



PROMOÇÃO

Nestlé
NESCAU

Partiu



NBA

A MAIOR LIGA DE BASQUETE DO MUNDO

Relatório

PÓS
EVENTO

CW
Creative Work



**UNINOVE - Vila Prudente
Publicidade e Propaganda
5º Semestre - Noturno
Agência CREATIVE WORK**

O que é o “Bastidores da Promoção”

O Projeto Bastidores da Promoção contempla uma tendência crescente de utilização de eventos em organizações para engajar diferentes públicos aos objetivos desejados pelas instituições, desde criar experiências com a marca até o engajamento e incentivo de colaboradores.

Nós alunos do módulo Promoção, do curso de Publicidade e Propaganda, organizados em grupo, produzimos um evento do tipo feira/exposição, para explicar uma campanha promocional ou de visual merchandising realizada no passado por uma marca real, empresa ou entidade. A ação pode ou não ter sido realizado por uma agência de Publicidade ou de Promoção como pela própria empresa (indoor).

Amanda Ricci
3019110989

Brandon Souza
3017201260

Endriu Platas
3017104518

Inara Gabriela
3018106022

Letícia Veronica
3018105894

Natally Reis
3019204463

Ramon dos Santos
3017201669

Thayna Rosa
3017200083

Índice

PÁGINAS

OBJETIVOS GERAIS DO PROJETO	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO	5
CONQUISTANDO O CLIENTE	6
SOBRE A NESCAU (BRIEFING)	7-10
CONCORRÊNCIA	11
CHECKLIST	12
PLANTA BAIXA	13
COMUNICAÇÃO E LAYOUT	14-17
LEIS, TAXAS E IMPOSTOS	18
TRANSVENTO - O DIA	19
FOTOS	
MAKING OFF	20
DURANTE O EVENTO	21-22
RANKING - TOP 3	23
SORTEIO	24-25
PESQUISA DE SATISFAÇÃO	26-28
RELATÓRIO DE GASTOS	29
ANÁLISE GERAL DO PROJETO	30
ANÁLISE PESSOAL DO INTEGRANTES	31-34
ACESSE PELO QR CODE OU PELO LINK	35

OBJETIVOS GERAIS DO PROJETO

- Permitir aos nós discentes uma vivência prática integrando conhecimento acadêmico e as práticas de mercado na área de promoção e eventos.
- Aproximar nós alunos das práticas reais do mercado de comunicação e promoção, permitindo que entremos em contato com empresas reais e suas ações analisando os resultados que elas obtiveram com suas estratégias.
- Estimular o empreendedorismo, a criatividade e a inovação na execução prática de uma ação promocional simulada dentro do campus universitário.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO PROJETO

- Desenvolver competências de planejamento, operacionalização e execução de um evento, entendendo-o como ferramenta estratégica de comunicação.
- Desenvolver uma visão crítica sobre a situação do cliente, entendendo as ferramentas promocionais como estratégias dentro das campanhas publicitárias.
- Estimular a capacidade dos discentes de antever problemas que possam ocorrer no dia do evento e, estabelecer métodos para prevenir estas situações.
- Exercitar a observação, análise e criação de peças publicitárias a partir da semiótica.

CONQUISTANDO O CLIENTE

Nesta etapa inicial do processo tivemos uma certa dificuldade, entramos em contato com inúmeras empresas e levamos um certo tempo para conseguir selecionar uma marca para começarmos a colocar a mão na massa pra valer!

A primeira tentativa foi com a Fini Brasil. A qual realizamos o primeiro contato por e-mail, responderam bem rápido, porém, nos disseram que não liberavam a utilização da marca para fins acadêmicos por questões internas da empresa.

Então, começamos a procurar por outras marcas e pesquisar também campanhas promocionais que fossem legais para trabalharmos, nesse meio tempo tentamos novamente entrar em contato com a empresa já citada, só que agora por telefone, e mais uma vez, sem sucesso...

E com isso, fomos atrás de outras empresas, na esperança de que uma delas aceitassem a nossa proposta. O que não estava acontecendo... eram sempre as mesmas respostas, apenas com palavras diferentes, mas com o mesmo significado, NÃO!

Até que entramos em contato com a Nestlé. Quando a selecionamos para entrar em contato e pedir a autorização, a ideia inicial era trabalhar com a marca Kit Kat, no entanto, ela já havia sido escolhida por uma outra agência. Mas, como a Nestlé é proprietária de diversas outras marcas excelentes e a forma de autorização dada pela empresa foi aceita pelo professor coordenador do projeto, mantivemos a calma e pulamos para a próxima etapa... A escolha de uma das outras marcas da Nestlé.

De cara já fomos atrás da Nescau, começamos a procurar suas campanhas promocionais e encontramos "Nescau Partiu NBA", nos identificamos na hora e um turbilhão de ideias já começaram a surgir, e foi aí que decidimos que seria ela.

Foi quando tudo começou...

CONQUISTANDO O CLIENTE



Olá Ramon,

Agradecemos seu novo contato.

Esclarecemos que todas as informações presentes em nosso site, www.nestle.com.br, podem ser usadas para seu trabalho acadêmico sem necessidade de assinarmos a carta. Ressaltamos que as informações contidas em nosso site são públicas.

