



PROJETO | **20**
INTEGRADO | **24**



Conceito Racional

INSIGHTS DA PESQUISA

Pesquisa Exploratória - Análise de dados secundários

- A proporção do domínio rubro-negro entre os mais jovens é maior do que entre os mais velhos
- 47% dos torcedores do Flamengo têm entre 16 e 34 anos
- 60% dos torcedores são da classe C e D
- Flamenguistas são maioria no Centro-Oeste (40%), no Nordeste (34%) e no Norte (48%)
- Torcida, entre todos os times das américas, mais ativa nas redes sociais

Pesquisa Quantitativa - Questionário

- 75% dos entrevistados, (maioria jovens adultos) acompanha o time pelas redes sociais (Instagram e X) e apenas 20% em sites de notícias gerais ou voltado para o esporte
- Conteúdos preferidos são os que os fazem se sentir parte do time, como bastidores
- Grande parcela da torcida não assina a FlaTv+ por falta de conhecimento, pelo preço e pela falta de identificação com o produto.

Pesquisa Qualitativa - Entrevistas em profundidade

- Confirmaram as informações da Quantitativa
- Sentem falta da FlaTV e da FlaTV+ nas redes sociais

An abstract graphic element consisting of overlapping curved bands. The top band is a bright red color, and the bottom band is a gold or mustard yellow. They overlap in the center, creating a sense of depth and motion.

PERSONAS



Ulisses

Interessado por documentários mas ainda não consome FlaTV+ por não saber muito sobre o que a plataforma oferece.

Gostaria de ver mais notícias e conteúdos exclusivos do Flamengo, centrados em uma única fonte, que seja confiável. Cai em muitas fake news de fontes não confiáveis sobre o time.

Ricardo

Acompanhe tudo sobre o time nas redes sociais e canais de notícias. Assiste somente os bastidores na FlaTV

Queria uma única fonte de notícias confiável e com conteúdos exclusivos, pois gasta muito tempo procurando em vários canais.



Argumento:

“Sua principal fonte de conteúdo exclusivo, abrangente e confiável sobre o Flamengo no mundo! Junte-se à nossa comunidade apaixonada pelo Mengão e se sinta parte do clube 24 horas por dia!”

Promessa:

Com a Fla TV e a FlaTV+, você terá acesso ininterrupto e exclusivo a todos os detalhes e histórias que fazem do Flamengo o maior clube do mundo. Viva o clube como nunca antes! Você, conectado ao Mengão 24 horas por dia.

