender a essa demanda, oferecendo conveniência e flexibilidade aos clientes.

Consumo consciente e transparência

A preocupação com sustentabilidade e responsabilidade social continuará a influenciar as decisões de compra. Consumidores buscarão marcas comprometidas com práticas ecológicas e transparentes em suas operações.

Expansão de mercados locais e regionais

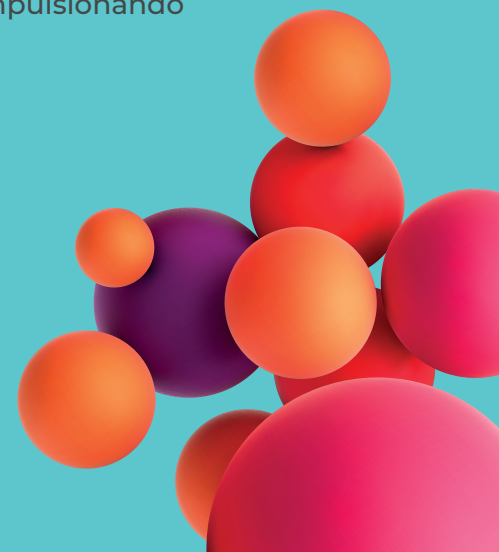
Há uma tendência crescente de valorização de negócios locais, com consumidores priorizando empresas que fortalecem as economias regionais e promovem impacto positivo nas comunidades.

Crescimento da publicidade no Varejo (Retail Media)

A publicidade dentro de plataformas de varejo ganhará destaque, permitindo que marcas promovam produtos diretamente nos ambientes de compra, alcançando consumidores no momento da decisão de compra.

Social Commerce

As compras realizadas diretamente em plataformas sociais continuarão a crescer, integrando experiências de compra ao ambiente digital onde os consumidores já estão presentes, facilitando processos e impulsionando vendas.





Além disso, o setor de **comércio eletrônico** deve **continuar sua expansão**, com vendas online podendo **representar 30% do total do varejo** até 2025. A integração entre canais online e offline se consolidará como estratégia essencial para empresas que buscam oferecer conveniência e personalização aos consumidores.

Em resumo, o mercado de comércio e varejo no Brasil está em transformação, impulsionado por avanços tecnológicos, mudanças nos comportamentos de consumo e uma crescente valorização de práticas sustentáveis. Empresas que se adaptarem a essas tendências estarão melhor posicionadas para prosperar no cenário competitivo de 2025.





 Instituto dos
ÓCULOS

Instituto dos Óculos

O Instituto dos Óculos oferece óculos de qualidade a preços reduzidos para a população carente, e a campanha de Volta às Aulas destacou a importância da visão saudável no desempenho escolar, proporcionando óculos acessíveis para estudantes de baixa renda.

Campanha de Volta às Aulas:

A campanha de Volta às Aulas em janeiro focou em marketing digital via Google Ads, Facebook e Instagram, visando conscientizar sobre a importância da visão saudável para o sucesso escolar e gerar leads para óculos acessíveis. O conceito "Ver Bem para Aprender Melhor" destacou a relevância de óculos de qualidade no desempenho acadêmico, com peças emocionais mostrando crianças e adolescentes em ambientes escolares.

Resultados da Campanha

Google Ads

Investimento: R\$ 8.751,60

Impressões: 459.017

Cliques: 13.918

Leads: 946 (conversas por WhatsApp e preenchimento de formulário)

Custo por Lead: R\$ 9,15

Meta Ads (Instagram & Facebook)

Investimento: R\$ 2.107,15

Impressões: 192.011

Envolvimentos: 2.354

Leads: 180 (90 envios de formulário e 90 conversas por WhatsApp)

Custo por Lead: R\$ 11,70

VOLTA ÀS AULAS

Instituto dos ÓCULOS

Compre a armação e ganha as lentes.

Widelens® BlueCut

www.institutodosoculos.com

Instituto dos Óculos

@institutodosoculos

Válida para compra de óculos completo (armação + lentes), sendo armações Corvete, IO, Tendência, B Benetti, Carol Benetti, Germany e lentes Widelens BlueCut (-4 a +4 esférico com cilíndrico até -2). Valor de compra mínima de 299,00. Não cumulativo com outras promoções e descontos. Válido de 17/01 a 28/02/22.