Em caso de dúvidas, permanecemos à disposição.

Atenciosamente,

SERVIÇO NESTLÉ AO CONSUMIDOR

SOBRE A NESCAU (BRIEFING)

OBJETIVO DE MARKETING

A Nescau busca construir boas relações com consumidores e parceiros. Aumentando a sua participação no mercado diante aos concorrentes diretos.

OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO

Campanha da Nescau destacou a importância do esporte para o desenvolvimento e aprendizado das crianças. Com ações de comunicação e apoio à prática esportiva, marca buscava promover aprendizados importantes para a formação de crianças e adolescentes.

DIFERENCIAL COMPETITIVO – concorrência

A marca estabeleceu a relação entre esporte e a autoconfiança de crianças e adolescentes. Mantendo a parceria com a maior liga de basquete.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Para atingir o público alvo foi desenvolvidas campanhas, peças para pontos de vendas (PDV) ações digitais como Facebook e Instagram.

POSICIONAMENTO DA MARCA NA CAMPANHA

A marca buscou ser lembrada por incentivar o público com esporte, dando valor como a coragem, espírito de luta, coletividade, confiança, entre outros.

PÚBLICO ALVO DA CAMPANHA

Crianças e adolescentes, porém, para participar do sorteio era necessário ter mais de dezoito anos.

TEMA DA CAMPANHA

A campanha promocional 'Nescau Partiu NBA' teve como tema principal a prática esportiva e estava totalmente ligada ao basquete como o esporte de marca registrada da campanha.

COLETA DE DADOS

A marca Nescau sorteou dez viagens para Orlando (E.U.A), os ganhadores podiam levar três acompanhantes para assistir um jogo da NBA, além disso a marca distribuiu dois mil prêmios instantâneos pelo site oficial da loja NBA. E, para divulgar a promoção, foi criada uma campanha publicitária, assinada pela Ogilvy Brasil. Cristiano Felício, pivô brasileiro do Chicago Bulls, foi escolhido como garoto-propaganda da ação.

DEFESA DA ESTRATÉGIA

A Nescau buscava incentivar a prática esportiva até nas suas promoções, alinhada com o tema 'O esporte ensina'. Porque, mais do que as pessoas

viviam o que ele proporciona, incluía os ensinamentos.

Sendo também uma estratégia totalmente coerente com o público-alvo da campanha, pois, com um longo histórico de apoio ao esporte, a marca procura estimular o movimento e a prática esportiva, aliados a uma alimentação balanceada, para o desenvolvimento adequado de jovens e crianças.

AÇÕES PROMOCIONAIS DA CAMPANHA

Nescau lançou ação compre-ganhe de copos colecionáveis da NBA com design exclusivo. Foram sete modelos de copos na ação que faziam parte da campanha (Partiu NBA), em parceria com a liga americana de basquete, para os fãs brasileiros.

Mecânica das ações contiveram: quando, onde, como e quem realizou cada etapa.

Para participar bastava comprar qualquer produto Nescau, cadastrar a nota fiscal da compra no site da promoção (www.promonescau.com.br) e torcer. Os participantes triplicaram suas chances de ganhar comprando os lançamentos da marca Nescau 3.0, Nescau Prontinho zero lactose e Nescau Protein+, que rendiam três números da sorte ao invés de um.

Os fãs do esporte já ficaram sabendo no ato do cadastro do cupom fiscal se ganharam um dos dois mil vale presentes, que tinham valores entre R\$ 70,00 e R\$ 400,00 para compras no site oficial da Loja NBA (www.lojanba.com/nbanescau) e, ao cadastrar o primeiro NESCAU no site da promoção, todos os inscritos recebiam via e-mail um código de 15% desconto para compras no mesmo canal. No dia 23 de maio de 2018, foram sorteados três dos dez grandes vencedores que foram assistir a um jogo da NBA com tudo pago, enquanto os outros sete sortudos fossem sorteados no dia 4 de julho de 2018, ao final da promoção. A escolha do vencedor foi realizada por meio de sorteio da Caixa Econômica Federal, a partir do número da sorte gerado na inscrição da nota/cupom fiscal.



Concorra a
10 viagens
 para Orlando
 com 3 acompanhantes
 para assistir à
 um jogo da NBA.*

+Milhares
 de prêmios
 da NBA.**

Titulo do Case:
Nescau Partiu NBA

Cliente: **Nescau – Nestlé**

Agência profissional que realizou: **Ogilvy Brasil**

Objetivo: Campanha da Nescau destacou a importância do esporte para o desenvolvimento e aprendizado das crianças. Com ações de comunicação e apoio à prática esportiva, marca buscou promover aprendizados importantes para a formação de crianças e adolescentes.

Descrição da Ação: Para reforçar a ideia de que o esporte é ferramenta fundamental para fortalecer a autoconfiança de crianças e adolescentes, Nescau lançou a promoção "Partiu NBA".

Entre os consumidores que se cadastrarem no site, serão sorteados dez vencedores que poderão levar três acompanhantes para assistir a um jogo da NBA, em Orlando, nos Estados Unidos. A mecânica ainda inclui distribuição de 2 mil prêmios rápidos pelo site oficial da Loja NBA.

