



C A M A R O T E

**Planeta
Band**

O T H O N

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA O
CAMAROTE PLANETA BAND OTHON**

LUCAS MELLO SANTOS

PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA O CAMAROTE PLANETA BAND OTHON

Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação –
Habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da
Universidade Federal da Bahia

Orientador: Prof. Sérgio Sobreira

Salvador

2016

SUMÁRIO

1. O Camarote Planeta Band Othon	04
2. O público do Camarote Planeta Band Othon	08
3. Pesquisa de público do Camarote Planeta Band Othon	10
4. Diagnóstico da Comunicação do Camarote	13
5. Análise de SWOT	15
6. Planejamento estratégico de Comunicação	19
7. Plano de ação	22
8. Orçamento	28

1. O CAMAROTE PLANETA BAND OTHON

Em 2017 o Camarote Planeta Band Othon completará 15 anos de atividade, sempre proporcionando ao seu folião um ambiente confortável, seguro e com diversas opções de entretenimento durante a folia momesca.

Originalmente chamado de Camarote Planeta Othon, teve seu nome alterado para Camarote Planeta Band Othon devido a uma parceria que se iniciou de sete anos atrás com a emissora de televisão Bandeirantes, que durante os seis dias de folia instalam uma estrutura provisória onde montam um pequeno estúdio de televisão para transmitirem todos os momentos da folia, principalmente quando os artistas passam em frente ao camarote. Outra estrutura também é montada dentro do camarote para a transmissão ao vivo pela rádio Band FM.

O Camarote Planeta Band Othon possui uma área de 8 mil m², o que faz dele o maior camarote no Carnaval de Salvador. O Camarote possui um mirante com 100m² e oferece mais de 20 ambientes para os seus foliões usufruírem , como por exemplo o cinema, *cyber*, pipoca VIP, salão de beleza, salão de jogos e espaço bem estar.



O Camarote possui 03(três) áreas para o público, sendo que 02(duas) são comercializadas e 01(uma) é uma área restrita, apenas para convidados. Essas áreas são:

- **ALL INCLUSIVE:** É a área comercializada para o público mais cara, nela é oferecido um serviço de comida e bebida liberadas. A bebida conta com água, cerveja, refrigerante, uísque e espumante e para comer o espaço conta com estandes para *fast food* como pizza, hambúrguer e acarajé, e um restaurante climatizado onde são servidos pratos quentes assinados pelo *chef* Bartô. Cada dia um cardápio novo é elaborado para os foliões.
- **OPEN BAR:** É a outra área comercializada do Camarote, porém é mais barata pois possui apenas o serviço de bebida liberada, as bebidas são as mesmas da área *all inclusive*. Nessa área, caso o folião queira fazer um lanche, deve se dirigir a uma praça de alimentação que é montada para justamente atender essa demanda.
- **HC (Hospitality Center):** É a área de convidados do Camarote. Por se tratar de um espaço somente para convidados, ocupa uma pequena área do camarote e comporta apenas 700(setecentas) pessoas por noite. Os convites são distribuídos entre a produtora do camarote, a Camarote Marketing e Promoções, a Rede Bandeirantes e aos patrocinadores do Camarote. Esse espaço conta com um serviço melhor de *All Inclusive*, além de estandes onde os patrocinadores podem realizar ativações, um espaço de customização e um DJ apenas para o ambiente.



Além de possuir essas áreas separadas, o Camarote Planeta Band conta com áreas comuns para os foliões que se encontram em cada um dos três ambientes, como por exemplo:

- A área do Palco onde acontecem shows com atrações musicais reconhecidas em todo o Brasil.
- A Pipoca VIP, que é um espaço onde os foliões do camarote podem chegar mais próximo do trio elétrico, sem sair do conforto e segurança oferecidos pelo Camarote;
- O *lounge*, onde o folião encontra estandes com ativações dos patrocinadores, espaço bem estar, salão de jogos, cinema e um estande para customização de abadá.



O Camarote possui uma média de 03 mil foliões por noite de carnaval, que podem usufruir de toda a estrutura das 18h até às 5h da manhã do dia seguinte. Outro diferencial do camarote é a parceria com a BAND, por se tratar de uma emissora nacionalmente reconhecida por transmitir o carnaval de Salvador para o Brasil e para o Mundo, os artistas acabam parando em frente ao Camarote e proporcionam aos foliões uma apresentação especial naquele momento.



No ano de 2016, o Camarote Planeta Band Othon teve como parceiros a Rede Bandeirantes de Televisão, sua principal parceira ao longo desses últimos sete anos, a rede de supermercados Carrefour, a Sonrisal, a Uol, a Sky , a OLX e a Tenys Pé. Todas essas empresas tiveram um espaço dentro do Camarote para apresentarem seus produtos e fazerem ações promocionais para os foliões que estavam presentes.

O Camarote Planeta Band Othon sempre ocupou uma posição de destaque no cenário do Carnaval soteropolitano, porém recentemente ele viu a concorrência dentro do Carnaval se acirrando com o surgimento de novos camarotes e a fusão de antigos. Hoje podemos citar o Camarote do Nana, o Camarote Cerveja & Cia, o Camarote do Reino e o Camarote da Central como concorrentes diretos do Camarote Planeta Band Othon, devido as suas estruturas e seus públicos, porém o Camarote Planeta Band Othon desses é o que possui o ticket médio mais baixo. Outro camarote que podemos sinalizar como concorrente do Camarote Planeta Band Othon é o Camarote Oceania, quando levamos em conta o valor do ingresso, esses 02 camarotes são os que possuem o ticket médio mais baixo entre os grandes camarotes do Carnaval de Salvador.

