



Allameda

2 0 1 9

Somos

Desde 2002, Allameda é uma agência de comunicação com ênfase em assessoria de imprensa, geração de conteúdo inteligente e ações fora da mídia para engajamento de públicos. Nossa estrutura enxuta e flexível dá ao cliente acesso direto aos sócios, decisões criativas rápidas e baixos custos, três certezas que já nos levaram a atender mais de 100 empresas brasileiras e do exterior. Mas o que importa mesmo são os resultados que damos para o cliente: inquestionáveis.



Cliente Escape Hotel, ação de Assessoria de Imprensa em Veja SP

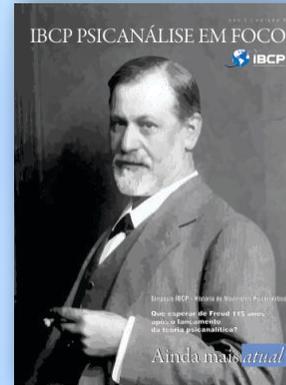
Resultados MULTIPLATAFORMA

Os retornos em assessoria de imprensa se multiplicam cada vez mais. No celular, computador ou revista, na TV, jornal ou rádio - e ainda naquele suporte que você nem imaginava que funcionasse como mídia. Nossos clientes têm suas mensagens publicadas nas plataformas que mais despertam a atenção de cada parcela de seu público.



Publicações & conteúdos

Revistas customizadas impressas ou digitais, boletins, newsletters, jornais. Criação, reportagens, edição e gestão completas. Ou apenas o desenvolvimento de conteúdos. Com a qualidade que só pode ser assegurada por profissionais que passaram pelas maiores redações do País. Como nós.



Marcas

Estes são alguns dos clientes que atendemos nos últimos anos. Dos mais diversos mercados, com os mais diferentes conceitos e necessidades. Trabalhamos duro para dar o melhor resultado a cada um deles. Independente de tamanho ou brilho. Nos orgulhamos de cada um.

Anote

Www.allameda.com
Fone 11.3926-5580 WhatsApp 11.99608-5116
R Dr Rafael Correia 65 Cj 4 | Vila Romana São Paulo



Também Atendemos: Acer - Adaptec - Alcan - Alstom - Atos Automação - Aya Tech - Azaléia - BBM - BankBoston - Bionexo - Brother - China in Box - Conrado Adolpho - Coworkers - DPaschoal - DTS - Epharma - eRitmo - Flat Residencial Santa Catarina - Fenacom - Fundação Bradesco - GEDako - GPC Gato Preto Classics - ING Bank - Jones Lang LaSalle - JP Morgan - Lecom - LG Electronics - Longevitta - Microsoft - MP3Clube - MPMusic - Natura - Oracle - Reckitt Benckiser - SunSoft - Tektronix - Uniflex - Venitucci Ristorante - Vector Engenharia - Verbanet - Vita Hospitais

Cases



Coaching

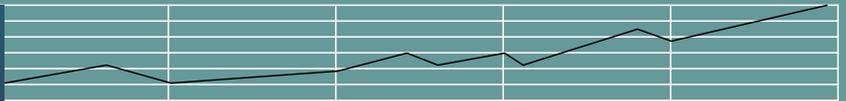
I M P R E N S A

Como a VRS
conquistou
a mídia em
180 dias



fatos notáveis na vida das empresas ocorrem todos os dias. Mas o cotidiano, com a repetição que nossos sentidos teimam em seguir, acaba por mascarar as boas surpresas. Só ao olhar de longe, em perspectiva, elas se mostram como de fato são. Mas nem sempre é assim. Na história da VRS Cursos, empresa de coaching criada em 2013 pela professora Vivian Rio Stella, esse desejável distanciamento se mostrou surpreendentemente curto: em 180 dias, entre março e setembro, a empresa viu se descortinar um cenário, construído por 27 ações de Assessoria de Imprensa, que turbinou sua imagem pública e a levou a se destacar no noticiário de algumas das mais relevantes mídias do País.





