**1. Informações Básicas da Campanha**

Nome da Marca/Estúdio: RP Productions

Nome do Jogo: Multiverse of Witchcraft and Heroes

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

Data de Lançamento: 10/04/2026

Orçamento Estimado:R$ 10.000,00

**2. Definição do Público-Alvo**

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

Faixa Etária Principal: 12 a 20 anos

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

Interesses do Público (Streamers, eSports, Mods, etc.): Heróis, Filmes e Animes

Regiões Prioritárias (Países/Idiomas): Brasil (português), EUA(inglês), Japão (japonês).

**3. Objetivos da Campanha**

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

[ ] 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)

**4. Plataformas de Divulgação**

Redes Sociais (Links):

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

[ X ] Instagram: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

[ X ] Facebook:

Outras Plataformas (Links):

[ X ] YouTube:

[ X ] Twitch:

**5. Estratégias para Redes Sociais**

Conteúdo Planejado: Divuilgação de trechos do jogos (gameplays, teasers)

Behind-the-Scenes (Devlogs): Divulgação do Making of do jogo (mostrando alguns processos criativos e etapas de desenvolvimento).

Memes/Engagement Posts: Ligação entre etapas do jogo com vídeos relacionados aos personagens e seus universos.

Frequência de Postagem:

Twitter: 7 semana

Instagram: 4/semana

TikTok: 5/semana

Youtube: 2/semana

Hashtags e Palavras-Chave: #MWH #HARRYPOTTER #JOGO

**6. Influencers & Streamers**

Lista de Influencers Alvo –

Nome: eiNerd (Plataforma: Youtube | Seguidores: 10M+)

Tipo de Parceria:

[ ] Gameplay Patrocinado

[ ] Review/Códigos Early Access

[ X ] Giveaway em Live

**7. Campanhas Pagas (Ads)**

[ X ] Plataformas de Anúncios:

[ X ] Facebook/Instagram Ads

[ X ] Google Ads

[ X ] Tik Tok Ads

[ X ] YouTube Ads

Público-Alvo dos Anúncios: jogadores diversos.

Orçamento para Ads: R$ 5.000,00

**8. Pré-Lançamento (Hype)**

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

[ X ] Trailer de Anúncio (YouTube)

[ ] Beta Fechado/Aberto (Registros)

[ X ] 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)**

Número de Wishlists: 4.

Views em Trailers: +60.000 views.

Engajamento em Redes Sociais: +40.000 de alcance.

Vendas no Lançamento:+4.000 vendas.

Retenção de Players:+2.000 players.

Responsáveis pela Campanha: Ramon Gomes Lima Porto (Data: 19/08/2025)