Tanto a campanha como a promoção foram assinadas pela Ogilvy Brasil.

O brasileiro Cristiano Felício, pivô do Chicago Bulls, foi o garoto-propaganda da ação.

O filme mostrava uma família completamente envolvida com o basquete. Enquanto tomam café, a mãe gira uma bola de basquete em um dedo para surpresa de todos.

Além do filme para TV, a campanha contemplava peças para ponto-de-venda e digital.



CONCORRÊNCIA

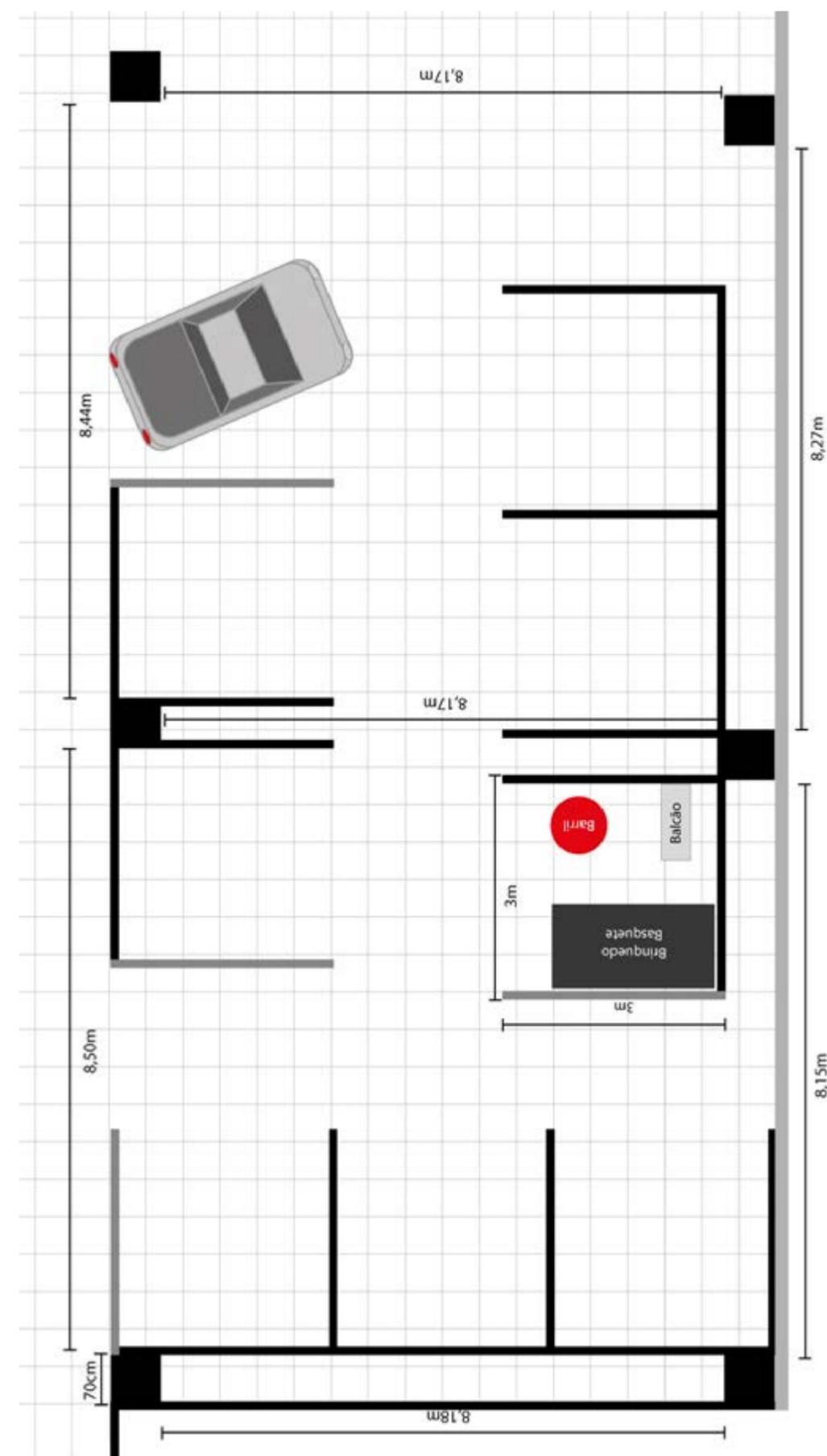
O "Toddy" é o principal concorrente da Nescau, possuindo uma linha de produtos bem semelhante ao que encontramos na adversária, como podemos ver nas imagens a seguir.



