

PROJETO EXPERIMENTAL - PROJEX

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO CLC
FACULDADE DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA



PUC
CAMPINAS
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA

REALITY XP

www.realityxp.com.br

Agência MILLENIO

agencia.millenio@gmail.com

Profa. Claudia Maria de Cillo/ Prof. Edson Rossi/ Prof. Felipe Mattei Martins/
Profa. Luciana Fischer/ Prof. Sérgio de Godoy Peres/ Profa. Silzete Moreira Marques/
Profa. Simone Andrea Arruda Carvalhaes/ Profa. Teresinha Cristiane De Moraes

GABRIEL CAVALARI - JÚLIA DA ROCHA REIS - LEONARDO JOSÉ BERNARDI - MARCELO SANTOS DE SOUZA JUNIOR - MURILO DE OLIVEIRA BACHEGA PINHEIRO - PEDRO HENRIQUE RODRIGUES - TALES AUGUSTO SILVEIRA REIS

RESUMO

O presente trabalho foi desenvolvido para a marca Reality XP, empresa de entretenimento voltada aos eSports, com o objetivo de reforçar o posicionamento da marca através de uma campanha institucional e aumentar seu market share atingindo o público de interesse, homens de 25 a 45 anos de classe A e B de todo o país.

Para alcançar tais objetivos, o grupo de graduandos analisou de forma integral o ambiente interno, competitivo e externo à empresa, somados à pesquisa quantitativa e qualitativa primária e secundária, para assim, estabelecer um diagnóstico por meio da Matriz SWOT e seu cruzamento, estabelecendo os Objetivos de Marketing com suas decisões, recomendações e Plano de ação.

Dessa forma, foi desenvolvida uma campanha institucional com o mote "Viva a experiência", unida a uma reformulação da identidade visual focada na padronização das cores do logo e do ambiente gamer. Como reforço das ações e, buscando atingir o público de forma qualificada, foram selecionados veículos específicos, totalmente voltados ao ambiente digital (Facebook, Instagram YouTube, Google Adwords, ferramentas de Remarketing, Spotify) além de ações de Marketing Promocional ("Olimpíadas Reality XP", "Amizade na ponta dos dedos" e a "Corrida do Bem").

Palavras chaves: eSports, games, entretenimento, automobilismo virtual.

OBJETIVOS

EMPRESA

Aumentar o público para a plataforma Reality XP

MARKETING

Aumentar a audiência da marca, a base de jogadores, reformular a identidade visual, e aumentar o conhecimento de marca dentro do público alvo primário e secundário.

COMUNICAÇÃO

Passar uma linguagem mais profissional em sua comunicação e reforçar o posicionamento da marca.

METAS

Aumentar a base de jogadores, de 450 para 700 players até julho de 2022, um aumento de 55% aproximadamente;

Aumentar o conhecimento de marca dentro do público-alvo primário e secundário.

Aumentar o número da audiência, saindo de uma média de 120 visualizações para a média de 800 visualizações por transmissão até julho de 2022, representando o aumento de aproximadamente 570%;

METODOLOGIA



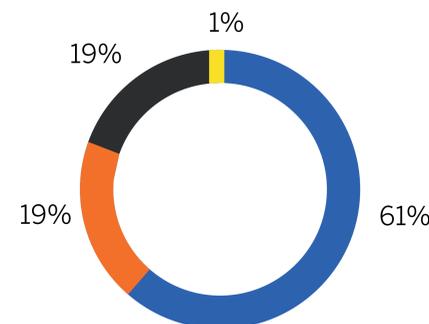
- Matriz SWOT
- Análise de fatores de risco
- Análise dos concorrentes



- Pesquisa quantitativa e qualitativa primária

- Pesquisa quantitativa e qualitativa secundária

DISTRIBUIÇÃO DE VERBA



R\$ 70.000,00

- Mídia
- MKT Promocional
- Custos da agência
- Reserva

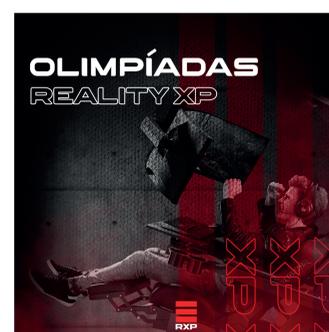
CRONOGRAMA DE COMUNICAÇÃO

JANEIRO FEVEREIRO MARÇO ABRIL MAIO JUNHO

MÍDIA PRINCIPAL

MKT PROMOCIONAL

PEÇAS



MILLENIO
COMUNICAÇÃO