



Documento de Briefing para campanha inicial teste de 60 dias.

Agência AWG.

MATERIAL CONFIDENCIAL.  
É ESTRITAMENTE PROIBIDA A REPRODUÇÃO TOTAL OU EM PARTES DESTES MATERIAIS.  
Solus® é uma marca registrada de Solus® Serviços Digitais. Todos os direitos reservados. 2022.



## BRIEFING Solus® Experiências Digitais

### Índice

- Informações do Cliente
- Projeto
- Requisitos
- Objetivo
- Público Alvo
- Personas
  - Persona de comprador (empresas)
  - Persona de usuário (consumidor final)
- Produto
- Orçamento

## Informações do Cliente

Solus® é uma empresa de soluções tecnológicas que oferece serviços em experiências digitais que integram realidade aumentada e visualização 3D interativa para o consumidor final, de forma móvel, prática e fácil de usar. Tem como clientes principais empresas de grande e médio porte que investem em tecnologias modernas para aumentar o engajamento do seu público-alvo.

Solus® desenvolve plataformas digitais que permitem ao consumidor final ter um acesso intuitivo e móvel aos produtos e serviços das empresas clientes, como por exemplo, apresentação de produtos através de realidade aumentada e fácil acesso à modelos 3D interativos, tudo a partir da leitura por smartphone de um código especial (similar ao QR) no PDV ou outro local desejado, que está disponível de forma individual para cada produto ou peça (por exemplo, diferentes partes de um carro moderno).

## Projeto

Desenvolvimento da presença online e offline por meio da produção e divulgação de materiais para uma campanha inicial de apresentação da empresa no mercado nacional e internacional. A campanha é constituída de anúncios por meio de tráfego pago via plataforma Google Anúncios (Google Ads), gestão de Google Workspace/My Business, veiculação de material offline (OOH/DOOH). Adicionalmente peças gráficas para veiculação em redes sociais, mas este não é o foco do planejamento. **Não haverá impulsionamentos de postagens. O foco é em veiculação por tráfego pago e mídias offline.**

## Requisitos

Todas as peças gráficas, com exceção da 2:42, apresentam breves descrições dos serviços e apresentam a marca/brand.

- **Conjunto de textos para veiculação na plataforma Google Anúncios (Ads)**
- **2 Peças gráficas para Ads Display** – Animação simples (fade-in/out de elementos). Nenhuma das duas peças deve ter tamanho maior que 150 kb.
  - 1 **300 x 250** – Para mobile
  - 1 **300 x 600** – Para desktop
- **2 Anúncios para veiculação no YouTube**
  - 1 **de 10 segundos** – Vídeo curto com o principal objetivo de “Saiba Mais”; conversão do usuário para clicar no link do anúncio (que leva para uma landing page falando e mostrando RA e PDV). Texto do vídeo é simples, direto e curto.
  - 1 **de 30 segundos** – Detalhando mais a tecnologia de RA no PDV. Objetivo também de conversão.
- **3 Peças gráficas OOH (veiculação offline):**
  - 1 **Frontlight** – Para ser veiculado em vias de alto movimento, em localizações estratégicas de rotas conectadas à possíveis empresas clientes.
  - 1 **Empena** – Em prédios de áreas com maior concentração de possíveis empresas clientes.
  - 1 **Totem digital (display)** – Para veiculação em áreas de maior movimento para captação de profissionais relacionados com o perfil das empresas clientes. Profissionais Sênior de Marketing que visitam esses locais (aeroportos, restaurantes de maior classe).
- **5 Peças gráficas para outras veiculações digitais:**
  - 2 **em proporção 1:1** - mínimo 720 px (square)
  - 1 **em proporção 4:5** - mínimo 720 px (padrão vertical) **[Opcional]**
  - 1 **em proporção 9:16** - mínimo 1080 x 1920 px (Instagram Story) **[Opcional]**
  - 1 **em proporção 2:42** - exatos 320 x 132 px, apenas logotipo e símbolo (Google Workspace/My Business)

## Objetivo

Desenvolver a identidade e imagem às possíveis empresas clientes, e incentivar contratos iniciais.

Produção das peças gráficas para a divulgação da empresa. Apresentação dos serviços. A Solus® é uma empresa B2B (Business to Business) da área de desenvolvimento de soluções tecnológicas, ou seja, uma empresa que presta serviços para outras empresas.