CHECKLIST

Discriminação	Prazo/Entrega	Responsáveis
Local do evento	Concluído	Professor Caco
Definição do horário do evento	Concluído	Professor Caco
Escolha do cliente	Concluído	Todos
Reunião da Agência Creative Work	Concluído	Todos
Escolha da Campanha	Concluído	Ramon
Envio de e-mail de aprovação da marca	Concluído	Ramon
Aprovação da Marca	Concluído	-
Ideia de tema do Stand	Concluído	Todos
Briefing de Criação	Concluído	Thayna, Leticia e Endriu
Objetivo do Evento	Concluído	-
Definição da Dinâmica	Concluído	Endriu e Brandon
Definição de orçamento total do projeto	Concluído	Thayna e Leticia
Cotação do aluguel de Stand	Concluído	Professor Caco
Cotação de equipamentos (brinquedo)	Concluído	Thayna e Leticia
Cotação para Orçamento com Gráfica	Concluído	Endriu
Cotação de camisetas personalizadas	Concluído	Thayna
Escolha de Brindes	Concluído	Ramon
Compra dos brindes	Concluído	Todos
Decoração do Stand	Concluído	Leticia, Inara, Amanda e Natally
Infográfico da Campanha	Concluído	Endriu
Elaboração dos materiais gráficos de decoração	Concluído	Endriu
Envio de materiais para gráfica	Concluído	Endriu
Locação de Basquete Eletrônico	Concluído	Thayna e Leticia
Caixa de Som e microfone	Concluído	Amanda
Trena para medir o local	Concluído	Natally
Realização da Medição do local	Concluído	Todos
Planta baixa do local	Concluído	Endriu
Teste de energia	Concluído	Ramon
Elaboração da urna para sorteio	Concluído	Thayna
Pagamento de fornecedor do brinquedo	Concluído	Thayna
Controle de gastos totais	Concluído	Leticia e Thayna
Fechamento de gastos	Concluído	Leticia e Thayna

PLANTA BAIXA E O LAYOUT DOS STANDS DISPOSTOS PELO ESPAÇO



COMUNICAÇÃO

(arte do cartaz aprovado)



MÍDIAS DE DIVULGAÇÃO

Para divulgar o evento pela Universidade, foi passado em todas as salas informando os discentes representantes de cada turma sobre o evento.

Nas redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp) foi compartilhado o Cartaz oficial do Bastidores da Promoção, com as informações sobre o evento, como data, local e as marcas que seriam representadas.

No dia do evento, um integrante de cada agência ficou responsável por fazer a entrega dos flyers do evento para o público que estivesse chegando no local.

APOIOS E PATROCÍNIOS

Nossa agência não teve nenhum tipo de apoio ou patrocínio da marca, todo o valor gasto com evento, locação, brindes e materiais utilizados na confecção do stand, foi retirado do orçamento da Agência.



LAYOUT

(Layout do stand feito para comunicação visual)



LEIS, TAXAS E IMPOSTOS

ECAD

O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição de Direitos Autorais (ECAD), é uma organização privada que é responsável pelo controle e fiscalização da utilização de músicas em espaços públicos do território nacional.

Salvos os casos de eventos particulares em propriedade privada, cultos religiosos e eventos com propósito educacional.

Sendo o último caso citado, o nosso, já que o evento será realizado totalmente para fins acadêmicos e em uma ambiente fechado apenas para alunos.

TFA

“A Taxa de Fiscalização de Anúncios (TFA) é devida em razão da atividade municipal de fiscalização do cumprimento da legislação disciplinadora da ordenação, exploração ou utilização, por qualquer meio ou processo, de anúncios nas vias e nos logradouros públicos, ou em locais deles visíveis ou audíveis ou, ainda, em quaisquer recintos de acesso ao público (Lei 13.474/2002, artigo 1º).”

Não se aplica ao nosso evento, pelo fato de que toda a divulgação foi realizada apenas internamente e voltados aos alunos da Universidade.

EXTINTOR DE INCÊNDIO

Ter um extintor em eventos é muito importante e essencial para a segurança do ambiente e das pessoas que estiverem no local. O extintor garante a não propagação de um pequeno incêndio, promovendo a prevenção de grandes acidentes e catástrofes.

Além disso, o extintor de incêndio é um item obrigatório para o perfeito funcionamento do evento. O local passa por uma vistoria antes de receber a autorização dos órgãos competentes. Essa vistoria verifica se todos os equipamentos de segurança exigidos pelo Corpo de Bombeiros estão no local e se estão devidamente distribuídos, almejando a perfeita segurança do evento e evitando transtornos.

Nós da Agência Creative Work não conseguimos levar o extintor no dia do evento para o nosso stand.

TRANSVENTO – O DIA

A MONTAGEM

A montagem do stand foi realizada um dia antes do evento (Quarta-feira, 06/11/2019) para que as agências do turno da manhã pudessem já utilizar o local e preparar seus stands para o dia seguinte.

O trabalho de preparação do nosso stand deu início aproximadamente às 17hrs do dia 07/11/2019, sendo esse o dia oficial do evento.

Tudo começou quando três dos integrantes da agência (Brandon, Endriu e Ramon) foram buscar os materiais necessários para montar o stand que se encontrava na casa de um deles que fica próximo ao campus da Universidade.

O restante dos integrantes foram chegando aos poucos, e por esse motivo começamos a trabalhar antes mesmo que a equipe estivesse completa para não ocorrer atrasos, já que começamos a preparação um pouco tarde devido aos horários de trabalho do pessoal da equipe.