Conceito
Criativo

TOM DE VOZ



HERÓI

Tom nostálgico e
apelo emocional

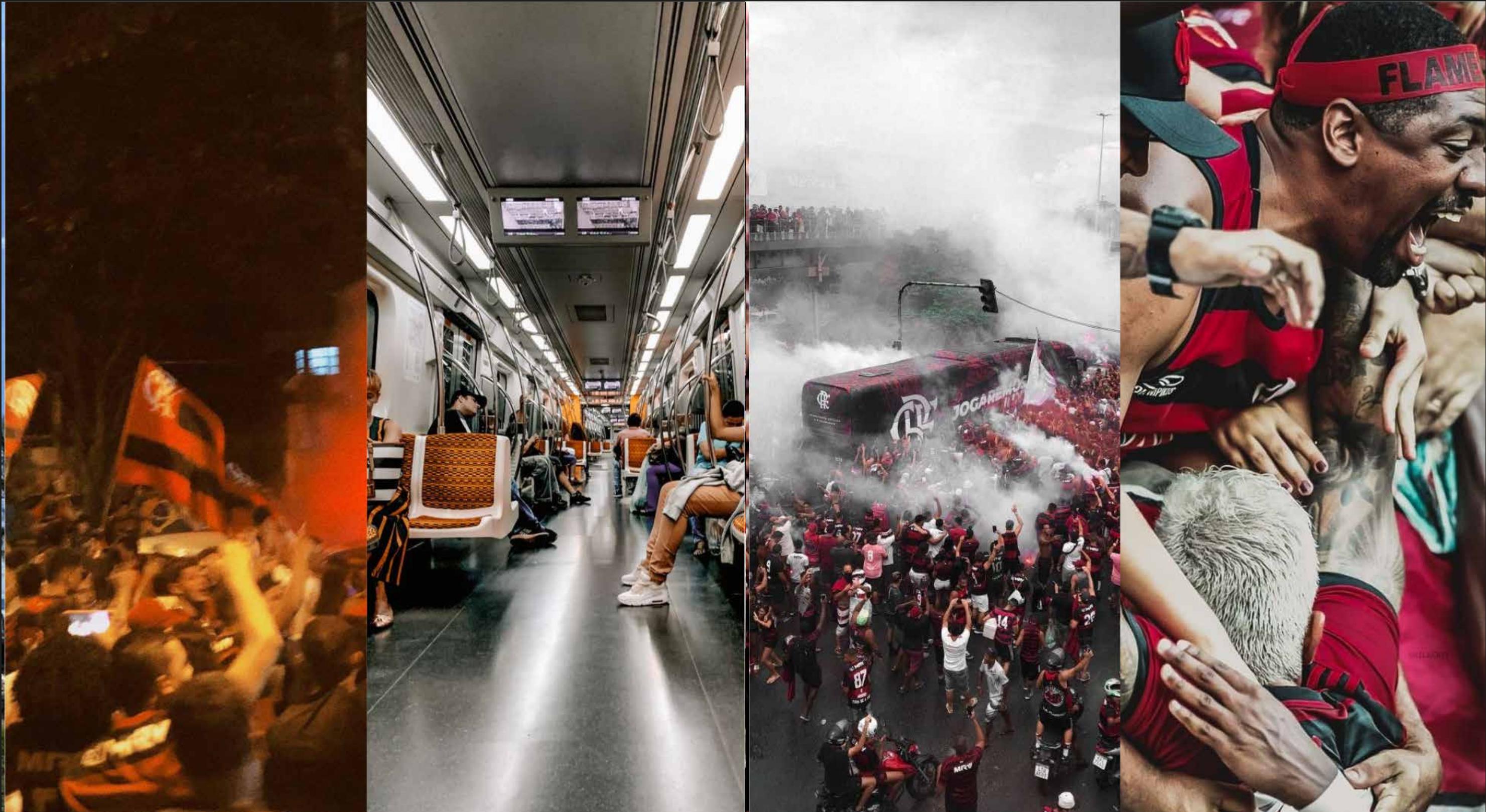


PESSOA COMUM

Brasilidade e
apelo racional

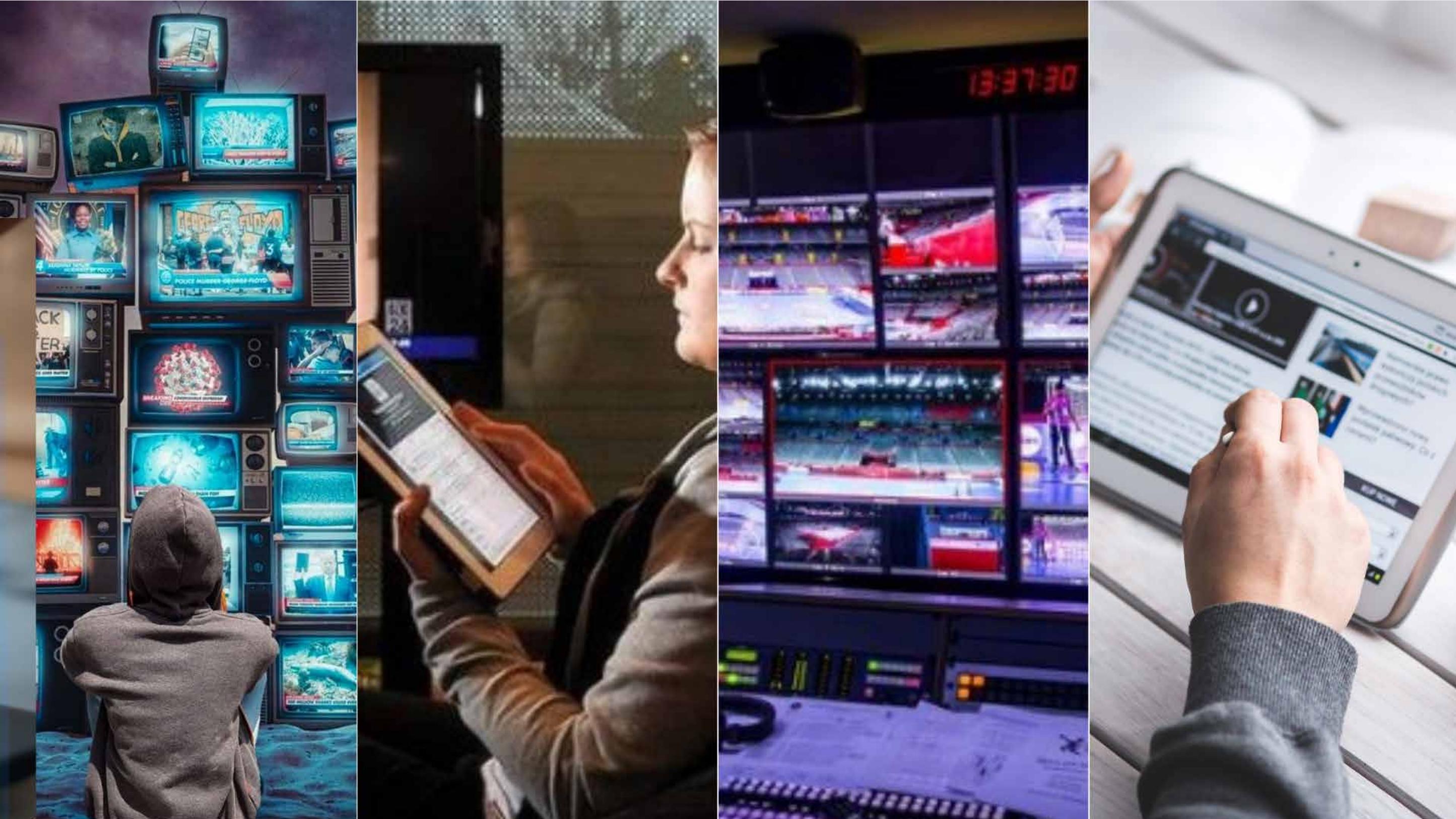
EIXO
CONCEITUAL

PAIXÃO



24 horas por dia-Fanatismo-Geração por Geração

INFORMAÇÃO



Entretenimento-Conteúdo exclusivo-Principal Fonte de Notícias



PEÇA
Conceito

A foto escolhida representa com clareza o conceito principal da campanha, demonstrando a presença constante da Flatv na rotina de todo **Rubro-Negro**



Uso de cores compatíveis com o BrandBook

Tipografia compátivel com a marca

Reforçando o principal objetivo declarado no planejamento

Logo da marca

PLANO Estratégico de Comunicação

Estratégias de marketing voltadas para propagar os benefícios e vantagens das plataformas e gerar maior awareness sobre elas.

A campanha, portanto, terá alta **divulgação no âmbito digital**, e também terá **divulgação externa, eletrônica e ativações**.

