

A sunset over the ocean with a white logo for 'Barco a Vela' and the text 'ESTRATÉGIA & COMUNICAÇÃO'. The sun is low on the horizon, creating a warm glow in the sky and reflecting on the water. The logo features a stylized sailboat icon integrated into the letter 'V' of 'Vela'.

Barco a Vela
ESTRATÉGIA & COMUNICAÇÃO



A AGÊNCIA

1

CONCEITO CRIATIVO

Não somos apenas velejadores, mas também **AVENTUREIROS**. Chamamos de mar o nosso mercado, e o mercado é repleto de oscilações e crises que nos surpreende a cada dia.



É nessa que a agência Barco a Vela entra, usando boas estratégias sem perder o equilíbrio em meio a tantas ondas. Conte conosco, e chegaremos ao destino desejado.

COLABORADORES



DENISE SILVA


PROMOÇÃO
CRIAÇÃO

“Acredito que tudo que plantamos, um dia iremos colher. Por isso na minha vida tento plantar as melhores sementes”.

Tenho orgulho da família que Deus me deu e agradeço a cada ensinamento. Sou grata por quem me tornei e a cada dia busco ser uma pessoa melhor.






MÍDIA **DIEGO**
CARVALHO

**“Você é o único responsável pela sua história”.
Filho, amigo e futuro publicitário! Amante de
boas conversas e novas amizades. Viver
intensamente é lei, e não abro mão disso.
Tentando preencher o briefing da vida, em
busca do meu case de sucesso!**

GUSTAVO SOUSA



CRIAÇÃO
PRODUÇÃO

**“Sou apaixonado pelo que faço até receber uma alteração”.
Os desafios são fundamentais para me fazerem crescer,
por isso eu não espero eles me encontrarem. O significado
do meu nome “Bastão de combate” faz jus aos meus
critérios na busca pelos meus sonhos.**





MÍDIA

JULIANA GODOI

“Extrovertida, risonha e persistente”.

Nesses quatro anos foram essas as características que se destacaram. Acredito que a única barreira que existe está em nós mesmos.

SAMIA LOPES



ATENDIMENTO
PLANEJAMENTO

**“Dar o melhor de si é a sua melhor escolha”.
Ela ama o que faz e todos os dias está disposta a se
desafiar e superar os próprios obstáculos. Sempre tem
uma conquista, que nunca é sorte, mas muita luta!**





ATENDIMENTO

SHIRLEY VIEIRA

“Todos são peças importantes no trabalho em equipe, cada um representa uma pequena parcela do resultado final”.

TATIANE



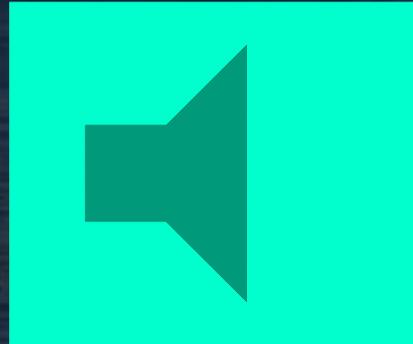
PESQUISA

SANTOS

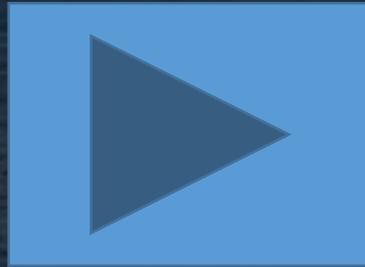
“Você é aquilo que acredita ser.” Virginiana, apaixonada por livros e música. Adora retratar através da escrita, a essência humana, por meio de seus sentimentos.



SPOT INSTITUCIONAL



FILME INSTITUCIONAL





CLIENTE

2

EMPRESA



**BLACK
DOG**

**RAMO
ALIMENTÍCIO**

O MAR NÃO
ESTÁ PRA PEIXE,
ESTÁ PRA DOG.

BLACK DOG.

A nova conquista da agência Barco a Vela.



Barco a Vela
ESTRATÉGIA & COMUNICAÇÃO

agenciabarcoavela.com.br



BRIEFING

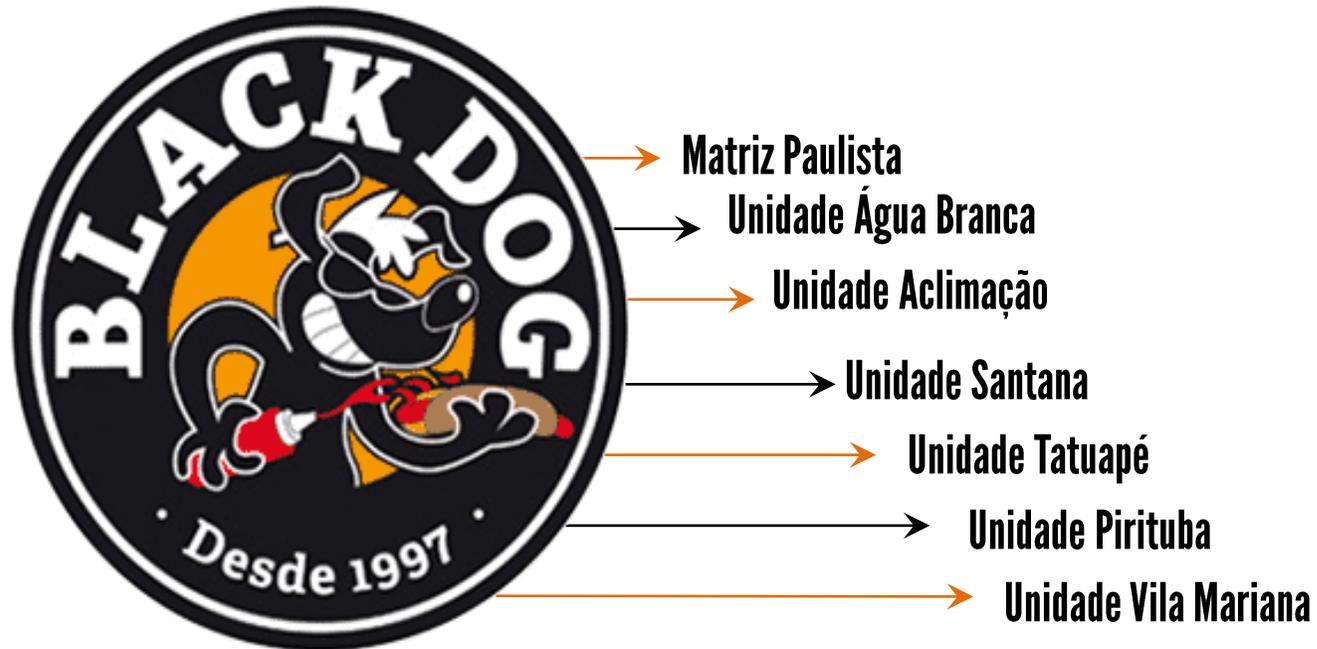
3

BREVE HISTÓRICO



PONTOS DE VENDAS

DOGUERIA



LINHA DE PRODUTOS VARIÁVEIS

**HOT DOG
VEGETARIANO**



HAMBURGUERES



AÇAI



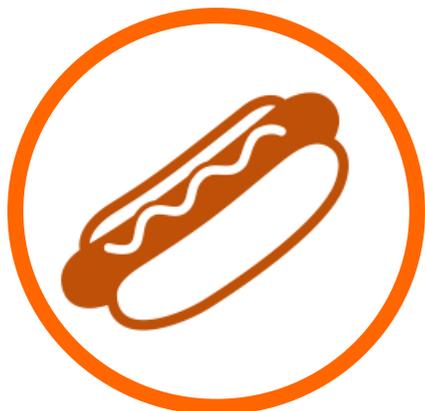
CHURROS



**PRATO
FEITO**



CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS



**OPÇÃO DE LANCHE
SAUDÁVEL**

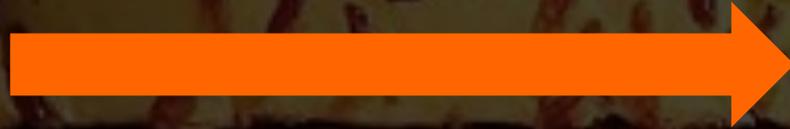


**CLIENTE ESCOLHE
OS INGREDIENTES**



**CLIENTE VISUALIZA O
PREPARO DOS LANCHES**

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS



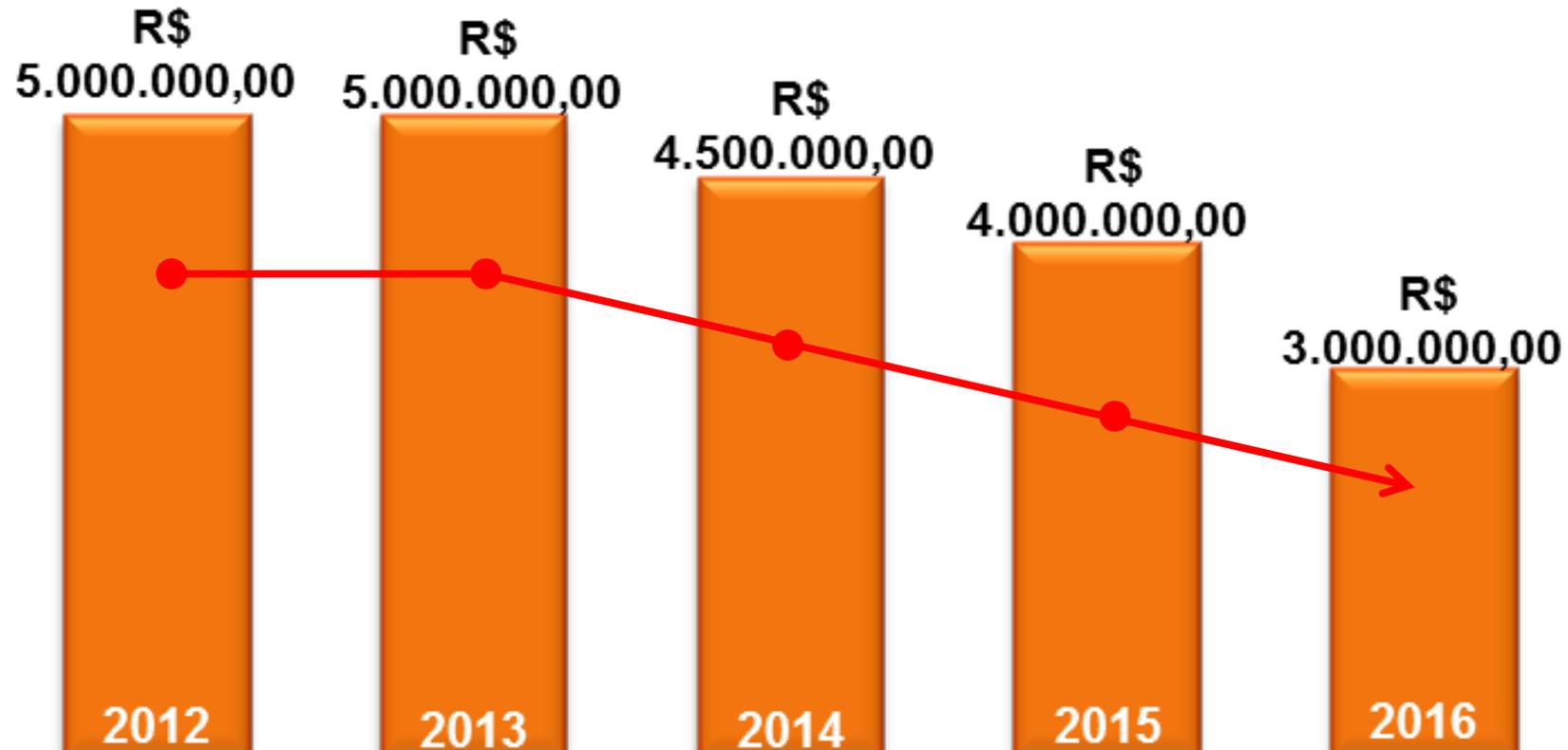
COMER BEM, POR UM PREÇO JUSTO



MONTAR O PRÓPRIO LANCHE

FATURAMENTO – ÚLTIMOS 5 ANOS

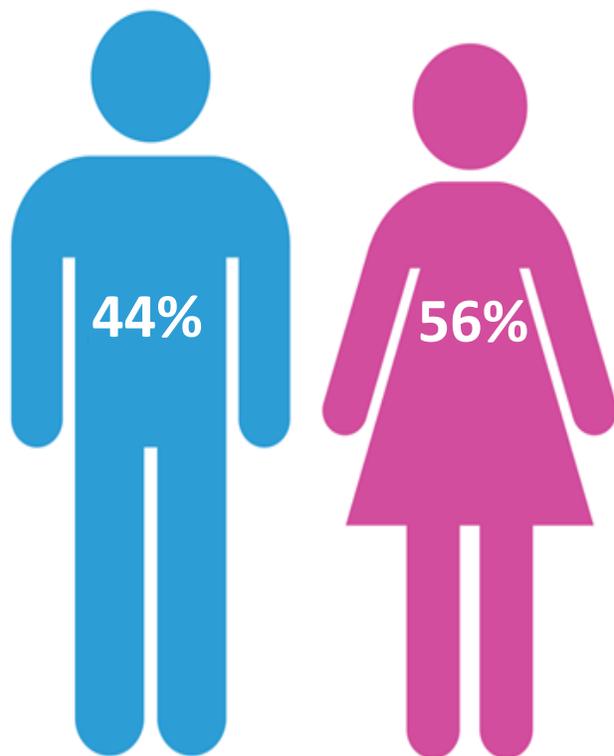
Faturamento Anual – Black Dog



Fonte: Dados fornecidos pelo cliente

Queda de -40% nos últimos 5 anos

PERFIL DEMOGRÁFICO



- ✓ **Primário: 19 a 28 anos**
- ✓ **Secundário: 29 a 38 anos**
- ✓ **CLASSES: B e C**
- ✓ ***Residentes na capital de São Paulo***

PERFIL PSICOGRÁFICO



**VIDA
AGITADA**



**CONQUISTAS
PESSOAIS**



**CRESCIMENTO
PROFISSIONAL**



**SEMPRE
CONECTADAS**



**CURTEM
BARES e BALADAS**



**ASSISTEM SÉRIES
E VÃO AO CINEMA**



**COMIDAS RÁPIDAS
POR BAIXO CUSTO**

TAMANHO DO MERCADO

Distribuição de restaurantes de fast food por região geográfica.