A close-up photograph of a hand pouring clear water from a glass bottle into a glass. The water is captured mid-pour, creating a dynamic splash and bubbles within the glass. The background is softly blurred, showing hints of green foliage and a white surface, suggesting an outdoor or bright indoor setting. The overall tone is clean and refreshing.

O MERCADO DE ÁGUA MINERAL E BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS NO BRASIL

O mercado de água mineral no Brasil tem experimentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado por mudanças nos hábitos de consumo e uma crescente preocupação com a saúde e o bem-estar.

O Brasil ocupa a quinta posição no ranking mundial de consumo de água engarrafada, com mais de 21 bilhões de litros consumidos anualmente. Em 2021, o consumo per capita atingiu 62 litros por habitante, representando um aumento de 3,9% em relação ao ano anterior.



FATORES IMPULSIONADORES

Mudanças climáticas

Ondas de calor têm levado a um aumento na demanda por água mineral. Em 2023, por exemplo, as vendas cresceram até 30% durante períodos de temperaturas elevadas.

Busca por saúde e bem-estar

Consumidores estão cada vez mais conscientes dos benefícios da hidratação adequada, optando por água mineral como uma alternativa saudável a outras bebidas.

Projeções para 2025

Espera-se que o mercado global de água engarrafada continue sua trajetória ascendente, com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de aproximadamente 6,14% até 2029

Em resumo, o mercado brasileiro de água mineral apresenta perspectivas promissoras, impulsionado por fatores climáticos, mudanças nos hábitos de consumo e inovações que atendem às demandas por saúde, qualidade e sustentabilidade.



Nossa
origem é ser
natural

Ouro Fino

Uma das mais tradicionais empresas brasileiras de água mineral natural, com forte atuação no Paraná. Criada em 1898, a Ouro Fino possui em seu portfólio mais de 20 produtos, divididos em cinco linhas. Toda a água Ouro Fino distribuída no país é proveniente de uma única fonte localizada em Campo Largo, região metropolitana de Curitiba.

Como posicionar uma marca em um mercado tão competitivo?

Sim! Criando uma comunicação com significado. Mesmo com mais de 100 anos, a Ouro Fino nunca desenvolveu uma comunicação que fortalecesse a sua imagem perante o consumidor. A Invente Comunicação assumiu a conta no final de 2016 e teve como principal desafio trabalhar no posicionamento da marca.

O Conceito

Qual é a sua origem?

Com este questionamento, buscamos trazer a pessoa de volta à natureza, fazendo-a descobrir o que um produto natural pode oferecer.

A partir da Ouro Fino, o consumidor pode ter esta experiência. Além disso, a visita à Estância Ouro Fino permite a vivência plena do conceito, estabelecendo uma conexão do produto com a natureza, reforçando ainda mais a comunicação. Afinal, nossa origem é ser natural.



Depoimento

“Os profissionais da Invente são muito comprometidos com seus resultados. Excelentes em criação, execução e planejamento. Sempre com um olhar inovador dentro da realidade de mercado de cada cliente” – Jaqueline Kolberg (*Gerente de Marketing*)



O MERCADO DE CASAS DE CÂMBIO NO BRASIL

O mercado de casas de câmbio no Brasil tem passado por oscilações significativas, influenciado por fatores econômicos e políticos. Em 2024, o dólar turismo atingiu valores elevados, sendo vendido a R\$ 6,50 em novembro e chegando a R\$ 6,66 em dezembro. Essa valorização impactou diretamente os custos para viajantes internacionais.

Apesar da alta do dólar, a procura por casas de **câmbio cresceu 20% em outubro de 2024**, impulsionada pela proximidade das férias de fim de ano. Além disso, a **demanda por dólar aumentou 25%** nos dez dias seguintes ao início do conflito no Leste Europeu, refletindo a busca por proteção cambial em momentos de incerteza.

Em termos de transações, o **dólar** foi a **moeda** e estrangeira **mais negociada em 2024**, representando 49,09% do volume total nas casas de câmbio. No entanto, houve uma queda de 26,23% no volume transacionado em comparação a 2023, indicando uma possível retração no mercado.





DOURADA

CORRETORA DE CâMBIO

Dourada

Uma das mais conceituadas casa de câmbio de Curitiba.
Atua no mercado desde 1968

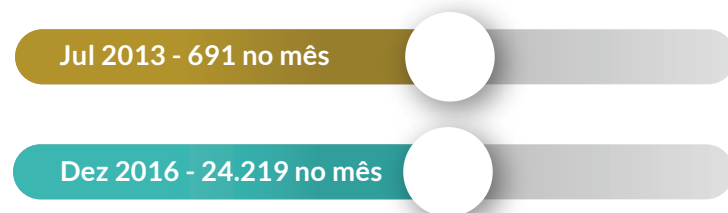
Por que é importante investir em estratégias on-line, apesar da presença off-line?