FASE 1

FASES	ESTRATÉGIAS	MEIO	VEÍCULO/ CANAL	FORMATO	PERIODICIDADE	CUSTO
FASE 1 - AGOSTO A NOVEMBRO	O objetivo aqui é tornar a Fla TV , a Fla TV + e seus benefícios conhecidos pelo público-alvo, gerando awareness.	Digital	Instagram	post patrocinado	4 meses	R\$ 100.000,00
			Tiktok	post patrocinado	4 meses	R\$ 20.000,00
			Youtube	vídeo patrocinado	4 meses	R\$ 40.000,00
			X	post patrocinado	4 meses	R\$ 25.000,00
			Google ads	anúncio patrocinado	4 meses	R\$ 80.000,00
		Externa	Outdoor digital	outdoor	1 mês	R\$ 48.000,00
			OOH	banner digital na supervia	1 mês	R\$ 10.000,00
			OOH	outdoor no Maracanã	4 dias de jogos	R\$ 36.000,00
			OOH	banner back ônibus	2 meses	R\$ 12.600,00
			OOH	banner digital no metrô	1 mês	R\$ 9.700,00
		Eletrônica	Globoplay	Comercial Pre Roll	1 mês	R\$ 21.000,00

- Digital →(Durará 4 meses) → alcançar flamenguistas por todo brasil e mundo; alcançar jovens e adultos de 18-34, principalmente
- Externa → locais com muita movimentação de pessoas, como supervia, metrô e avenidas; Pessoas de todas as classes, principalmente C e D; Todas as idades e principalmente 24-45
- Eletrônica → Atingir pessoas acima dos 45, classes B e C (FlaTV+)

DIGITAL



Peça 1- Fase 1
meio digital
Capa de anúncio do Youtube

Peça 2- Fase !
Meio Digital
Post instagram







Peça 6- Fase 1
Meio Eletrônico (formato digital)
Ads na Globoplay

FASE 2

FASES	ESTRATÉGIAS	MEIO	VEÍCULO / CANAL	FORMATO	PERIODICIDADE	CUSTO
FASE 2 - OUTUBRO	Esta fase se concentra na oferta de conteúdo exclusivo e de alta qualidade para atrair e reter a atenção dos espectadores, consolidando a posição da Fla TV como a principal fonte de informações sobre o Flamengo.	Ativação	Bares flamenguistas	peça com qr code	1 mês	R\$ 5.000,00
			Maracanã	stand	4 dias de jogos	R\$ 10.000,00
			museu do flamengo	stand	1 mês	R\$ 9.000,00

- Voltado para a fidelização dos flamenguistas e espectadores, gerando experiências dentro do clube e buzz nas redes.