Nós fizemos a locação de uma máquina de basquete eletrônico que estava prevista a entrega para as 18hrs, nessa parte nós da agência ficamos um pouco tensos, pois não tínhamos certeza se a entrega seria feita no horário pois poderia ocorrer algum imprevisto e gerar algum atraso.

Essa realmente foi a parte mais tensa da preparação do evento, pois tivemos que entrar em contato com a fornecedora para saber se estavam a caminho, informar por onde seria a entrada do brinquedo, tendo que repassar o endereço a eles.

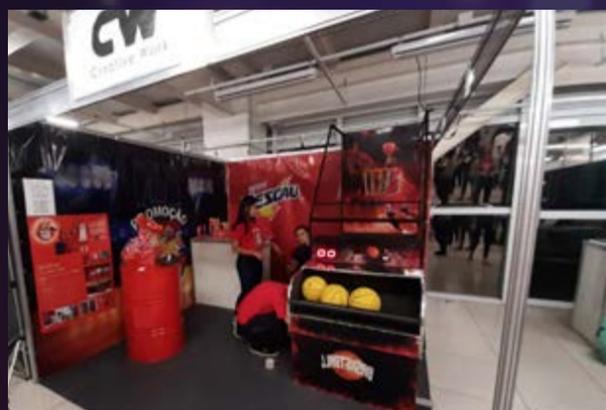
No fim das contas, o brinquedo foi entregue corretamente e em perfeito estado e antes do horário de início do evento.

Fomos buscar e acompanhar a entrega do brinquedo junto aos entregadores e levá-los até aonde o brinquedo seria colocado e posicionado dentro do stand.

Depois disso, todos começaram a se preparar em suas posições para o início do evento.

FOTOS DO MAKING OFF

Veja o que rolou na preparação do Stand no Evento



DURANTE O EVENTO

O evento teve início às 19h30, e não demorou muito para começar a encher e as filas nos stands começarem a surgir. No nosso stand não foi diferente, o atrativo principal do stand, o Basquete Eletrônico, realmente chamou a atenção do público.

DINÂMICA DO STAND

Nossa dinâmica inicial era fazer com que os participantes disputassem entre si para marcarem a sua maior pontuação no brinquedo. Sendo que o tempo definido pela máquina, sem possibilidade de alteração, é de 2 minutos por pessoa e a pontuação máxima é 99 cestas.





RANKING - TOP 3

E ao final, fizemos um ranking com o Top 3, dos participantes que marcaram as maiores pontuação, tiramos uma foto da pessoa e marcamos o total de cestas para colocar aqui no relatório.

E esses aqui foram os participantes que conquistaram as 3 maiores pontuações:



1º Rodrigo Marques
Publicidade e Propaganda
93 pontos



2º Michele Gimenez
Publicidade e Propaganda
83 pontos



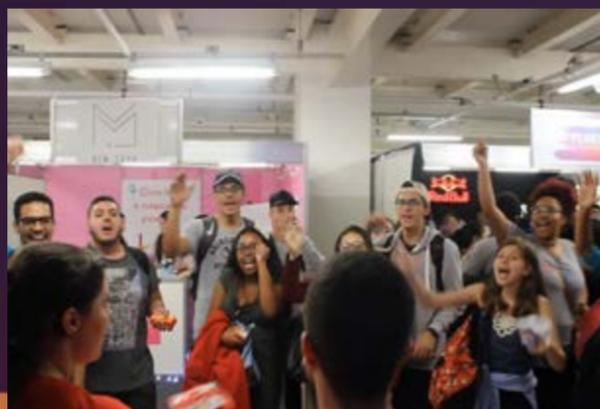
3º Márcio Torres
Design Gráfico
76 pontos

Logo após que a pessoa participava, ela ganhava o brinde (Prontinho Nescau) e ia falar com um dos outros integrantes da agência para saber mais sobre a estratégia e a campanha promocional, qual nos inspiramos e também participava do sorteio de Prêmios (Boné NBA e Cesta de Produtos Nescau) que seria realizado ao final do evento.

Porém, como vimos que a fila estava se estendendo e não conseguiríamos atender todo mundo se continuássemos nessa dinâmica. Mudamos a forma de participação de cada um, colocamos um cronômetro a parte e manualmente fizemos cada participante jogar apenas 30 segundos, pegar o brinde e preencher o cupom do sorteio e a pesquisa de satisfação, caso tivesse interesse.

FOTOS DO SORTEIO

Com isso conseguimos atender mais pessoas, distribuir mais brindes e mais pessoas conseguiram participar.



SORTEIO

Definimos o horário do sorteio para acontecer às 22hrs, houve cerca de 10 minutos de atraso por conta que ainda havia pessoas preenchendo os cupons. Durante todo o evento utilizamos a caixa de som e o microfone próprios do nosso stand para informar sobre o sorteio e anunciar os ganhadores.

Nessa etapa, sabíamos que talvez muita gente que participou já tinha ido embora. Então, mandamos mensagens para as sorteadas, que por sorte uma delas ainda se encontrava no local e pegou o prêmio. E a outra já estava indo embora, mas voltou para retirar o prêmio ainda no local.