Até 2013, a Dourada Câmbio não investia em nenhuma estratégia digital. Foi quando iniciou a parceria com a Invente Comunicação. Invente Comunicação.

Site

Primeiramente foi desenvolvido um novo website para o cliente. Por entendermos que o site não é apenas a vitrine virtual da empresa, mas uma importante ferramenta de Marketing Digital, três anos depois (2016) reformulamos o site e em 2017 iniciamos o desenvolvimento de um site completamente voltado para mobile. Não é a versão desktop adaptada para smartphones e sim uma plataforma 100% mobile.

Histórico de acessos no site:



Resultados Adwords no ano de 2016:

1.994.816 pessoas
visualizaram os anúncios

106.302 pessoas
clikaram na campanha

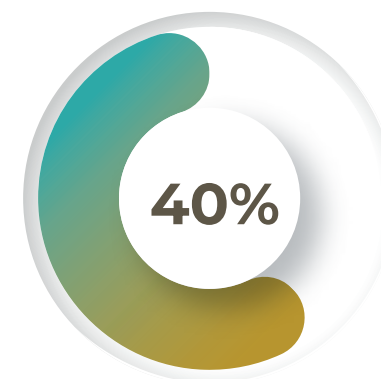
R\$ 21.829,85 foram
investidos no ano

Google Adwords

A Invente Comunicação assumiu a tarefa de tornar a Dourada referência no mercado de câmbio em Curitiba e, para isso, buscou gerar tráfego qualificado para o site através dos links patrocinados do Google Adwordss. O aumento significativo no número de acessos no site confirma que cumprimos com este objetivo. De 2013 até hoje, o cliente mantém o investimento mensal em Adwords.

Resultado

Com a estratégia on-line houve um aumento nas vendas de aproximadamente:



Depoimento

“Quando começamos essa estratégia on-line, eu tinha apenas três funcionários no setor de moedas estrangeiras. Hoje estamos com oito colaboradores. Nosso volume de ligações e vendas aumentou muito. Foi o remédio certo, na hora certa e para a pessoa certa.” – Ricardo Formighieri Mellem (*Proprietário da Dourada*)



O MERCADO DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM PRODUTOS

O mercado de assistências técnicas especializadas em produtos **Apple no Brasil** tem mostrado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pela ampla adoção dos dispositivos da marca e pela **busca** dos consumidores por serviços de **manutenção especializados**.

Uma pesquisa revelou que **53% dos brasileiros** preferem investir na **manutenção** de seus **dispositivos Apple** em vez de adquirir novos, refletindo uma tendência de consumo consciente e valorização da durabilidade dos produtos. Esse comportamento é atribuído ao aumento do home office e ao uso intensivo de eletrônicos, que elevam a necessidade de manutenção regular.



Crescimento do mercado de reparos eletrônico

A crise econômica de anos anteriores levou os consumidores a optarem mais frequentemente por consertos em vez de substituições. Por exemplo, em 2017, o custo médio de um conserto de smartphone representava cerca de 30% do preço de um aparelho novo, tornando os reparos uma alternativa econômica atraente.

Perfil do consumidor de serviços Apple

Os clientes que buscam assistências técnicas especializadas não procuram apenas reparos, mas também orientações sobre a otimização do uso de seus dispositivos. Valorizam clareza, profissionalismo e transparência, e estão dispostos a investir em serviços que prolonguem a vida útil de seus aparelhos.

Perspectivas futuras

Com a contínua valorização dos produtos Apple e a busca por serviços especializados, espera-se que o mercado de assistências técnicas autorizadas continue a crescer. A tendência é que mais empresas invistam na expansão de suas redes de atendimento e na oferta de serviços diferenciados, atendendo às expectativas de consumidores cada vez mais exigentes.

Em resumo, o mercado de assistências técnicas para produtos Apple no Brasil está em ascensão, refletindo mudanças no comportamento do consumidor e a necessidade de serviços especializados que garantam a longevidade e o desempenho dos dispositivos.