Peça 4- Fase 2
Meio Externo
Qr Code em bares
Flamenguista



FASE 3

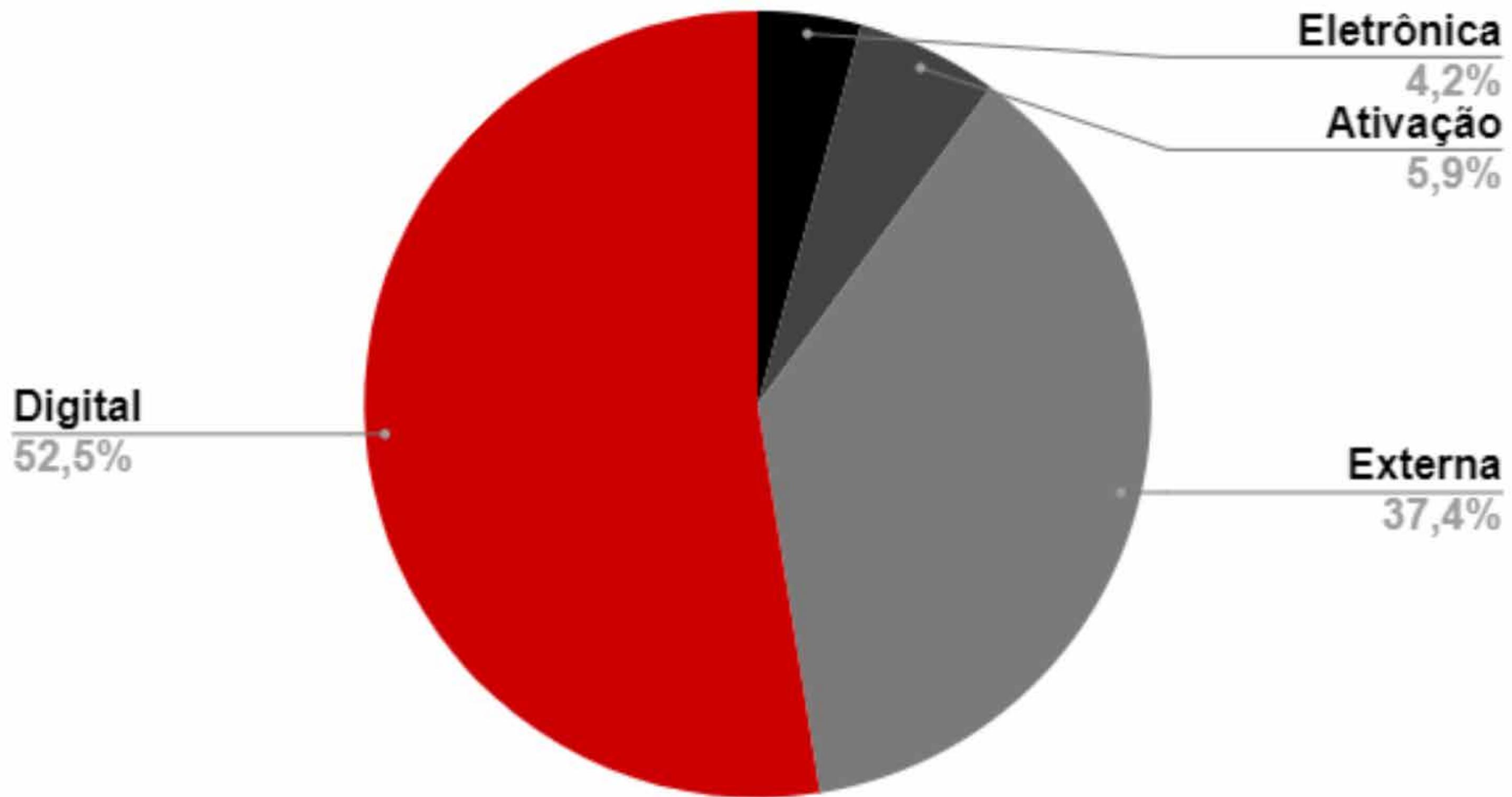
FASES	ESTRATÉGIAS	MEIO	VEÍCULO / CANAL	FORMATO	PERIODICIDADE	CUSTO
FASE 3 - NOVEMBRO	Nesta fase final, o objetivo é recompensar e fidelizar os espectadores existentes, incentivando a continuidade do engajamento e fortalecendo o relacionamento com a plataforma	Externa	OOH	Outdoor prédio peça com qr code, com um sorteio para quem assina FlaTV+, alguém ganhará um dia acompanhando a FlaTV	1 semana	R\$ 40.000,00
			OOH	back ônibus urubus	1 mês	R\$ 3.700,00
			Bares flamenguistas	entrevistas com influencer	jogos de novembro	R\$ 20.000,00
		Ativação	na lagoa	quadra patrocinada	2 domingos	R\$ 10.000,00



OUT DOOR

Peça 5- Fase 3
OOH
Outdoor em prédio
com Qrcode

Porcentagem por Meio



CONCLUSÃO

Alcance digital de no mínimo 25 milhões de pessoas + buzz marketing das ativações.

Movimentação nos pontos de OOH

- 210 mil veículos por dia
- 700 mil pessoas diariamente
- 17.000 pessoas por hora

Gerou **awareness** sobre os benefícios e exclusividades **e fidelizou** o espectador.

Com tudo isso, a **FlaTV** conseguirá também ser percebida como um veículo capaz de aproximar os produtos e marcas.