AGITA GALERA

No final do evento ainda tinha sobrado diversos brindes e produtos de decoração, utilizamos eles para interagir com o público que ainda se encontrava no local e que estava acompanhando o sorteio. Distribuindo a eles por meio de uma dinâmica, que nomeamos como "Agita Galera" na qual era só gritar o nome da Marca.

CONCLUSÃO

Após isso, chegou o fim oficial do evento, começamos a organizar tudo e fazer a desmontagem do stand. Logo em seguida, a empresa que forneceu o brinquedo chegou para fazer a sua retirada também no horário que foi estipulado no contrato para às 23hrs.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO

A pesquisa de satisfação foi feita de duas formas em nosso stand, sendo pelo próprio cupom do sorteio que colocamos algumas perguntas rápidas e também pelo Google Forms, o qual poucas pessoas responderam, cerca de apenas 10.

Já com os cupons conseguimos coletar o feedback de 107 pessoas que participaram do sorteio.

Isso sem contar as pessoas que apenas participaram da dinâmica, brincando na máquina de basquete eletrônico e pegando o brinde. (prontinho da Nescau)



PESQUISA DE SATISFAÇÃO

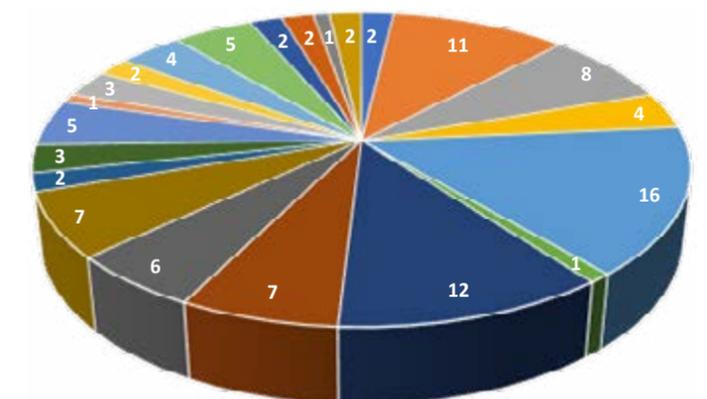
A pesquisa de satisfação foi feita de duas formas em nosso stand, sendo pelo próprio cupom do sorteio que colocamos algumas perguntas rápidas e também pelo Google Forms, o qual poucas pessoas responderam, cerca de apenas 10.

Já com os cupons conseguimos coletar o feedback de 107 pessoas que participaram do sorteio.

Isso sem contar as pessoas que apenas participaram da dinâmica, brincando na máquina de basquete eletrônico e pegando o brinde. (prontinho da Nescau)

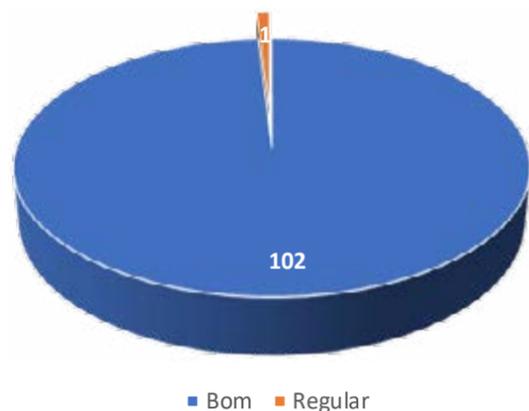
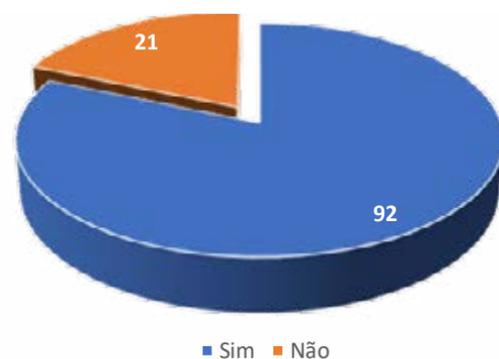
Curso	Quantidade
Engenharia de Produção	2
Publicidade e Propaganda	11
Enfermagem	8
Sistema de Informação	4
Direito	16
Rádio e TV	1
Design gráfico	12
Arquitetura e Urbanismo	7
Recursos Humanos	6
Administração	7
Engenharia Civil	2
Ciência da Computação	3
Medicina Veterinária	5
Engenharia Elétrica	1
Jornalismo	3
Análise de Sistema	2
Ciências Contábeis	4
Pedagogia	5
Fisioterapia	2
Biomedicina	2
Educação Física	1
Psicologia	2