- Google Ads, texto para Campanha de Pesquisa (Search Campaign):
  - Início de veiculação: 01/05/2022
  - Fim de veiculação: 30/06/2022
  - Horários de veiculação: 05:30 às 22:00
  - Observação: Acompanhar os resultados e alcance da campanha e modificar o conteúdo de acordo com os dados, e.g. excluir e/ou incluir palavras-chave.
    - Títulos:
      - Solus® – Soluções Em Tecnologia – Realidade Aumentada
      - Solus® – Apps e Sistemas – Tecnologia Para Empresas
      - Solus® – Realidade Aumentada – Realidade Virtual
      - Solus® – RA E-Commerce – Plataformas Virtuais
    - Descrição:
      - Soluções em Tecnologia de Realidade Aumentada e Realidade Virtual. Desenvolvimento de Sistemas Modernos Para a Sua Empresa. Compra Virtual Por Realidade Aumentada. Vitrines Digitais.
    - Palavras-chave (Keywords):
      - realidade virtual app, realidade aumentada app, sistema de realidade aumentada, realidade aumentada para empresas, intranet para empresas, e-commerce com realidade aumentada, comércio virtual, apps para empresas, desenvolvimento de programas para empresas, empresas de ti b2b, [nome de concorrente], metaverso app, metaverso para empresas, empresas de desenvolvimento de sistemas, compra por qr code, compra por código qr, loja virtual, loja em realidade aumentada.
- Google Ads, peças para Campanha Display (Display Campaign):
  - 2 animações simples que aparecerão como anúncios dentro de outros sites. Animações no estilo fade-in/fade-out.
  - Observação: Acompanhar os resultados e alcance da campanha e modificar o conteúdo de acordo com os dados, e.g. novas artes com textos modificados.
  - Horários de veiculação: 05:30 às 22:00.
- Google Ads, vídeos para YouTube
  - 1 de 10 segundos – Vídeo curto com o principal objetivo de “Saiba Mais”; conversão do usuário para clicar no link do anúncio (que leva para uma landing page falando e mostrando RA e PDV). Texto do vídeo: simples, direto e curto.
  - 1 de 30 segundos – Detalhando mais a tecnologia de RA no PDV. Objetivo também de conversão.
- Veiculação Offline (OOH):
  - A veiculação offline ocorrerá de segunda a sexta. Atenção para semanas com mais de 2 (dois) feriados (nacionais ou apenas na região de veiculação).

- O objetivo da veiculação é alcançar o máximo de profissionais em possíveis empresas clientes, durante a locomoção trabalho-casa, casa-aeroportos, trabalho-aeroportos e outros locais de interesse.
- Postagem em redes sociais:
  - Apenas para adicionar conteúdo na página. Artes mais textos.
  - Não é a área principal de captação de clientes.
  - **Não utilizar impulsionamentos de postagens (o tráfego pago via Google terá melhor alcance com o público alvo). Caso necessário, impulsionamento apenas em redes profissionais (e.g. LinkedIn).**
- Acompanhamento do desempenho:
  - Tráfego pago (Google): relatório de pessoas alcançadas (impressões), quantidade de cliques, quantidade de clientes que entraram em contato (conversões). Cálculo do valor gasto em relação ao valor adquirido com clientes.
  - Offline (OOH): relatório de contatos de clientes (se possível, relatar o local de veiculação que gerou o contato). Verificar semanalmente todos os locais de veiculação para garantir a correta veiculação da campanha.
  - Redes sociais: relatório de contatos de clientes e aumento no alcance da página (likes, hearts, etc).
  - Análise de resultado final: relatório do retorno de investimento de cada tipo de veiculação. A campanha foi lucrativa? Quantos clientes foram conquistados? Qual o valor final gerado com os contratos?

## Público alvo

Empresas de grande e médio porte que desejam usar modernas tecnologias interativas, customizadas e de realidade aumentada para oferecer melhores experiências de cliente como diferencial adicional para o seu negócio e processos de vendas. Empresas nacionais e internacionais situadas em países considerados desenvolvidos e em desenvolvimento.

O foco inicial será a aquisição de 1 ou 2 contratos (1 se for uma empresa multinacional de grande porte e já fortemente estabelecida no mercado, 2 se forem empresas de médio porte, não necessariamente multinacionais).

Os serviços oferecidos às empresas de médio porte são mais simples que os oferecidos para as de grande porte (multinacionais). As tecnologias são oferecidas através do desenvolvimento de aplicativos e sistemas próprios (mais informações no segmento **Produto**).

Empresas de venda de produtos de alto valor, e produtos de luxo (carros esportivos, vestimentas de luxo), que desejam oferecer essa nova forma interativa e personalizada de venda e aplicar tecnologias de Realidade Aumentada (RV) no PDV.

- Médio porte – Por scan de código QR: variações de peças e produtos específicos, modelos 3D interativos.
- Grande porte – Todos os anteriores mais realidade aumentada e scan especial embutido no produto no lugar do QR visível.

