

BRUNA ZAHARA



AGÊNCIA **TB**₃



TALISSA CAMARGO
RA18009720
Criação



JOÃO BIAZZI
RA17141151
Planejamento



BRUNA FONSECA
RA16559684
Planejamento



GIOVANNA ASSIS
RA18210591
Mídia



FELIPE PAES
RA18002451
Atendimento



RAFAELA SCATOLIN
RA18094706
Redação



GUILHERME CAPOVILLA
RA17147109
Criação

CLIENTE

Bruna Zahara, nascida em Maceió (AL), apaixonou-se por música desde cedo e, aos 11 anos, começou aulas de canto, dando início à uma jornada de estudos e construção de uma carreira musical que se mantém até hoje.



HISTÓRICO



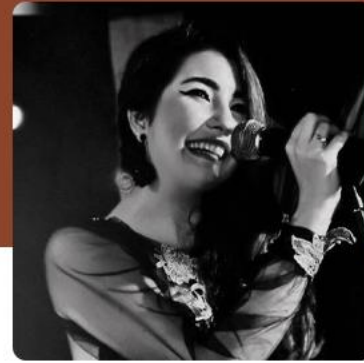
2009

Início dos estudos musicais



2011

Participação em festivais e eventos em Maceió - AL



2015

Mudou-se para **Campinas - SP** para investir na sua carreira musical



2017

Primeiro vídeo no YouTube e nas redes sociais.

HISTÓRICO



2018

Começou a estudar teatro e ingressou no mercado de **Teatro Musical** e de **Dublagem**.



2020

Composição do seu primeiro trabalho autoral, o EP (mini álbum) "**Navegar**".



2021

Desenvolvimento do EP "Navegar" e mudança de nome de Bruna Fonseca para **Bruna Zahara**.



2022

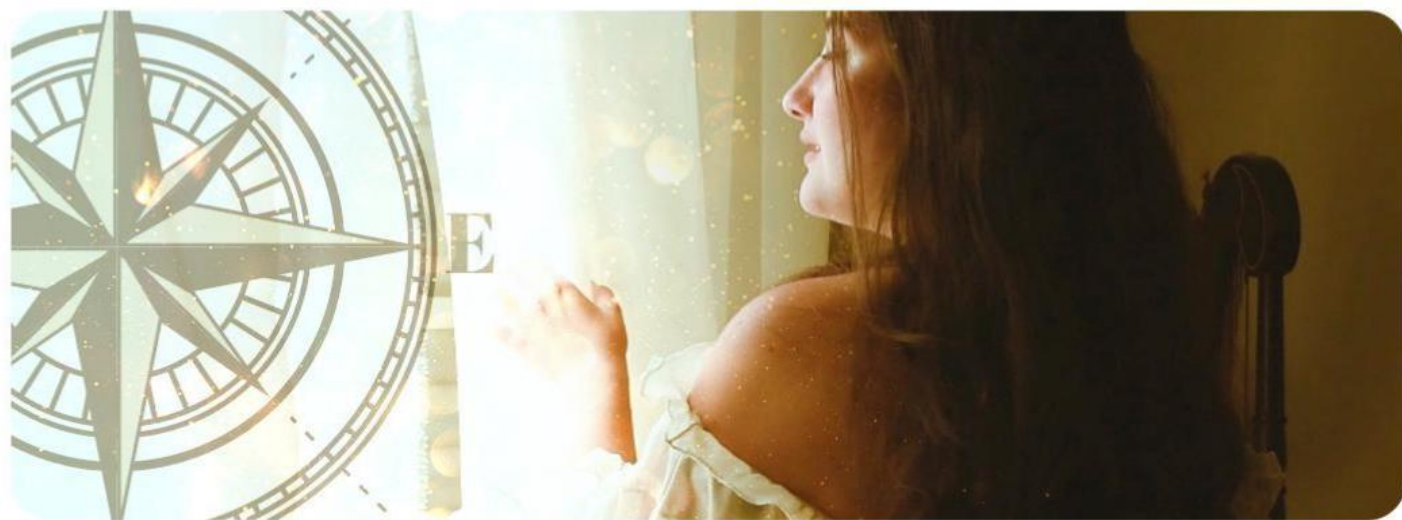
Lançamento do EP "Navegar"

IDENTIDADE DA MARCA

- Música além do entretenimento: Instrumento de cura, autoconhecimento e auto expressão.
- Conexão direta com o público
- Uso de outras vertentes da arte em seus projetos



SIGNIFICADO DE BRUNA ZAHARA



Zohar, que significa "luz", "brilho". Por extensão, tem o sentido de "ela irradia luz", "mulher que brilha"

Personalidade romântica, confiança no amor e na vida, sucesso de modo criador, teatro, música, canto e outras formas de criatividade.