Iservice

A iService é uma empresa moderna com mais de 8 anos de atuação no mercado de assistências técnicas Apple. Conta com 7 unidades em Curitiba, mais de 50 colaboradores e apoio de grandes marcas. Prezando pela qualidade de seus serviços, seus técnicos são certificados e suas instalações possuem total segurança para que a taxa de sucesso dos reparos seja cada vez maior.

É uma empresa pioneira no conserto com o Personal Tech onde reparam no local ou coletam aparelho para manutenção em seu laboratório e claro, sem custo!

Estratégias

Os jobs realizados ao longo do ano para a iService foram realmente um verdadeiro sucesso.

Realizamos campanhas de Display e Search para divulgar os produtos e serviços em que o propósito era alcançar o máximo de usuários que tinham interesse em solicitar um orçamento por meio dos pontos de contato disponíveis no site da iService. De que forma trabalhamos? Usamos as melhores palavras-chaves e segmentações que fizessem alcançar o objetivo.

Também fizemos um acompanhamento diário para lapidação dos leads com a proposta de tornar as campanhas mais assertivas.



Resultados Google Ads

Setembro 2022

Cliques	Impressões	Conversões
153.025	10.900.726	22.744

Junho 2022

Cliques	Impressões	Conversões
10.167	307.531	2.641

Julho 2022

Cliques	Impressões	Conversões
10.959	564.456	2.154

Agosto 2022

Cliques	Impressões	Conversões
18.447	2.041.978	2.020

Setembro 2022

Cliques	Impressões	Conversões
13.191	232.725	2.297

O MERCADO DE
COMPONENTES E ACESSÓRIOS
PARA EQUIPAMENTOS
FLORESTAIS

O mercado de componentes e acessórios para equipamentos florestais, como correntes e sabres para motosserras e outros itens utilizados em atividades ao ar livre, tem mostrado um **crescimento significativo** nos últimos anos.

Esse desenvolvimento está **diretamente relacionado ao aumento da demanda por madeira e à necessidade de maior produtividade no setor florestal brasileiro.**

De acordo com dados do Serviço Florestal Brasileiro (SFB), a demanda por madeira no Brasil pode chegar a **21 milhões de metros cúbicos por ano até 2030.** Esse cenário exige investimentos em tecnologia e equipamentos que aumentem a eficiência das operações florestais.



Inovações tecnológicas

A busca por maior produtividade levou ao desenvolvimento de tecnologias avançadas, como o conjunto de corte SpeedMax XL, que inclui corrente, sabre e coroa.

Esse equipamento oferece durabilidade superior, com uma vida útil que pode ser até três vezes maior em comparação com conjuntos tradicionais, resultando em menos paradas para manutenção e maior eficiência operacional.

Participação em feiras e lançamentos

Empresas líderes no setor, como a Oregon Tool, têm investido na apresentação de novos produtos e tecnologias em feiras especializadas. Na Lignum Latin America, por exemplo, a Oregon destacou lançamentos como o Sabre SpeedMax, associado à Corrente 19HX, compondo o conjunto de corte de maior rendimento do mercado.

Perspectivas futuras

Com os investimentos planejados e a contínua busca por maior produtividade, espera-se que o mercado de componentes e acessórios para equipamentos florestais continue em expansão.

A adoção de tecnologias avançadas e a participação em eventos do setor são estratégias que contribuem para o fortalecimento e a modernização do mercado, atendendo às crescentes demandas do setor florestal brasileiro.



OREGON

ControlCut™
— Aluminum Core —

Husqvarna
353



Oregon começou suas atividades com o nome Oregon Saw Chain Manufacturing Corporation em 1947, hoje é referência em correntes de motosserras, sabres, coroas dentadas, acessórios florestais e peças de equipamentos ao ar livre. Tudo isso porque entende que a tecnologia é o eixo central para o desenvolvimento de produtos de alta performance. Inovar faz parte do DNA da empresa.

Inbound Marketing

Entendemos que uma boa estratégia de Inbound Marketing pode se tornar a principal e mais poderosa ferramenta de fixação voltada a uma marca. E foi exatamente isso que realizamos com a Oregon®, líder mundial, fabricante e fornecedor de produtos florestais, peças de reposição para campo e jardim e equipamentos de uso externo



Resultados

LP (número de acessos)

53.276 acessos/visitantes

(RD Station - Janeiro 2022 a outubro 2022)

Vídeo (número de visualização)

188.997 visualizações vídeos

(Google Ads - Janeiro 2022 a outubro 2022)

Lead ads (número de leads)

3.954 leads

(RD Station - Janeiro 2022 a outubro 2022)

Estratégias

Pensando em obter melhores resultados, desenvolvemos uma landing page com a finalidade de oferecer ao visitante toda a informação necessária para que ele conheça e deseje o produto se tornando então muito mais seguro para finalizar a compra. O produto em destaque foi referente ao produto Correntes Oregon®.