DIVISÃO DE FAST FOOD POR REGIÃO DO BRASIL		
Região	Unidades	%
Sudeste	3.080	58%
Nordeste	774	15%
Sul	656	12%
Centro-Oeste	639	12%
Norte	187	4%
TOTAL	5336	100%



PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

A CATEGORIA DE FAST FOOD
VENDEU 53,7 BILHÕES EM 2014

A BLACK DOG VENDEU
4,5 MILHÕES EM 2014

MARKET SHARE

<1%

CONCORRENTES DIRETOS

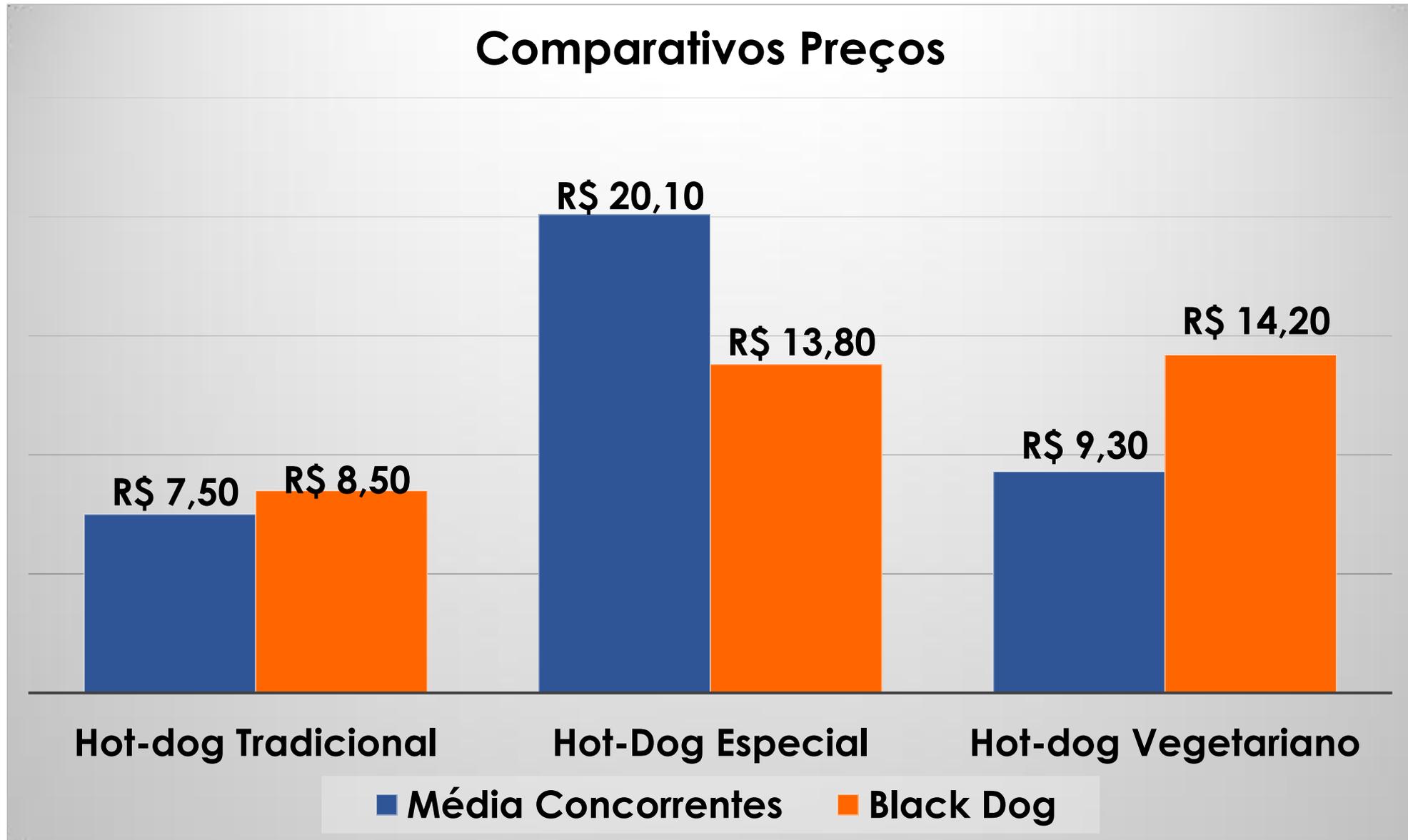


OUTPUTS

OUTPUTS	Peso	Black Dog	Charles Dog	Stop Dog	Monster Dog	IDEAL
1.PRODUTO (3,0)						
Atributos Tangíveis						
Acompanhamentos	2	9	8	7	8	↑ 9
Variedade / Cardápio	1	9	9	7	8	↑ 9
Atributos Intangíveis						
Qualidade dos ingredientes	3	7	8	8	8	↓ 7
Embalagem	1	8	8	9	8	Ok 8
Sabor	3	8	9	7	7	Ok 8
TOTAL PRODUTO	1	8,2	8,4	7,6	7,8	10
2.PREÇO (3,0)						
Preço dos Hot Dogs	4	8	7	6	9	Ok 8
Preço combo	1	8	7	7	9	Ok 8
Preço sobremesas	1	8	7	7	7	Ok 8
Formas de pagamento	2	8	9	9	9	Ok 8
Descontos	2	8	8	8	8	Ok 8
TOTAL PREÇO	1	8	7,6	7,4	8,4	10
3. DISTRIBUIÇÃO (2,0)						
Qtd Pontos de Venda	2	8	6	7	10	Ok 8
Eficácia do delivery	2	7	7	7	8	↓ 7
Acessibilidade do local	1	8	6	7	9	Ok 8
Eficácia do atendimento	3	6	8	7	9	↓ 6
Ambiente	2	7	8	9	6	↓ 7
TOTAL DISTRIBUIÇÃO	10	7,2	7	7,4	8,4	10
4. COMUNICAÇÃO (2,0)						
Mídias utilizadas	2	4	3	7	8	↓ 4
Marca e logotipo	1	8	8	8	8	Ok 8
Combos / promoções	3	7	6	5	6	↓ 7
Exposição dos produtos	2	5	6	6	8	↓ 5
Qualidade das mensagens	2	5	4	7	8	↓ 5
TOTAL COMUNICAÇÃO	10	5,8	5,4	6,6	7,6	10
MÉDIA TOTAL		7,3	7,1	7,2	8	

PREÇOS EM RELAÇÃO AOS CONCORRENTES

Comparativos Preços



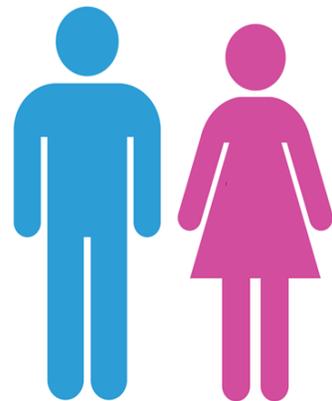


PESQUISA

4

PÚBLICO ALVO

DEMOGRÁFICO



Primário: 19 a 28 anos
Secundário: 29 a 38 anos
CLASSES: B e C

Residentes na capital de São Paulo

PSICOGRÁFICO



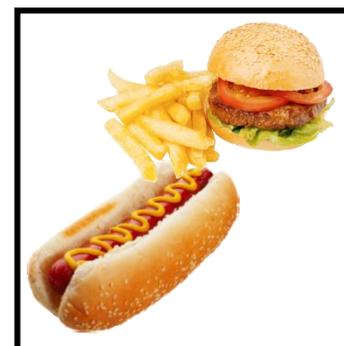
**VIDA
AGITADA**



**CURTEM
BARES e BALADAS**



**SEMPRE
CONECTADAS**



**COMIDAS RÁPIDAS
POR BAIXO CUSTO**

PROBLEMA DE PESQUISA

Fonte: Pesquisa exploratória realizada pela Agência Barco a Vela

Por que os consumidores de fast foods de 19 a 38 anos das classes B e C preferem outras redes de fast foods e não a Black Dog?



OBJETIVOS

**Obter uma compreensão
sobre as hipóteses levantadas
a cerca do problema de
pesquisa**

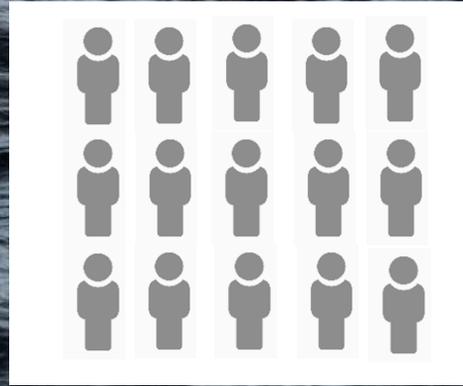
**Identificar a relação do
público alvo com as
demais redes fast foods**

**Entender a percepção do
público com relação
a marca**

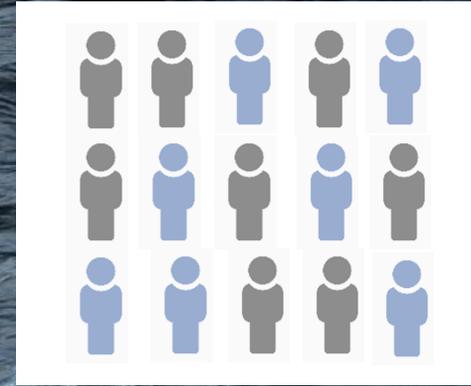
METODOLOGIA QUANTITATIVA



**QUESTIONÁRIO FECHADO
ONLINE E A CAMPO**



**RESPOSTAS
250**



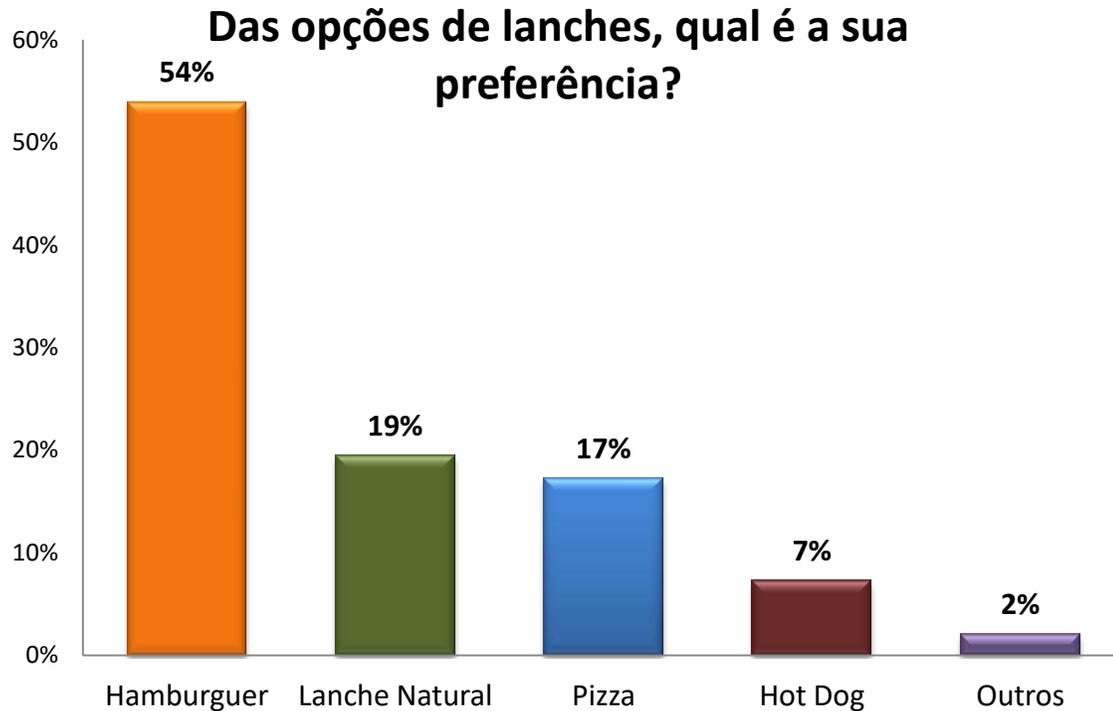
**AMOSTRA
180**



HIPÓTESES

1

O maior percentual do público analisado tem preferência por hamburguerias.

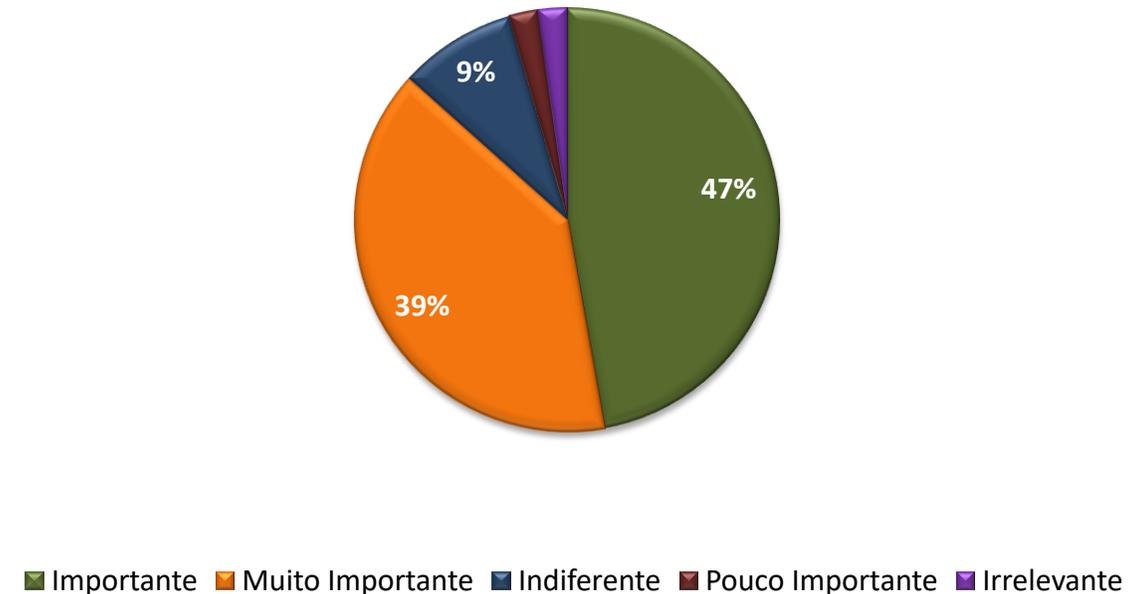


COMPROVADA

2

As demais redes de fast foods estão presentes em todos os lugares, o que torna a marca *top of mind*.

Qual a importância da facilidade de encontrar um Fast Food?



COMPROVADA

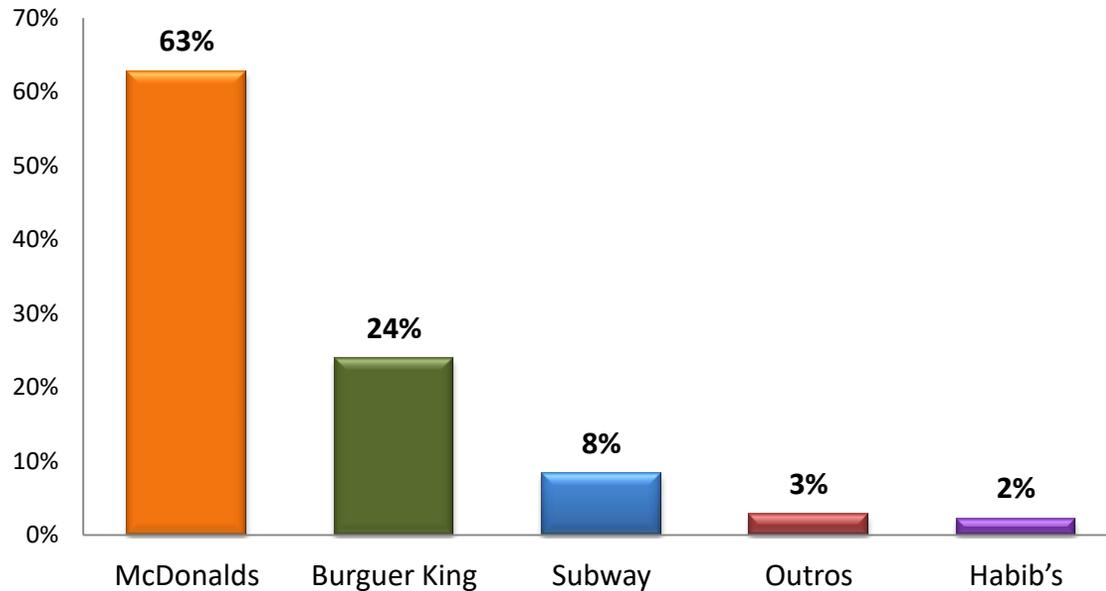
HIPÓTESES

Fonte: Pesquisa realizada pela agência Barco a Vela

3

As grandes marcas de fast foods trabalham continuamente na mídia.

Qual a marca de fast food você mais costuma ver nas mídias?

