

Fusa¹

Débora dos SANTOS²
Élide MARTINS³
Helder TREVELIN⁴
Jonas SOUZA⁵
Letícia MOREIRA⁶
Ginel FLORES⁷
Paulo César D'ELBOUX⁸

Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara, Santa Bárbara d' Oeste, SP

RESUMO

O presente artigo tem o intuito de apresentar o filme de animação criado pela agência experimental Mult para o Cliente Fusa Guita'r Shop. O vídeo faz parte da campanha institucional criada para a loja de instrumentos musicais localizada na cidade de Sumaré, interior de São Paulo. A comunicação teve como objetivo, fortalecer a marca mostrando que ela é especialista no segmento, assim, trazendo confiança e posicionando-a corretamente na mente do público-alvo.

PALAVRAS-CHAVE: animação; comunicação; instrumentos; filme; Fusa.

1 INTRODUÇÃO

O marketing moderno exige mais do que desenvolver um bom produto a um preço atraente e torná-lo acessível. As empresas precisam também se comunicar com as atuais e potenciais partes interessadas e com o público em geral. Toda empresa tem inevitavelmente de assumir o papel de comunicadora e promotora. Para muitas empresas o problema não é comunicar, mas o que dizer para quem dizer e com que frequência fazê-lo.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Filme de animação (avulso).

² Estudante do 8º. Semestre do Curso de Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: debbora_15@hotmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: ld.martins.silva@hotmail.com

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: helder_trevelin@hotmail.com

⁵ Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: souzajonas@globomail.com

⁶ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: ldm_ls2@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda,, email:ginel.flores@gmail.com.

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social, e-mail: paulo.delboux@aedu.com

Para criar um plano de comunicação eficaz dentro do mercado de lojas de instrumentos musicais não é tarefa fácil, porém para entrar nesse mundo deve se explorar papéis importantes no meio desse mercado que é grande e bastante diferenciado tanto em qualidade, preço e variedade.

A Fusa Guitar's Shop é uma loja do ramo de Instrumentos Musicais que possui variedade de produtos e um espaço físico amplo, oferecendo aos clientes um ambiente agradável e confortável, onde é possível ter uma clara visualização de todos os produtos oferecidos, tudo muito limpo e organizado. Sua localização é muito boa, pois se situa em uma avenida bem movimentada na cidade.

Os principais produtos da Fusa são as guitarras, mas também há baixos, violões, acessórios e amplificadores. A loja trabalha com várias marcas de produtos, sendo elas: *Fender, Gibson, Musicman, Ibanez, ESP, LTD, Squier, Epiphone e Gretsch.*

Na Fusa vendem-se instrumentos originais e réplicas. Os originais, sempre são de madeiras raras, feitos na maioria das vezes peça por peça e não em lote. Tem acabamentos revisados e patenteados pelo fabricante e a sonoridade é inconfundível. As réplicas geralmente são de fabricação coreana e chinesa, porém com ótimos acabamentos, sempre espelhando nas originais.

A Fusa Guitar's Shop procura transmitir qualidade, ótimo atendimento, e apesar dos valores serem altos, o cliente tem a garantia de que está adquirindo um excelente produto onde vale a pena investir pelo seu custo/ benefício.

2 OBJETIVO

O objetivo do projeto foi a criação de campanhas institucionais e promocionais para a loja Fusa Fusa Guitar's Shop, entre todas as campanhas criadas, na institucional, além das mídias impressas, foi planejada a criação de um filme de animação para divulgar de forma divertida os produtos que a loja vende.

O ato de compra não surge do nada, é a motivação que vai conduzir a uma necessidade a qual despertará um desejo. Com base e tal desejo, surgem as preferências por determinadas formas específicas de atender à motivação inicial e essas preferências estarão diretamente relacionadas ao autoconceito. (KARSAKLIAN, 2004).