2. O PÚBLICO DO CAMAROTE PLANETA BAND OTHON

Por estar inserido no Carnaval de Salvador, o público do Camarote Planeta Band Othon é bem variado, pois esse público é formado por pessoas de diversas classes sociais que vem para o Carnaval com o intuito de se divertir. O valor do ingresso para o Camarote varia a depender do dia, se será masculino ou feminino e do setor que o cliente deseja comprar, o preço em 2016 variou entre R\$250,00 o feminino de quinta-feira do setor tradicional, até R\$860,00 o masculino de sábado no setor *all inclusive*. Uma facilidade que o camarote oferece ao público é a possibilidade de parcelar a compra em 12 vezes através do seu próprio site, o que colabora ainda mais para esse público variado, além de que o preço do ingresso vai aumentando com o passar do tempo, a medida que os lotes disponíveis vão se esgotando. Em quase sua totalidade, o público do camarote é formado por pessoas do estado da Bahia porém recebe uma grande quantidade de turistas de outros estados do Brasil e de outros países do mundo, por isso podemos classificar o público externo e interno do camarote da seguinte forma:

PÚBLICO EXTERNO

Classe social: A, B e C;

Escolaridade: Ensino Fundamental, Ensino médio, Graduação e Pós Graduação;

Sexo: Masculino e Feminino;

IDADE: 25 a 35 anos

O Camarote Planeta Band Othon possui uma idade média mais elevada em relação aos seus camarotes concorrentes, o que acaba classificando o mesmo como um camarote mais velho ou para famílias que queiram curtir o carnaval juntos. Seu público externo é composto na sua grande maioria por pessoas que vivem em Salvador, também recebendo um grande fluxo de turistas brasileiros, maior parte oriunda da região Sudeste.

PÚBLICO INTERNO

Classe social: A, B e C;

Escolaridade: Ensino Fundamental, Ensino médio, Graduação e Pós Graduação;

Sexo: Masculino e Feminino;

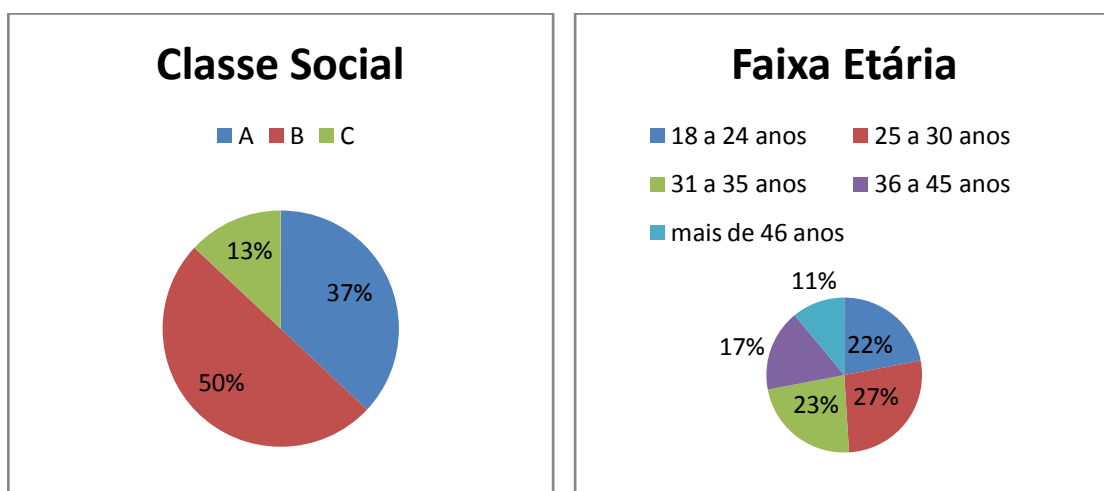
IDADE: 25 a 55 anos

O público interno do camarote é composto por seus colaboradores que são contratados para prestar serviços no período do carnaval. Sua grande maioria possui ao menos 01 formação acadêmica, mais de 25 anos e não trabalham o ano todo para o Camarote, possuem outro emprego.