	3	1	2	4	2	ARTIGOS
	2	1	2	2	1	2
						PRESS RELEASES
Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set
7	48	31	29	26	29	25
						PUBLICAÇÕES

Artigos assinados por Vivian Rio Stella, reportagens sobre sua empresa e matérias com dicas da profissional para gestão de carreira vêm sendo publicados com ênfase na imprensa, em revistas, portais e jornais que dispensam apresentação.

As 5 maiores angústias de jovens empreendedores no Brasil

São Paulo - Empreender na juventude pode ser um grande passo que trará grandes ensinamentos para quem se dedica a montar seu próprio negócio. Os jovens, mas a falta de experiência muitas vezes pode ser o entrave que faz com que muitos desistam. O que pensam os jovens que começam a empreender? Como enfrentar a pressão para sair das amálgamas, mediocridades do mercado e do sucesso megalômano a curto prazo?

A seguir, Vivian Rio Stella, doutora em Linguística pela Unicamp, consultora e diretora da VRS Cursos, dá o caminho das pedras para os jovens que querem tirar a ideia do papel e fazer acontecer:

1. Não vejo retorno de que investir

... de investir na abertura do negócio - mesmo que não seja um alto valor - os jovens empreendedores se preocupam em obter retorno sobre o investimento. É uma questão de cobrança por agilidade para não perder o tempo. Mas o fato real é que um negócio de longo prazo para se consolidar. E em qualquer momento de dúvida, o empresário deve se lembrar de que ele investiu seu tempo e dinheiro para se tornar um profissional, licenciado, capaz de elaborar um plano de negócios e um plano de marketing, e que ele não deve se preocupar com o retorno imediato, mas sim com a construção de um negócio sustentável a longo prazo.



Medo de fracassar e solidão são dilemas de quem quer empreender

Dois desafios precisam ser enfrentados por quem deseja empreender: a solidão e o medo de fracassar.

Daniel terminou seu MBA fora do país e, ao retornar ao Brasil, decidiu abrir seu próprio negócio para praticar o que aprendeu e para concretizar um sonho antigo - o de ser empreendedor. Helena trabalha há oito anos na mesma empresa, já foi promovida duas vezes mas não vê perspectiva de crescimento; decidiu, então, usar sua expertise para montar um negócio, mesmo que seu ganho financeiro será bem menor (ao menos no início) e precisará usar suas habilidades para o gerenciamento empresarial. Gabriel, muito inspirado por sua mãe, decidiu estudar o mercado e abrir um negócio que está na moda e altamente lucrativo. Mariana sempre manteve hábitos de vida saudáveis e, mesmo onde trabalhasse, resolveu criar uma empresa que faça diferença e que seja a ter qualidade de vida.



As maiores angústias dos empreendedores no Brasil

São Paulo, terça-feira, 12 de abril de 2016

... de investir na abertura do negócio - mesmo que não seja um alto valor - os jovens empreendedores se preocupam em obter retorno sobre o investimento. É uma questão de cobrança por agilidade para não perder o tempo. Mas o fato real é que um negócio de longo prazo para se consolidar. E em qualquer momento de dúvida, o empresário deve se lembrar de que ele investiu seu tempo e dinheiro para se tornar um profissional, licenciado, capaz de elaborar um plano de negócios e um plano de marketing, e que ele não deve se preocupar com o retorno imediato, mas sim com a construção de um negócio sustentável a longo prazo.

1. Não vejo retorno de que investir



Piada no e-mail de trabalho? Saiba como evitar o mau uso do e-mail corporativo

Uma mãe ou pai não escreve artigos a nome do trabalho e ainda precisa a expor os resultados.

É um e-mail no pap? Vivian Rio Stella, doutora em linguística e diretora da empresa de treinamento VRS Cursos, dá dicas de como lidar com mensagens mais afetivas e evitar trazer a sua vida pessoal e a dos colegas.