O fluxo desenvolvido era que o lead passaria pela campanha e cairia pela landing page como lead de conversão.

Essa estratégia foi criada para despertar a curiosidade, criar interesse e provocar desejo no público-alvo, obtendo mais relevância e converter mais, aumentando até mesmo o número de usuários cadastrados e vendas geradas.

Tudo isso graças a um conteúdo de extrema qualidade e que fez total diferença nos resultados da Oregon®.

A modern, multi-story house at dusk. The house features a prominent facade of vertical wooden slats. A large, covered outdoor area with a concrete ceiling and dark pillars is visible. Inside this area, there is a lounge with dark armchairs and a dining area with a table and chairs. The interior is lit up, showing a modern living space with a large screen and comfortable seating. The sky is dark with some clouds, and palm trees are visible in the background.

DADOS DO MERCADO IMOBILIÁRIO

O mercado imobiliário nos estados do **Paraná e Santa Catarina** apresentam perspectivas distintas para o ano de 2025, refletindo tanto oportunidades quanto desafios específicos em cada região.



Paraná

Em Curitiba, capital paranaense, o setor imobiliário demonstra sinais de crescimento. Dados da Agência de Assuntos Metropolitanos do Paraná (Amep) indicam um **aumento de 33%** na análise de processos para **novos empreendimentos** entre 2023 e 2024, totalizando mais de 1.200 processos analisados em 2024. O Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado do Paraná (Sinduscon-PR) também reportou um crescimento de **17% no volume de unidades liberadas para construção** no mesmo período. Contudo, a elevação da taxa básica de juros (Selic) é uma preocupação para o setor, pois encarece o crédito imobiliário e pode reduzir a intenção de compra dos consumidores.

Santa Catarina

Em Santa Catarina, **o mercado imobiliário está aquecido**, especialmente em cidades como São José, Itapema, Porto Belo e Balneário Camboriú. No **primeiro bimestre de 2025**, o município licenciou **95 construções**, incluindo dez novos prédios, representando um **aumento de 63%** em relação ao mesmo período de 2024. Além disso, São José, por exemplo, acumulava até dezembro de 2024, um total de R\$ 2,92 bilhões em financiamentos imobiliários. A valorização dos imóveis na cidade também **superou a média nacional**, com um aumento de 10,94% no preço do metro quadrado no último ano, alcançando aproximadamente R\$ 8 mil.

Em resumo, enquanto Curitiba enfrenta desafios relacionados às altas taxas de juros que podem impactar o poder de compra e a intenção de aquisição de imóveis, cidades catarinenses experimentam um crescimento robusto no setor imobiliário, impulsionado por investimentos significativos e valorização dos imóveis.



OPERA PRIMA
CONSTRUTORA & INCORPORADORA



Construtora Opera Prima

EMPREENDIMENTO SOHO 2525

A solução da Invente

A Invente estruturou um plano completo e integrado de comunicação para dar suporte ao lançamento, com ações coordenadas entre branding, marketing digital e produção de materiais estratégicos. As ações foram:

Criação de todo o branding do empreendimento SoHo 2525, com definição de identidade visual, naming e narrativa conceitual.

Desenvolvimento de materiais gráficos de apoio, como folders, e-books, apresentações para corretores e sinalização de PDV.

Criação de um website responsivo, com foco em conversão e UX, servindo como ponto central para captação e nutrição de leads.

Planejamento e execução de estratégia de Inbound Marketing, com foco em atrair, engajar e converter o público-alvo.

Gestão de conteúdo orgânico para Instagram e LinkedIn, com postagens focadas em posicionamento, diferenciais do empreendimento e construção de desejo.

Campanhas de tráfego pago:

Google Ads: campanhas segmentadas por intenção de compra e localização.

Meta Ads (Instagram e Facebook): criativos focados em estilo de vida, diferenciais do empreendimento e chamadas para cadastro antecipado.