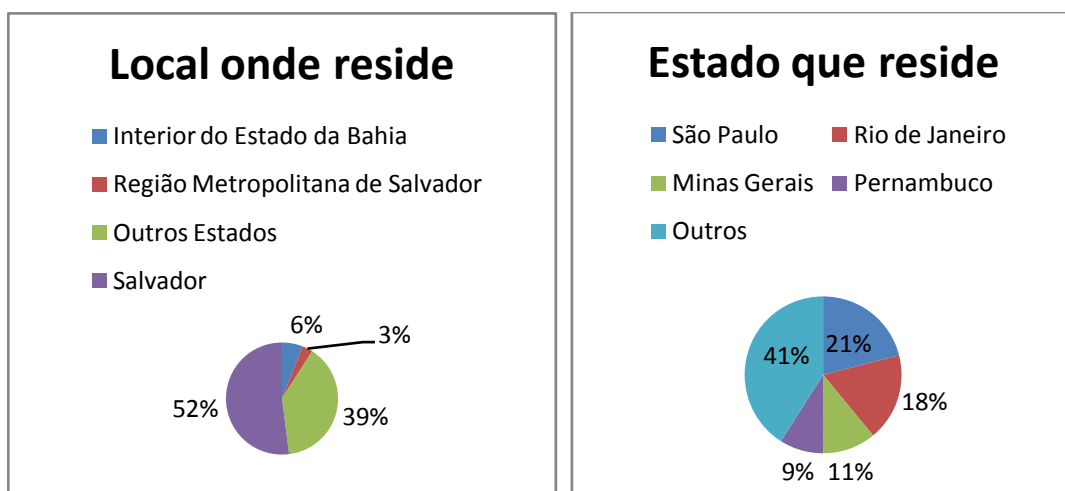
3. PESQUISA DE PÚBLICO DO CAMAROTE PLANETA BAND OTHON

O Camarote Planeta Band Othon possui 02 produtos que são comercializados, que são 02 áreas do camarote: o setor *OPEN BAR* e o setor *ALL INCLUSIVE*. Essas são as duas áreas comercializadas para o público em geral, sendo que o setor *ALL INCLUSIVE* acaba se tornando o seu principal produto, pois é o setor comercializado de maior valor. A pesquisa foi realizada durante os seis dias de festas e foi aplicada por entrevistadores que se localizavam dentro do camarote que entrevistaram um total de 400 pessoas ao longo dos dias que o camarote funcionou.

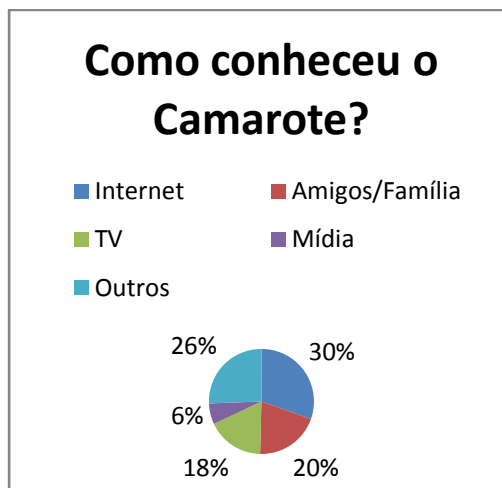
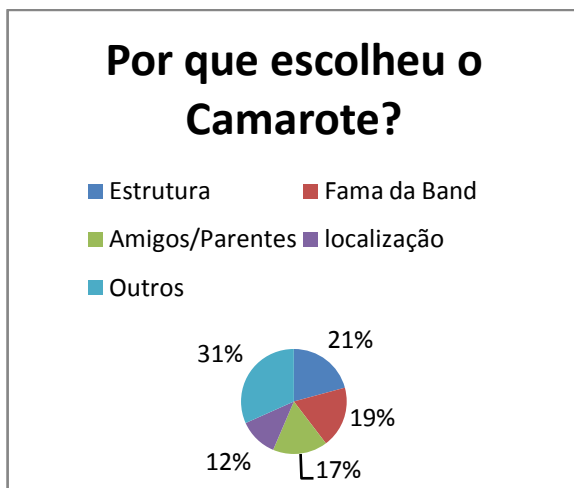
Dos 400 entrevistados 37% são de Classe social A e 50% são de Classe social B, o que representa quase o total do público do camarote. Desse total 68% são do sexo feminino e 32% são do sexo masculino, dentre os quais 52% possuem nível superior completo e 13% possuem alguma pós graduação. Sobre a faixa etária desse público, 27% possuem de 25 a 30 anos, 23% de 31 a 35 anos e 22% de 18 a 24 anos, por isso podemos afirmar que a faixa etária do camarote é um pouco mais elevada do que os seus concorrentes diretos, que possuem um público mais jovem. Quando perguntados a respeito do estado civil, 54% dos entrevistados responderam que eram solteiros, enquanto 32% eram casados e 14% estavam acompanhados ou namorando.



