1. **Informações Básicas da Campanha**



Nome da Marca/Estúdio: MyRoom Studio

Nome do Jogo: Shattered face

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

Data de Lançamento: 30/10/2025

Orçamento Estimado: R$ 0,00

**2. Definição do Público-Alvo**

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

Faixa Etária Principal: 16 anos

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

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

Regiões Prioritárias (Países/Idiomas): Brasil e EUA

**3. Objetivos da Campanha**

[x] Aumentar o conhecimento da marca (MyRoom Studio)

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

[x] Engajar comunidade (Redes Sociais/Discord)

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

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

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

**4. Plataformas de Divulgação**

Redes Sociais (Links):

[x] Twitter/X: MyRoom\_Studio\_Oficial

[x] Instagram: @MyRoom\_Studio

[x] TikTok: @MyRoom\_Studio

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

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

Outras Plataformas (Links):

[x] YouTube: MyRoom Studio Official

[x] Twitch: MyRoom Studio Official

[x] Discord: MyRoom Studio DC

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

**5. Estratégias para Redes Sociais**

Conteúdo Planejado: OK

Gameplay Teasers: OK

Behind-the-Scenes (Devlogs): OK

Memes/Engagement Posts: OK

Giveaways/Sorteios:OK

Parcerias com Criadores: OK

Frequência de Postagem:

Twitter: 1 /semana

Instagram: 1 /semana

TikTok: 1 /semana

Youtube: 2 /semana

Hashtags e Palavras-Chave: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**6. Influencers & Streamers**

Lista de Influencers Alvo:

Nome: Alanzoka (Plataforma: Twitch | Seguidores: 7,7 milhões)

Nome: Felps ((Plataforma: Twitch | Seguidores: 3,5 milhões)

Tipo de Parceria:

[x] Gameplay Patrocinado

[ ] Review/Códigos Early Access

[x] Giveaway em Live

**7. Campanhas Pagas (Ads)**

[x] Plataformas de Anúncios:

[ ] Facebook/Instagram Ads

[ ] Google Ads

[ ] Tik Tok Ads

[ ] YouTube Ads

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

Público-Alvo dos Anúncios:16 anos

Orçamento para Ads: R$ 2,00

**8. Pré-Lançamento (Hype)**

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

[ ] Trailer de Anúncio (YouTube)

[ ] Beta Fechado/Aberto (Registros)

[ ] Eventos Online (AMA, Dev Stream)

**9. Pós-Lançamento**

[x ] 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: 500

Número de Wishlists: 1.000

Views em Trailers: 500

Engajamento em Redes Sociais: 1000

Vendas no Lançamento: 800

Retenção de Players: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

Responsáveis pela Campanha: C.Andrey de Sousa Monteiro (Data: 15/07/2025)