PRODUTO MUSICAL

EP (MINI ÁLBUM) "NAVEGAR"

5 faixas (4 músicas e 1 poema) denominadas:

"Navegar", "Acordes de mais ninguém",
"Até você chegar", "Como o oceano", "Último poema".

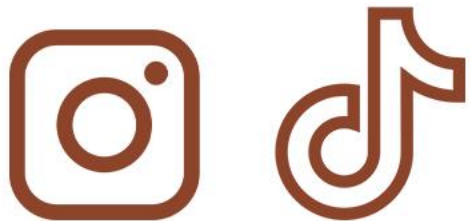
Gênero MPB, mais especificamente da nova geração da Música Popular Brasileira, que traz em sua produção uma mistura de diversos outros gêneros, como Pop, Rock, Jazz e R&B.

DISTRIBUIÇÃO

Plataformas streaming:



Divulgação:



PÚBLICO ALVO

PERFIL DEMOGRÁFICO



Homens e mulheres



15 a 35 anos



Abrangência nacional



Classes A, B e C

PERFIL COMPORTAMENTAL

- Internet e plataformas digitais
- Conforto e familiaridade
- Transparência
- Identificação
- Proximidade
- Forte consumo de música nacional



MERCADO



Mercado colaborativo



Mercado digital



Nichos = Gêneros musicais



Nova MPB

CONCORRÊNCIA PRIMÁRIA

LAIS GUIMARÃES

- Alagoana
- 22 anos
- Gênero: New MPB
- 2 EPs e 3 singles.
- Redes sociais e plataformas streaming



CONCORRÊNCIA PRIMÁRIA

FILIPE MARIZ

Filipe Mariz é mais conhecido na cena independente de Maceió como "Possa".

- Alagoano
- Compositor
- Produtor musical
- Gênero MPB
- 2 álbuns
- Redes sociais e plataformas streaming



MACROAMBIENTAL

- 80% dos brasileiros ouvem música todos os dias pelo celular;
- Instabilidade no mercado de shows
- Avanço tecnológico



TECNOLOGIA

- Plataformas Streaming
- Aumento da relevância dos artistas independentes
- Mercado cada vez mais colaborativo



CULTURA E SOCIEDADE

- Consumo majoritário de música nacional
- Preferência do Nordeste pelo gênero MPB



ANÁLISE SWOT

FORÇAS

- Educação musical;
- Compõe suas próprias canções;
- Origem nordestina;

FRAQUEZAS

- Verba pequena;
- Falta de um grande público fiel e consolidado;
- Pouco engajamento nas mídias sociais;

OPORTUNIDADES

- Gênero MPB como preferência no Nordeste
- Valorização dos royalties digitais (alta do dólar)
- Expansão do mercado digital
- Crescimento de artistas independentes
- Consumo majoritário de música nacional no Brasil
- Difusão em massa das plataformas de streaming
- Mercado colaborativo

AMEAÇAS

- Pirataria e download de músicas de forma clandestina
- Mercado de fácil entrada
- Cenário econômico instável e em crise
- Remuneração artística
- Menor retorno dos consumidores
- Preconceito existentes com temas holísticos

ESTRÁTEGIAS DE CRUZAMENTO - SWOT

- Histórico musical para a criação de Storytelling
- Investimento em tráfego pago
- Promover parcerias com outros artistas e influencers
- Educação e o histórico musical de Bruna Zahara para campanhas contra a pirataria

W



OBJETIVOS DE MARKETING

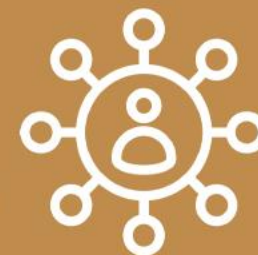
Reposicionamento

Bruna Fonseca → Bruna Zahara

Lançamento

Bruna Zahara  Navegar

Expansão
de público



OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- Transmitir a essência romântica e espiritual da cantora
- Divulgar o EP "Navegar"
- Converter seguidores em ouvintes
- Inspirar seguidores e ouvintes



ABRANGÊNCIA E PERÍODO

- Período de Dezembro de 2021 a Fevereiro de 2022 (2 meses e 15 dias)
- Abrangência nacional com enfoque nas regiões Nordeste e Sudeste



NA. VE. GAR

Navegadores antigos tinham uma frase gloriosa:
"Navegar é preciso; viver não é preciso".

- Fernando Pessoa



ORGANIZAÇÃO E DESCRIÇÃO DAS MÚSICAS NO EP:

Navegar (Faixa 1):

Navegar é a música que dá o nome a obra e traz toda a essência do projeto. A canção de abertura do EP, tem uma melodia mais épica e intensa, e fala sobre autoaceitação, coragem, liberdade e a leveza por trás dos aprendizados da vida.

Acordes de mais ninguém (Faixa 2):

Acordes de mais ninguém é o poema do EP e é complemento da música "Navegar".