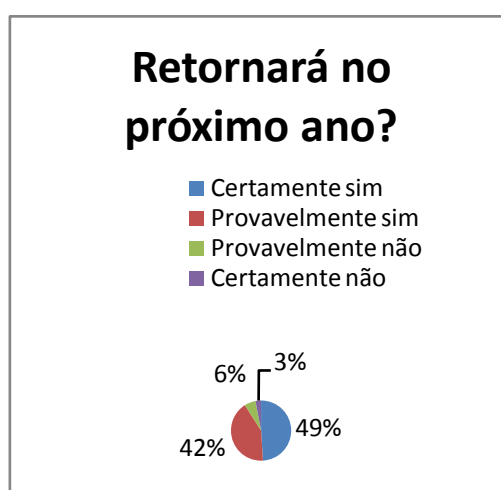
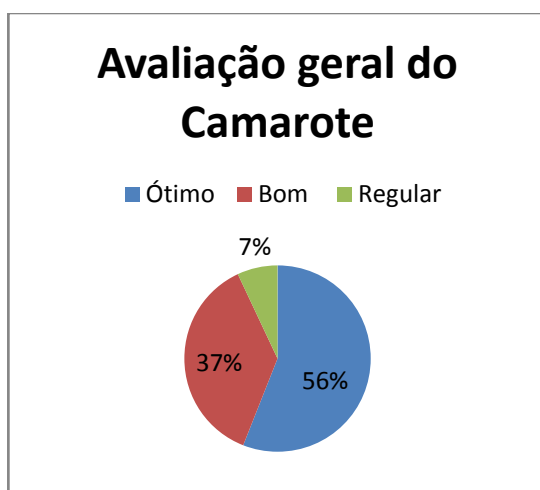
O Carnaval de Salvador por se tratar de uma das maiores festas de rua do planeta, acaba atraindo não só as pessoas que residem em Salvador ou dentro do Estado, como pessoas que moram em outros Estados e até mesmo outros países, por isso que durante a entrevista 52% das pessoas responderam que residiam em Salvador e 39% residiam em outros Estados, um número bastante expressivo. Quando perguntadas a respeito de qual Estado residiam, 21% respondeu que vinham do Estado de São Paulo, 18% do Estado do Rio de Janeiro e 11% vinham de Minas Gerais, podemos então constatar que 50% do público que não mora na Bahia são residentes da região Sudeste. Quando analisamos os foliões que residem no Nordeste do Brasil e vem para o Camarote Planeta Band Othon, 9% vem de Pernambuco, 6% do Estado de Alagoas e 5% residem no Estado de Sergipe.



Dos entrevistados, 69% estavam frequentando o camarote pela primeira vez, sobre o porquê da escolha do Camarote Planeta Band Othon, 21% respondeu que escolheu devido à estrutura do camarote, 19% escolheu devido à fama da Band e 17% vieram devido a indicação de amigos e parentes. Quando questionados como tiveram conhecimento do camarote, 38% responderam que conheceu através da internet, 25% através de amigos e parentes e 22% através da televisão.



Em relação aos preços dos abadas do camarote, 32% classificaram como ótimo e 52% como bom. Sobre a entrada da Band como patrocinadora do camarote, 62% do público respondeu que o camarote ficou mais famoso com a parceria, porém 32% acha que a fama do camarote continuou igual junto aos seus foliões. Sobre o camarote, 56% do público avaliaram como ótimo, 37% como bom e 7% como regular. 49% dos entrevistados disseram que certamente retornarão para o Camarote Planeta Band Othon no próximo ano e 42% responderam que provavelmente também retornarão.



4. DIAGNÓSTICO PARA COMUNICAÇÃO DO CAMAROTE

O Camarote Planeta Band Othon não possui um núcleo específico de comunicação, possui um núcleo de *Marketing* que tem como uma das funções cuidar de toda parte de Comunicação do Camarote, para isso o núcleo de marketing conta com o apoio de uma empresa de assessoria de comunicação, uma agência de publicidade e uma agência de comunicação digital, todas essas empresas são contratadas apenas para o período do carnaval, desse jeito o trabalho se divide da seguinte forma: a Assessoria de Imprensa fica responsável por acompanhar tudo que sai nos veículos de comunicação a respeito do Camarote (televisão, rádio, jornal, site, dentre outros), a agência de publicidade fica responsável por criar todas as peças de campanhas do camarote (peças de site, *busdoor*, *outdoor*, sinalização, dentre outros), o tema que será explorado naquele ano pelo Camarote e todo seu partido gráfico, a agência digital se responsabiliza por toda parte de mídias digitais do Camarote como Redes Sociais, site, canal do Youtube e por último o núcleo de *marketing* do Camarote Planeta Band Othon que é formado por 01 gerente, 01 assistente e 01 designer gráfico fica responsável por pautar e acompanhar todas essas empresas, fazer toda a parte operacional voltada para comunicação do camarote (mandar confeccionar e instalar sinalização e merchandising) e atender todas as demandas que surgem de última hora que essas empresas não conseguem atender. Com pelo menos 06 meses de antecedência acontece uma reunião entre os diretores da Camarote, o gerente de Marketing da Camarote e representantes de cada agência para elaborarem todo o planejamento referente a comunicação do Camarote Planeta Band Othon, definindo o tema do camarote, as campanhas e algumas peças publicitárias.

Os diretores da empresa atuam diretamente em todos os setores do Camarote, e na comunicação não seria diferente, são eles que autorizam qualquer tipo de ação de comunicação para o Camarote, participam da elaboração das campanhas e acompanham tudo que é feito pelo setor de marketing.

Por se tratar de um produto temporário, a comunicação interna praticamente é inexistente no Camarote Planeta Band Othon, toda a sua comunicação é planejada para atingir o público externo, seu público alvo e possíveis novos públicos. A comunicação do

Camarote é, em quase sua totalidade, uma comunicação Mercadológica, pensada com o objetivo de vendê-lo como produto e conseguir conquistar um maior número de pessoas que virão a se tornar um cliente frequente do camarote.

Durante todo o ano que separa a realização do Camarote, o setor de *marketing* elabora campanhas voltadas para datas especiais com promoções para tentar conquistar um público maior, principalmente de jovens, pois esses consideram o camarote como de um público na sua maioria de pessoas com mais idade e família, por isso que campanhas são elaboradas justamente para tentar conquistar essa parcela do público, porém a quantidade de campanhas que ocorrem nesse período é muito pequenas, praticamente inexistentes. As campanhas publicitárias são intensificadas apenas quando está nos meses mais próximos da realização do Camarote, mais precisamente na época do Verão, nesse período o volume das campanhas se intensifica, principalmente nos 30 dias mais próximos do início do Carnaval de Salvador.