Curso e Quantidade de estudantes



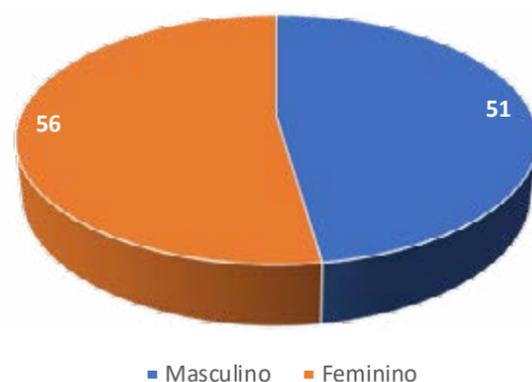
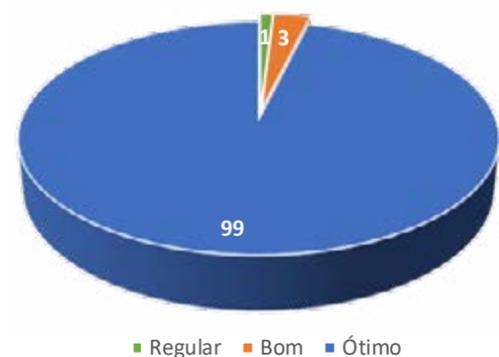
- Engenharia de Produção
- Publicidade e Propaganda
- Enfermagem
- Sistema de Informação
- Direito
- Rádio e TV
- Design gráfico
- Arquitetura e Urbanismo
- Recursos Humanos
- Administração
- Engenharia Civil
- Ciência da Computação
- Medicina Veterinária
- Engenharia Elétrica
- Jornalismo
- Análise de Sistema
- Ciências Contábeis
- Pedagogia
- Fisioterapia
- Biomedicina
- Educação Física
- Psicologia

Você conhecia a campanha	
Sim	Não
92	21



O que achou do stand		
Bom	Regular	Ruim
102	1	0

Que nota você dá ao estande?				
Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo
0	0	1	3	99



Sexo	
Masculino	Feminino
51	56

Faixa-Etária		
Até 25 anos	de 26 a 40 anos	41 ou mais
9	1	0



RELATÓRIO DE GASTOS

Estande	
Locação de estrutura do estande	R\$ 447,00
Total	R\$ 447,00
Produtos e sorteio do stand	
Produtos de exposição e prêmios do sorteio	R\$ 210,00
Total	R\$ 210,00
Brindes	
216 unidades de bebida láctea Nescau	R\$ 306,63
Total	R\$ 306,63
Locação de Equipamento	
Locação de Máquina de Basquete Eletrônico	R\$ 350,00
Total	R\$ 350,00
Gráfica	
Cartaz do evento	R\$ 5,20
Testeira	R\$ 6,00
Flyer geral	R\$ 16,70
Cupom	R\$ 33,99
Banner	R\$ 544,00
Total	R\$ 605,89

Camisetas Personalizadas	
Valor unitário	R\$ 25,00
Total	R\$ 200,00
Materiais p/ decoração	
Urna	-
Tambor	-
Latas de times	-
Tecido p/ forrar	-
Clips	R\$ 5,20
Caneta laranja	R\$ 4,00
Etiquetas laranjas	R\$ 20,00
Laço de embrulho	R\$ 2,00
Saquinho celofane	R\$ 1,10
Total	R\$ 32,30
TOTAL GERAL	R\$ 2.151,82
POR PESSOA	R\$ 268,98

ANÁLISE PESSOAL DO INTEGRANTES

ANÁLISE GERAL DO PROJETO

O projeto proposto pela Universidade Nove de Junho neste semestre, denominado como “Bastidores da Promoção” proporcionou uma experiência fantástica para nós discentes do curso de Publicidade e Propaganda.

Foi uma ótima demonstração de trabalho em equipe se tratando da turma no geral, todos desempenharam muito bem seus papéis, tornando o evento em si, um sucesso com tudo muito bem organizado.

Foi com muito comprometimento e dedicação que elaboramos esse projeto. Nosso stand teve como intuito trazer ao público que o visitou, um pouco de entretenimento e diversão tentando nos aproximar ao máximo da ideia que a marca Nescau e a sua campanha promocional, a qual escolhemos nos inspirar tem como objetivo, o incentivo a prática de esportes e atividades físicas entre os jovens e adolescentes.

Foi um aprendizado muito grande e uma experiência única para nós da Agência Creative Work fazer parte da organização de um evento dessa forma. Acreditamos que um projeto assim, onde todo o conhecimento que adquirimos em aula, é aplicado na prática, nos torna melhores profissionais para o mercado de trabalho no futuro.

AMANDA

A ideia do projeto a meu ver foi excelente, trouxe um amplo conhecimento sobre o mundo dos eventos e um grande amadurecimento para que no futuro podemos saber lidar com pressão, dificuldade e opiniões e ideias divergentes.

A agência estava bem focada em fazer com que tudo tenha dado certo, estávamos empolgados com o projeto, sempre tivemos diálogo sobre toda decisão tomada e cada membro tinha sua opinião respeitada.

BRANDON

O evento de um modo geral foi um projeto extremamente satisfatório, planejar, produzir e conceber um evento foi uma tarefa genial. Minha agência estava toda bem engajada e por mais que o projeto seja bem corrido e complicado, no dia valeu muito a pena. No dia do evento nosso stand lotou muito rápido, a ideia da nossa dinâmica teve de ser alterada para que todo mundo conseguisse jogar e brincar no nosso stand, mas no fim deu tudo certo. Desde o começo do projeto é legal ver o como se organiza um evento e como experiência profissional fez eu me interessar muito pela área de eventos, foi uma oportunidade incrível e muito gratificante.