Último poema (Faixa 3):

Último poema é uma música que fala sobre rompimento e recomeço. O momento que se escolhe abandonar tudo que te prende ao passado, te permitindo reescrever uma nova história.

ORGANIZAÇÃO E DESCRIÇÃO DAS MÚSICAS NO EP:

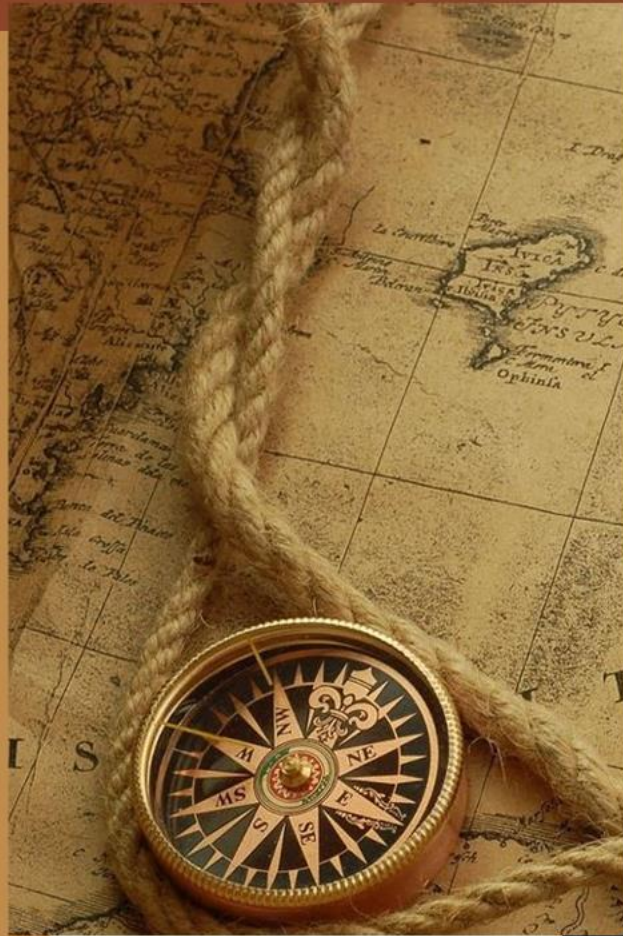
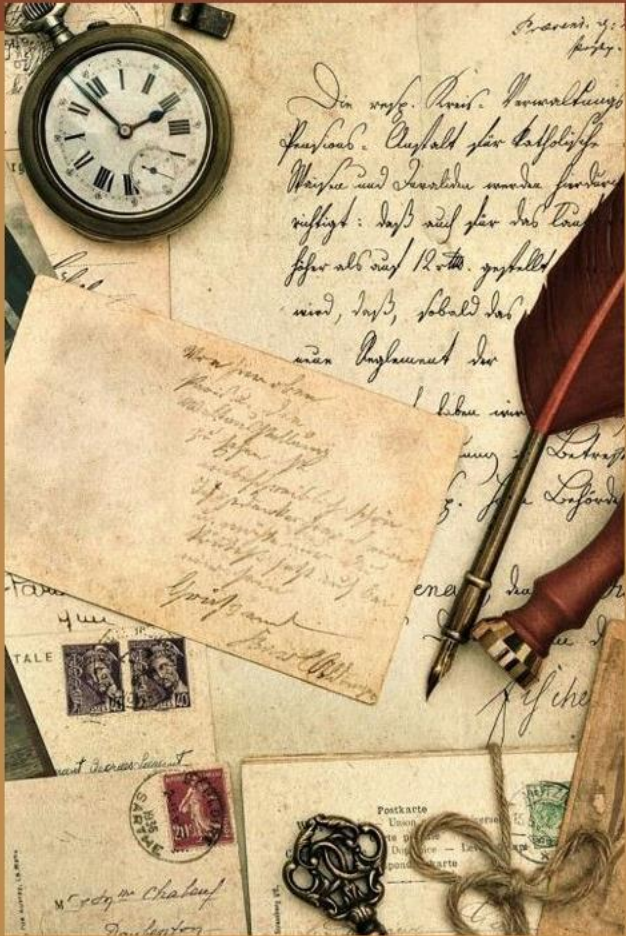
Até você chegar (Faixa 4):

Até você chegar é uma música que fala sobre autoconhecimento, autoaceitação, reconhecer nossas qualidades e defeitos e se abrir para compartilhá-las com alguém.

Como o oceano (Faixa 5):

Como o oceano também fala de autoaceitação, porém através dos olhos de um outro alguém. Retrata o autoconhecimento e autoaceitação adquiridas a partir dos relacionamentos

CORES



Para ajudar enfatizar o conceito do projeto, foram escolhidas duas paletas de cores, que são:

CORES FRIAS



A escolha desses tons de azul remete ao oceano em mar aberto. Onde os timoneiros costumam navegar.