Sendo assim podemos considerar que as estratégias de divulgação vêm consolidando a marca do Camarote na cabeça do público, seja através de campanhas próprias, seja através de campanhas de associados que comercializa o produto que é o Camarote Planeta Band Othon, o que acaba garantindo que esse camarote aconteça todos os anos e já seja uma peça tradicional no Carnaval de Salvador, porém essas campanhas devem acontecer numa periodicidade maior ao longo do ano, pois alguns dos camarotes concorrentes diretos possuem produtos ao longo do ano onde eles podem usar espaços para fazerem a divulgação dos camarotes para o público que estiver presente nesses eventos.

5. ANÁLISE DE SWOT (PFOA OU FOFA)

A análise PFOA é crucial para contextualizarmos e compreendermos os fatores que serão relevantes no momento da elaboração de um plano de comunicação, pois essa análise abrange o ambiente interno e externo da empresa ou produto estudado, através de um diagnóstico das suas potencialidades e fraquezas no seu microambiente e das suas oportunidades e ameaças em um macroambiente.

POTENCIALIDADES

Ingresso mais barato que seus concorrentes diretos

Por possuir 02 áreas que são comercializadas para o público, o camarote possui um ticket médio mais baixo quando comparado aos seus concorrentes diretos;

O camarote com o maior número de ambientes

O camarote possui na sua totalidade mais de 20 ambientes espalhado pelo interior de sua estrutura como salão de beleza, mirantes, salão de jogos e cinema

Parceria com a Band

A parceria com a Band traz um brilho maior para o camarote e atrai um número maior de público e patrocinadores, pois esses sabem que conseguiram ter uma boa visão dos trios elétricos e uma boa exposição da sua marca

Facilidade de pagamento através do seu site

Possibilita que o cliente compre o seu ingresso em até 12 vezes, quando comprado através do seu site

FRAQUEZAS

Pouca divulgação em âmbito nacional

A divulgação fica muito focada em ações locais e nas redes sociais

Falta de um setor exclusivo de comunicação

Não possui um setor que trabalhe apenas focado na comunicação do Camarote Planeta Band Othon

Atrações musicais para os dias de carnaval

O camarote não possui tradição em trazer cantores que estejam no gosto do público em geral para se apresentar e também demora de divulgar quais serão essas atrações, o que acaba causando uma indisposição com o público em geral

Falsificação de abada

A falsificação de ingressos e abadas afetaria economicamente o camarote, que depende da sua bilheteria para se pagar

OPORTUNIDADES

Explorar campanhas em Redes Sociais

A internet, principalmente as Redes Sociais, é o principal veículo de comunicação entre o Camarote e o seu público, fazer campanhas voltadas para essas Redes Sociais, justamente para estreitar essa relação

Ensaio de Verão

Em Salvador existe uma cultura muito forte das bandas de realizarem Ensaio de Verão para divulgarem as bandas e os seus blocos, o camarote poderia seguir a mesma onda e fazer ensaios para divulgação dele

Parceria com a rede de hotéis Othon Palace para venda de abadas aos hóspedes

Firmar uma parceria com a rede Othon para facilitar as vendas dos abadas para os hóspedes da rede com campanhas ao longo do ano apresentando o Camarote Planeta Band e fornecendo descontos e facilidades para os hóspedes adquirirem os abadas para o Carnaval

Divulgação do Camarote dentro do Porto e Aeroporto de Salvador

Comprar um espaço publicitário dentro do Porto e do Aeroporto de Salvador para colocação de uma peça promocional para quando os turistas chegarem a cidade possam conhecer o Camarote Planeta Band Othon

AMEAÇAS

Fim da parceria com Band

Caso a parceria com a Band chegasse ao fim, afetaria consideravelmente a estrutura do camarote, pois eles são um atrativo e o maior patrocinador

Fim da parceria com o Hotel Othon

O camarote é montado na sua totalidade dentro da área do hotel Othon, caso a parceria com o hotel se encerrasse a produtora precisaria achar um local novo para realizar o Camarote

Carnaval em outros Estados

Recentemente outros Estados do Brasil como Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo viram seus carnavais crescerem e atraírem um número maior de turistas e moradores locais, que acabam deixando de viajar para curtir o Carnaval de Salvador.

Enfraquecimento do Carnaval de Salvador e da Axé Music

Nos últimos anos pudemos notar que a atual fórmula do Carnaval de Salvador precisa ser repensada pois o Carnaval vem perdendo força dentro do cenário de festas nacional a cada

ano, além de que a Axe Music não está conseguindo se renovar com o surgimento de novos cantores reconhecidos em âmbito nacional, fator que também colabora para o enfraquecimento do Carnaval de Salvador

ANÁLISE DE SWOT (PFOA)	POTENCIALIDADES	FRAQUEZAS
	Ingresso mais barato que seus concorrentes diretos	Pouca divulgação em âmbito nacional
	O camarote com o maior número de ambientes	Falta um setor exclusivo de Comunicação
	Parceria com a Band	Atrações musicais para os dias de Carnaval
	Facilidade de pagamento através do seu site	Falsificação de abadá
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	Explorar campanhas em Redes Sociais	Fim da parceria com a Band
	Ensaios de verão	Fim da parceria com o Hotel Othon
	Parceria com a rede Othon para venda de abadás aos hóspedes	Carnaval em outros Estados
	Divulgação do Camarote no Porto e Aeropor de Salvador	Enfraquecimento do Carnval de Salvador e da Axé Music

6. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO

O desenvolvimento desse plano planejamento estratégico tem como objetivo principal fortalecer a marca do Camarote Planeta Band Othon junto aos seus clientes e apresentá-lo para os possíveis novos clientes visando um retorno benéfico em relação a sua imagem e as suas finanças.