3 JUSTIFICATIVA

Foram realizadas pesquisas para identificar as informações necessárias para se fazer o lançamento de uma marca nova no mercado, a Fusa Guitar's Shop. Assim, com todas essas informações coletadas e analisadas, elaborar uma campanha de lançamento e fortalecimento da nova marca para os clientes e futuros clientes.

A comunicação teve como objetivo, fortalecer a marca mostrando que ela é especialista no segmento, assim, trazendo confiança e posicionando-a corretamente na mente do público-alvo, fazendo com que as pessoas venham acreditar que loja Fusa Guitar's Shop online é um local seguro para se fazer compras, que a loja física é um ambiente aconchegante onde há um atendimento personalizado e mostrar ao consumidor as vantagens de se pagar um pouco mais por um produto de qualidade oferecido por um profissional no ramo, sempre com o intuito de tornar a marca referência no mercado onde ela se encontra

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para que os objetivos fossem atingidos, foram utilizadas algumas ferramentas de comunicação, na intenção de resolver os problemas apontados.

Publicidade e propaganda: utilizada para tornar a marca mais conhecida, aumentando assim suas vendas e fortalecendo o seu posicionamento perante o público, usando suas principais ferramentas.

Promoção de vendas: será utilizada para estimular os consumidores a comprarem, consequentemente aumentando o número de vendas.

Marketing digital: essa é uma ferramenta de baixo custo que obteve uma grande evolução nos últimos dez anos, por isso, a intenção é utilizá-la para expor a marca da loja na internet, usando os links patrocinados (adwords), veiculação de banners em blogs e portais e e-mail marketing, tudo com o intuito de aumentar o conhecimento da marca e alavancar suas vendas. Também será criado de um website de e-commerce para a loja Fusa e para que haja maior relacionamento cliente-empresa e ampliar a divulgação da marca, continuará a utilização das Mídias Sociais, como, *Facebook* e serão criadas e administradas as contas no *YouTube* e *Instagram*.

Cavallini (2008) diz que através da Internet, o consumidor tem mais acesso a informação e por isso consegue conhecer, questionar, comparar e divulgar sua opinião sobre produtos, serviços, marcas e empresas.

Este projeto foi desenvolvido para a loja de instrumentos musicais Fusa Guitar's Shop no intuito de resolver um problema comunicacional, a loja esta no mercado desde agosto de 2012, ainda não é conhecida pela grande maioria do público, o que resulta em complicações na competição entre os produtos no mercado.

Para determinar como resolver o problema, torna-se necessário um levantamento minucioso de informações sobre a loja, seus produtos, suas marcas mais vendidas, seus concorrentes e principalmente sobre o comportamento de seus públicos.

A loja Fusa Guitar's Shop deve estar na mente do público-alvo como a especialista em guitarras, tornando-se referência na categoria sendo importante para agregar valor à marca, dando visibilidade e reconhecimento no mercado, automaticamente seus produtos irão ser lembrados e aceitos com maior facilidade pelo público.

Sendo assim é necessário um planejamento voltado para atingir o objetivo proposto que é tornar a loja conhecida, onde iremos desenvolver uma campanha funcional para a marca, a fim de promover seu correto posicionamento no mercado através das ferramentas do *mix* de comunicação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Filme de Animação – Vídeo Infográfico – Fusa Guitar's Shop

Para a criação do vídeo da campanha institucional da loja Fusa Guiatar's Shop foi realizado um vídeo no estilo Infográfico.

Infográficos são quadros informativos que misturam texto e ilustração para transmitir uma informação visualmente. Em vez de contar, o infográfico mostra a notícia como ela é, com detalhes mais relevantes e forte apelo visual. Os infográficos são grande atrativo para a leitura das matérias. Facilitam a compreensão do texto e oferecem uma noção mais rápida e clara dos sujeitos, do tempo e do espaço da notícia.