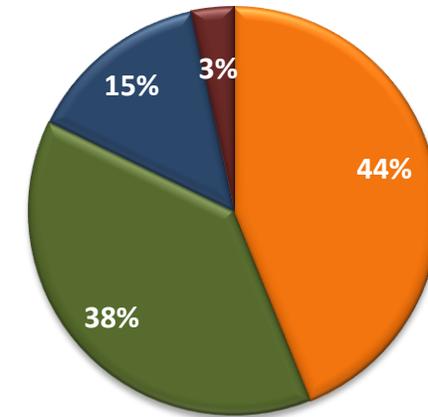


COMPROVADA

4

Os lanches da Black Dog não possuem padronização.

Qual o grau de importância de haver semelhança no sabor dos lanches de uma unidade para outra?



■ Muito Importante ■ Importante ■ Indiferente ■ Pouco Importante

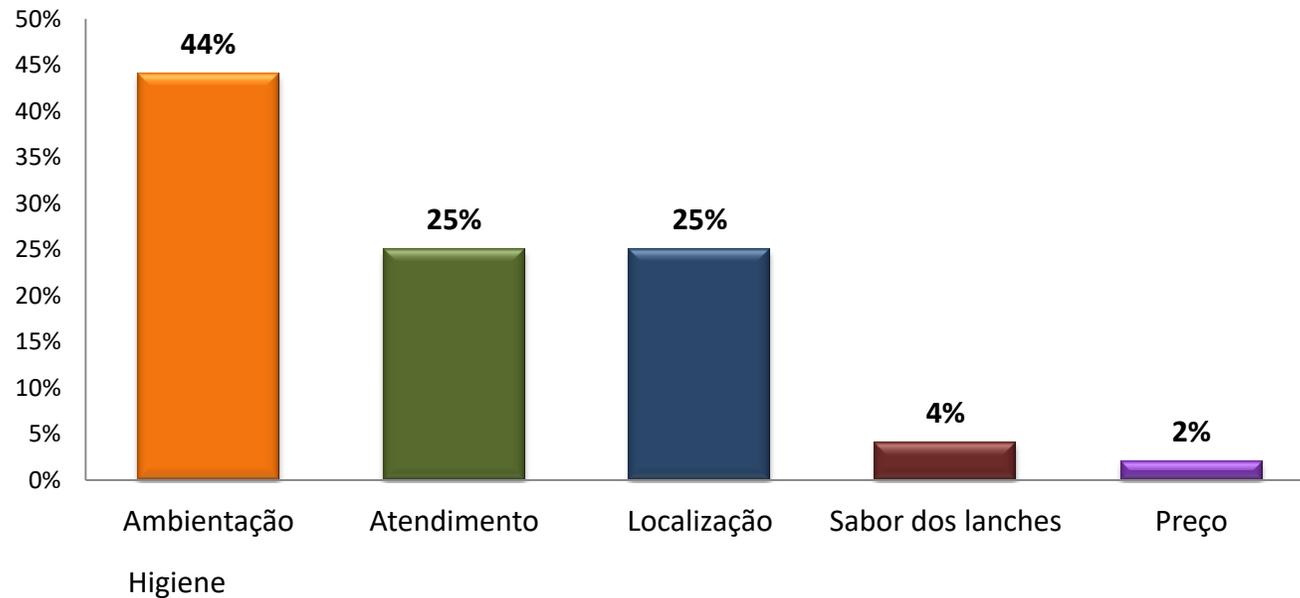
COMPROVADA

HIPÓTESES

5

A Black Dog não se preocupa em manter as lojas com a higiene e limpeza necessárias para um ambiente de alimentação.

O que você MENOS gosta na Black Dog?

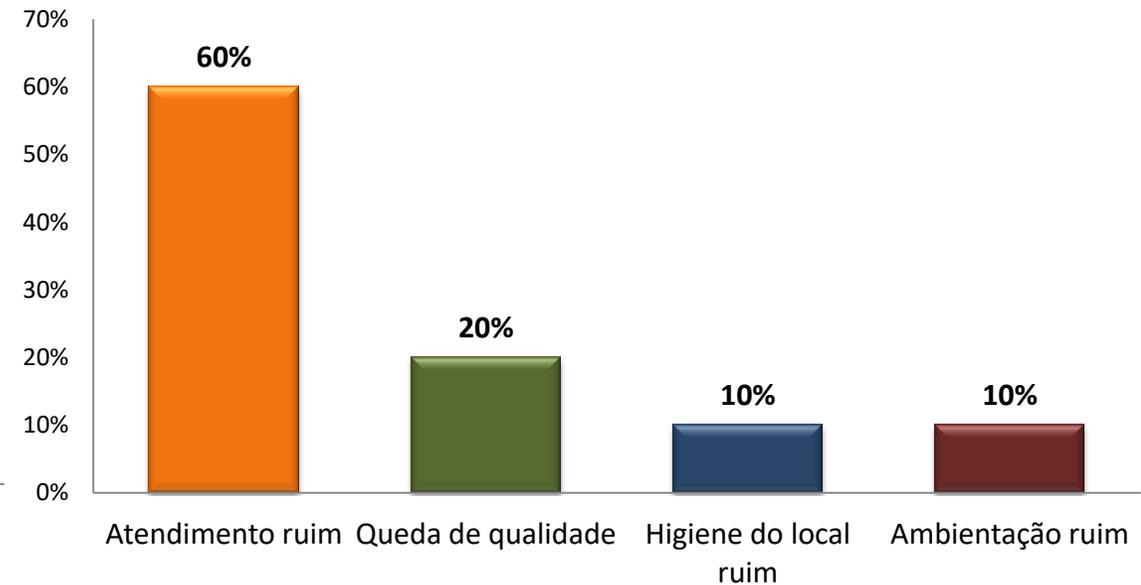


COMPROVADA

6

O atendimento no PDV é ruim.

Por que você deixou de frequentar a Black Dog?



COMPROVADA

ANÁLISE E CONCLUSÕES



1

O maior percentual do público analisado tem preferência por hamburguerias.



2

As demais redes de fast foods estão presentes em todos os lugares, o que torna a marca *top of mind*.



3

As grandes marcas de fast foods trabalham continuamente na mídia.



4

Os lanches da Black Dog não possuem padronização.



5

O atendimento no PDV é ruim.



6

A Black Dog não se preocupa em manter as lojas com a higiene e limpeza necessárias para um ambiente de alimentação.

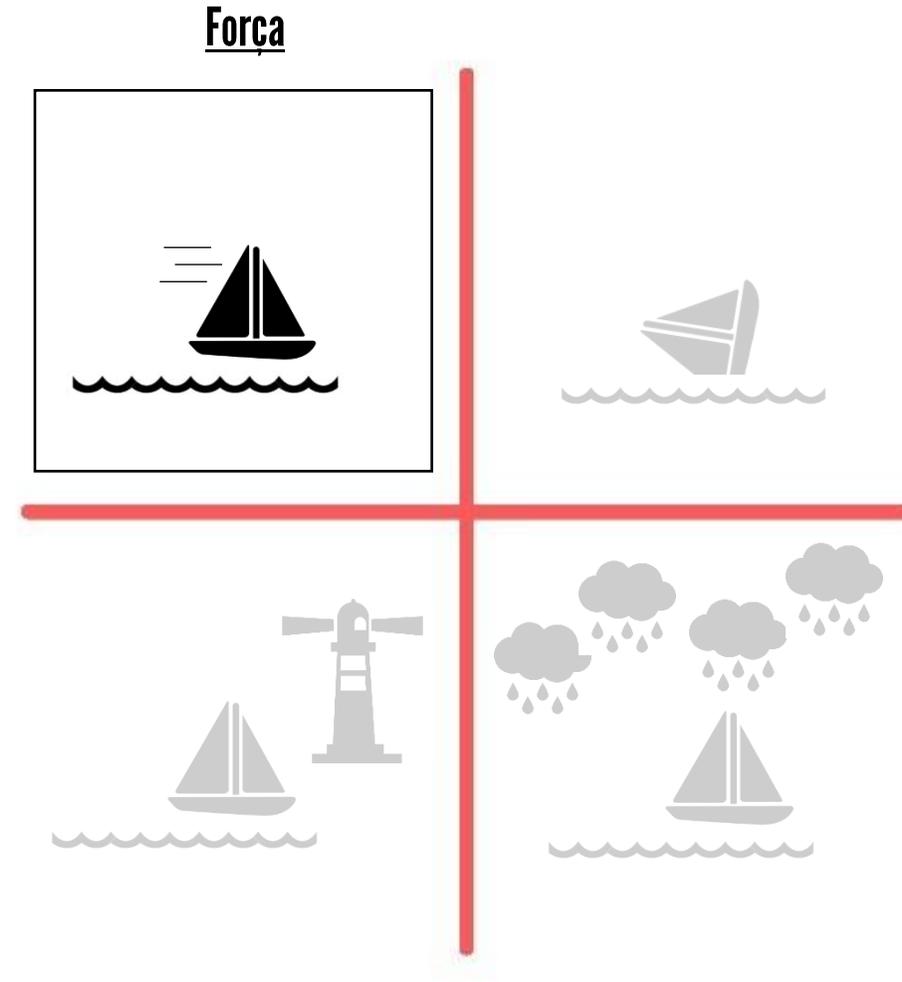


SWOT

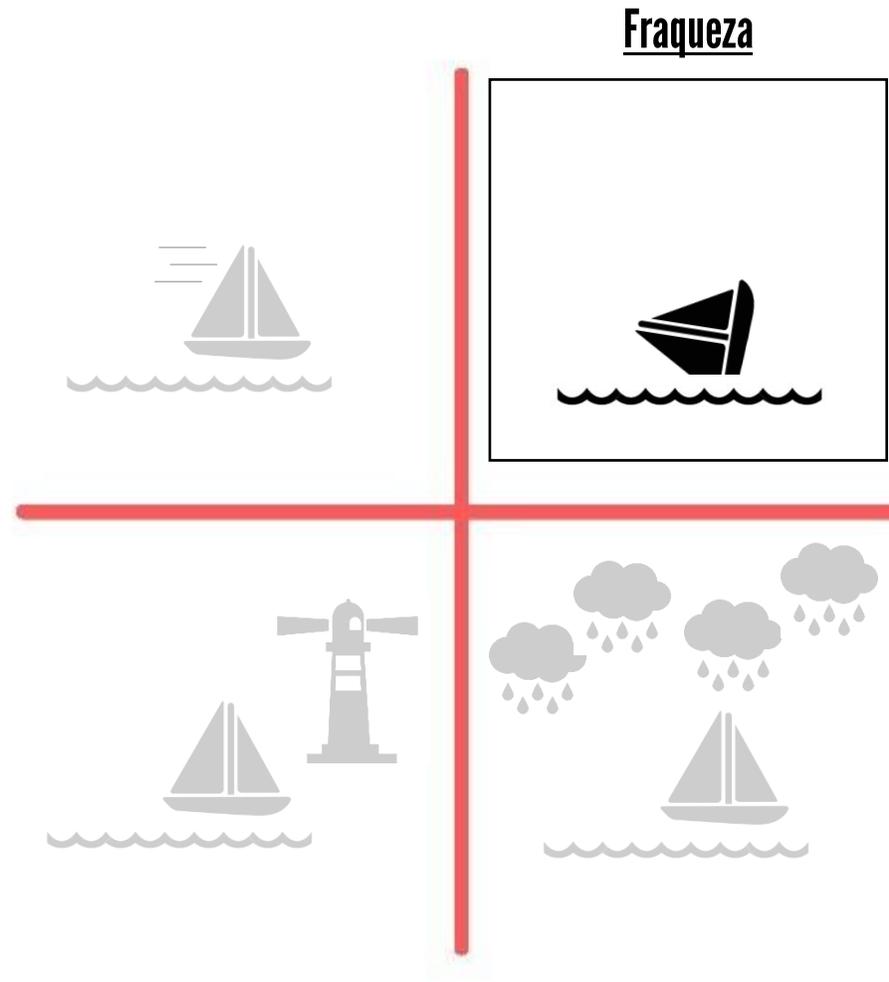
5

PONTOS FORTES

- Variedade de produtos no cardápio (inclui opções saudáveis);
- Boa localização (próximo a grandes comércios);
- Rede de distribuição: telefone (delivery) e aplicativo;
- Cardápio com opção para escolher os ingredientes do lanche;



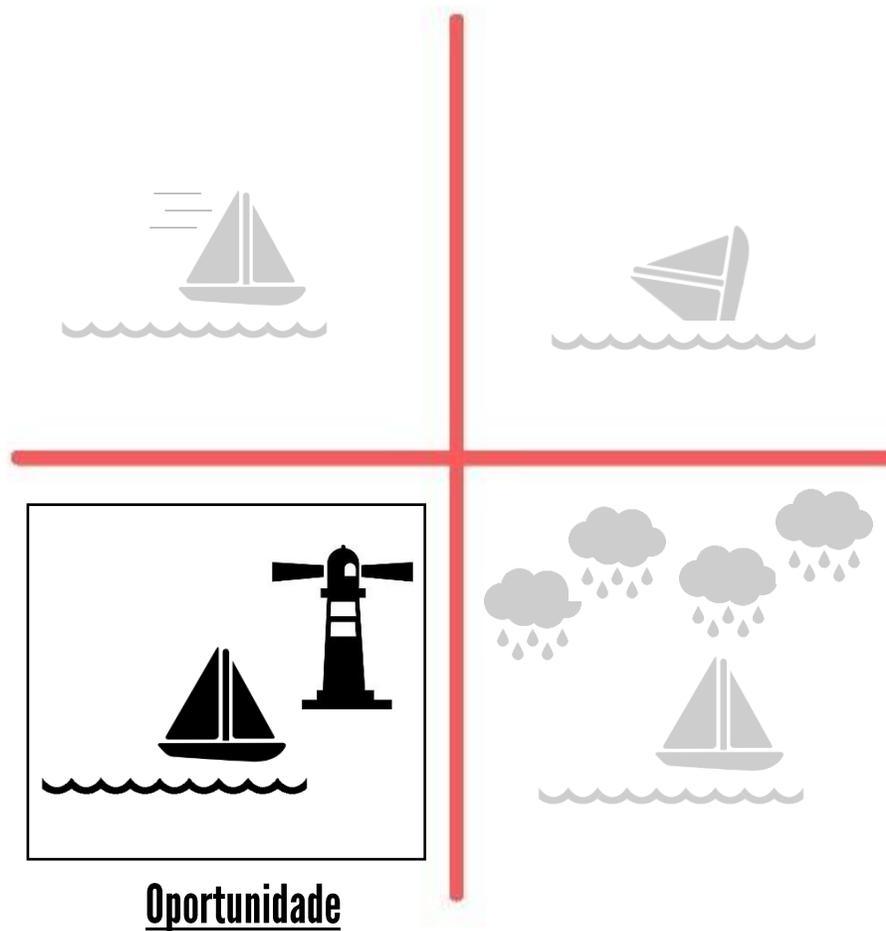
PONTOS FRACOS



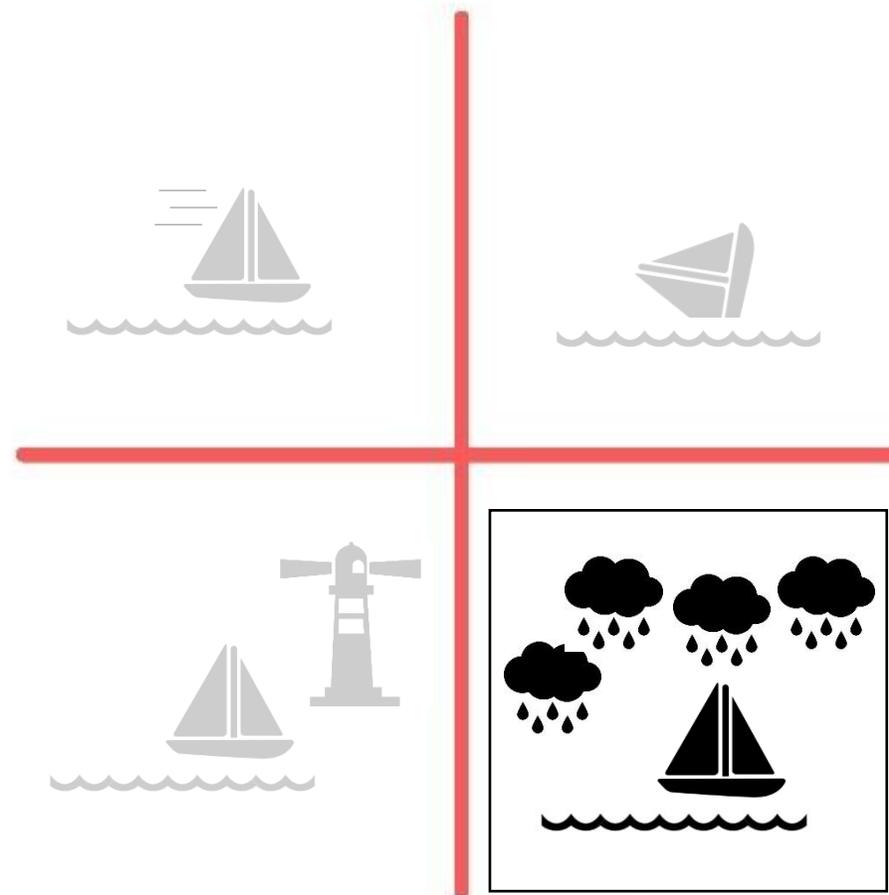
- Lojas sem padronização;
- Baixo investimento em comunicação;
- Instalações inadequadas;
- Funcionários desmotivados;
- Não possui estacionamento nas lojas;
- Desorientação estratégica do negócio;
- Grande taxa de reclamação nas redes sociais;

OPORTUNIDADES

- Mercado de fast foods com grande potencial de crescimento;
- Grande interação das pessoas com as marcas nas redes sociais;
- Parcerias com fornecedores que possuem produtos de qualidade e bem conceituadas no mercado;
- Presença no principal mercado de fast-foods, São Paulo.
- Aumento da tendência de se alimentar fora de casa.