O desafio do cliente

A Construtora Opera Prima procurou a Invente com um desafio claro: lançar o novo empreendimento SoHo 2525 de forma estratégica, com foco em gerar uma base robusta de leads qualificados ainda na fase de tabela zero e lançamento, possibilitando um trabalho comercial mais eficiente pelos corretores desde os primeiros momentos de campanha. A demanda incluía posicionamento de marca, geração de autoridade digital e atração de potenciais compradores com real interesse.

Resultados Conquistados (em 6 meses)

A estratégia integrada e orientada por performance da Invente resultou em uma entrega de alto impacto:

Google Ads

+253.000 impressões

+8.500 cliques

112 leads qualificados

Meta Ads (Instagram & Facebook)

+339.000 impressões

148 leads qualificados

Total de 260 leads qualificados entregues à base comercial durante o período de pré-lançamento e lançamento.

Venda de 60% das unidades do empreendimento nos **06 primeiros meses da campanha** — um resultado expressivo em um cenário de mercado competitivo e exigente.



SQUARE HOUSE



CONSTRUTORA

RZilli SQUARE HOUSE ÁGUA VERDE

O desafio do cliente

A Construtora RZilli nos procurou com o desafio de lançar seu mais novo empreendimento: o Square House Água Verde, localizado em um dos bairros mais valorizados de Curitiba. O principal objetivo era gerar uma represa de leads qualificados para abastecer a equipe de corretores nas fases mais críticas da jornada de vendas — tabela zero, lançamento e obras. Era fundamental construir uma base sólida e crescente de interessados, mesmo antes da finalização do decorado, garantindo um ritmo contínuo de prospecção e fechamento.

A solução da Invente

Para enfrentar esse desafio, a Invente desenvolveu uma estratégia de comunicação 360°, com foco em performance e posicionamento de marca:

1. Criação de Branding

| Desenvolvimento completo da identidade visual do empreendimento.

| Posicionamento moderno e sofisticado, reforçando o lifestyle urbano e a localização nobre.

2. Materiais de Suporte

| Folder institucional, book de vendas e peças para PDV.

| Materiais físicos e digitais integrados à comunicação dos corretores.

3. Website Imobiliário

| Criação de um hotsite responsivo e otimizado para conversão.

| Integração com formulários inteligentes para captação de leads.

4. Inbound Marketing e Conteúdo Orgânico

| Gestão de redes sociais com foco em conteúdo de valor para o público comprador.

| Criação de posts orgânicos no Instagram, explorando diferenciais do empreendimento, localização e estilo de vida.

5. Campanhas de Tráfego Pago

| Google Ads: campanhas altamente segmentadas para buscas relacionadas a imóveis na região do Água Verde.

| Meta Ads (Instagram e Facebook): campanhas com criativos de alto impacto e foco em conversão direta.

| Segmentações por perfil de renda, comportamento e intenção de compra.

Resultados conquistados

Com a estratégia integrada da Invente, os resultados superaram as expectativas em todas as fases da campanha:

Dados de Performance:

Google Ads

Cliques	Impressões	Conversões
35.700	402.000	3.069

Meta Ads

Impressões	Leads Qualificados
1.714.000	1.181



28 apartamentos vendidos durante o período da tabela zero, lançamento e obras



AURA

AUREA 777

O projeto Aurea 777 representou um desafio significativo, no qual nossa atuação foi direcionada à produção de materiais comerciais e institucionais. Embora não tenhamos sido responsáveis pela criação da identidade visual da marca, desempenhamos um papel essencial na consolidação de sua presença no mercado por meio de soluções de comunicação visual bem estruturadas.

Desenvolvimento e Estratégia

Nosso trabalho englobou a elaboração de materiais estratégicos, como o **book institucional**, o **site oficial** e o **folder comercial**. Cada um desses elementos foi planejado com o objetivo de fortalecer a imagem da Aurea 777, transmitindo credibilidade e coesão visual.

Book institucional:

Desenvolvemos um material detalhado que apresenta a essência da marca, seus diferenciais e sua proposta de valor. O design foi pensado para alinhar-se à identidade visual já existente, garantindo uma comunicação sólida e profissional.



Folder comercial:

Para apoiar a equipe de vendas e análise de clientes, desenvolvemos um folder visualmente atrativo e informativo. O conteúdo foi estruturado para comunicar de maneira clara e objetiva os benefícios e serviços oferecidos pela Aurea 777.