(<http://www.graffo.inf.br/infografico/>)

O vídeo será veiculado na internet, no Youtube e Facebook, para atingir o público alvo, que passa grande parte do dia na internet, sendo um vídeo que chamará a atenção de clientes e não clientes da loja, por passar criatividade no desenvolver do vídeo de animação.

Trazendo interatividade em relação de cooperação entre loja, seus produtos e clientes e buscando passar credibilidade, que é a confiança, que a loja deseja passar ao cliente com a certeza de uma loja com a verdade e qualidade em tudo o que vende, a fim de representar para os clientes a certeza de adquirirem instrumentos tops de linha.

O vídeo tem o maior destaque em mostrar as guitarras, pois possuem variedades na loja, elas vão surgindo no decorrer do vídeo, destacando os variados modelos e marcas que possuem a loja, e mostra alguns acessórios que podem ser encontrados na mesma.

A ideia desse vídeo foi trazer para o público alvo da loja Fusa um momento de descontração na hora de assistir este vídeo divertido, porém sem deixar a seriedade da loja de lado.

Roteiro InfoGráfico – Fusa Guitar’s Shop

	VÍDEO	ÁUDIO
03”	Cena 1- Fundo preto com duas caixas de som pretas/marrom no canto esquerdo, surgindo o nome da loja Fusa Guitar’s Shop – A Especialista – em guitarras e acessórios no canto direito abaixo da tela.	Melodia: “Jingle Fusa Guitar Shop”
09”	Cena 2- Fundo colorido com equalizador, com as duas caixas de som pretas/marrom no canto esquerdo, uma guitarra preta alaranjada da marca FENDER no centro da tela. Uma pedaleira roxa no chão. Logo acima a assinatura de algumas marcas famosas de guitarra. Com o logo da Loja em formato de uma palheta. E logo em seguida para uma nova guitarra de cor preta da marca GIBSON .	Melodia: “Jingle Fusa Guitar Shop”
	Cena 3- Fundo em formato de uma fita TAPE laranja, vermelha e preta, com a marca “Fusa Guitar’s Shop”, com as duas caixas de som verde e branco no lado esquerdo, uma guitarra vermelha da	Melodia: “Jingle Fusa Guitar Shop”

09”	<p>marca GIBSON no centro da tela. Uma pedaleira vermelha e branca no chão. Logo acima a assinatura de algumas marcas famosas de guitarra. Com o logo da Loja em formato de uma palheta. E logo em seguida para uma nova guitarra de cor branca da marca GRETSCH.</p>	
09”	<p>Cena 4: Fundo preto, com degrade , surgindo do lado esquerdo a Marca da Loja “Fusa Guitar’s Shop – A Especialista”.</p> <p>Surgindo do lado direito a palheta com a assinatura da loja, seguindo no centro da tela e aparecendo logo em baixo o site da loja: www.fusashop.com.br e no canto direito as três mídias para serem acessadas, sendo o facebook, instagram e o canal youtube.</p>	Melodia: “Jingle Fusa Guitar Shop”

Tabela 1 - Roteiro

6 CONSIDERAÇÕES

O plano apresentado tem a intenção de gravar o nome da loja na mente do consumidor alvo como a especialista, assim gerando clientes fiéis e satisfeitos à loja e conseqüentemente gerando maior demanda de instrumentos e acessórios.

É evidente que a correta análise dos dados do briefing do cliente, foi fundamental para a compreensão real das necessidades da Loja Fusa Guitar’s Shop, para assim criar um plano real de comunicação. O Filme de animação aproxima o público-alvo da loja Fusa Guitar’s Shop.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAVALLINI, Ricardo. **O marketing depois de amanhã: explorando novas tecnologias para revolucionar a comunicação**. 2ª ed. São Paulo : 2008

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**, 2. Ed. - São Paulo: Atlas, 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

INFOGRÁFICO - <http://www.graffo.inf.br/infografico/> - Acesso em novembro de 2013.