

Potato Station: O JOGO¹

Felipe BORNHOFEN²

Arthur Vinicius LIBERALI³

Leticia KLEINIBING⁴

Celina ALBERTASSI⁵

Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz, Cascavel, PR

RESUMO

Para o desenvolvimento do roteiro do jogo *Potato Station: O JOGO*, foram utilizadas técnicas de *advergaming*, onde procura-se estimular novas experiências de consumo que estabeleçam uma relação entre o ponto de venda e o universo paralelo criado pelos jogos digitais. Na realidade atual, os mesmos são importantes mecanismos para atingir o público-alvo de forma saudável, positiva, e agradar uma geração que consome, principalmente de forma indireta.

PALAVRAS-CHAVE: *fast food*; galáxia; jogo; *Potato Station*; *vintage*;

1 INTRODUÇÃO

A *Potato Station*, é uma máquina de batatas fictícia que foi desenvolvida na disciplina de Criatividade em Publicidade e Propaganda, no Curso de Comunicação Social

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade: Roteiro de *Games* (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz – FAG, E-mail: felipebornhof@gmail.com.

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz – FAG, E-mail: tui.liberali@hotmail.com.

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz – FAG, E-mail: leticiakleinibing@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz – FAG, E-mail: celinaalbertassi@gmail.com.

do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz. A ideia surgiu a partir da observação do dia a dia do universitário e o grande fluxo de pessoas em *fast foods*, principalmente, pelo curto tempo disponível para que as pessoas possuem para se alimentem. A proposta da máquina é oferecer uma batata variada e com um delicioso e exclusivo sabor, contendo incrementadores variados (molhos) para deixar seu *fast food* ainda mais gostoso e divertido, com valores acessíveis e natural preparo.

A marca é apresentada aos consumidores através de uma narrativa que é composta por diversas plataformas que se relacionam entre si, e que constrói, por sua vez, o conceito inspirado no visual oitentista e retrô, justificando a temática espacial, futurista e por conseguinte um extraterrestre como mascote da marca.



Figura 1 – Logomarca da *Potato Station*

2 OBJETIVO

O objetivo do jogo, é criar um canal de comunicação direto com o consumidor/público-alvo, proporcionando a experiência de imersão no universo da marca, gerado a partir da narrativa concisa, e conquistar recompensas que podem ser utilizadas na compra do produto.

Segundo Kotler, (1998, p.172), “O comportamento de compra do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Os fatos culturais exercem a maior e mais profunda influência”. E Kotler (1998) menciona ainda que: “Os consumidores prestarão mais atenção aos atributos que fornecerem os benefícios buscados. Geralmente, o mercado para um produto pode ser segmentado de acordo com os atributos que são importantes para diferentes grupos de consumidores”. (KOTLER, 1998, p.191).

3 JUSTIFICATIVA

“Através da Internet, o consumidor é capaz de interagir de forma rápida, barata e assíncrona com outros consumidores e com as marcas”. (CAVALLINI, 2008, p.24). Dessa forma, o *advergimes*⁶, uma ferramenta de jogos desenvolvido exclusivamente para fins publicitários ou até mesmo jogos diversos que contenham mensagens publicitárias em sua interface, constrói um canal de comunicação direto e não convencional com o público, possibilitando ao usuário a uma experiência complementar e um relacionamento afetivo com a marca.

Os *advergimes* promovem tráfego interado para *websites* e reforçam as marcas. Os usuários que optam pelo cadastramento concorrerem a prêmios e são automaticamente endereçados em uma base de contatos que guardas as informações e dados de consumidores, facilitando o envio de promoções, ofertas, contato direto e até mesmo pesquisas futuras. Os usuários podem também convidar amigos para participar do jogo (e através dessa ação, acumularem pontos), o que promove o buzz marketing ou marketing viral e traz mais usuários para a utilização da interface.