AMEAÇAS



Ameaça

- Operação “Carne Fraca” (JBS/BRF);
- Aumento da taxa de desemprego;
- Queda do poder de consumo da classe C (migração para D e E);
- Mercado com tendências gourmetizadas;

ESTRATÉGIAS DA SWOT

OFENSIVA

CONFRONTO

REFORÇO

DEFENSIVA

OUTPUTS

Forças e Fraquezas	Black Dog	Oportunidade e Ameaças	Black Dog	Tipo de estratégia	Recomendação
FORÇA X OPORTUNIDADE					
Variedade de produtos no cardápio (inclui opções saudáveis).	Força	Aumento da tendência de se alimentar fora de casa	Oportunidade	Estratégia ofensiva	Investir em promoções para divulgar as opções de lanches e atrair os novos clientes que estão em busca de alimentação fora de casa.
Boa localização (próximos a grandes comércios)	Força	Presença no principal mercado de <i>Fast Food</i> . (SP)	Oportunidade	Estratégia ofensiva	Garantir que as lojas esteja organizadas e que todas as unidades tenham o mesmo padrão de qualidade.
Rede de distribuição: telefone delivery e aplicativo.	Força	Mercado de fast foods com grande potencial de crescimento;	Oportunidade	Estratégia ofensiva	Garantir que todos os meios de distribuição utilizados pela Black Dog estejam funcionando, para assim estar preparado para atender o possível crescimento na demanda.

OUTPUTS

FORÇA X FRAQUEZA

Variedade de produtos no cardápio (inclui opções saudáveis).	Força	Mercado com tendências gourmetizadas	Ameaça	Estratégia de Confronto	Aumentar o cardápio oferecendo opções de lanches gourme.
Variedade de produtos no cardápio (inclui opções saudáveis).	Força	Aumento da taxa de desemprego	Ameaça	Estratégia de Confronto	Desenvolver uma ação com a "promoção do dia". Onde cada dia terá um lanche em promoção.
Cardápio com opção para escolher os ingredientes do lanche.	Força	Operação "Carne Fraca" (JBS/BRF)	Ameaça	Estratégia de Confronto	Não ter como fornecedor as empresas que estão sendo investigadas e divulgar no cardápio marcas dos insumos que estão sendo utilizados na produção do lanche.

OUTPUTS

FRAQUEZA X OPORTUNIDADE

Baixo investimento em comunicação.	Fraqueza	Grande interação das pessoas com as marcas nas redes sociais;	Oportunidade	Estratégia de Reforço	Desenvolver ações e interagir com o público nas redes sociais (facebook/instragram)
Grande taxa de reclamação nas redes sociais.	Fraqueza	Grande interação das pessoas com as marcas nas redes sociais;	Oportunidade	Estratégia de Reforço	O responsável pela loja deve estabelecer um dia na semana para responder os questionamentos e reclamações recebidas nas redes sociais.
Lojas sem padronização.	Fraqueza	Presença no principal mercado de fast-foods, São Paulo.	Oportunidade	Estratégia de Reforço	Investir em desenvolvimento de um layout padrão para todas as lojas. Iria facilitar o reconhecimento da marca/PDV.
Desorientação estratégica do negócio.	Fraqueza	Mercado de fast foods com grande potencial de crescimento;	Oportunidade	Estratégia de Reforço	Contratar uma empresa/consultoria especializada para gerir o negócio.

OUTPUTS

FRAQUEZA X AMEAÇA

Instalações inadequadas.	Fraqueza	Operação “Carne Fraca” (JBS/BRF).	Ameaça	Estratégio de Defesa	Trabalhar com fornecedores responsáveis e confiáveis e garantir o armazenamento correto dos alimentos nos PDVs.
Desorientação estratégica do negócio.	Fraqueza	Aumento da taxa de desemprego.	Ameaça	Estratégio de Defesa	Criar um plano de ação estratégico e estar atento ao mercado para se preparar para uma possível queda de vendas decorrente do desemprego
Desorientação estratégica do negócio.	Fraqueza	Queda do poder de consumo da classe C (migração para D e E).	Ameaça	Estratégio de Defesa	Realizar um treinamento para os funcionários das lojas, garantindo que eles estejam preparados para atender todos os tipos de públicos.



PLANO

DE

MARKETING

MARKETING

6

ESTRATÉGIAS

Para alcançar os objetivos de marketing foram criadas as estratégias abaixo.

DISTRIBUIÇÃO

- ✓ LOJA FÍSICA
- ✓ TELEFONE
- ✓ APLICATIVOS

TRADE

- ✓ AÇÕES PROMOCIONAIS NO PONTO DE VENDA

PÚBLICO ALVO

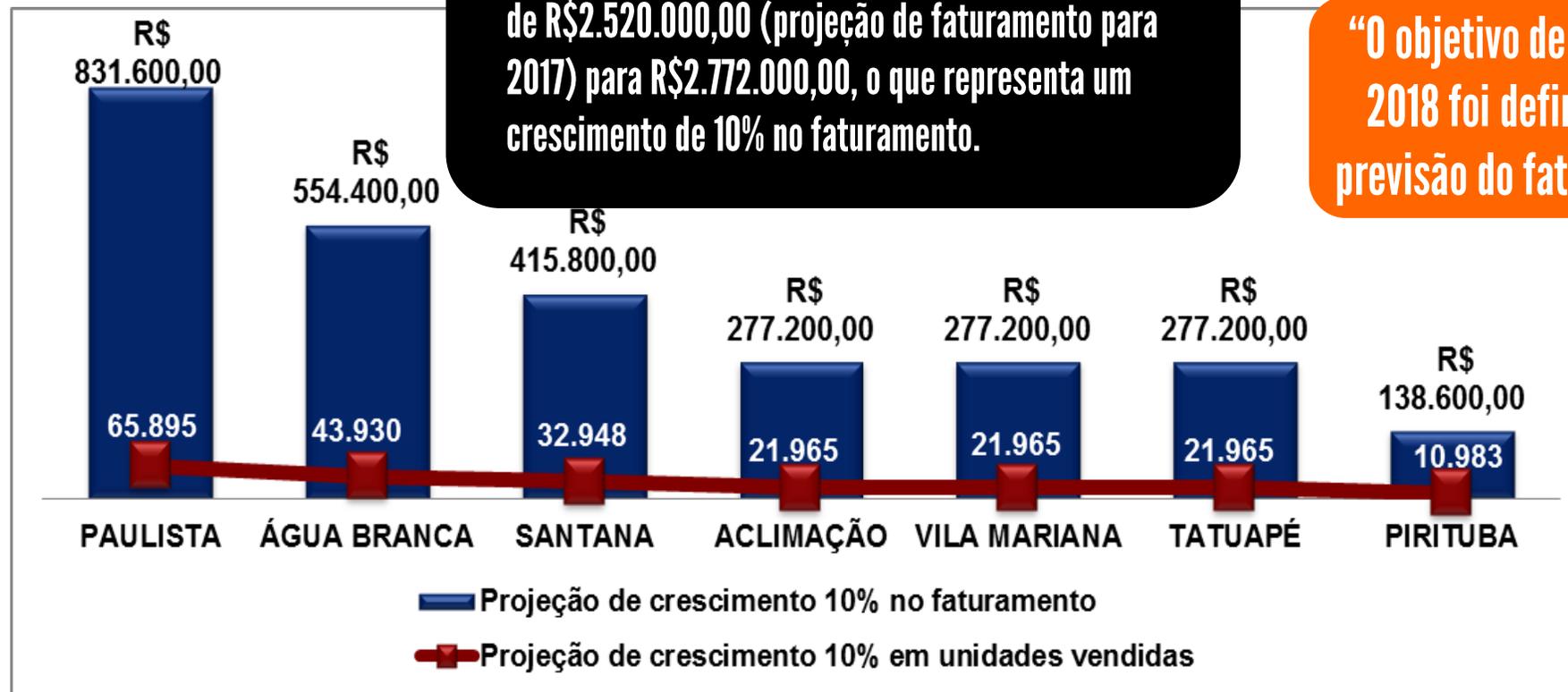
- ✓ AÇÕES VOLTADAS PARA O PERFIL DO TARGET

OBJETIVO DE MARKETING

QUANTITATIVO

O objetivo quantitativo para a Black Dog é aumentar de R\$2.520.000,00 (projeção de faturamento para 2017) para R\$2.772.000,00, o que representa um crescimento de 10% no faturamento.

“O objetivo de faturamento para 2018 foi definido com base na previsão do faturamento de 2017”



OBJETIVO DE MARKETING

QUALITATIVO

**Melhorar e fortalecer a
imagem da marca no mercado.**



PLANO DE COMUNICAÇÃO

7

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

**Apresentar a marca para
novos consumidores**

Reaproximar antigos consumidores

**Consolidar a marca Black Dog
na mente do consumidor**

COMUNICAÇÃO - ESTRATÉGIAS

PROPAGANDA

**DIVULGAÇÃO PARA
ATINGIR PÚBLICO ALVO**

PROMOÇÃO

**INCENTIVAR O
CONSUMIDOR PARA
ACELERAR AS VENDAS**

INTERNET

**COMUNICAÇÃO PELO
MEIO DIGITAL PARA
VIABILIZAR A MENSAGEM
RÁPIDA E INTERATIVA**

POSICIONAMENTO



A campanha fará com que a marca volte a ser reconhecida no mercado de doguerias, que o atendimento, a qualidade dos produtos e o próprio ambiente sejam atrativos e agradáveis para os consumidores.



TEMA



Desafie-se

O intuito é despertar nos consumidores a curiosidade para conhecer os produtos da marca, através de, um convite subjetivo com a ideia de competição.

CONCEITO



DESAFIE A SUA FOME

“DESAFIE A SUA FOME”

Pretende-se incitar a curiosidade e vontade do público à conhecer os produtos da marca, estimulando-os através do conceito desafio.





criação,

8

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

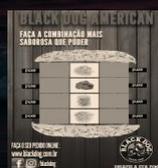
BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

JULHO



SETEMBRO



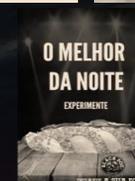
FEV/NOV



MARÇO



JULHO



MÍDIA ALTERNATIVA

MÍDIA DIFERENCIADA

MÍDIA INEXISTENTE

AÇÃO 1

AÇÃO 2

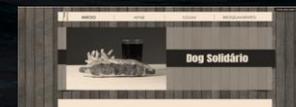
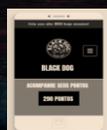
AÇÃO 3

AÇÃO 4

AÇÃO 5

AÇÃO 6

AÇÃO 7



AGOSTO

JAN/DEZ

FEVEREIRO

JUNHO

SETEMBRO

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

CONCEITO



DESAFIE A SUA FOME

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

ANÚNCIO DE REVISTA – OPÇÃO 1

HOT DOG AMERICAN MONTE O SEU

CHEDDAR



O desafio é você decidir qual ingrediente escolher.

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br



DESAFIE A SUA FOME

COMO CHEGAR AS MENTAWAI

HOT DOG AMERICAN MONTE O SEU

**A LOCALIZAÇÃO DO DESTINO
FORMAS DE SEUS MONTAR**

P Para os amantes que se sentem atraídos por um desafio, nada mais divertido do que se aventurar em um destino tão remoto quanto Mentawai. O local é conhecido por ser um dos mais paradisíacos do mundo, com praias de areia branca e águas cristalinas. A ilha é conhecida por ser um dos melhores destinos para quem busca um pouco de aventura e relaxamento. Para quem deseja conhecer o local, é necessário fazer um voo direto de Jakarta para o destino. O voo é realizado pela Garuda Indonesia e custa cerca de R\$ 1.500,00. A ilha é conhecida por ser um dos melhores destinos para quem busca um pouco de aventura e relaxamento. Para quem deseja conhecer o local, é necessário fazer um voo direto de Jakarta para o destino. O voo é realizado pela Garuda Indonesia e custa cerca de R\$ 1.500,00.

O desafio é você decidir qual ingrediente escolher.

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br



DESAFIE A SUA FOME

Título: Hot Dog American – Monte o seu
Formato: 21cm x 28cm
Página Simples

ANÚNCIO DE REVISTA – OPÇÃO 2



CHURROS BROWN

O CHURROS QUE VOCÊ NÃO RESISTE

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br

  /blackdog



DESAFIE A SUA FOME



Título: O churros que você não resiste
Formato: 21 cm x 28cm
Página Simples

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

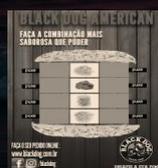
BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

ANÚNCIO DE JORNAL – OPÇÃO 1

SAIBA O QUE TE AGUARDA DEPOIS DO NOSSO DOGÃO

CHURROS COM RECHEIO DE DOCE DE LEITE

AÇAÍ COM BANANA E MORANGO

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br

/blackdog

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME

JORNAL CINFOAM

Imóveis 10 |

SAIBA O QUE TE AGUARDA DEPOIS DO NOSSO DOGÃO

CHURROS COM RECHEIO DE DOCE DE LEITE

AÇAÍ COM BANANA E MORANGO

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br

/blackdog

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME

Título: Saiba o que te aguarda depois do nosso dogão
Formato: 32cm x 56cm

ANÚNCIO DE JORNAL – OPÇÃO 2

**A BLACK DOG TAMBÉM
PEGA LEVE**

DOG VEGETARIANO

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br

  /blackdog


DESAFIE A SUA FOME

**A BLACK DOG TAMBÉM
PEGA LEVE**

DOG VEGETARIANO

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br

  /blackdog


DESAFIE A SUA FOME

Título: A black dog também pega leve
Formato: 32cm x 56cm

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

ENCARTE DE REVISTA – OPÇÃO 1

BLACK DOG AMERICAN

FAÇA A COMBINAÇÃO MAIS SABOROSA QUE PUDER

puxe

puxe

puxe

puxe

puxe

puxe

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br

/blackdog

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME.