O planejamento das campanhas de venda do Camarote Planeta Band Othon acontecerá durante 12 meses com campanhas promocionais e de fidelização, sempre visando o aumento das vendas dos abadas ao longo desse período, elaborando promoções concomitantes a datas festivas.

Com um cenário que não está sendo favorável para o mercado do Axé Music e do Carnaval de Salvador há alguns anos e o aumento do número de camarotes concorrentes direto ao Camarote Planeta Band Othon, esse planejamento estratégico busca através das campanhas que serão executadas aproximar ainda mais o seu cliente fiel, fixando e fortalecendo a marca do Camarote na mente deles e atingindo também os possíveis clientes para que eles acabem se fidelizando também.

Para essas campanhas faremos uso de diversos meios de comunicação que temos a nossa disposição inicialmente focando no institucional, para a fixação da marca junto ao público, e depois nos atrativos do Camarote Planeta Band Othon, mostrando os diferenciais do Camarote junto aos seus concorrentes, para atingir principalmente os clientes que ainda se encontram indecisos.

Focaremos nossas campanhas principalmente através da Internet, utilizando massivamente as Redes Sociais e o site do Camarote Planeta Band Othon, pois a Internet, segundo a pesquisa realizada dentro do Camarote com seu público, é o principal meio de comunicação para interação entre o público e a equipe do Camarote Planeta Band Othon.

As campanhas serão veiculadas através dos seguintes meios de comunicação:

- **TELEVISÃO**

Como a Band é a principal patrocinadora do Camarote e é uma emissora de âmbito nacional e internacional, serão produzidos diversos VT's promocionais para serem passados ao longo do ano nos intervalos das programações, sendo intensificadas as inserções no período do verão.

- **RÁDIO**

A Band também possui uma emissora de rádio que pode ser utilizada para veiculação de spot's comerciais nos programas e fazendo parceria com rádios locais para eles veicularem esses spot's em suas programações.

- **INTERNET**

Hoje esse é o principal meio de comunicação utilizado pelo público e pensando dessa forma o Camarote faz bastante uso das suas Redes Sociais, principalmente Facebook e Instagram, pois são os mais populares atualmente, mas também possui perfil em outras redes que também são bastante utilizadas como Twitter, SnapChat e Periscope. O Camarote Planeta Band Othon também possui um site próprio e sua própria loja virtual, ambos podem ser bastante explorados para realização de campanhas. Outra ferramenta utilizada da internet é o Google Adwords que é uma ferramenta de publicação de anúncios nas plataformas da Google, onde através de anúncios ou links patrocinados a sua marca pode atingir milhões de pessoas. É uma ferramenta nova de divulgação porém muito eficiente nos dias atuais.

- **JORNAIS e REVISTAS**

Utilização de espaços publicitários nas publicações para anúncios promocionais.

Além da utilização desses meios de comunicação, também faremos usos de outras estratégias de *marketing* para alavancar as vendas e atingir o maior número possível de clientes, como por exemplo:

- **OUTDOOR e BUSDOOR**

Como o objetivo dessas campanhas é mercadológico, essas duas ferramentas são imprescindíveis pois as peças são vistas por milhares de pessoas diariamente, utilizando as placas das vias mais movimentadas da cidade e as linhas de ônibus que passem pelas áreas onde se concentram a maioria do público alvo do Camarote

- **AÇÕES PROMOCIONAIS**

Essas ativações servem para atingir diretamente o público, principalmente no período do verão, onde a cidade está repleta de turistas e eventos onde as ativações podem ocorrer com uma frequência maior, sempre em paralelo com uma utilização intensa das redes sociais.

7. PLANO DE AÇÃO

O plano de ação tem como objetivo organizar e colocar em prática todas as campanhas mercadológicas que foram pensadas e serão executadas no prazo de 12 meses, justamente o período entre um carnaval e outro, sempre objetivando o aumento das vendas dos abadas de um ano para o outro. As ações serão lineares e concomitantes com as datas festivas especiais que temos no nosso calendário nesse período.

O planejamento de comunicação para o Camarote Planeta Band Othon se inicia logo na quarta-feira de cinzas após o carnaval e se encerra na terça-feira de carnaval do próximo ano, pois na outra quarta-feira de cinzas se inicia o planejamento do ano seguinte.

Inicialmente as ações são propostas para 12 meses, porém esse período pode ser reduzido ou expandido, tudo dependerá das datas que os dias que Carnaval cairão no ano seguinte.

As ações que acontecerão serão:

- **CAMPANHA PÓS CARNAVAL (INSTITUCIONAL)**

- Descrição:**

- Será uma campanha curta que tem como principal objetivo agradecer ao público e aos apoiadores pela participação nos dias do Camarote, para fidelizar os clientes e fortalecer a marca do Camarote junto a eles, mostrando o quanto eles são importantes para a realização do Camarote Planeta Band Othon.