CORES QUENTES



As cores quentes remetem ao lado humano por trás de uma navegação. As cartas enviadas, cartões postais e todo o lado clássico e artístico por trás da personalidade da cantora.

TIPOGRAFIA

Laura Slanted

Tipografia escolhida para representar a escrita à mão, com um aspecto vintage, representando cartas antigas e a escrita em cartões postais. Além disso, a fonte traz um aspecto romântico e delicado.

LAURA SERIF-FILL

Essa tipografia é um complemento da fonte anterior e será usada, principalmente, para títulos. Ela traz um aspecto artístico e detalhes que remetem ao movimento das ondas.

Roboto

Tipografia que será utilizada para textos, trazendo conforto para o leitor no momento de leitura.

ELEMENTOS VISUAIS:

Para as peças da campanha sempre estarão presentes elementos visuais que tragam referência a navegação (caravelas, bussolas, leme e estrelas) e a personalidade romântica e artística de Bruna Zahara (flores, cartas, instrumentos musicais, livros e obras de arte).



FOTOGRAFIA

NAVEGAR



IDENTIDADE



BRUNA ZAHARA



EP - CAPA



PLAYING FROM PLAYLIST
Artist - Bruna Zahara

Navegar
Bruna Zahara

0:04 2:41

⏮ ⏪ ⏸ ⏩ ⏭

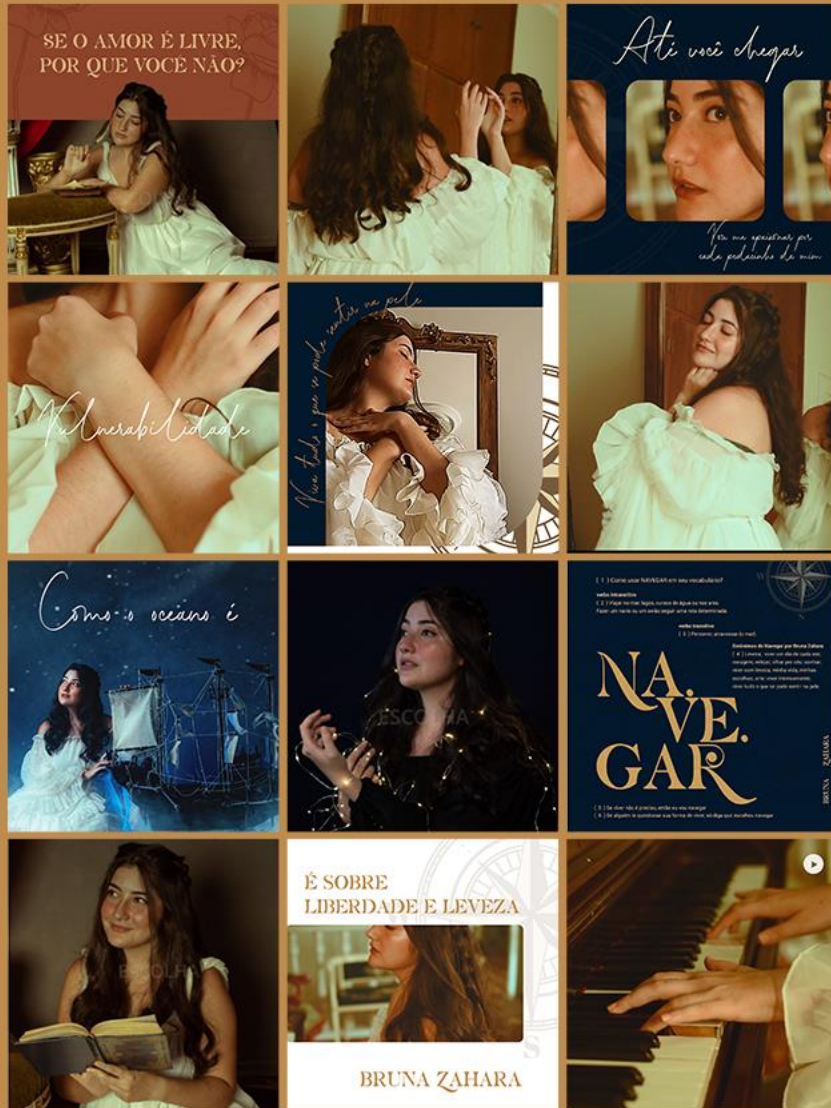
⋮

The image shows a mobile music player interface. At the top, it says 'PLAYING FROM PLAYLIST' and 'Artist - Bruna Zahara'. Below this is a smaller version of the album cover. Underneath the cover, the song title 'Navegar' and the artist 'Bruna Zahara' are displayed. A progress bar shows the song is at 0:04 of a 2:41 duration. At the bottom, there are control icons: a shuffle icon, a previous track icon, a play/pause icon, a next track icon, and a repeat icon. A vertical menu icon is also present at the bottom right.