Título: Black Dog American

Formato: 21 cm x 28cm

Página Simples

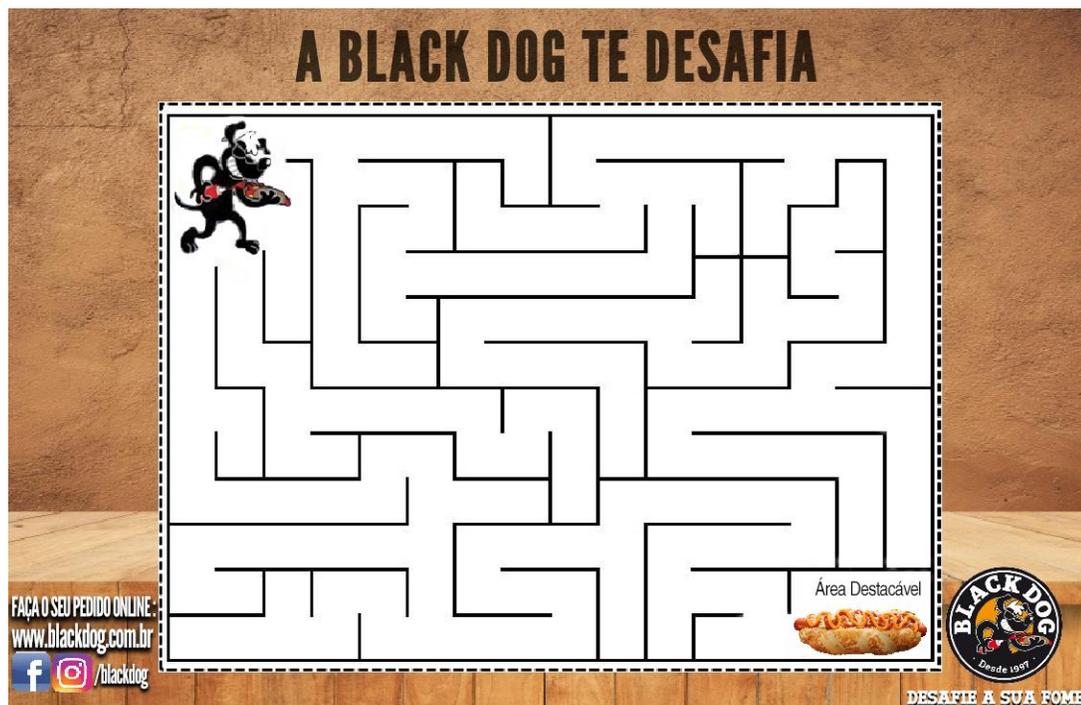
O leitor consegue ver as opções de ingredientes ao puxar as abas do encarte

ENCARTE DE REVISTA – OPÇÃO 2

Título: A black dog te desafia

Formato: 40cm x 26cm

Página Dupla



PARTE 1



PARTE 2

ENCARTE DE REVISTA – OPÇÃO 2 - APLICADO



* O encarte apresenta duas fases. Na fase 1 o leitor preenche o labirinto e ao chegar no destino há uma mensagem para abrir o encarte e ir à fase 2.*

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

CINTA DE JORNAL – OPÇÃO 1



Título: Recarregue suas energias ao “maximus”
Formato: 06cm x 26cm
Material Plástico

CINTA DE JORNAL – OPÇÃO 1 - FUNÇÃO



CINTA DE JORNAL – OPÇÃO 2

Título: Institucional
Formato: 06cm x 26cm
Papel Cartão – Logotipo como Post it



CINTA DE JORNAL – OPÇÃO 2 - FUNÇÃO



JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

BANNER EXPANSÍVEL – OPÇÃO 1

Título: Desafie-se

Retraído: 25,68cm x 3,18cm

Expandido: 25,68 x 10,58cm



DESAFIE-SE
SE TIVER CORAGEM

CLIQUE AQUI E
SAIBA ONDE DESAFIAR
O NOSSO BLACK BURGUER

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME.

The banner features a close-up photograph of a Black Dog Burger. The burger is stacked with a sesame seed bun, a thick beef patty, a slice of melted yellow cheese, a strip of cooked bacon, another beef patty, and fresh green lettuce. A circular logo for 'BLACK DOG' is overlaid on the bottom right of the burger, featuring a cartoon black dog and the text 'Desde 1997'. The background is dark, making the burger stand out.

BANNER EXPANSÍVEL – OPÇÃO 2

Título: Duvidamos você resistir
Retraído: 25,68cm x 3,18cm
Expandido: 25,68 x 10,58cm

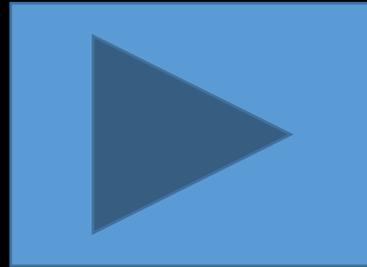
**DUVIDAMOS
VOCÊ RESISTIR**

CLIQUE AQUI
PARA SABER ONDE ENCARAR
O NOSSO AÇAÍ **AFRODISÍACO**



DESAFIE A SUA FOME.

BANNER EXPANSÍVEIS - SIMULAÇÃO



JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

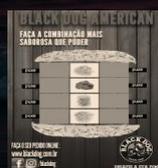
BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

BANNER ANIMADO – OPÇÃO 1

Google

Procuo por desafios

Todas Imagens Vídeos Notícias Maps Mais Config

Aproximadamente 471.000 resultados (0,27 segundos)

Imagens de Procuo por desafios

QUEM PROCURA SEMPRE ACHA

Procuo no
<https://www.linkedin.com/pulse/procuo-novos-desafios-zacarias-carlos>
1 de out de 2016 - À empresas que nao apresentam contratos dos seus trabalhadores actualizados ,
eis a oportunidade, prestamos serviços ao domicilio: 1-LEI ...

na Parra ...
moto
QUE

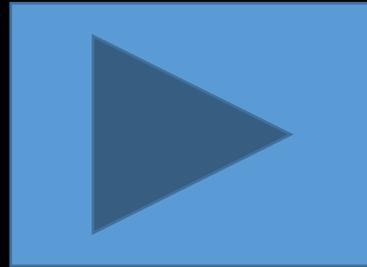
**SE É DESAFIO O QUE VOCÊ PROCURA, ENTÃO
CLIQUE AQUI E CONFIRA OS NOSSOS ENDEREÇOS**

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME.

Título: Quem procura
sempre acha
Formato: 125cm x 125cm

BANNER ANIMADO – OPÇÃO 1 - SIMULAÇÃO



BANNER ANIMADO – OPÇÃO 2

VAI ENCARAR?

CLIQUE AQUI E SAIBA COMO
DESAFIAR A SUA FOME

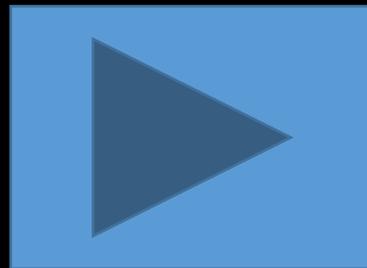


DESAFIE A SUA FOME

Título: Vai encarar?

Formato: 125cm x 125cm

BANNER ANIMADO – OPÇÃO 2 - SIMULAÇÃO



JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

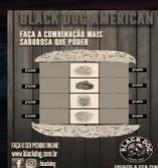
BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

OUTDOOR – OPÇÃO 1

O SEU DESAFIO É COMER O
MAXIMUS QUE PUDER.



DESAFIE A SUA FOME.

OUTDOOR – OPÇÃO 1 - APLICADO



Título: O seu desafio é comer o maximus que puder

Formato: 48cm x 16cm

OUTDOOR – OPÇÃO 2

**ESCOLHA O SEU DESAFIO
NA BLACK DOG**



DESAFIE A SUA FOME.

OUTDOOR – OPÇÃO 2 - APLICADO



Título: Escolha o seu desafio na Black Dog

Formato: 48cm x 16cm + aplique

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

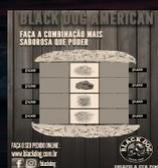
BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

SPOT COMERCIAL – CLIENTE

JANEIRO

MARÇO

ABRIL

JUNHO



DESAFIE A SUA FOME



PEÇA
CONCEITO

REVISTA

JORNAL

ENCARTE
REVISTA

CINTA
JORNAL

BANNER
EXPANSÍVEL

BANNER
ANIMADO

OUTDOOR

SPOT
CLIENTE

FILME
CLIENTE



JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

MAIO

JUNHO

FILME COMERCIAL – CLIENTE

JULHO



SETEMBRO



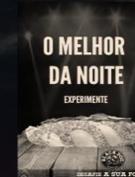
FEV/NOV



MARÇO



JULHO



MÍDIA ALTERNATIVA

MÍDIA DIFERENCIADA

MÍDIA INEXISTENTE

AÇÃO 1

AÇÃO 2

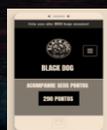
AÇÃO 3

AÇÃO 4

AÇÃO 5

AÇÃO 6

AÇÃO 7



AGOSTO

JAN/DEZ

FEVEREIRO

JUNHO

SETEMBRO

MÍDIA ALTERNATIVA – OPÇÃO 1

Título: Pra quem realmente está com fome
Formato: 2,16 m x 1,07 m

**PRA QUEM REALMENTE
ESTÁ COM FOME.**



FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br



DESAFIE A SUA FOME.

MÍDIA ALTERNATIVA – OPÇÃO 1 - APLICADO

**PRA QUEM REALMENTE
ESTÁ COM FOME.**

A man in a dark suit and glasses is holding a massive hotdog that is nearly as tall as he is. The hotdog is topped with melted cheese, mustard, and ketchup. The man is smiling and looking at the camera.

FAÇA O SEU PEDIDO ONLINE:
www.blackdog.com.br

  /blackdog

The logo for Black Dog, featuring a black dog's head in a circular frame with the text "BLACK DOG" and "Desde 1991".

DESAFIE A SUA FOME.

MÍDIA ALTERNATIVA – OPÇÃO 2

Título: Você e o seus amigos ficarão
desacreditados
Formato: 0,75m x 0,60m

VOCÊ E O SEUS AMIGOS FICARÃO DESACREDITADOS.



Alameda Joaquim Eugênio de Lima, 612
Jardim Paulista - SP
01403-001



DESAFIE A SUA FOME.

MÍDIA ALTERNATIVA – OPÇÃO 2 - APLICADO

VOCÊ E OS SEUS AMIGOS FICARÃO DESACREDITADOS.



Av.ameda Leopoldo Engenheiro da Lima, 612
Vargem Paulista - SP
01403-001

  /blackdog



DESAFIE A SUA FOME.

Jd. Bela Vista
Thomas A. Edson
Rua Thomas A. Edson
CEP 13076-417

Jd. Bela Vista
Leonardo da Vinci
Rua Leonardo da Vinci
CEP 13076-410

JULHO



SETEMBRO



FEV/NOV



MARÇO



JULHO



MÍDIA ALTERNATIVA

MÍDIA DIFERENCIADA

MÍDIA INEXISTENTE

AÇÃO 1

AÇÃO 2

AÇÃO 3

AÇÃO 4

AÇÃO 5

AÇÃO 6

AÇÃO 7



AGOSTO

JAN/DEZ

FEVEREIRO

JUNHO

SETEMBRO

MÍDIA DIFERENCIADA

Formato: Apliques reforçados com suportes encaixados na parte externa da passarela
Área de espaço: 10m



JULHO



SETEMBRO



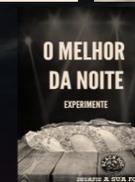
FEV/NOV



MARÇO



JULHO



MÍDIA ALTERNATIVA

MÍDIA DIFERENCIADA

MÍDIA INEXISTENTE

AÇÃO 1

AÇÃO 2

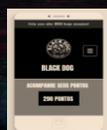
AÇÃO 3

AÇÃO 4

AÇÃO 5

AÇÃO 6

AÇÃO 7



AGOSTO

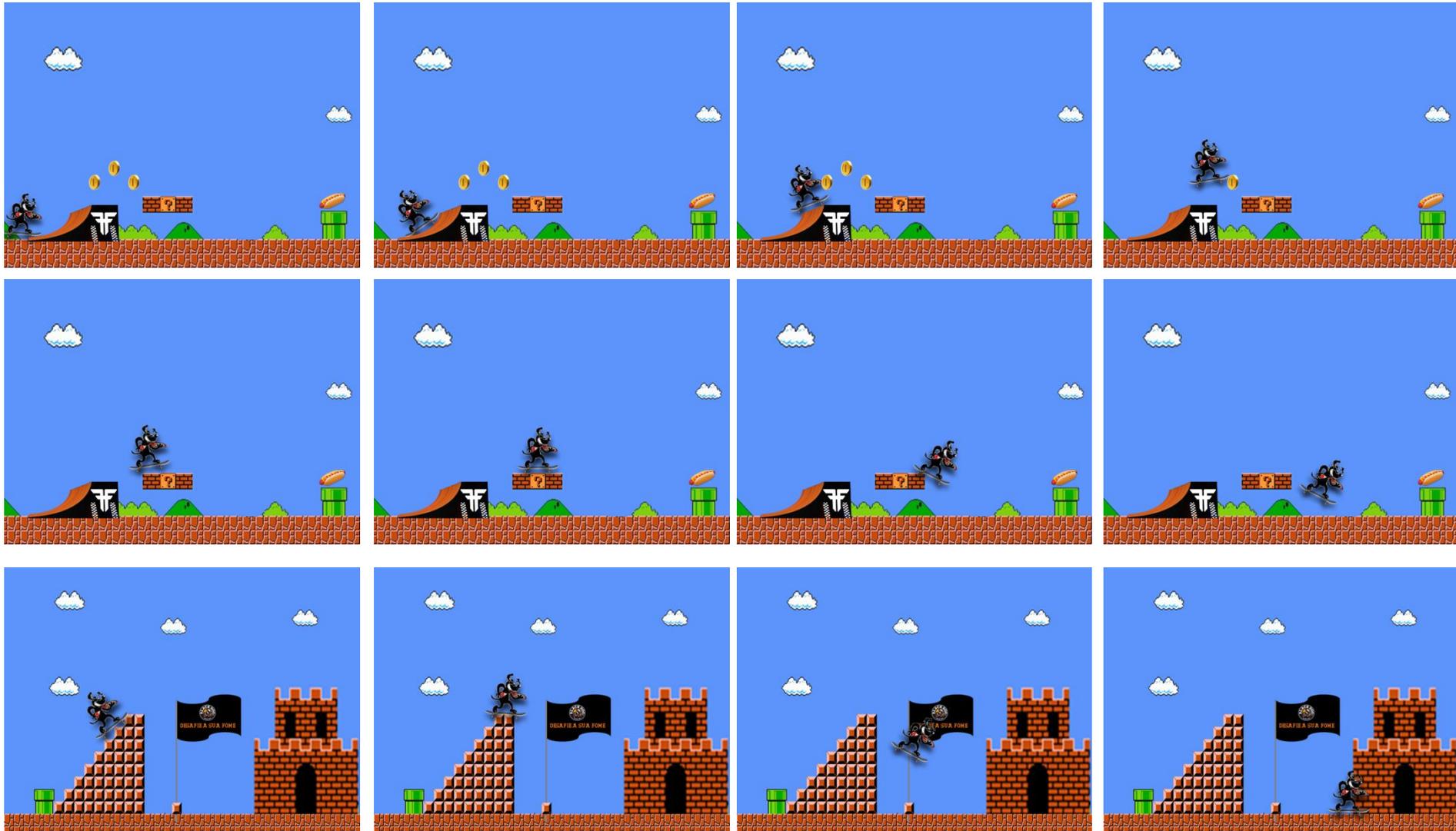
JAN/DEZ

FEVEREIRO

JUNHO

SETEMBRO

MÍDIA INEXISTENTE – TELAS



MÍDIA INEXISTENTE – APLICADO

Título: Super Black Dog
Formato: Laterais adesivadas
Área de espaço: 10m



JULHO



SETEMBRO



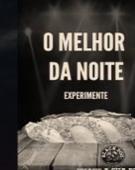
FEV/NOV



MARÇO



JULHO



MÍDIA ALTERNATIVA

MÍDIA DIFERENCIADA

MÍDIA ELEMÍDIA

AÇÃO 1

AÇÃO 2

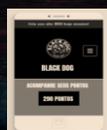
AÇÃO 3

AÇÃO 4

AÇÃO 5

AÇÃO 6

AÇÃO 7



AGOSTO

JAN/DEZ

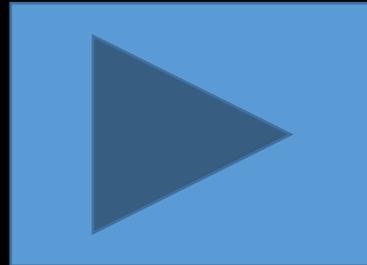
FEVEREIRO

JUNHO

SETEMBRO

ELEMÍDIA

Título: O seu desafio é comer o maximus que puder
Formato: Digital – 15 polegadas – 10 segundos





**PLANO
DE
PROMOÇÃO** 9

PROBLEMAS QUE A PROMOÇÃO DEVE RESOLVER

1

A pouca
exposição
da marca
no setor

2

A falta de
conhecimento/
experiência do
público com
a marca

3

O consumo
esporádico

4

Falta de
comunicação
que desmotiva
os funcionários

5

A queda
nas vendas
conforme
histórico dos
últimos anos

OBJETIVOS DE PROMOÇÃO

1 - Estimular as vendas através das estratégias promocionais;

3 - Impulsionar o aumento de participação de mercado;

5 - Desenvolver ações para fidelização dos clientes.