ENDRIU

Vejo com orgulho o resultado obtido pela agência ao recriar uma campanha de sucesso feita pelo Nescau. Conseguimos uma grande interação com os participantes ao propor uma brincadeira de Basquete que também era o tema da campanha “Nescau Partiu NBA”, na caminha original os participantes concorriam à viagens para assistir a grandes partidas de basquete da NBA. Percebi que os participantes estavam mais interessados na gincana do que em entender a campanha original e grande parte deles nem ao menos havia conhecido a campanha.

Fui responsável pela parte visual da campanha, mas busquei ter uma participação ativa durante o evento, e depois do evento vejo com muito mais atenção às promoções de TV e no PDV, e tento entender as estratégias e objetivos que levaram o público a participar.

INARA

O projeto para mim foi um grande desafio, mas que com toda certeza o desafio mais prazeroso que já pude ter, o desenvolvimento dele do início ao fim fluiu naturalmente com todos os integrantes da agência, dando ideias e participando da recriação da campanha partiu NBA, pesquisamos e nos dedicamos para realizar um grande projeto. Com o projeto já realizado vejo como uma conquista, tivemos uma grande interação com os participantes e satisfação dos mesmos. Após a proposta do projeto procuro notar o planejamento estratégico e objetivo de todas as campanhas de merchandising em programa de televisão ou de rádio.

LETÍCIA

Gostaria de agradecer aos professores por todo conhecimento passado durante este trabalho, agradecer a minha agência pelo esforço e competência que ao meu ver, nosso stand estava super engajado e superou minhas expectativas.

Com esta experiência já posso ter nova visão sobre a área como elaborar, planejar, interagir e participar como um todo. Além de tudo me deu a visão real do que é trabalhar para um evento deste porte.

Durante o trabalho fiquei responsável pelo financeiro, mas sempre disposta a participar direta ou indiretamente de todos os processos e etapas juntos, assim como todos da equipe/agência.

O mais gratificante foi poder ver a aceitação do público com a nossa campanha e grande participação de todos. Tivemos excelentes resultados, aprendizados e ótimas energias com todos que passaram em nosso stand.

NATALLY

No dia do evento, eu fiquei passando pela fila explicando a campanha original da Nescau que aconteceu em 2018/2019, expliquei também sobre a releitura que fizemos com base na campanha original e como seria a mecânica do nosso jogo, falei dos brindes que cada jogador ganharia no final do jogo e fiquei no preenchimento dos cupons para o sorteio final que aconteceu às 22:30, ajudei no abastecimento e na entrega dos pratinhos. Com certeza levarei o evento como um grande aprendizado, que foi ter recriado uma campanha como essa da Nescau, onde podemos compartilhar com outros alunos ali presente um trabalho em equipe e que foi um verdadeiro sucesso, tenho certeza que esse trabalho fará parte do meu portfólio.

RAMON

Eu particularmente gostei muito da ideia central do projeto desse semestre, senti que poderia ser uma experiência incrível para mim como um futuro profissional da área, e realmente foi!

Durante todo o processo, passamos por algumas dificuldades e problemas, mas que com muito empenho e esforço da equipe toda, conseguimos superá-los e concluímos com êxito o projeto. Fiquei responsável por coordenar grande parte dos processos e busquei ficar a par de tudo que acontecia, sempre participando direta ou indiretamente, desde a etapa de selecionar e entrar em contato com a marca até a montagem do stand no dia do evento e interação com o público.

Sou muito grato a todos que estiveram comigo nessa, ao Grupo/Agência, ao Professor Coordenador do Projeto e a Universidade, por terem proporcionado a mim essa experiência incrível que me mostrou na prática o real significado de "Bastidores da promoção".

THAYNA

Pra mim o evento foi uma grande experiência e de sucesso! Foi algo que me desafiou completamente e que fiz questão de dar meu melhor. Posso dizer que me deu uma nova perspectiva sobre a área, pessoas e até mesmo sobre mim.

Fui responsável por tudo um pouco, procurei não ficar apenas na minha zona de conforto e isso fez com que o impacto do projeto fosse maior e recompensador.

O mais incrível foi a energia das pessoas e a empolgação delas sobre nosso stand. Acabei entrando no clima e interagindo com o público, brincando junto, agitando a galera, jogando brindes e fazendo com que gritasse "Nescau" em alto e bom som. No final estavam todos em êxtase e isso foi algo q me marcou muito.

A agência deu tudo de si, cada um foi essencial para que tudo acontecesse da melhor forma, foi um trabalho de equipe! Cada esforço, nervoso valeu a pena.

Então sou grata por esse projeto, pela minha agência maravilhosa e pelos professores.

VEJA TAMBÉM

Acesse pelo QRcode ou pelo link para ver mais informações



Preparação para o evento PARTIU NBA

<http://endriuplatas.com.br/preparacao-evento-partiu-nba/>



Realização do evento com todas as fotos

<http://endriuplatas.com.br/realizacao-evento-partiu-nba/>



Vídeo do evento

<https://youtu.be/dNEsvealMoA>



Baixe o Relatório completo

encurtador.com.br/psFUZ