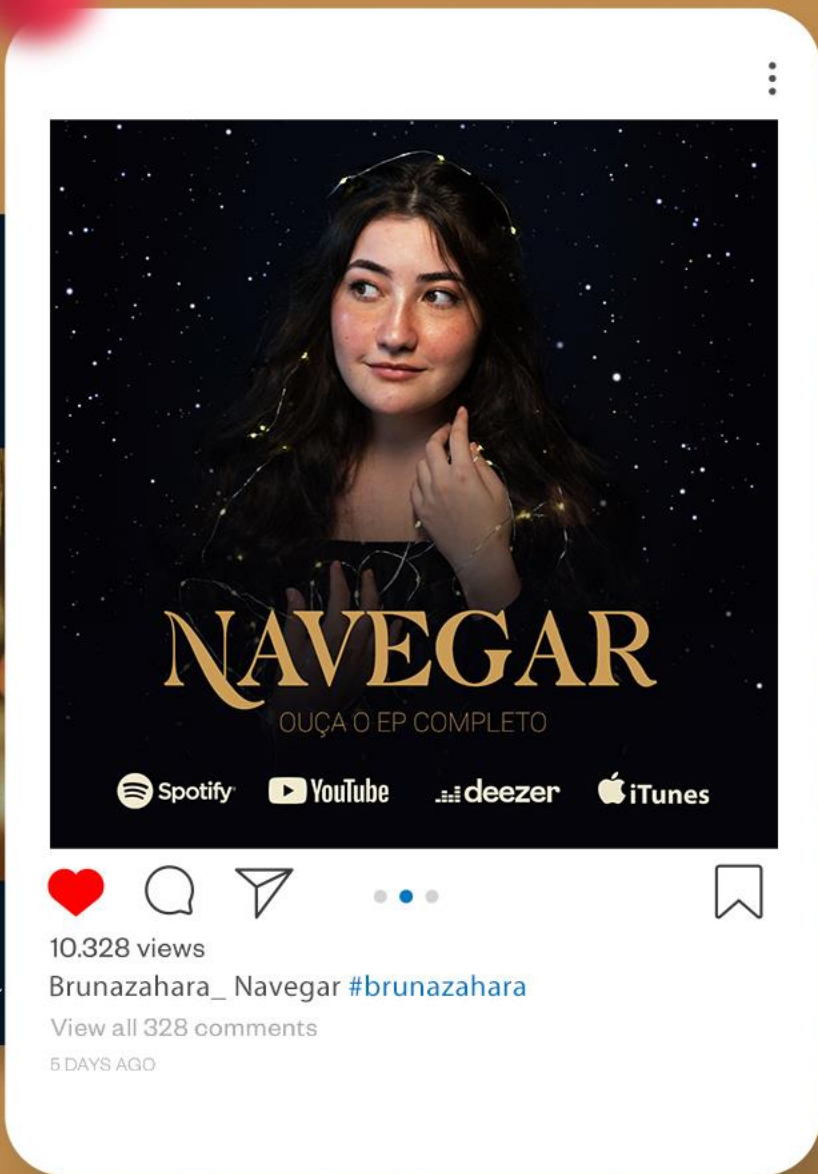
YOUTUBE



POSTS



POSTS




STORIES



ATÉ VOCÊ CHEGAR
Bruna Zahara

2.30 1.30


♡ ◀ ▶ +



NAVEGAR
Bruna Zahara

2.30 1.30


♡ ◀ ▶ +



COMO O OCEANO
Bruna Zahara

2.30 1.30

♡ ◀ ▶ +



ÚLTIMO POEMA
Bruna Zahara

2.30 1.30

♡ ◀ ▶ +

MARKETING PROMOCIONAL

Como

NAVEGAR

com a vida

- Ação: "Como NAVEGAR com a vida"
 - Press Kit
 - Micro influenciadores

- Live "Navegar"