7 - Conquistar uma boa posição e destaque no segmento de Dogueria;

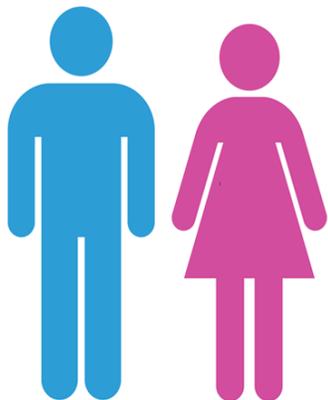
2 – Proporcionar experiências positivas ao consumidor;

4 – Entender os consumidores buscando novas oportunidades para atraí-los assertivamente.

6 - Elevar e registrar o valor da marca na mente das pessoas;

PÚBLICO ALVO - PROMOÇÃO

DEMOGRÁFICO



Primário: 19 a 28 anos
Secundário: 29 a 38 anos

Público interno

CLASSES: B e C

Residentes na capital de São Paulo

PSICOGRÁFICO



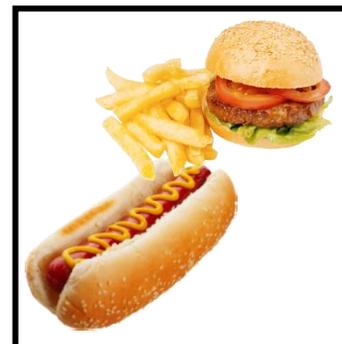
**VIDA
AGITADA**



**CURTEM
BARES e BALADAS**



**SEMPRE
CONECTADAS**



**COMIDAS RÁPIDAS
POR BAIXO CUSTO**

ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO

- PULL** 1 - Programa de fidelidade
- PUSH** 2 – Premiação para funcionários
- PULL** 3 - Cupom eletrônico
- PULL** 4 - Concurso
- PULL** 5 - Prêmio
- PULL** 6 – Brand experience
- PULL** 7 - Marketing Social

AÇÃO 1 – PROGRAMA DE FIDELIDADE - PULL

Tema: Você é especial para Black Dog.

Público: Primário e secundário, com idades entre 19 a 39 anos.

Objetivo: Criar relacionamento com os consumidores que se identificam com a marca, para que sejam eles “advogados” da Black Dog.

Área de abrangência: A ação será feita na cidade de São Paulo, onde se concentram 100% dos PDVs da Black Dog.

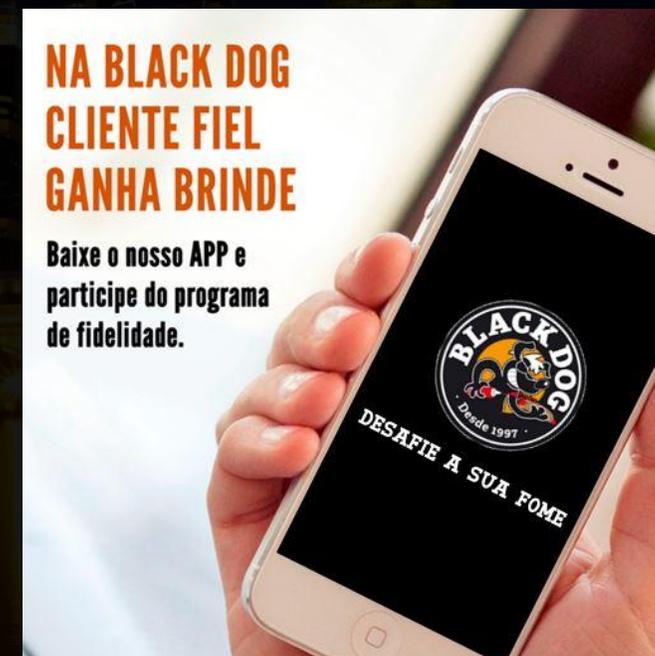
Período da promoção: 15 de janeiro a 16 de dezembro de 2018, duração de 11 meses.

Mecânica: A Black terá um tablet no balcão que permite que o consumidor cadastre o CPF para acumular pontos com as compras realizadas. A cada 300 pontos acumulados, o consumidor pode resgatar um prêmio da Black Dog.

300 refrigerante/ 600 churros/ 900 açaí.

Quando o consumidor resgata qualquer um dos prêmios a pontuação é zerada.

Se o consumidor acumular 1.000 pontos ele tem direito a um prêmio especial , o lanche + fritas + bebida + sobremesa.



APLICATIVO

Título: Programa de fidelidade – Black Dog
Formato: 750 x 1334 px (Padrão)
Base Wix

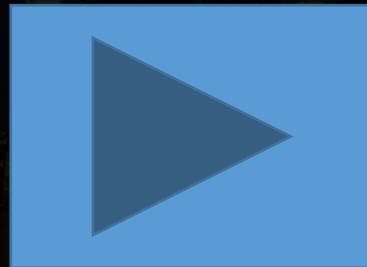


TABLE TENT

PROGRAMA DE FIDELIDADE

**VOCÊ É ESPECIAL
PARA BLACK DOG**

Cadastre seu CPF no nosso APP, acumule pontos e troque por deliciosos brindes.



DESAFIE A SUA FOME

Título: Programa de fidelidade – Black Dog
Formato: 9x13,5 cm - Base 8cm

PROGRAMA DE FIDELIDADE

**VOCÊ É ESPECIAL
PARA BLACK DOG**

Cadastre seu CPF no nosso APP, acumule pontos e troque por deliciosos brindes.



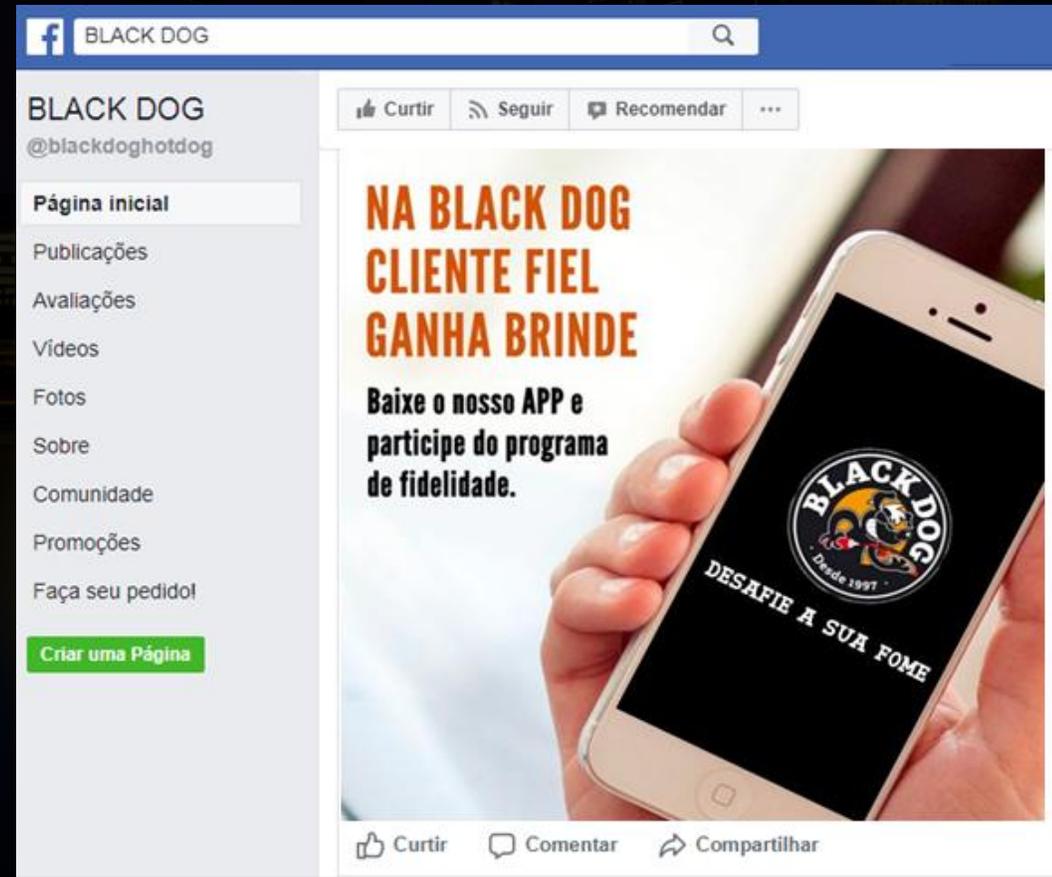
DESAFIE A SUA FOME



POST FACEBOOK



Título: Programa de fidelidade – Black Dog
Formato: 1200x630 px



AÇÃO 2 – PREMIAÇÃO PARA FUNCIONÁRIO - PUSH

Tema: Equipe unida, jamais será vencida.

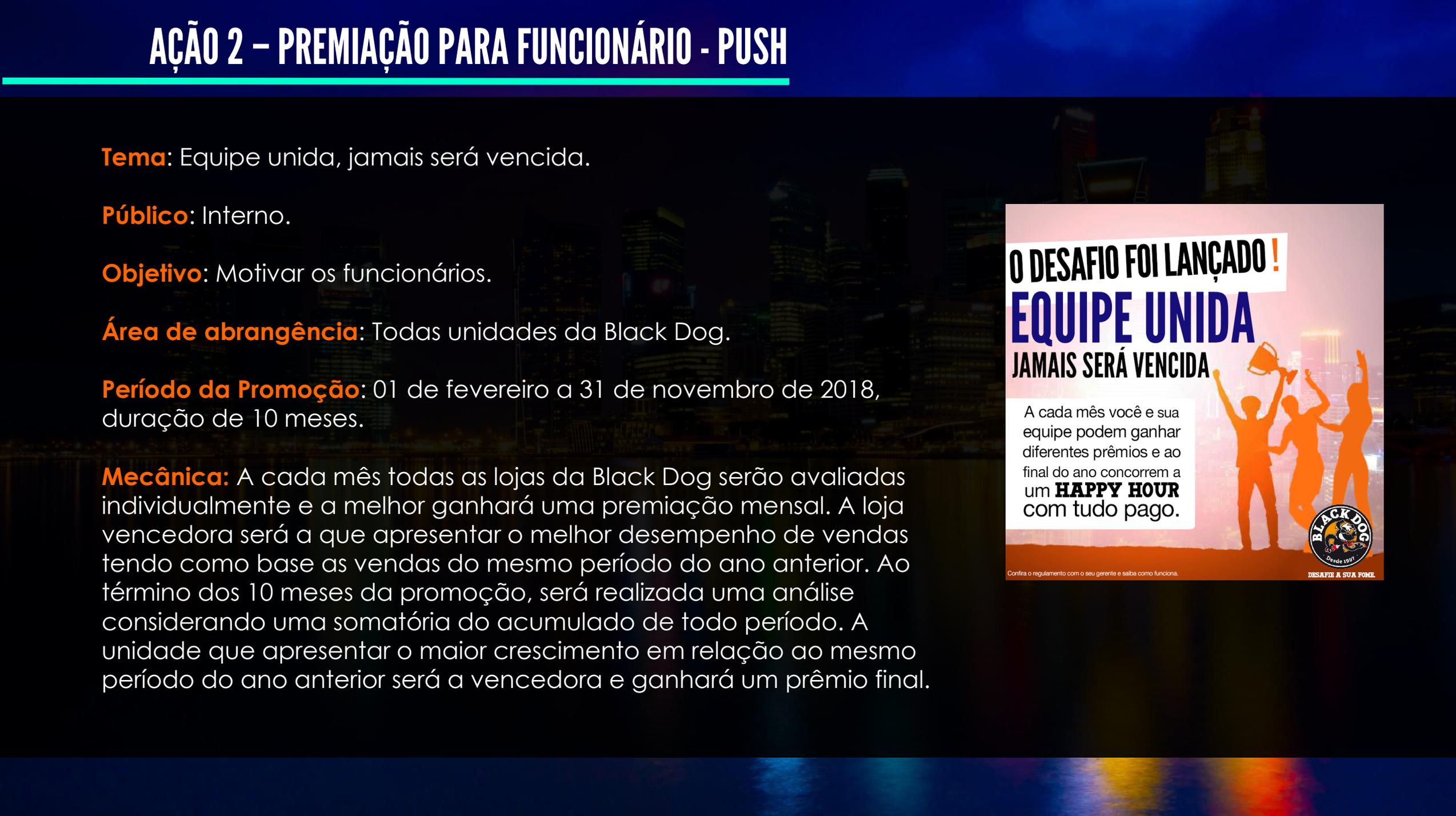
Público: Interno.

Objetivo: Motivar os funcionários.

Área de abrangência: Todas unidades da Black Dog.

Período da Promoção: 01 de fevereiro a 31 de novembro de 2018, duração de 10 meses.

Mecânica: A cada mês todas as lojas da Black Dog serão avaliadas individualmente e a melhor ganhará uma premiação mensal. A loja vencedora será a que apresentar o melhor desempenho de vendas tendo como base as vendas do mesmo período do ano anterior. Ao término dos 10 meses da promoção, será realizada uma análise considerando uma somatória do acumulado de todo período. A unidade que apresentar o maior crescimento em relação ao mesmo período do ano anterior será a vencedora e ganhará um prêmio final.



O DESAFIO FOI LANÇADO!
EQUIPE UNIDA
JAMAIS SERÁ VENCIDA

A cada mês você e sua equipe podem ganhar diferentes prêmios e ao final do ano concorrem a um **HAPPY HOUR** com tudo pago.

BLACK DOG
Desde 1991

Confira o regulamento com o seu gerente e saiba como funciona.

DESAFIE A SUA FOME.

ADESIVO DE PAREDE

O DESAFIO FOI LANÇADO! EQUIPE UNIDA JAMAIS SERÁ VENCIDA

A cada mês você e sua equipe podem ganhar diferentes prêmios e ao final do ano concorrem a um **HAPPY HOUR** com tudo pago.