## Personas

- Persona de comprador (empresas):



**Bill**, 39 anos, Gerente Sênior de Marketing de uma multinacional renomada do ramo de automotivos.

Um profissional estratégico que hoje busca no mercado uma empresa que ofereça ferramentas capazes de destacar seu negócio com as mais recentes e inovadoras tecnologias, para serem utilizadas com a finalidade de aumentar o engajamento dos seus clientes e oferecer ferramentas de ponta para os mais entusiastas dos seus produtos.

Procura nessas ferramentas uma funcionalidade simples, mas moderna e estável, que não deixe o cliente na mão na hora que ele precisar.

Um homem refinado, moderno e atento às novidades do mercado e do mundo tecnológico. Sempre busca que sua empresa esteja a par com as novas ferramentas disponíveis.

Gasta seu tempo livre com a família mas nunca deixa de lado o trabalho.

- Persona de usuário (consumidor final):



**Francis**, 28 anos, um entusiasta do mundo automotivo e apaixonado por carros modernos que trazem como diferenciais os mais recentes equipamentos, dispositivos e tecnologias; de materiais à IOT.

É um gestor de eventos bem-sucedido trabalhando em uma organização referência no mercado nacional. Pratica vários esportes nas horas livres como hobbies. É solteiro, não tem filhos e vive antenado em novas tecnologias.

Está buscando um novo carro para comprar, e se interessou nas novidades tecnológicas desse mercado, incluindo novas ferramentas de assistente pessoal, I.A. e realidade aumentada. Tende a ser um cliente fiel das empresas que lhe entregam um resultado diferenciado e inovador, e sempre recomendá-las aos seus amigos e seguidores.



## Produto

Desenvolvimento de aplicativos, programas e sistemas que aumentem o engajamento dos consumidores finais ao utilizar as tecnologias mais recentes do mundo de Realidade Aumentada, visualização 3D interativa e meios de aquisição dos produtos usando diretamente esses meios.

Seu diferencial é a visualização fácil e de alta mobilidade ao utilizar essas ferramentas, permitindo ao consumidor final conhecer os produtos da empresa cliente de forma altamente interativa, visualizar variações dos produtos, disponibilidade, valores, características e efetuar compras.

Exemplo: Cliente que deseja adquirir um novo carro poderá baixar o aplicativo da empresa cliente, desenvolvido pela Solus®, e visualizar de forma interativa os componentes do carro, internos e externos; pneus, volante, assentos, portas, vidros, cores, e através da realidade aumentada, escolher entre diversos modelos e ver suas definições sendo aplicadas no veículo. Possibilidade de ver realçadas as informações referentes às tecnologias implementadas no carro.

Scans QR, como vastamente conhecidos, são realizados ao apontar a câmera do smartphone na imagem do código e ser redirecionado para determinado caminho, normalmente um site na internet. Nos produtos da Solus®, o QR clássico é utilizado nos serviços para empresas de médio porte.

Nas empresas clientes de grande porte, é utilizada a tecnologia que embute o código a ser lido direto no produto, não causando uma *poluição visual ou excesso de informações* ao utilizar vários QRs no mesmo espaço (por exemplo, nas diferentes partes de um carro).

## Orçamento

- Anúncios Google (60 dias):
  - O orçamento de veiculação na rede de anúncios Google é definida livremente, ou seja, valores específicos. Por exemplo, campanhas de 200 R\$, 2.000 R\$, 20.000 R\$ ou qualquer outro valor.
    - Campanha Pesquisa: 8.000 R\$<sup>1</sup>
    - Campanha Display: 8.000 R\$
    - Campanha YouTube: 6.000 R\$
  - Observação: As campanhas Google são cobradas apenas no final de veiculação. É possível definir um valor máximo que se deseja gastar, mas no fim da campanha o valor final pode ser abaixo do valor máximo, pois os números são calculados com base em dados de engajamento da campanha (quantas pessoas clicaram no anúncio, preço das palavras-chave, etc)
- Veiculação Offline (OOH)<sup>2</sup>:
  - **1 Frontlight**<sup>3</sup> – ~2.000-5.000 R\$/mês
  - **1 Empena**<sup>4</sup> – ~5.000-10.000 R\$/mês
  - **1 Totem digital**<sup>5</sup> – ~800 R\$/mês, aluguel (verificar as cotações)<sup>6</sup>. ~5.000 R\$ totem próprio.
- Postagem em redes sociais:
  - Assim como nas Campanhas Google, o orçamento é definido livremente.
    - **LinkedIn**: ~2.000-5.000 R\$/mês
- Acompanhamento de orçamento:
  - Avaliar e comparar valores de diferentes empresas em relação à veiculação Offline/OOH/DOOH.
  - Campanhas Google: avaliar valores das palavras chaves e ajustar o período, horário e definição do público alvo – ver acima *Google Ads, texto para Campanha de Pesquisa (Search Campaign)*.

<sup>1</sup> Estes números são apenas referências. Adaptar durante a implantação da campanha.