Barbara Sens



Allana Paiva



No Badialli



Dear Maily



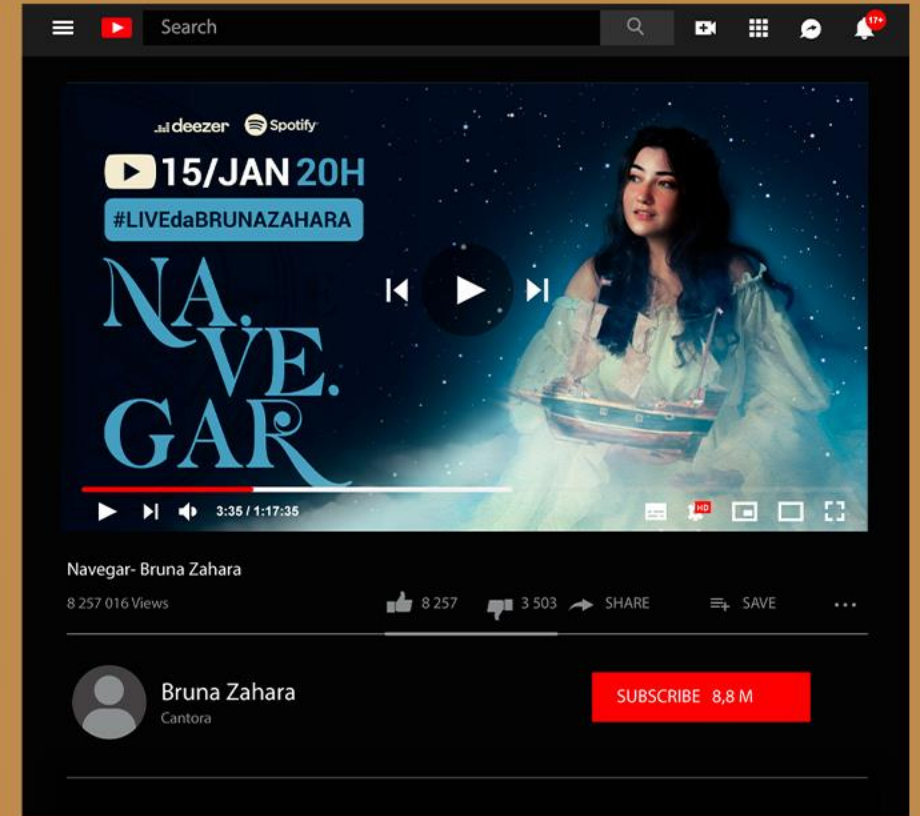
Dani Quazar

PERÍODO (2022):

Lançamento - Pós Lançamento (07/01 - 15/01)