... de investir na abertura do negócio - mesmo que não seja um alto valor - os jovens empreendedores se preocupam em obter retorno sobre o investimento. É uma questão de cobrança por agilidade para não perder o tempo. Mas o fato real é que um negócio de longo prazo para se consolidar. E em qualquer momento de dúvida, o empresário deve se lembrar de que ele investiu seu tempo e dinheiro para se tornar um profissional, licenciado, capaz de elaborar um plano de negócios e um plano de marketing, e que ele não deve se preocupar com o retorno imediato, mas sim com a construção de um negócio sustentável a longo prazo.



Escape

Assessoria de Imprensa por Allameda.com



IMPRESSA

Missão ~~im~~possível: o surpreendente jogo de lançamento do Escape Hotel

No auge da crise de 2015, as empreendedoras Patrícia Estefano e Vanessa von Leszna dobraram os punhos das camisas de linho e entraram em uma obra de construção que, segundo o senso comum, era missão impossível. Em meses transformaram um antigo edifício de Pinheiros, São Paulo, em um notável «hotel» com visual anos 40, de filme noir, onde inauguraram a 1ª casa de jogos de escape 100% cenográfica e imersiva do Brasil. Metade do impossível se resolvera.

Faltavam outros 50%: levar o público ao Escape Hotel. Foi aí que Allameda entrou em cena. A estratégia de comunicação que criamos nasceu da percepção de que as pessoas não sabiam ao certo o que era jogo de fuga.

Trabalhamos na evangelização do público por meio tanto de ações diretas quanto em mídia. Partimos de 2 pontos: dar um banho de mídia no EH e levar formadores de opinião de todas as tribos - até corporativas - a vivenciar o Escape Hotel. O resultado não tardou.

ESCAPE
HOTEL

Reportagem em página dupla na *Você S/A* e promo exclusiva com a Ambev



Há 128 anos, um viajante escondeu uma garrafa preciosa em um hotel de São Paulo.

ESCAPE HOTEL

Brahma e Escape Hotel convidam para uma viagem em busca da Garrafa Perdida. É assim: há centenas de Brahma Rótulos Históricos escondidas nas salas de jogos do Escape Hotel. Se você encontrar uma, cada jogador do seu time ganha uma dessas belezinhas douradas. Faça check-in e escape se puder - mas não abra mão da loura gelada.

Agende seu jogo: escapehotel.com.br

Allameda.com

CAPE HOTEL

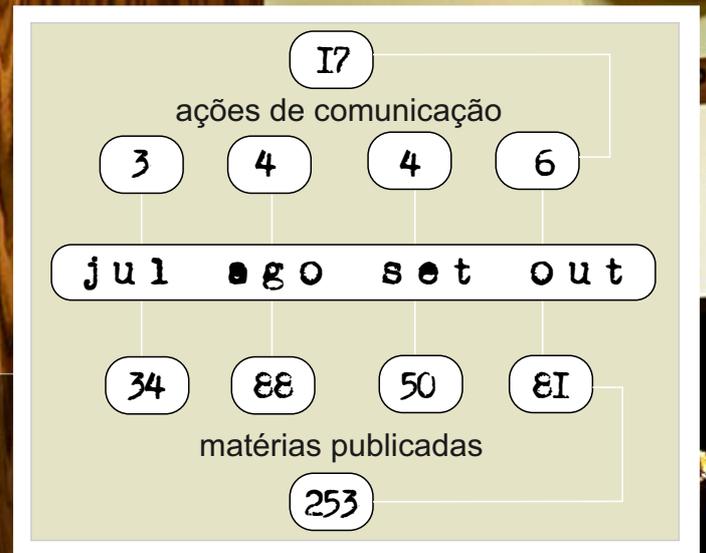
120 dias alucinantes

“Vocês estão fazendo a gente trabalhar como doidas”, disse uma noite daquelas Vanessa von Leszna, sócia do Escape Hotel, a um gestores de conta da Allameda.