Site oficial:

Atuamos na concepção e estruturação do site, garantindo que ele fosse adaptável, intuitivo e esteticamente alinhado à identidade da Aurea 777. A navegação foi desenvolvida pensando na experiência do usuário, destacando as principais informações sobre a empresa.



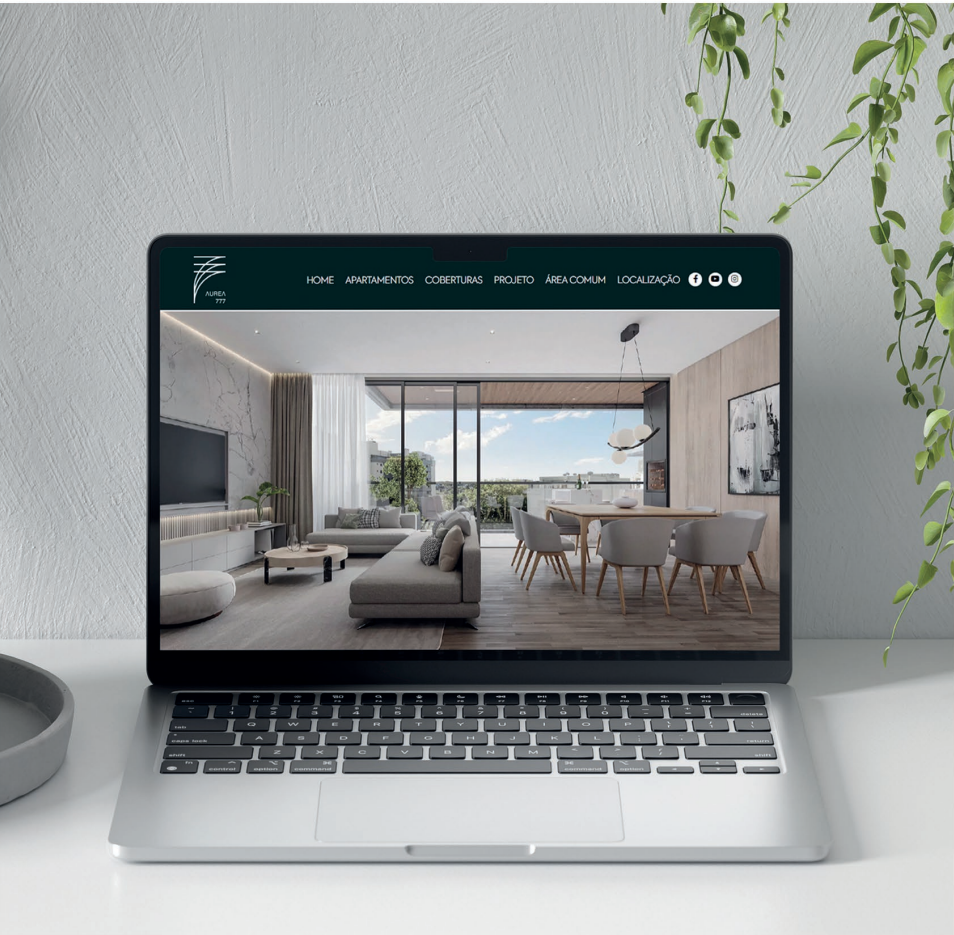


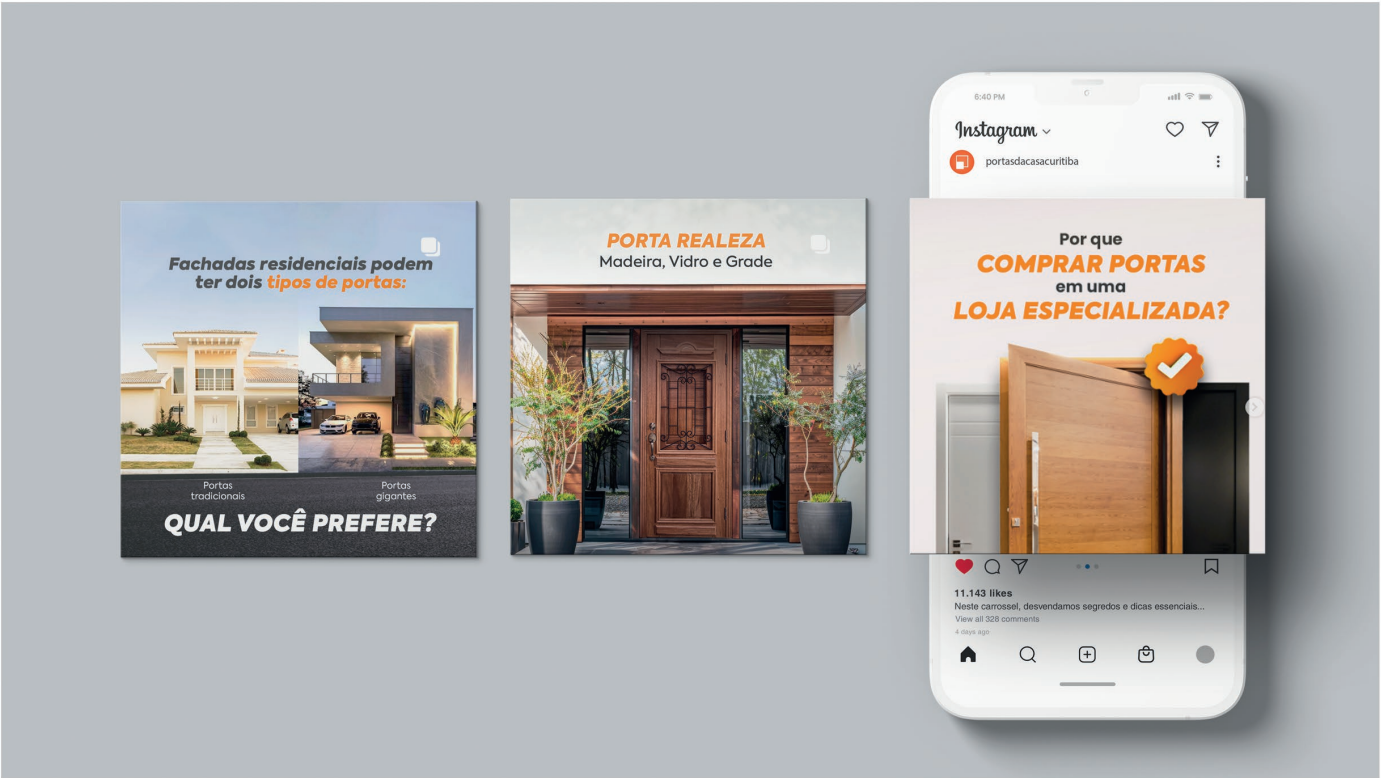
PORTFÓLIO











A estratégia de Inbound Marketing desenvolvida pela Invente Comunicação foi crucial para aumentar nossa visibilidade e conversão de vendas online. A qualidade do conteúdo e a execução precisa fizeram toda a diferença nos resultados da Oregon®.

**Débora Cristina Miranda –
Marketing Oregon Latam**



**FABRICANTE LÍDER
MUNDIAL EM CORRENTES
DE MOTOSERRAS!**



A campanha dos 125 anos foi um marco para a Ouro Fino. Ela não apenas comemorou nossa história, mas também nos conectou ainda mais com nossa missão de preservar a natureza. A inovação e o compromisso da agência foram fundamentais para esse sucesso.