PEÇAS PROMOCIONAIS

Lives



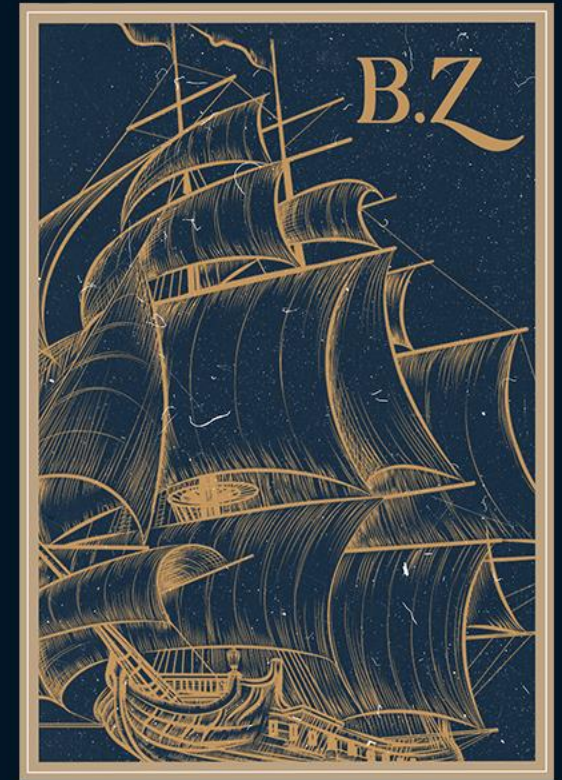
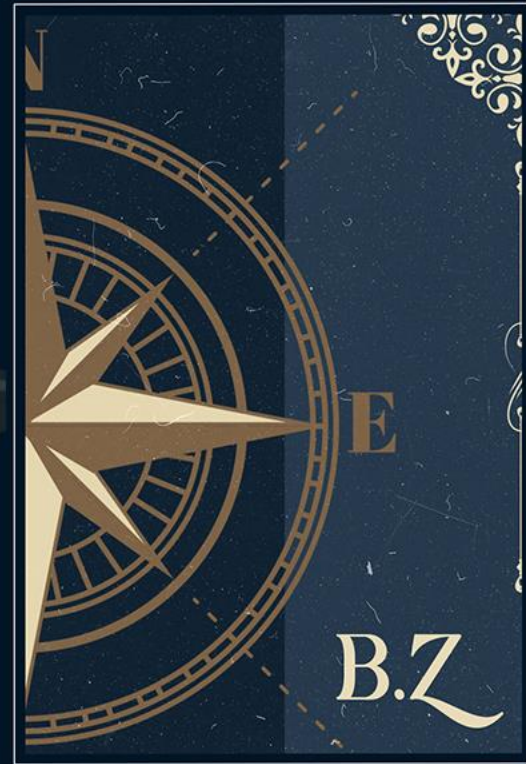
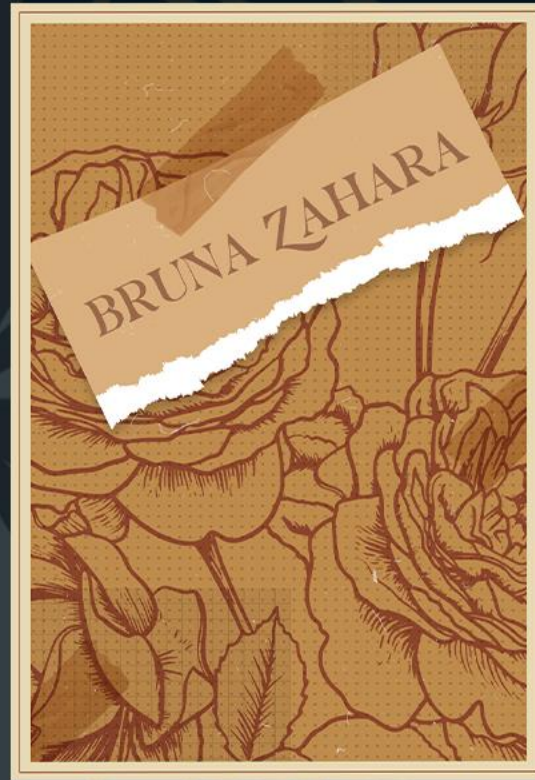
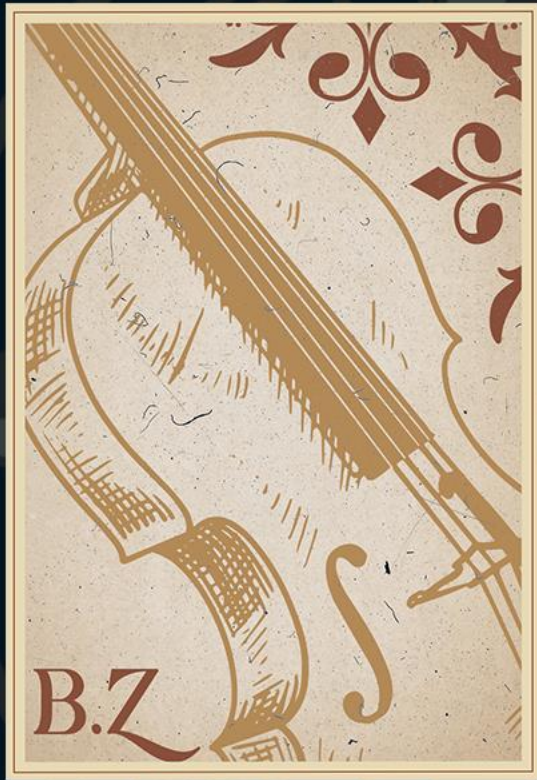