O desenvolvimento do jogo para a marca *Potato Station* teria como público-alvo jovens e adultos. A sua temática *vintage*, faz com que desperte o interesse por parte do público para um universo diferenciado.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Primeiramente, um briefing foi elaborado para que se compreendesse melhor público-alvo e o segmento/mercado de fast food, na intenção de desenvolver e integrar um

⁶ Advergimes: jogos para a publicidade.

produto novo e relevante ao mercado de *fast food*. Através do brainstorm⁷ foram decididos quais elementos deveriam fazer parte do jogo, como a narrativa se integraria com as demais peças gráficas, a apresentação, a premiação e a retirada dos benefícios apresentados no jogo *Potato Station* ao público-alvo. O mascote é o elemento selecionado para argumentar com as demais peças, conferir unidade para a narrativa e aproximar o público do jogo.

4.1 Acesso ao jogo - Anúncio de revista e Panfleto

Para uma fácil acessibilidade ao jogo, a criação de anúncios em revistas e panfletos que seriam distribuídos pelo mascote da marca, para que o público conhecesse o produto. Assim como nos anúncios e panfletos, seria inserido um *QR code*.

Tais códigos podem armazenar todo tipo de informação, incluindo URLs de sites. A integração de campanhas tradicionais com a Internet pode aferir melhor a resposta de campanhas, obter melhores resultados da mídia tradicional e aumentar o relacionamento da marca com seus consumidores. (CAVALLINI, 2008, p.91).



Figura 2 – Anúncio de Revista para acesso ao jogo *Potato Station: O JOGO*

⁷ Brainstorm: técnica grupal ou individual, na qual são realizados exercícios mentais com a finalidade de resolver problemas específicos.



Figura 3 – Panfleto para acesso ao jogo *Potato Station: O JOGO*

4.2 Benefícios

O consumidor é presenteado após atingir uma determinada pontuação durante a coleta de batatas no universo galáctico. O código para iniciar o download do aplicativo é obtido através dos anúncios em panfletos, revistas e até mesmo durante a própria compra, através do painel *touch* da máquina de batatas. Ao desbloquear o benefício com a pontuação conquistada, o usuário recebe uma confirmação por e-mail (com um QR code gerado a partir da conquista em questão) e pode retirar o adicional posicionando o dispositivo (smartphone, tablet, etc) próximo ao leitor da máquina que, ao reconhecer, libera a produção dos produtos requisitados.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O jogo foi intitulado de *Potato Station - O JOGO*, onde o personagem principal é um extraterrestre (para a identificação da temática da marca). O cenário onde o jogo se passa é a galáxia, que atia a curiosidade no público-alvo, pois cria-se uma relação com os demais mistérios além de nosso alcance que até hoje não foram solucionados. O objetivo do jogo é conseguir percorrer a maior distância, recolhendo o maior número possível de batatas que vem em direção a seu personagem e, caso estas não sejam recolhidas, o jogador perde o jogo e se inicia novamente. Ao atingir alguns valores de nossa tabela de prêmios de recolhimento de batatas o jogador consegue adquirir benefícios para uma nova compra na máquina. A jogabilidade é simples e intuitiva, com apenas toques na tela do celular (direita e esquerda) para que o personagem se mova e recolha as batatas.