- Período:**

- 01 semana

- Meios de veiculação:**

- Outdoor;*

- Email marketing para o mailing cadastrado;*

- Redes Sociais, publicando todas as fotos dos dias de carnaval e o vídeo com um compacto de como foram todos os dias de camarote;

- Google Adwords;*

- Banner no site do Camarote,*

- **ABERTURA DAS VENDAS PARA O PRÓXIMO ANO**

- **Descrição:**

- Informar ao cliente que ele já pode antecipar a compra dos abadas para o próximo ano, já objetivando o aumento das vendas do Camarote, disponibilizando descontos e a opção de parcelamento em 12 vezes para aqueles que efetuarem a compra através da loja virtual própria do Camarote, gerando dessa forma as primeiras receitas para a empresa que executa o Camarote.

- Período:**

- 01 mês

- Meios de veiculação:**

- Outdoor e Busdoor;*

- Panfletos;

- Redes Sociais;

- Jornais e Revistas,

- Banner no site do Camarote, direcionando para a loja virtual;

- Email marketing para o mailing cadastrado;*

- Google Adwords;*

- Ação promocional de panfletagem em locais de grande circulação da cidade, como *shopping centers* e estações de transbordo e abordagem em bares e espaços de eventos.

- **DIA DAS MÃES**

- **Descrição:**

- Ação institucional de fortalecimento da marca e criando uma relação maior com o público através das redes sociais, fazendo uso do emocional que a data cria junto ao público, realizando uma campanha onde o público compartilha uma história engraçada que já viveu com sua mãe durante algum carnaval e a postagem com mais curtidas ganha um par de ingressos para 01 dia do Camarote Planeta Band Othon.

- Período:**

- 15 dias

Meios de veiculação:

Redes Sociais;

Email marketing para o *mailing* cadastrado;

Google Adwords;

Banner no site do Camarote,

- **DIA DOS NAMORADOS**

- Descrição:

Ação mercadológica nessa data comercial oferecendo desconto para casais que comprarem os abadás juntos e realizando um concurso cultural onde casais que já viveram uma história inesquecível ou se conheceram no Camarote Planeta Band Othon compartilharão suas histórias e a equipe do Camarote escolherá a mais emocionante e premiará o casal com um par de convites para curtirem 01 dia de Carnaval no Camarote Planeta Band Othon.

Período:

15 dias

Meios de veiculação:

Redes Sociais;

Email marketing para o *mailing* cadastrado;

Google Adwords;

Banner no site do Camarote,

- **SÃO JOÃO**

- Descrição:

Ação mercadológica nessa festa tradicional em toda região Nordeste, estabelecendo parcerias com festas tradicionais de São João no Estado da Bahia oferecendo desconto para os foliões que querem comprar as festas juninas e o abada para o Camarote.

Período:

01 mês

Meios de veiculação:

Panfletos;

Redes Sociais;

Email marketing para o mailing cadastrado;

Google Adwords;

Ação promocional de panfletagem nas festas juninas mais tradicionais da Bahia.

Banner no site do Camarote,

- **DIA DOS PAIS**

- **Descrição:**

- Ação institucional de fortalecimento da marca e criando uma relação maior com o público através das redes sociais, fazendo uso do emocional que a data cria junto ao público, realizando um concurso cultural onde pais e filhos precisarão gravar um vídeo de no máximo 30 segundos explicando qual seria a maior loucura que eles fariam para curtirem um dia de Carnaval no Camarote Planeta Band Othon, após uma votação a família que gravou o vídeo vencedor ganhará convites para curtirem 01 dia do Carnaval no Camarote Planeta Band Otho.

- Período:**

- 15 dias

- Meios de veiculação:**

- Redes Sociais

- Email marketing para o mailing cadastrado;*

- Google Adwords;*

- Banner no site do Camarote,*

- **VERÃO, CARNAVAL E CAMAROTE PLANETA BAND**

- **Descrição:**

- Ação mercadológica no início do verão, fazendo uma alusão a época que acontece o Camarote Planeta Band Othon e o Carnaval de Salvador para alavancar as vendas nesse período que se aproxima ainda mais do início do Carnaval.

- Período:**

15 dias

Meios de veiculação:

Redes Sociais

Email marketing para o mailing cadastrado;

Google Adwords;

Banner no site do Camarote,

- **REVEILLON DO PLANETA**

- **Descrição:**

- Ação mercadológica durante as festas de final de ano, estabelecendo parcerias com festas tradicionais de Reveillon no Estado da Bahia oferecendo desconto para os foliões que querem comprar os ingressos para o Reveillon e o abada para o Camarote.

- Período:**

- 15 dias

- Meios de veiculação:**

- Redes Sociais;

- Email marketing para o mailing cadastrado;*

- Google Adwords;*

- Banner no site do Camarote,*

- **MENSAGEM DE FINAL DE ANO (NATAL E REVEILLON)**

- Descrição:**

- Campanha institucional para estreitar a relação com o público e fortalecer a marca do Camarote, fornecendo descontos especiais por se tratar de uma época de festas de final de ano

- Período:**

- 15 dias

- Meios de veiculação:**

- Outdoor;*

Redes Sociais;

Email marketing para o *mailing* cadastrado;

Google Adwords;

Banner no site do Camarote,

- **CAMPANHA 30 DIAS**

- **Descrição:**

- Informar ao cliente que restam apenas 30 dias para o Carnaval, visando atingir aqueles clientes que ainda não efetuaram a compra, focando nos atrativos do Camarote para alavancar as vendas e angariar os clientes indecisos.