PEÇAS PROMOCIONAIS

Cartão postal - frente e verso



SELOS

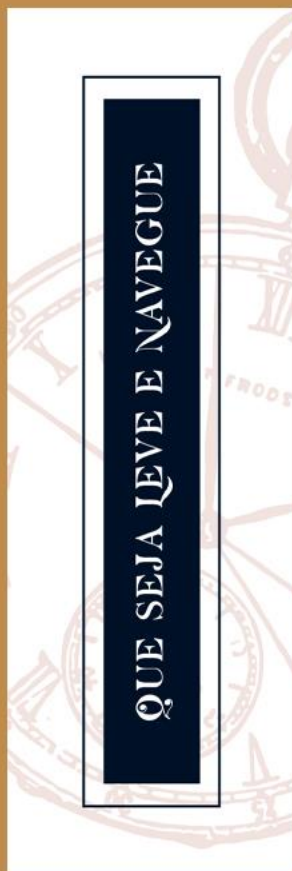


PEÇAS PROMOCIONAIS

Marca páginas



Frente



Verso



Frente



Verso



MOCKUPS

Press kit e velas



UMA VELA PARA

NAVEGAR

BRUNA ZAHARA



DEFESA DOS MEIOS

MÍDIA DIGITAL

Veículos:



Instagram



TikTok














YouTube



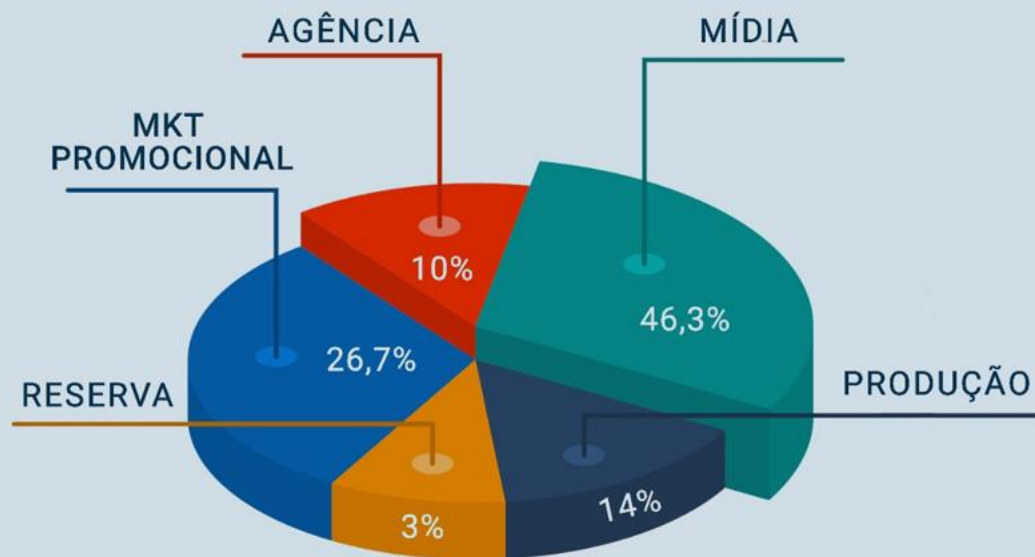
Spotify

CRONOGRAMA GERAL DE COMUNICAÇÃO

	Datas	Ações
Pré lançamento	DEZ (2021) - JAN (2022)	  
Lançamento	JAN (2022)	   
Pós lançamento	JAN (2022) - FEV (2022)	   

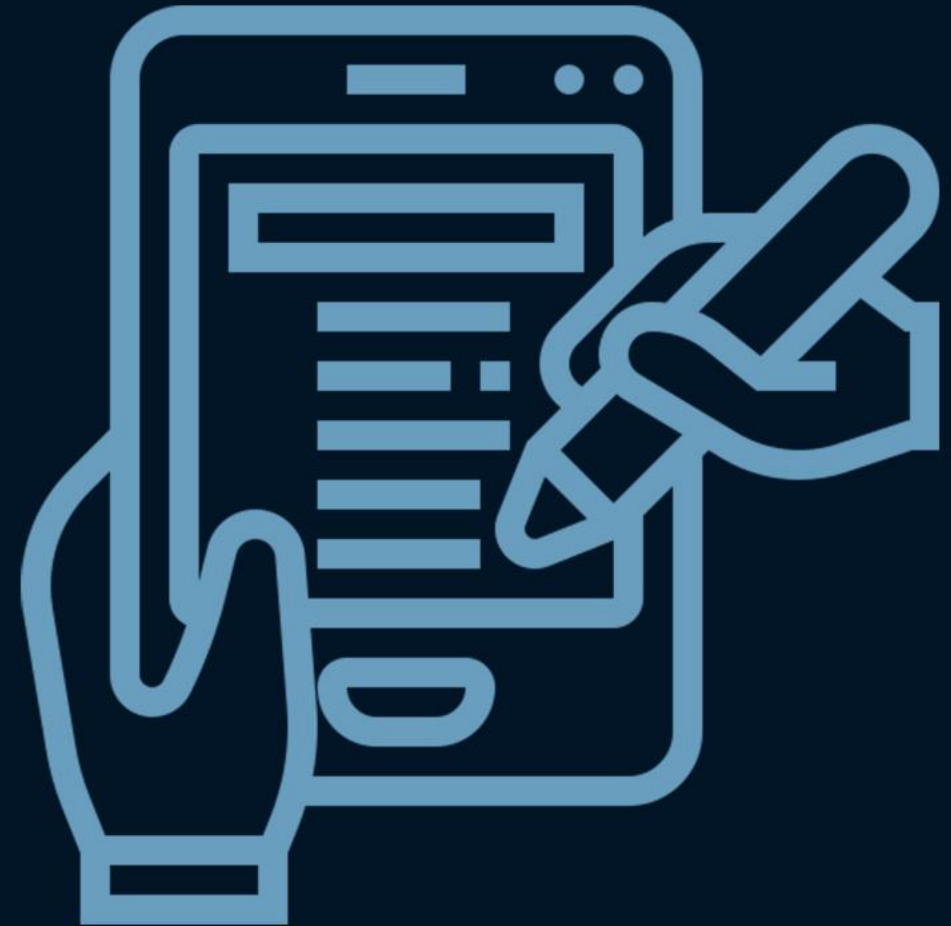
DISTRIBUIÇÃO GERAL DE VERBA

Criação	R\$ 4.210,00
Mídia	R\$ 10.000,00
Promocional	R\$ 8.000,00
Agência TB3	R\$ 6.210,00
Fundo de reserva	R\$ 1.500,00
TOTAL	R\$ 30.000,00



PESQUISA DE CONTROLE

- Pesquisa de abordagem quantitativa
- Questionario online
- Eficácia da campanha de lançamento
- Relacionamento, comunicação e marketing







AGÊNCIA
TB₃

BRUNA
ZAHARA