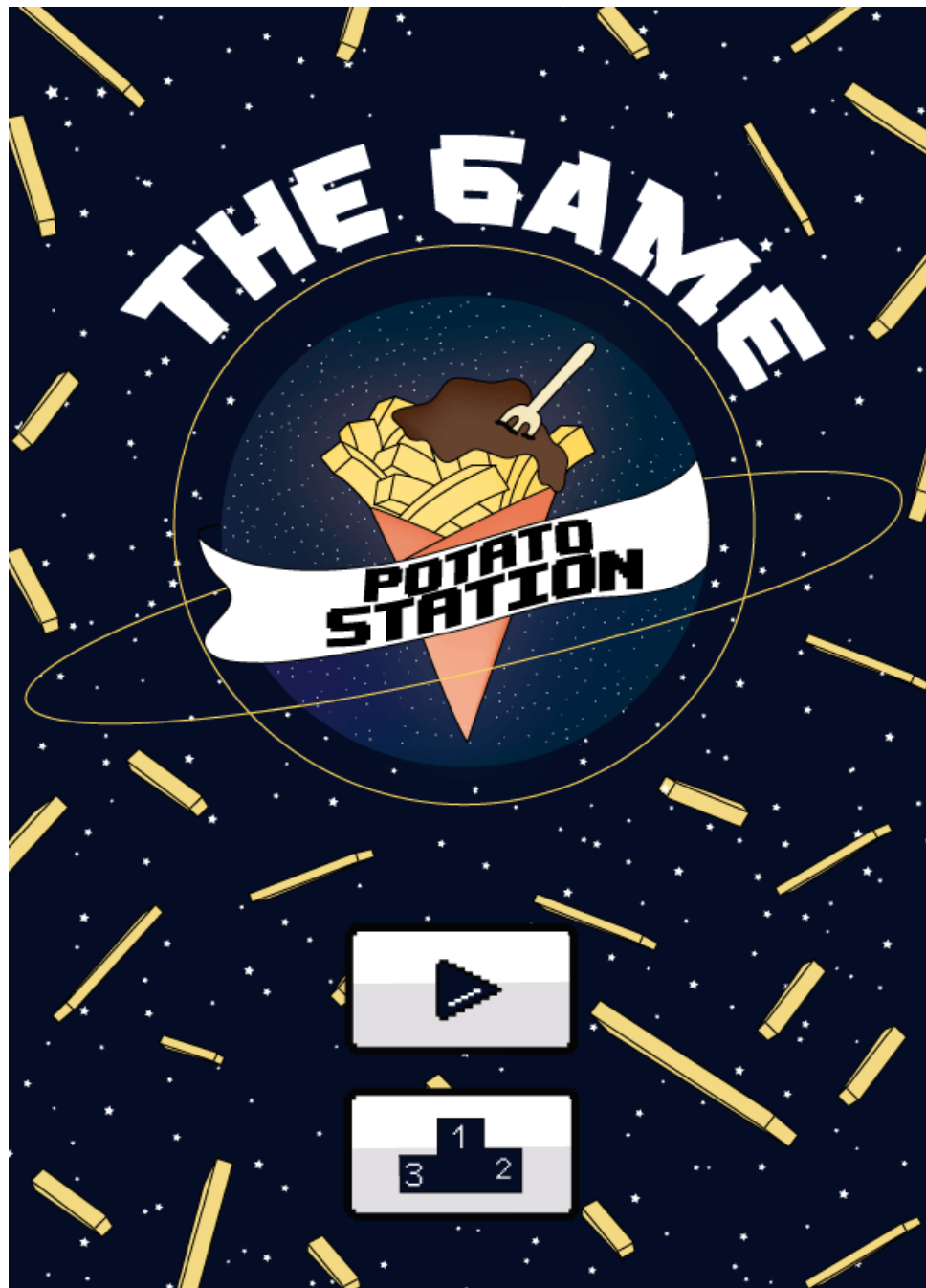


Figura 4 – Tela Inicial do *Potato Station: O JOGO*

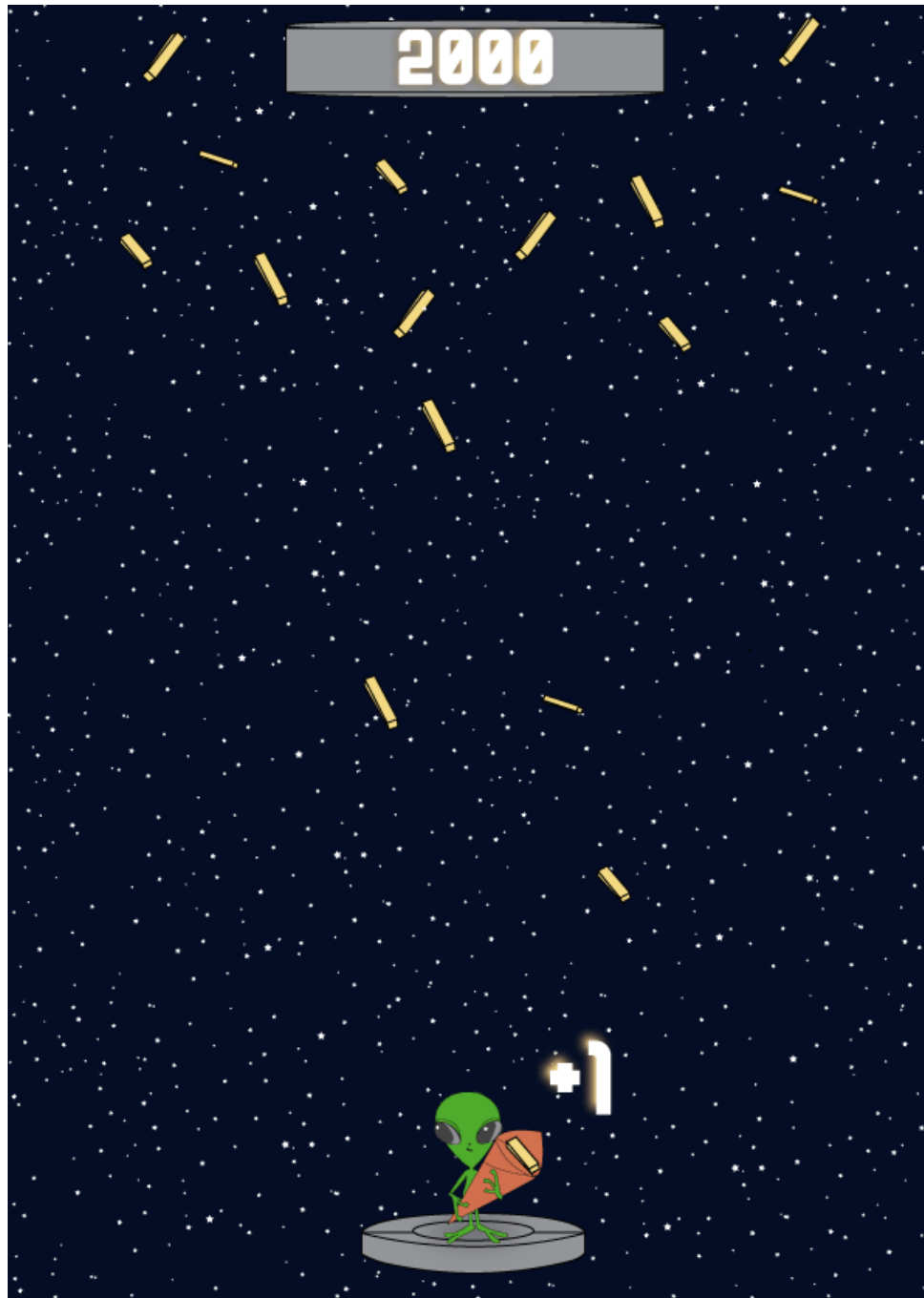


Figura 5 – Imagem Ilustrativa do *Potato Station*: O JOGO – Pontuação



Figura 6 – Imagem Ilustrativa do *Potato Station: O JOGO – Benefícios*

6 CONSIDERAÇÕES

A proposta do jogo foi desenvolvida para interação da marca com o consumidor. O mesmo foi elaborado a partir de uma temática voltada para as características do produto (*Potato Station*), exibindo cenários como a galáxia e objetos de cena como as batatas, fazendo com que o produto em si faça parte da interação e do objetivo durante o gameplay. Assim visamos cumprir o objetivo de atingir o público jovem e adultos, que estão sempre conectadas as redes sociais e também a produtos diferenciados no mercado, principalmente com uma grande facilidade de consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12^a ed. São Paulo: 2006