- Período:**

- 01 mês

- Meios de veiculação:**

- VT's para televisão;

- Spot's para rádio;

- Outdoor e Busdoor;

- Panfletos;

- Redes Sociais;

- Jornais e Revistas,

- Banner* no site do Camarote, direcionando para a loja virtual;

- Email marketing* para o *mailing* cadastrado;

- Google Adwords*

- Ação promocional de panfletagem em locais de grande circulação da cidade, como *shopping centers* e estações de transbordo e abordagens em bares com um grande fluxo de pessoas.

- **VIRADA DE LOTE (PROMOÇÃO “VIRA VIROU!”)**

- **Descrição:**

- Informar ao cliente que acontecerá a primeira virada de preço de todos os dias de camarote, saindo do 1º lote, o mais barato, para o 2º lote.

- Período:**

15 dias

Meios de veiculação:

Redes Sociais;

Banner no site do Camarote, direcionando para a loja virtual;

Email marketing para o *mailing* cadastrado;

Google Adwords;

8. ORÇAMENTO

CAMPANHA	VEÍCULOS	TEMPO	QUANTIDADE	VALOR
PÓS CARNAVAL (INSTITUCIONAL)	OUTDOOR	15 DIAS	1 BI-SEMANA	R\$ 12.000,00
	EMAIL MARKETING		01 disparo	R\$ 0,00
	REDES SOCIAIS		1X POR DIA	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 2.500,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
ABERTURA DE VENDAS	GOOGLE ADWORDS	01 MÊS	CAMPANHA	R\$ 2.500,00
	OUTDOOR		02 BI-SEMANA	R\$ 24.000,00
	BUSDOOR		MENSAL	R\$ 15.000,00
	PANFLETOS		15 MIL UNIDADES	R\$ 895,00
	REDES SOCIAIS		1X POR DIA	R\$ 0,00
	JORNAIS/REVISTAS		02 ANÚNCIOS	R\$ 5.000,00
	EMAIL MARKETING		04 disparos	R\$ 0,00
	AÇÃO PROMOCIONAL		08 dias	R\$ 5.000,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
DIAS DAS MÃES	REDES SOCIAIS	15 DIAS	1X POR DIA	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 2.500,00
	EMAIL MARKETING		02 DISPAROS	R\$ 0,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
DIA DOS NAMORADOS	REDES SOCIAIS	15 DIAS	1X POR DIA	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 2.500,00
	EMAIL MARKETING		02 DISPAROS	R\$ 0,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
SÃO JOÃO	PANFLETOS	01 MÊS	15 MIL UNIDADES	R\$ 895,00
	AÇÃO PROMOCIONAL		08 dias	R\$ 5.000,00
	REDES SOCIAIS		2X POR DIA	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 5.000,00
	EMAIL MARKETING		04 DISPAROS	R\$ 0,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
DIA DOS PAIS	REDES SOCIAIS	15 DIAS	1X POR DIA	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 2.500,00
	EMAIL MARKETING		02 DISPAROS	R\$ 0,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
VERÃO, CARNAVAL E PLANETA	REDES SOCIAIS		1X POR DIA	R\$ 0,00
	EMAIL MARKETING		02 DISPAROS	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 5.000,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
REVEILLON NO PLANETA	REDES SOCIAIS		1X POR DIA	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 5.000,00

	EMAIL MARKETING		02 DISPAROS	R\$ 0,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
MENSAGEM DE FIM DE ANO (INSTITUCIONAL)	OUTDOOR	15 DIAS	1 BI-SEMANA	R\$ 12.000,00
	REDES SOCIAIS		1X POR DIA	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 10.000,00
	EMAIL MARKETING		02 DISPAROS	R\$ 0,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
30 DIAS	TV	01 MÊS	2X POR DIA	R\$ 24.000,00
	RÁDIO		160 INSERÇÕES	R\$ 12.000,00
	OUTDOOR		02 BI-SEMANA	R\$ 24.000,00
	BUSDOOR		MENSAL	R\$ 15.000,00
	PANFLETOS		15 MIL UNIDADES	R\$ 895,00
	REDES SOCIAIS		2X POR DIA	R\$ 0,00
	JORNAIS/REVISTAS		02 ANÚNCIOS	R\$ 5.000,00
	EMAIL MARKETING		04 disparos	R\$ 0,00
	AÇÃO PROMOCIONAL		08 dias	R\$ 5.000,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 10.000,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
VIRA VIROU! (VIRADA DE LOTE)	MÍDIAS SOCIAIS		2X POR DIA	R\$ 0,00
	EMAIL MARKETING		02 DISPAROS	R\$ 0,00
	GOOGLE ADWORDS		CAMPANHA	R\$ 10.000,00
	SITE		01 BANNER	R\$ 0,00
ASSISTENTE DE MARKETING		12 meses	ANUAL	R\$ 24.000,00
TOTAL				R\$ 247.185,00