<sup>2</sup> Valores referentes à veiculação variam muito – local, horário, estado, tráfego no local, dias de veiculação, tipos de veiculação, tamanho do totem/empena/frontlight. Os números dessa seção são estimativas aproximadas com base em pesquisa online. Normalmente empresas que ofertam esses produtos não colocam os valores diretamente no site, e sim direcionam o possível cliente para fazer um orçamento. Referência de valores: <http://aquidauana.ms.gov.br/licitacoes/679-tabela-sinapro-ms-2017-concorrencia-n-001-2017.pdf>

<sup>3</sup> Referência de valor:

<https://scoutdoor.com.br/blog/locacao-front-light/tabela-de-precos-front-light-santa-catarina/>

<sup>4</sup> Referência de valor: <https://rnoutdoor.com.br/blog/empena/o-que-e-empena>

<sup>5</sup> Referência visual: <https://videosoft.com.br/catalogos/VS-Display-Vertical.pdf>

<sup>6</sup> Referência de valor para aluguel (nesse caso é um totem de autoatendimento):

<https://videosoft.com.br/noticias-novidades/quanto-custa-um-totem-de-autoatendimento/>

- Campanha Redes Sociais: analisar preço das palavras chaves e público alvo.
- **Orçamento Agência:**
  - 30.000 R\$ + 15% do valor investido nas Campanhas Google e Redes Sociais
    - As tarefas da agência incluirão:
      - Produção de todo o material gráfico e audiovisual (digital e impressão);
      - Produção de todo o material textual para todos os meios selecionados;
      - Contato com empresas parceiras para veiculação Offline/OOH/DOOH;
      - Acompanhamento de desempenho durante todo o período de veiculação da campanha (60 dias);
      - Entrega de relatórios semanais explicitando todos os dados relacionados à campanha (engajamento, clientes em potenciais/leads, informações de prospecção, visualizações, número de cliques, etc)
  - Média dos valores:
    - Campanha Google: 7.300
    - Veiculação Offline/OOH: 13.900
    - Redes Sociais: 3.500
  - Total (em relação ao valores médios):
    - 58.000 R\$

## Dados Acadêmicos

Disciplina: Publicidade & Multimeios

Docente: Raffael Amado

Discente: Lucas Farias S.

11.2022

Projeto de desenvolvimento de campanha para empresa fictícia;

Desenvolvimento de documento do tipo *briefing* por uma agência de publicidade/marketing para uma empresa cliente.

Requisitos:

- O produto da empresa cliente deve ser considerado futurístico; não existe no mercado atual ou se existe, aprimorar o conceito atual com tecnologias e ferramentas que ainda não existem ou não estão amplamente desenvolvidas;
  - Informações do Cliente;
  - Projeto;
  - Requisitos;
  - Objetivo;
  - Público Alvo;
  - Personas;
    - Persona de comprador (empresas);
    - Persona de usuário (consumidor final);
  - Produto (descrição e diferencial);
  - Orçamento.

Observações do projeto

- Scans invisíveis embutidos nos produtos, Referências:
  - QR invisível ao olho humano usado na identificação de produtos falsificados, inicialmente em notas de dólares:  
<https://www.bbc.com/news/technology-19569933>
  - QR invisível ao olho humano usado na locomoção de robôs, removendo o uso de vários QR impressos visíveis no ambiente:  
<https://www.hackaday.io/project/135292-invisible-qr-code-navigation-for-robots-2020>
- Tecnologia de realidade aumentada:
  - Essas tecnologias são providas por meios digitais que permitem essa interação, esses meios são *externos* ao consumidor final e a forma de interação desejada (*scan* por smartphone), no sentido de não estarem disponíveis por padrão hoje nos smartphones (um app que já vem instalado). *Scans* simples, como um código QR que leva a um site, por exemplo, já estão disponíveis hoje de fábrica em celulares, mas tecnologias de realidade aumentada **não**, pois a implementação de RA (Realidade Aumentada) é realizada **por aplicativo**<sup>7</sup>, por exemplo, os jogos Pokemon GO<sup>8</sup> e

---

<sup>7</sup> <https://developers.google.com/ar>

<sup>8</sup> [https://youtu.be/hhewRUz\\_WUI](https://youtu.be/hhewRUz_WUI)

Minecraft Earth<sup>9</sup>, e outros apps de RA, como o ARLOOPA<sup>10</sup>. O projeto assume que as tecnologias de RA estão mais maduras, e com poder de possibilidade maior, por exemplo, ao realizar um compra virtual de determinada variedade de produto através da RA.

---

<sup>9</sup> [https://youtu.be/GNo38kNy\\_EU?t=68](https://youtu.be/GNo38kNy_EU?t=68)

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=FJKZn2rMJ4w>