Confira o regulamento com o seu gerente e saiba como funciona.

DESAFIE A SUA FOME.

Título: O desafio foi lançado
Formato: 30 x 30 cm

O DESAFIO FOI LANÇADO! EQUIPE UNIDA JAMAIS SERÁ VENCIDA

A cada mês você e sua equipe podem ganhar diferentes prêmios e ao final do ano concorrem a um **HAPPY HOUR** com tudo pago.



Confira o regulamento com o seu gerente e saiba como funciona.

DESAFIE A SUA FOME.

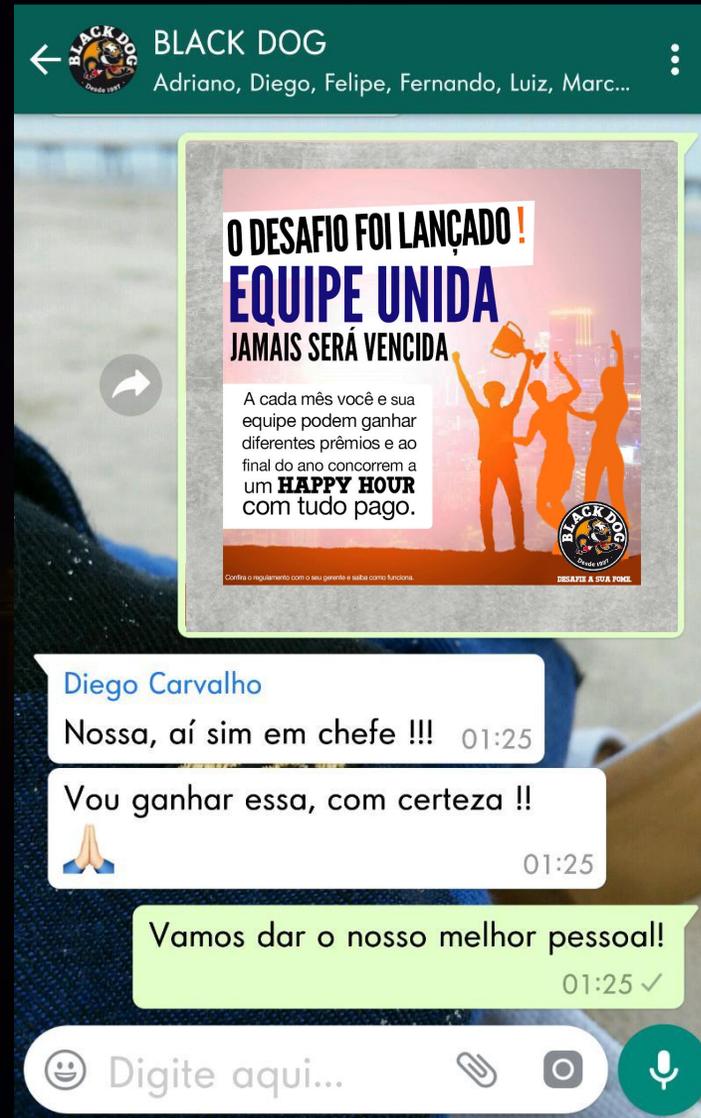
DISPLAY DE MESA

Título: O desafio foi lançado

Formato: 10x15 cm



COMUNICAÇÃO GRUPO WHATSAPP



Título: O desafio foi lançado
Formato: 850 x 850 px

AÇÃO 3 – CUPOM ELETRÔNICO - PULL

Tema: Aniversário de 21 anos da Black Dog.

Público alvo: Primário e secundário, com idades entre 19 a 39 anos.

Objetivo: Estimular as vendas através das estratégias promocionais de desconto.

Área de abrangência: São Paulo

Período: 01 de fevereiro a 28 de fevereiro de 2018 – 1 mês.

Mecânica: Em fevereiro a Black Dog comemora 21 anos de história no ramo de hot dogs. Neste mês o consumidor que compartilhar os posts publicados pela Black Dog com a hashtag: #eufaçoartedessahistória recebe um cupom eletrônico com o direito à 10% de desconto para qualquer combo disponível na Black Dog. O cupom será enviado inbox com um código que deve ser utilizado dentro do mês de fevereiro.



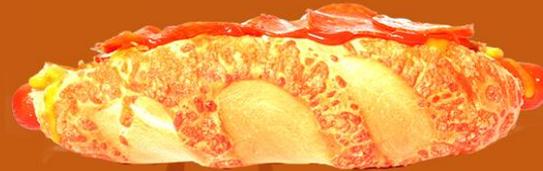
CAPA FACEBOOK

21 ANOS

BLACK DOG

O ANIVERSÁRIO É

NOSSO E O PRESENTE É SEU



DESAFIE A SUA FOME

Título: O aniversário é nosso e o presente é seu

Formato: 800 x 312 px



BLACK DOG

@blackdoghotdog

Página inicial

Publicações

Avaliações

21 ANOS

BLACK DOG

O ANIVERSÁRIO É

NOSSO E O PRESENTE É SEU



DESAFIE A SUA FOME

Curtir

Seguir

Recomendar

...

Fale conosco

Mensagem

POST FACEBOOK



Título: No aniversário da Black Dog
você ganha o presente
Formato: 1200 x 360 px

IMPULSIONADO

A screenshot of a Facebook post from the page @blackdoghotdog. The post features the same promotional image as above. The post text says "Ahhhhh ahhhhh ahhhhh 😊😊". It has 23 mil visualizações. The interface shows interaction buttons (Curtir, Seguir, Recomendar) and a share button. On the right, there is a "Fale conosco" button and a "Mensagem" button. Below the message button is a map showing the location at Alameda Santos, 614, São Paulo, with contact information: phone (11) 3554-0831, website www.blackdog.com.br, and hours "Sempre aberto".

BLACK DOG
@blackdoghotdog

Página inicial
Publicações
Avaliações
Vídeos
Fotos
Sobre
Comunidade
Promoções
Faça seu pedido!

Curir Seguir Recomendar ...

Ahhhhh ahhhhh ahhhhh 😊😊

NO ANIVERSÁRIO DA BLACK DOG VOCÊ GANHA O PRESENTE

10% OFF

DESAFIE A SUA FOME

23 mil visualizações

Curir Comentar Compartilhar

Fale conosco Mensagem

Sobre ver tudo

Joaquim Eugênio de Lima 614
01403-001 São Paulo

(11) 3554-0831

Normalmente responde em um dia
Enviar mensagem

www.blackdog.com.br

Restaurante Fast-food · Cachorro-quente ·
Empresa de alimentos e bebidas

Horário:
Sempre aberto

POST INSTAGRAM



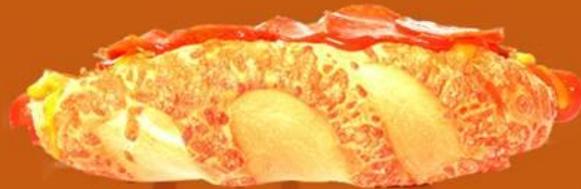
Título: No aniversário da Black Dog você ganha o presente
Formato: 600 x 600 px



CUPOM ELETRÔNICO

**VALE
10%
DE DESCONTO**

FGDIRMG98
(Válido até 23/02)



DESAFIE A SUA FOME

Título: Vale 10% de desconto
Formato: 600 x 900 px

AÇÃO 4- CONCURSO - PULL

Tema: Desafio aventureiro Black Dog

Público alvo: Primário e secundário, com idades entre 19 a 39 anos.

Objetivo: Gerar interação das pessoas com a marca nas redes sociais de forma espontânea.

Área de abrangência: São Paulo

Período: 01 de março a 31 de março de 2018, duração de um mês.

Mecânica: O consumidor deverá tirar uma foto com o seu cachorro, fazendo algum esporte radical com a hashtag: #cachorroquente, postar no instagram e se cadastrar no site da Black Dog www.blackdog.com.br/promoções. Serão selecionadas duas melhores fotos. O primeiro lugar ganha um dia com acompanhante e o seu dog em Brotas – SP para praticar, rafting, arvorismo ou rapel, o segundo lugar ganha um voucher para duas pessoas para comer da Black Dog (lanche+bebida+sobremesa).



BANNER SITE

Título: Concurso Black Dog

Formato: 80,01 x 25,68 cm

Banner site da Black Dog



← → ↻ 🏠 blackdog.com.br/# ☆

BLACK DOG **FRANQUIA** **CARDÁPIO** **LOJAS** **PEDIR AGORA**

BLACK DOG
Desde 1997

**ESSE É MAIS UM DESAFIO DA
BLACK DOG PARA VOCÊ!**

TIRE UMA FOTO RADICAL COM O SEU CÃO E
COMPARTILHE NAS SUAS REDES SOCIAIS
COM A HASHTAG **#CACHORROQUENTE**
E CONCORRA A UM PASSEIO COM
TUDO PAGO COM O SEU MELHOR AMIGO!

**CONCURSO
BLACK DOG
#CACHORROQUENTE**

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME!

[Clique aqui](#) e confira o regulamento

PEÇA ONLINE
Faça seu pedido pela internet,
economize seu tempo e ganhe
condições exclusivas.

FRANQUIA
Mude de vida investindo em uma
das franquias mais reconhecidas
de São Paulo.

OBSERVAÇÃO
Deseja fazer um comentário?
clique aqui e envie sua
mensagem.

POST FACEBOOK



TIRE UMA FOTO RADICAL COM O SEU CÃO E COMPARTILHE NAS SUAS REDES SOCIAIS COM A HASHTAG #CACHORROQUENTE E CONCORRA A UM PASSEIO COM TODO PAGO COM O SEU MELHOR AMIGO!



Confira o regulamento no nosso site: www.blackdog.com.br

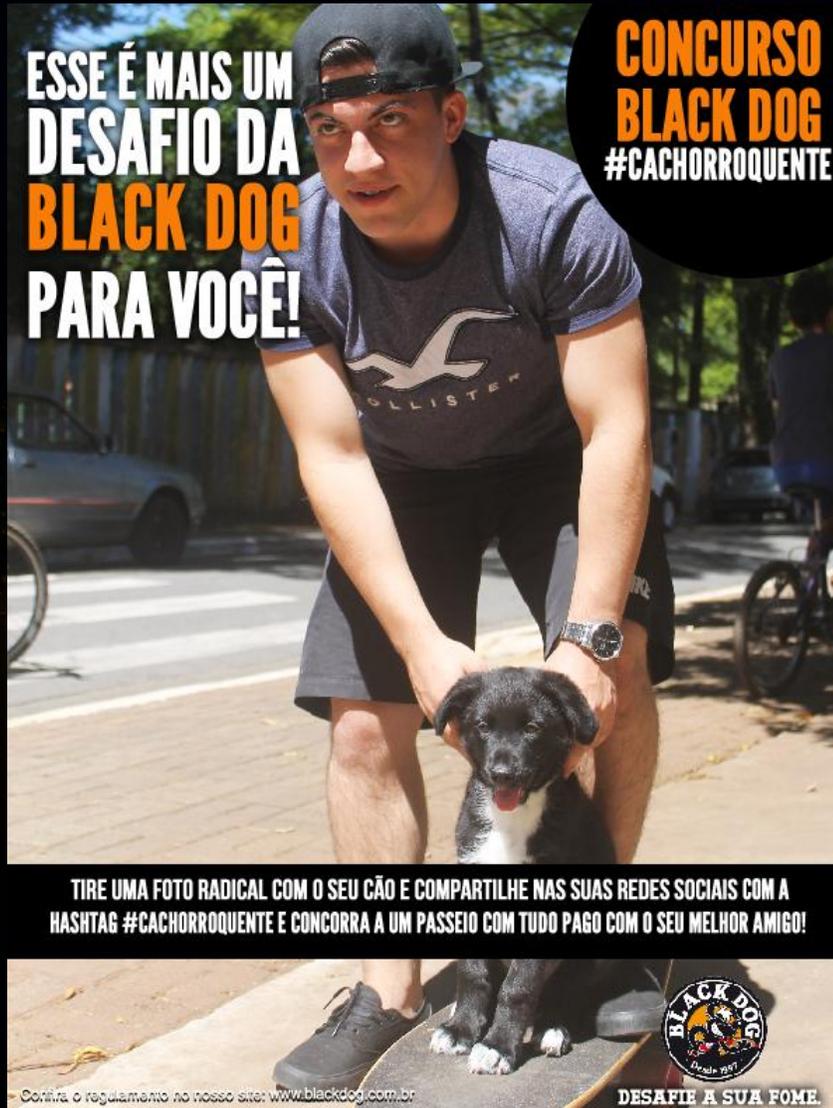
DESAFIE A SUA FOME

Título: Concurso Black Dog
Formato: 595 x 794 px

IMPULSIONADO



POST INSTAGRAM



**ESSE É MAIS UM
DESAFIO DA
BLACK DOG
PARA VOCÊ!**

**CONCURSO
BLACK DOG
#CACHORROQUENTE**

TIRE UMA FOTO RADICAL COM O SEU CÃO E COMPARTILHE NAS SUAS REDES SOCIAIS COM A HASHTAG #CACHORROQUENTE E CONCORRA A UM PASSEIO COM TUDO PAGO COM O SEU MELHOR AMIGO!

Confira o regulamento no nosso site: www.blackdog.com.br

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME.

Título: Concurso Black Dog
Formato: 595 x 794 px



Instagram

blackdoghotdog
BLACK DOG

**ESSE É MAIS UM
DESAFIO DA
BLACK DOG
PARA VOCÊ!**

**CONCURSO
BLACK DOG
#CACHORROQUENTE**

TIRE UMA FOTO RADICAL COM O SEU CÃO E COMPARTILHE NAS SUAS REDES SOCIAIS COM A HASHTAG #CACHORROQUENTE E CONCORRA A UM PASSEIO COM TUDO PAGO COM O SEU MELHOR AMIGO!

Confira o regulamento no nosso site: www.blackdog.com.br

BLACK DOG
Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME.

MÓBILE

Título: Concurso Black Dog
Formato: 25cm diâmetro



AÇÃO 5 – GAME BLACK DOG - PULL

Tema: Game Black Dog

Público alvo: Primário com idades entre 19 a 27 anos.

Objetivo: Gerar interação do público com a marca e incentivar a venda.

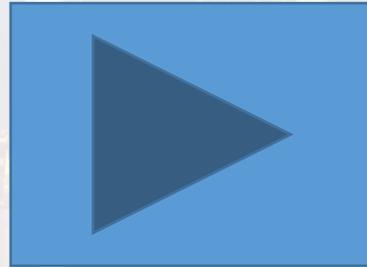
Área de abrangência: A ação acontecerá em universidades como Anhembi Morumbi Paulista e FMU da Liberdade na cidade de São Paulo.

Período da promoção: 04 de Junho a 07 de junho de 2018 – 4 dias.

Mecânica: Os promotores da Black Dog farão a ação de relacionamento em universidades, promovendo interação com os estudantes através de um game digital, onde os participantes terão que montar quebra-cabeça.