Não era reclamação - Vanessa estava é encantada. Pudera: em 4 meses, foram mais de 253 matérias na imprensa. Saíram em jornais (como Estadão e Folha), revistas (Época, Você S/A), TV (Globo, Band), sites (Uol, G1), Youtube e assim por diante. Sem contar resultados de ações diretas em redes sociais, escolas e empresas.

Criamos 17 ações de comunicação, várias das quais com desdobramentos: entrevistas, promoções com sites e revistas, test-drives, merchans e outras parcerias - por exemplo, com a Ambev, para a marca Brahma, e FNAC, para Harry Potter.

Só o trabalho inicial de evangelizar o público somou 49 reviews, publicados por formadores de opinião em texto, vídeo, áudio e transmissões ao vivo. Se fosse publicidade paga, a verba investida chegaria a quase R\$ 1 milhão.



Cerveja

I M P R E N S A

Lúpulo, malte e bits.
Não é que ela vai
bem até no digital?





Vai uma gelada no celular?

Como a Das Bier, uma elogiada cervejaria artesanal de Santa Catarina, revolucionou a produção com iPhones, Macs e iPads

É possível implementar uma ação de Assessoria de Imprensa bem feita e com foco no que o Cliente quer em *apenas um mês*? Provamos que sim para a multinacional FileMaker, subsidiária da Apple, e para a cervejaria artesanal Das Bier, de Santa Catarina. A ação de PR desenvolvida por Allameda se deu em 30 dias contados - incluindo briefings, entrevistas, redação de case-story e press release, e follow up com jornalistas.

Objetivo do cliente era criar um case mostrando sua tecnologia como aliada na produção de cervejas artesanais e publicá-lo em mídias da área de TI.

Resultado: mais de 20 publicações nos principais veículos de Imprensa de tecnologia.



Uma ação de Assessoria bem realizada começa nas entrevistas e no texto de sugestão de pauta. No caso Das Bier/FileMaker, o «release-case» que criamos como base ficou impecável - e parte do sucesso se deve a ele. Deguste com prazer.

Descendo uma gelada no iPad

A catarinense Das Bier é uma empresa jovem que vem crescendo tão rápido quanto levedo de cerveja em tanque de fermentação. Criada em 2006 pelo clã Schmitt, tradicional família alemã radicada em Santa Catarina, a cervejaria artesanal nasceu sob a ideia de produzir bom chope para fornecimento a pontos turísticos e consumo em sua sede de fazenda - um casarão centenário construído por Antonio Bernardo Haendchen, pioneiro de Belchior Alto, na localidade de Gaspar, que hoje soma 55 mil habitantes e faz fronteira com os mais belos parques aquáticos do Estado.

Quem se deixa levar pelo bucólico cenário montanhoso onde se inscreve a sede da Das Bier pode cometer o erro de supor que cervejaria artesanal é algo ligado a técnicas de produção igualmente singelas, talvez até com algum desleixo poético herdado do século 19. Vã ilusão.

Hoje, a Das Bier figura entre as maiores cervejarias artesanais do Estado - sua produção mensal passa dos 20 mil litros de chope, contra 4 mil na época da fundação - graças ao uso intensivo de tecnologia digital. Para fugir ainda mais ao estereótipo, a tecnologia foi criada sob medida para a Das Bier e é de uma sofisticação de causar inveja em empresas moderninhas de grandes capitais: ela se baseia em uso intensivo de iPhone, iPad e computadores Mac.

Todos os dados da empresa - desde o gerenciamento de produção de chope Pilsen, Natural, Braunes Ales, Weizen e Pale Ale até o comando de finanças, estoque, pagamentos e recebimentos - estão sob regência de um sistema de gestão empresarial (ou ERP) criado sob o manto tecnológico da FileMaker, subsidiária da Apple que fornece um ambiente de desenvolvimento capaz de levar ferramentas sofisticadas de controle de negócios a dispositivos móveis ligados virtualmente a redes de computadores. Na Das Bier, dessa maneira o chope contém um sabor tipicamente Apple. Mas nem sempre foi assim.