Marcelo Marques
CEO Ouro Fino



OURO FINO
desde 1898

125
anos

Você
não
bebe
apenas
água,
você preserva
a natureza.

**de Conscientização e Respeito
ao Meio Ambiente:** Ouro Fino
Cuidando do Seu Bem-Estar e
da Natureza.

Há 125 anos, a Água Mineral
Ouro Fino tem sido um símbolo
de excelência e compromisso
com a sua saúde. É uma história
de responsabilidade ambiental
e amor à natureza.

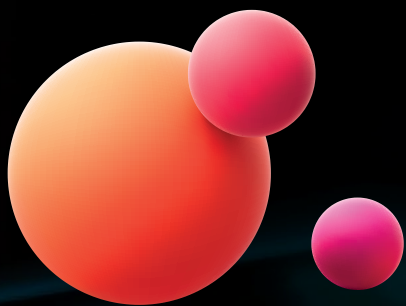
Escolha Ouro Fino, escolha cuidar
de você e do mundo ao seu redor.

Descubra o que
estamos fazendo
para tornar o planeta
melhor no nosso site.



@aguasourofino





 **Curitiba**
(41) 3095.3656

 **Florianópolis**
(48) 9 9979.9262

Curitiba
Rua Capitão Souza Franco, 235
Curitiba · PR

Florianópolis
Rua dos Biguás, 32
Pedra Branca · SC