GAME DIGITAL



POST FACEBOOK



Título: Game Black Dog
Formato: 595 x 794 px

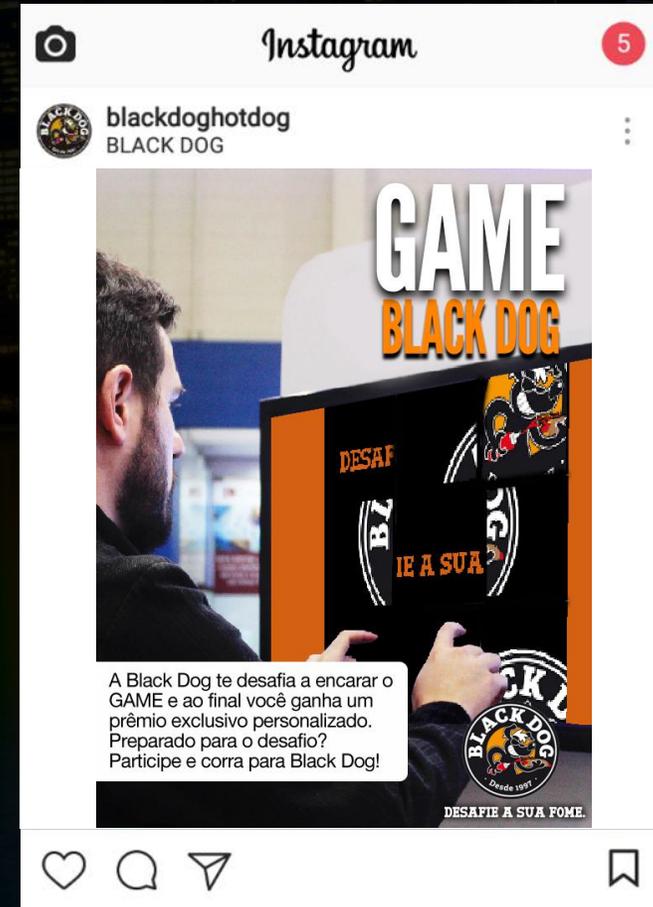


POST INSTAGRAM



A Black Dog te desafia a encarar o GAME e ao final você ganha um prêmio exclusivo personalizado. Preparado para o desafio? Participe e corra para Black Dog!

Título: Game Black Dog
Formato: 595 x 794 px



A Black Dog te desafia a encarar o GAME e ao final você ganha um prêmio exclusivo personalizado. Preparado para o desafio? Participe e corra para Black Dog!

AÇÃO 6 – BRAND EXPERIENCE - PULL

Tema: O melhor da noite.

Público: Secundário, com idades entre 28 a 39 anos.

Objetivo: Promover a marca para que seja conhecida e lembrada na mente do consumidor.

Área de abrangência: Baladas em São Paulo: TEX - Redneck Bar, O' Malley's e Bar Squat.

Período da promoção: 07, 14 e 21 de julho – Duração 3 dias.

Mecânica: A ação será realizada nas proximidades das unidades que tiverem eventos no período noturno, em porta de baladas, que recebem públicos acima dos 30 anos promovendo a marca vendendo mini hot dogs. Os promotores farão o convite para que as pessoas relembrem a época de faculdade que saíam de baladas e iam direto para a Black Dog. Eles também deverão incentivar que o público tire uma foto e poste com a hashtag #tbtBlackDog. A Black Dog fará mini hot dogs e no dia da ação venderá combos de mini hot dogs, onde o consumidor poderá comprar individual, combos de 3 ou 6 mini hot dogs.



FOLHETO

Título: O melhor da noite
Formato: 10,5x20 cm (1 dobra)

**O MELHOR
DA NOITE**

EXPERIMENTE



DESAFIE A SUA FOME

MOMENTO TBT COM A BLACK DOG



Aproveite para relembrar os velhos tempos que você frequentava a Black Dog ao sair da balada e saboreie os nossos lanches.

Esperamos você em nossas unidades para experimentar todas as novidades:

- Hot dogs
- Hamburgueres
- Açaí na tigela
- Churros

www.blackdog.com.br



VISITE UMA DE NOSSAS UNIDADES:



PAULISTA
Av. Joaquim Eugênio de Lima
Nº 614 - Paulista.



SANTANA
Av. Braz Leme.
Nº 2021 - Santana.



TATUAPÉ
Rua Coelho Lisboa.
Nº 363 - Tatuapé.



PIRITUBA
Av. Cristo Rei.
Nº 162 - Pirituba.



ÁGUA BRANCA
Rua Dona Germaine Burchard,
Nº - 224 - Água Branca



SANTA CRUZ
Rua Domingos de Morais.,
Nº 2437 - Vila Mariana



MOOCA
Praça Ciro Pontes.
Nº 90 - Mooca.



DESAFIE A SUA FOME

www.blackdog.com.br

FOLHETO APLICADO



POST INSTAGRAM



Título: O melhor da noite
Formato: 600 x 600 px



BANNER

O MELHOR DA NOITE

Poste uma foto com a
#TBTBLACKDOG
em suas redes sociais



DESAFIE A SUA FOME

O MELHOR DA NOITE

Poste uma foto com a
#TBTBLACKDOG
em suas redes sociais



DESAFIE A SUA FOME

Título: O melhor da noite
Formato: 80 x 120 cm

POST FACEBOOK



Título: O melhor da noite
Formato: 1200 x 630 px

IMPULSIONADO

BLACK DOG
@blackdoghotdog

Página inicial

Publicações

Avaliações

Vídeos

Fotos

Sobre

Comunidade

Promoções

Faça seu pedido!

Criar uma Página

👍 Curtir 📌 Seguir 🗨️ Recomendar ⋮

Ahhhhh ahhhhh ahhhhh 😊😊

ESSA NOITE A BLACK DOG VAI ATÉ VOCÊ
O melhor da noite

BLACK DOG
Desde 1987

DESAFIE A SUA FOME

23 mil visualizações

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Fale conosco Mensagem

Sobre ver tudo

Alameda Santa

Joaquim Eugênio de Lima 614
01403-001 São Paulo

(11) 3554-0831

Normalmente responde em um dia
Enviar mensagem

www.blackdog.com.br

Restaurante Fast-food · Cachorro-quente ·
Empresa de alimentos e bebidas

Horário:
Sempre aberto

BACKDROP



AÇÃO 7 - MARKETING SOCIAL - PUSH

Tema: Dog Solidário.

Público: Primário e secundário, com idades entre 19 a 39 anos.

Objetivo: Incorporar à empresa, a cultura de responsabilidade social.

Área de abrangência: A ação será feita na cidade de São Paulo, onde se concentram 100% dos PDVs da Black Dog.

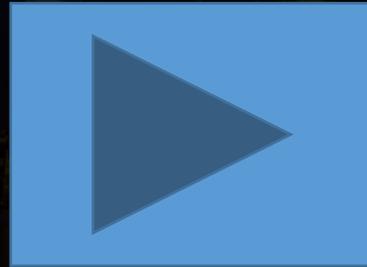
Período da promoção: 9 de Setembro de 2018.

Mecânica: No dia que se comemora o dia do hot dog, será realizada uma ação em todas as unidades da Black Dog, onde o consumidor que for até a Black Dog e consumir o principal combo Maximus, estará ajudando a APAE de São Paulo que é uma Organização da Sociedade Civil, sem fins lucrativos, que promove o diagnóstico, a prevenção e a inclusão da pessoa com Deficiência Intelectual. Parte do valor arrecadado será doado para Instituição, que será determinado pela Black Dog.



HOTSITE

Título: Dog Solidário – Black Dog
Formato: 1336x768 px (Padrão)
Base Wix



WOBLER

Título: Dog Solidário
Formato: 25cm diâmetro



POST INSTAGRAM



Título: Dog Solidário
Formato: 600 x 600 px



IMPULSIONADO

POST FACEBOOK



Título: Aqui o dia do hot dog é especial
Formato: 1200 x 630 px

BLACK DOG
@blackdoghotdog

Página inicial

Publicações

Avaliações

Vídeos

Fotos

Sobre

Comunidade

Promoções

Faça seu pedido!

[Criar uma Página](#)

[Curtir](#) [Seguir](#) [Recomendar](#) [...](#)

Ahhhhh ahhhhh ahhhhh 😊😊

AQUI O DIA DO HOT DOG É ESPECIAL
VEM PARA BLACK DOG, HOJE O SEU LANCHE IRÁ AJUDAR AS CRIANÇAS DA

APAE DE SÃO PAULO

BLACK DOG Desde 1997

DESAFIE A SUA FOME

23 mil visualizações

[Curtir](#) [Comentar](#) [Compartilhar](#)

[Fale conosco](#) [Mensagem](#)

Sobre ver tudo

Alameda Santa

Joaquim Eugênio de Lima 614
01403-001 São Paulo

(11) 3554-0831

Normalmente responde em um dia
[Enviar mensagem](#)

www.blackdog.com.br

Restaurante Fast-food · Cachorro-quente ·
Empresa de alimentos e bebidas

Horário:
Sempre aberto



**PLANO
DE
MÍDIA**

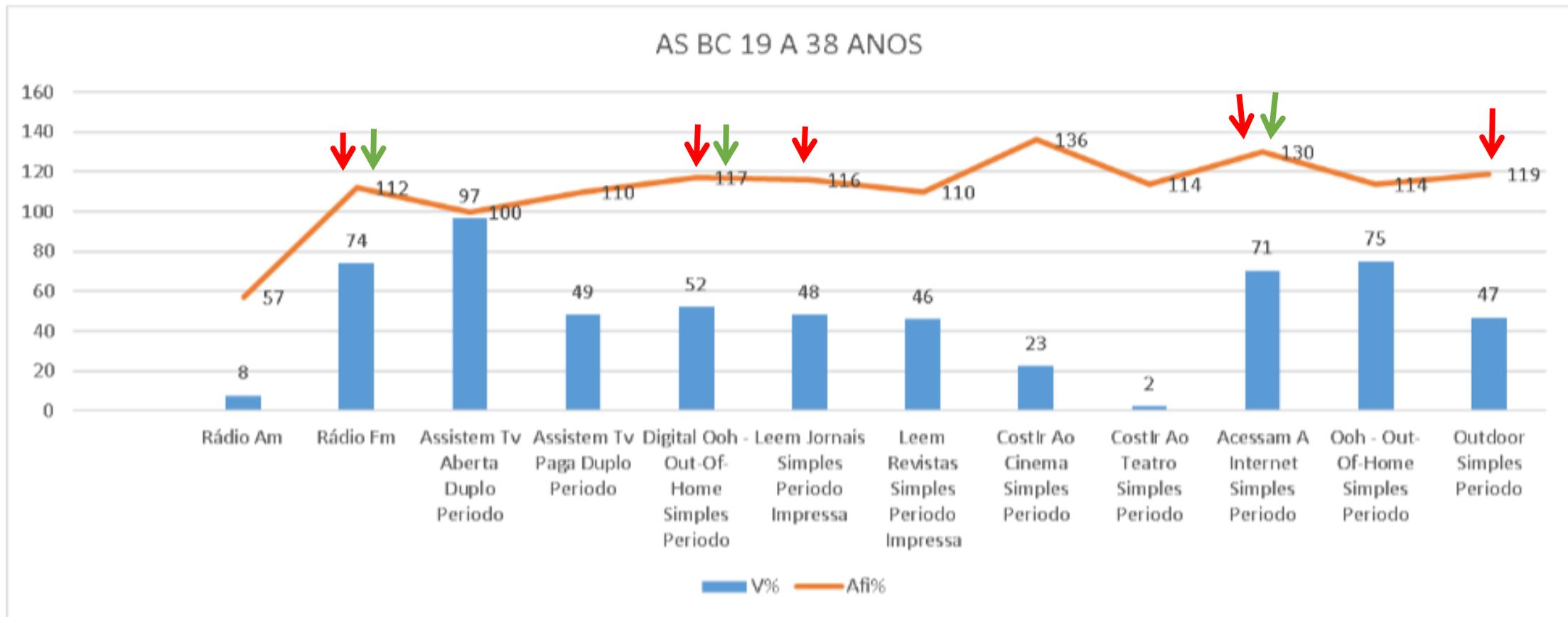
10

OBJETIVO DE MÍDIA

O objetivo de mídia são homens e mulheres de 19 a 38 anos, das classes sociais B e C. A campanha será veiculada no período de janeiro à dezembro de 2018 na grande São Paulo, pois é onde estão localizadas as unidades da dogueria **Black Dog**, com alcance e frequência média e continuidade por ondas.

TOM MICRO

Gráfico 1 - Penetração dos meios



Fonte: Informações extraídas do software Tom Micro

DEFESAS DOS MEIOS E VEÍCULOS - INTERNET

MEIO

- Pesquisa Brasileira de Mídias 2016 indica que em São Paulo a internet é o segundo meio mais utilizado.
- 50% do público têm o hábito de acessar internet todos os dias.
- Segundo pesquisa exploratória, o público da Black Dog, está sempre conectado ao meio digital e busca praticidade em todas as atividades do dia a dia.
- Meio de preço atrativo, retorno em tempo real e ampla segmentação.



VEÍCULO

- ✓ Direcionar os anúncios ao target;
- ✓ Gerar visibilidade e curtidas para a página;
- ✓ Obter Lookalike para as FanPages da Black Dog (pessoas propensas a adquirir os produtos, por ter os hábitos e costumes do target);
- ✓ Atingirá de 190.000 a 500.000 pessoas diariamente;
- ✓ Linguagem totalmente visual e 60% dos usuários descobrem novos produtos através do Instagram;
- ✓ Entregar anúncios para o target que busca por comida, agilidade, delivery e por lanches rápidos;
- ✓ Atingirá de 160.000 a 410.000 pessoas diariamente;
- ✓ Possibilita mensurar dados das pessoas que buscam o site da Black Dog, que apenas visualizam o anúncio e a porcentagem de cliques;
- ✓ Avaliar o retorno sobre o investimento;
- ✓ Terá no mínimo 15.000 visualizações por mês;

DEFESAS DOS MEIOS E VEÍCULOS - RÁDIO

MEIO

- Alcança aos dois públicos da Black Dog – de 19 a 28 anos e 29 a 38.
- Custo acessível.
- A população potencial do rádio nas áreas metropolitanas se encontra em São Paulo, local onde as lojas da Black Dog estão.

VEÍCULO



- ✓ Maior serviço de música digital em relação ao alcance semanal;
- ✓ Anunciante possui acesso a 100% dos dados demográficos dos usuários cadastrados;
- ✓ O público da Black Dog está sempre conectado e pela pesquisa exploratória este público curte diferentes estilos musicais;
- ✓ A Black terá um total de 110.000 inserções durante 5 dias, atingindo por dia 22.000 ouvintes com o perfil do Target da Black Dog;

DEFESAS DOS MEIOS E VEÍCULOS - DOOH

MEIO

- Segundo pesquisa da Admooh.com, o DOOH alcança 60% da população.
- Por ser uma mídia com amplo alcance de audiência, ela atinge as unidades da Black Dog que estão localizadas em pontos diferenciados de São Paulo.

VEÍCULO



ELEMÍDIA

Elemídia - monitores em prédios comerciais.

- ✓ Sincronização dos anúncios com o horário de almoço do público alvo;
- ✓ 82% do público prestam atenção nos anúncios da Elemídia;
- ✓ A Black Dog fará veiculação em três prédios da Av. Paulista durante duas semanas. Por semana teremos um total de 3.465 inserções, e uma média de 12.000 visualização na somatório dos 3 prédios;



RESUMO GERAL DA VERBA

11

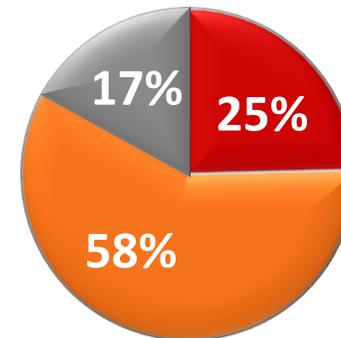
RESUMO GERAL DA VERBA

FONTE: AGÊNCIA BARCO A VELA – ESTRATÉGIA E COMUNICAÇÃO

Verba da Campanha
R\$ 75.600,00

Retorno sobre Investimento
R\$ 176.400,00

Divisão da Verba



■ Mídia

■ Promoção

■ Produção

Promoção - R\$ 45.360,00

Mídia - R\$ 30.240,00

Produção - R\$ 12.796,00

**O MAR AGITADO
É O NOSSO
ESTÍMULO**

Barco a Vela
ESTRATÉGIA & COMUNICAÇÃO



Barca a Vela

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