A mudança que levou a empresa a um efervescente boom de crescimento começou em 2013. Foi quando, alavancada pela expansão da produção e do fluxo de dados que precisavam ser integrados para

agilizar o trabalho de sua equipe, a Das Bier decidiu investir em um software de gestão - mas feito sob medida, para não macular o formato único de sua operação.

A solução nasceu nos laboratórios da HiMaker, uma desenvolvedora de software especializada em FileMaker. "O resultado cresceu rápido", diz Henrique Bilbao, CEO da empresa. "O ERP Das Bier foi implantado em apenas dois meses e desde 2014 gerencia todos os dados da cervejaria."

"Foi um divisor de águas", concorda Leandro de Oliveira Schmitt, Gerente Financeiro da Das Bier. "Antes, o trabalho administrativo era em Excel e sem integração entre as pessoas da equipe. Com o ERP unificamos tudo: temos uma visão geral da empresa a qualquer instante, o que permite tomar decisões com rapidez e sem receio."

O sistema também controla lagoas de produção, uma das exigências da Das Bier. A empresa cria peixes e constantemente precisa avaliar custos de produção, acompanhando o crescimento para ajustar quantidade de ração e destinação. O software é, por fim, integrado ao sistema de delivery da empresa.

"É impressionante o que a gente tem de mobilidade e acesso a informações", diz Schmitt. "Nosso pessoal pode cuidar do negócio via celular ou iPad, mesmo longe da fábrica, o que mudou totalmente a forma de trabalhar."

Leandro Schmitt não se faz de rogado ao falar como a tecnologia digital mexeu com seus negócios. "Superou as expectativas" é uma expressão fácil na voz dele. Não só. Para o executivo, o ERP tem feito o negócio "melhorar a cada dia" por conta não só do sistema, mas "da nova forma de trabalhar" que ele levou à ancestral fazenda catarinense: "Ficamos mais modernos."

A produção do chope Das Bier agradece. E os donos da firma também. "Sobra um tempinho pra tomar um gelado de vez em quando", ri Schmitt. Saúde!

Ano 1 - Edição 1 - Outubro de 2006

ESPECIAL

O bom negócio da inclusão

A young girl with Down syndrome is smiling warmly and hugging a large, white, fluffy teddy bear. She has her hair in pigtails with pink bows and is wearing a pink and white striped shirt. The background is a plain, light-colored wall.

Vida especial
na telinha

Joana Mocarzel

**Projeto relâmpago para
Editora Globo e Fiesp**

Corrida contra o relógio

Em 5 dias foi criado projeto editorial e de viabilidade de uma nova revista, prazo dado pela *Globo* e de antemão considerado por ela como «inviável»

Em parceria com a Fiesp, a *Editora Globo* estudava a criação de uma revista para cobrir a demanda por informações quanto à legislação que regula a contratação de portadores de necessidades especiais pelas empresas. A intenção era ter uma revista que despertasse interesse tanto no meio empresarial quanto entre portadores de necessidades especiais.

A questão é que a editora tinha só 5 dias para criar a publicação. O prazo era considerado inviável.

