**1. Informações Básicas da Campanha**

Nome da Marca/Estúdio: AVI

Nome do Jogo: Renard

Plataformas (PC, Console, Mobile, etc.): PC e Mobile

Data de Lançamento: 20 de dezembro

Orçamento Estimado: 50 reais

**2. Definição do Público-Alvo**

Gênero do Jogo (Ação, RPG, FPS, etc.): Metroidvania

Faixa Etária Principal:12

Gênero do Público (Masculino/Feminino/Outros): Unissex

Interesses do Público (Streamers, eSports, Mods, etc.): Streamers

Regiões Prioritárias (Países/Idiomas): Brasil/Português

**3. Objetivos da Campanha**

[X] Aumentar o conhecimento da marca (Brand Awareness)

[ ] Gerar pré-vendas (Wishlists/Pré-orders)

[X] Engajar comunidade (Redes Sociais/Discord)

[ ] Lançamento bem-sucedido (Vendas no Day One)

[ ] Manter retenção pós-lançamento (Updates/DLCs)

Comentários:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**4. Plataformas de Divulgação**

Redes Sociais (Links):

[ ] Twitter/X: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[X] Instagram: renard\_ofc

[X] TikTok: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[ ] Facebook: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[ ] LinkedIn: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Outras Plataformas (Links):

[ ] YouTube: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[X] Twitch: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[X] Discord: renard OFC

[ ] Fóruns: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**5. Estratégias para Redes Sociais**

Conteúdo Planejado: pequenos reels despertando a vontade do jogador

Gameplay Teasers: teremos ggameplay ensinando os jogadores a jogar nosso jogo

Behind-the-Scenes (Devlogs): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Memes/Engagement Posts: teremos meme sobre o jogo

Giveaways/Sorteios: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Parcerias com Criadores: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Frequência de Postagem:

Twitter: 1 /semana

Instagram: 1 /semana

TikTok: 1 /semana

Youtube: 1 /semana

Hashtags e Palavras-Chave: Renard

**6. Influencers & Streamers**

Lista de Influencers Alvo:

Nome: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Plataforma: \_\_\_\_\_\_ | Seguidores: \_\_\_\_\_\_)

Nome: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Plataforma: \_\_\_\_\_\_ | Seguidores: \_\_\_\_\_)

Tipo de Parceria:

[ x ] Gameplay Patrocinado

[ ] Review/Códigos Early Access

[ ] Giveaway em Live

**7. Campanhas Pagas (Ads)**

[ x] Plataformas de Anúncios:

[ ] Facebook/Instagram Ads

[x ] Google Ads

[x ] Tik Tok Ads

[ ] YouTube Ads

Comentários:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Público-Alvo dos Anúncios: adolescentes

Orçamento para Ads : 50,00

**8. Pré-Lançamento (Hype)**

[ ] Página na Steam/Epic/App Store (Wishlists)

[X] Trailer de Anúncio (YouTube)

[ ] Beta Fechado/Aberto (Registros)

[ ] Eventos Online (AMA, Dev Stream)

**9. Pós-Lançamento**

[ ] Atualizações Constantes (Patches, DLCs)

[x ] Comunicação com Players (Feedback, Surveys)

[x ] Campanhas de Remarketing (Ads para quem abandonou)

**10. Métricas de Sucesso (KPIs)**

Principais KPIs: 1000

Número de Wishlists: 1000

Views em Trailers: 1000

Engajamento em Redes Sociais: 12.000

Vendas no Lançamento: blusas e canecas

Retenção de Players: **Perfil do Seu Jogo (assumindo com base no que falou)**

* **Gênero**: Aventura / Ação / Plataforma?
* **Estilo visual**: Estilizado, mágico, natureza encantada
* **Público**: Jogadores casuais ou fãs de narrativas/aventuras
* **Motivação**: Proteger, explorar, desbloquear segredos da floresta

**2. 🌱 Retenção pela Narrativa (emocional)**

**✅ Estratégia: Fortalecer o vínculo emocional com o mundo**

* **Diários da floresta**: Fragmentos de história que o jogador coleta aos poucos.
* **Animais aliados**: Cada área protegida traz um novo amigo da floresta.
* **Evolução da floresta**: A cada vitória da raposa, a floresta muda visualmente (florescem plantas, clareiras iluminam…).

Comentários:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Responsáveis pela Campanha: Victor Fernandes, Amanda, Izabela

E Sheyla (Data: //\_\_\_\_)