

EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00367
INSTITUIÇÃO	UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
CAMPUS	Campo Grande
CIDADE	Campo Grande
UF	MS
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP13
TÍTULO	AirBnB - O Lugar dos seus sonhos
ESTUDANTE-LÍDER	João Alberto Silva Junior
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Eduardo Perotto Biagi (UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Trata-se de um Board para ativação de campanha conforme visto em Briefing promovido pelo Clube de Criação, no ano de 2019, na categoria Estudante. O desafio é promover a marca AIRBNB no concorrido mercado brasileiro através de ações que envolvam o uso do aplicativo até então pouco conhecido no país. O principal desafio era criar na cabeça do consumidor um contexto de que "o airbnb é tão confortável quanto a sua casa", e o qual foi proposto como atividade pelo professor da disciplina "Criação em Propaganda II", na instituição de ensino UCDB – Universidade Católica Dom Bosco como forma de obtenção de nota parcial. O foco da campanha e item primordial do Briefing são as pessoas, onde elas se tornam o centro da ação, porém não deixando de lado os principais atrativos da marca, como o slogan "pode entrar" e toques pessoais, como: fotografias nítidas dos ambientes e/ou mimos deixados pelos próprios anfitriões como forma de se distanciar dos famigerados hotéis e sua imagem de solidão. Fora então desenvolvida ação em forma de jogo de tabuleiro e denominado "O lugar dos seus sonhos", e o qual promove e reforçar a marca AIRBNB em públicos segmentados e classes altas em forma de "jogo e diversão". Este cenário é inserido dentro dos shoppings e convida participantes aleatórios participarem deste jogo com 5 casas e um dado. Durante o percurso o participante adentra situações desagradáveis e corriqueiras que acontecem em hotéis e em seguida é surpreendido com soluções incríveis caso ele fosse um hóspede do AIRBNB. Ao final do jogo o participante é convidado a baixar o aplicativo através de um QR CODE, bem como ganha um voucher no valor de R\$500 para conhecer a marca e dar sua nota.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Para a criação deste Board de ativação foram empregadas técnicas de pesquisas sazonais. Dentre elas, foram utilizadas: 1 – Condições situacionais: Clientes em hotéis queixam sempre de itens corriqueiros, como: desconforto no check-in, extravio de mala, má alimentação e principalmente falta de liberdade na lida com o imóvel. 2 – Opinião pública: Através dos levantamentos efetuados durante o estudo na disciplina, pudemos observar que marca e o respectivo aplicativo AIRBNB era pouco conhecida no mercado apesar de oferecer opções que agregam mais à estadia e poupam o bolso do consumidor. 3 – Estudo de mercado: Optamos, então, por utilizar locais como shoppings de alto custo inseridos em metrópole como São Paulo. Identificamos, ainda, que pessoas inseridas em classes A e B dificilmente pensam no bolso quando o conforto é invariavelmente uma opção, sendo então a justificativa da escolha final do local para promoção da marca.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Foram empregadas técnicas visuais da Gestalt como figura e fundo, pois quando verdade o convidado está jogando um jogo há também a fixação da marca e o fator do cliente se tornar o receptor da mensagem emitida pela marca AIRBNB. Os recursos visuais foram desenvolvidos com ferramentas como: Adobe Illustrator e Adobe Photoshop. As fontes e formas escolhidas denotam o passo-a-passo para a perfeita execução do projeto, visto que o convidado do tabuleiro é o futuro e provável cliente da marca. A concepção do

produto final como um tabuleiro aplicado em shoppings de alto custo foi incluído e pensado como formar de inovar de forma simples a criação de valor de uma marca que preencha o desejo e a necessidade de pessoas, item este essencial para a campanha conforme visto no Briefing.