Allameda foi contratada para dar solução ao caso. Começamos com um estudo a

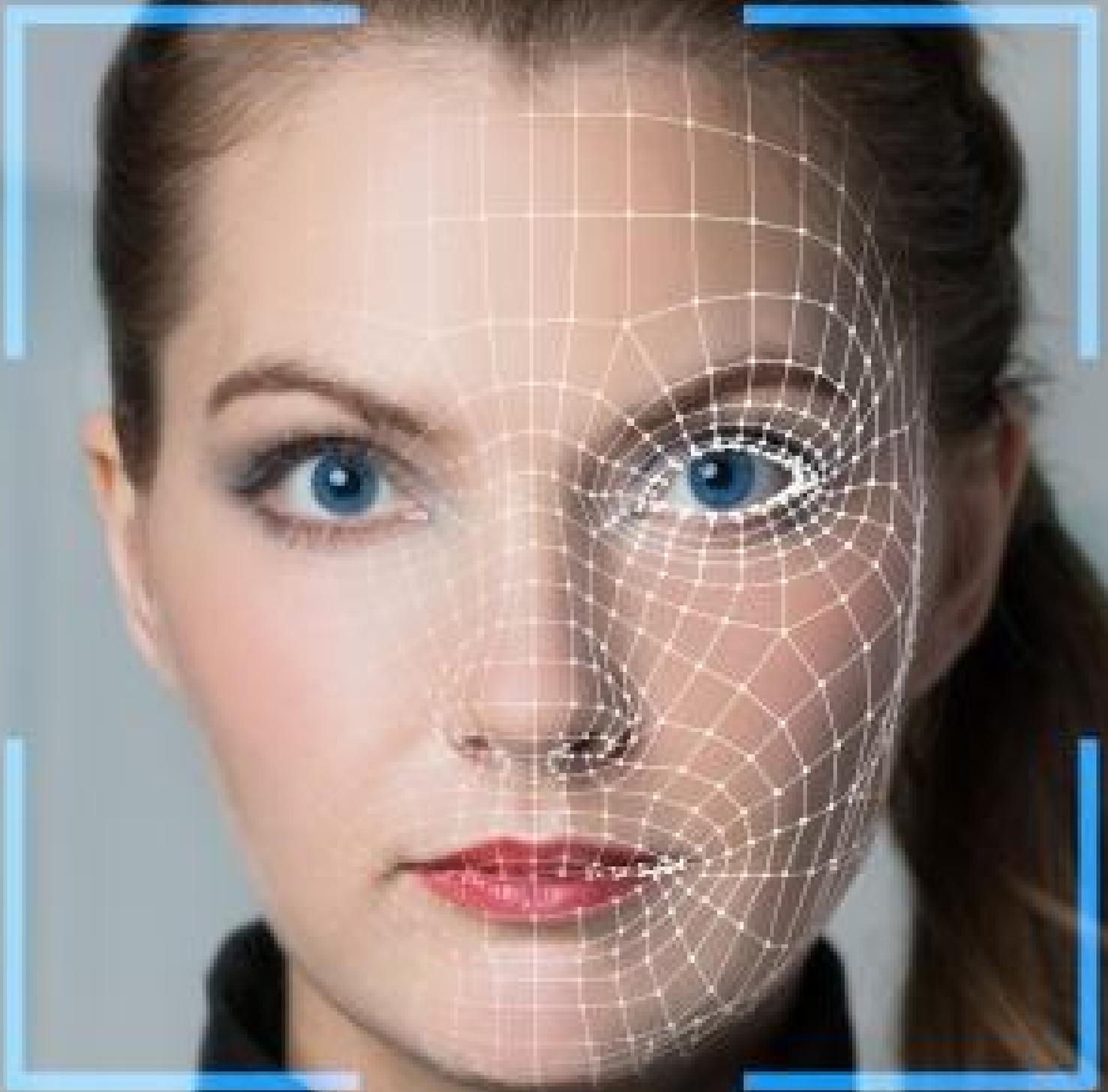
respeito da “cultura” comum a portadores de diferentes necessidades especiais - suas dificuldades práticas, seu dia a dia, produtos e instalações dedicados a eles.

A partir daí criamos o planejamento para uma revista de 80 páginas a que demos o nome *Especial*. Desenvolvemos ainda a pauta de uma edição típica para testar as ideias e sua viabilidade. O projeto foi então refinado para encaixar no budget disponível -- o valor ficou em dois terços do que seria o custo de uma publicação similar produzida internamente na *Globo*.

O projeto completo - editorial, gráfico e de viabilidade - foi entregue em exatos 5 dias.



