1. **Informações Básicas da Campanha**

Nome da Marca/Estúdio: izarune

Nome do Jogo: vivendo no mundo das estrelas\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Plataformas (PC, celular.)

Data de Lançamento: 22\12\25

Orçamento Estimado: 2.000

**2. Definição do Público-Alvo**

Gênero do Jogo (Ação, guerra e romance):

Faixa Etária Principal: a partir de 12 anos

Gênero do Público (Masculino/Feminino/etc..):

Interesses do Público (pq é um jogo que leva a criatividade e desenvolvimento.):

Regiões Prioritárias (Brasil, Português):

**3. Objetivos da Campanha**

[] Aumentar o conhecimento da marca ()

[] 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:

[X ] TikTok:

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

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

Outras Plataformas (Links):

[ ] YouTube:

[ ] Twitch:

[ ] Discord:

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

**5. Estratégias para Redes Sociais**

Conteúdo Planejado:

Gameplay Teasers:

Behind-the-Scenes (Devlogs):

Memes/Engagement Posts:memes

Giveaways/Sorteios:

Parcerias com Criadores:

Frequência de Postagem:1 vez por semana

Twitter: \_\_\_\_\_/semana

Instagram: 1 vez por semana

TikTok: 1 vez por semana

Youtube: /semana

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

**6. Influencers & Streamers**

Lista de Influencers Alvo:izawyx\_\_

Nome: (Plataforma:Instagram | Seguidores:244)

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

Tipo de Parceria:

[ ] Gameplay Patrocinado

[ ] Review/Códigos Early Access

[ ] Giveaway em Live

**7. Campanhas Pagas (Ads)**

[ ] Plataformas de Anúncios:

[ X ] 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)**

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

[ ] Trailer de Anúncio (YouTube)

[ ] Beta Fechado/Aberto (Registros)

[ ] Eventos Online (AMA, Dev Stream)

**9. Pós-Lançamento**

[ ] Atualizações Constantes (Patches, DLCs)

[ ] Comunicação com Players (Feedback, Surveys)

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

**10. Métricas de Sucesso (KPIs)**

Principais KPIs:

Número de Wishlists:

Views em Trailers:

Engajamento em Redes Sociais: x

Vendas no Lançamento:

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

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

Responsáveis pela Campanha:Izadora Leão Rocha (Data:22\12)