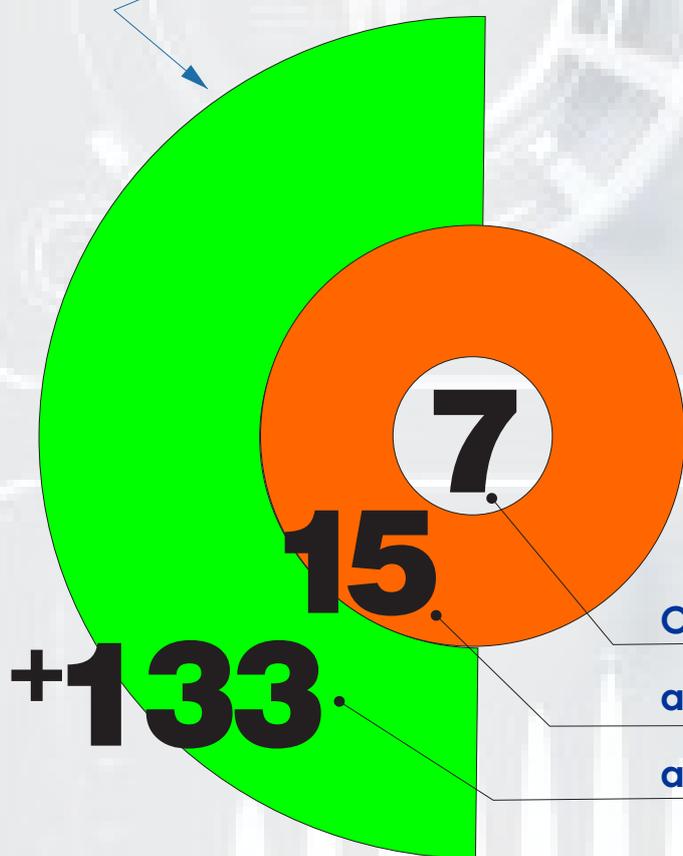
FACES



Desvendamos uma startup de Moscou

Mostramos o rosto de uma startup russa aos brasileiros

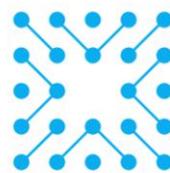
Em projeto de 180 dias para apresentar a startup russa NtechLab ao mercado de tecnologia brasileiro, desenvolvemos 15 ações de assessoria de imprensa a partir de 7 temas centrais, cada qual com 2 a 3 desdobramentos.



As ações se concentraram em pautas baseadas em cases internacionais da marca, localizados para a realidade brasileira.

Os temas, as ações de comunicação e as matérias publicadas na Imprensa

Fundada há 3 anos, a NtechLab desenvolve soluções de inteligência artificial para reconhecimento facial



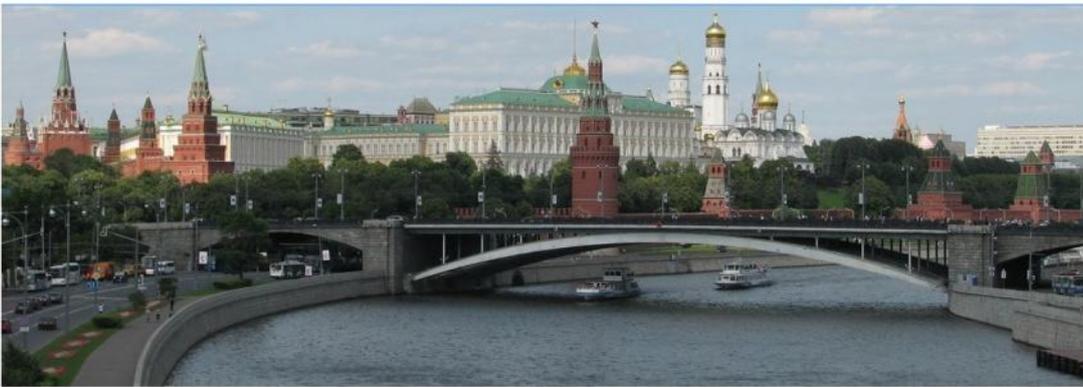
**N-TECH.
LAB**



Focalizamos a divulgação da NtechLab em mídias dirigidas a 4 mercados-chave: TI, negócios, inovação e segurança. O retorno foi vistoso

Câmeras de vigilância de Moscou ganham reconhecimento facial avançado

POR DOUGLAS CIRIACO | @dciriacco - EM SEGURANÇA - 02 OUT 2017 - 15H48



Você conferiu recentemente um exemplar do sistema de vigilância utilizado na China para rastrear pessoas em tempo real, além de garantir reconhecimento facial avançado. Agora, algo semelhante vem à tona também na Rússia, mais precisamente em Moscou. A prefeitura da capital russa confirmou que utiliza desde fevereiro o sistema de reconhecimento facial desenvolvido pela companhia russa NTechLab.

Essa empresa já levantou polêmica recentemente ao apresentar um aplicativo capaz de rastrear pessoas na rede social russa VK, o FindFace, utilizado para encontrar e assediar trabalhadores sexuais e atores pornôs no país europeu. Agora, a companhia volta a ter parte no controverso maior sistema de vigilância do mundo.



Fotos e ilustrações em nosso kit de Imprensa enriqueceram resultados, chamando a atenção do consumidor

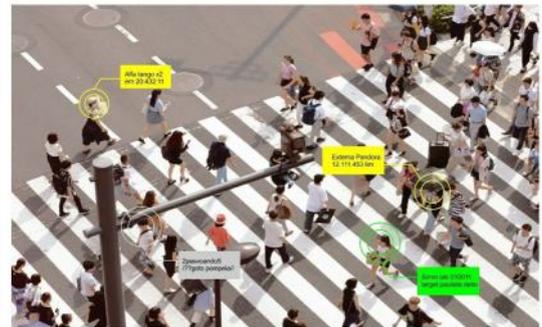
COMPARAR CELULARES

TRENDING

Mais pessoas usam Xiaomi no Brasil do que

Com nova AI, startup quer acompanhar indivíduos em multidões

Por Renata Borco da Allameda.com - em inteligência artificial - 30 MINUTOS ATRÁS



NtechLab se prepara para mais um passo gigante no uso de inteligência artificial

LEIA TAMBÉM

Com nova AI, startup quer acompanhar indivíduos em multidões

Arcserve lança solução integrada para proteção de dados

E-commerce reduz em 20% custos de integração com marketplace

Stibo Systems anuncia novo gerente-executivo de Alianças para o Brasil

Com apenas três anos de mercado e já líder mundial em velocidade e precisão de reconhecimento facial por software, a startup russa NtechLab se prepara para mais um passo gigante no uso de inteligência artificial (AI, na sigla em inglês).

O novo movimento da empresa é o lançamento de uma solução combinando tecnologias de detecção de situações humanas e de reconhecimento facial. Ao somar as especialidades nas quais vem sendo premiada em todo o mundo, a NtechLab pretende apresentar um sistema para elevar a 100% a precisão na identificação de uma pessoa por meio de imagens captadas por câmeras de vídeo comuns.

Shopping usa inteligência artificial para monitorar consumidor



Software russo permite analisar comportamento do consumidor dentro do shopping.

Os russos de estão literalmente "de olho" nos consumidores. A NtechLab, empresa que desenvolve tecnologias de reconhecimento facial em tempo real, acaba de integrar seu sistema inteligente de análise de vídeos aos sistemas do Leto Shopping Mall, um dos maiores shopping centers da Rússia, localizado em São Petersburgo - segunda maior cidade do país, com cerca de 6 milhões de habitantes. O projeto foi implantado pela NtechLab em parceria com a Malltech, controladora de shoppings em quatro outras cidades russas, além de São Petersburgo.

O início da identificação biométrica se dará em junho. No total, a solução conectará 44 câmeras de vídeo de vigilância instaladas no primeiro andar e em todas as entradas do shopping, que recebe diariamente mais de 50 mil pessoas. O software da NtechLab faz uso de algoritmo de reconhecimento facial de ponta que, quando usado em conjunto com as câmeras de vídeo, permite analisar com alta precisão o tráfego exclusivo de cada cliente que visita o local, coletando informações sobre seu comportamento como consumidor.