**1. Informações Básicas da Campanha**

LOGOTIPO

Nome da Marca/Estúdio: **DystopianCrow**

Nome do Jogo: Echoes of the Fallen Sky

Plataformas (PC, Console, Mobile, etc.): Primeiro PC, depois a

Portabilidade a outras plataformas

Data de Lançamento:

Orçamento Estimado:

**2. Definição do Público-Alvo**

Gênero do Jogo (Ação, RPG, FPS, etc.): Platformer, 2.5D paralax (hollow knight’esq)

Faixa Etária Principal: De 15 anos pra cima.

Gênero do Público (Masculino/Feminino/Outros):

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

Regiões Prioritárias (Países/Idiomas):

**3. Objetivos da Campanha**

[ ] 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)

Comentários:

**4. Plataformas de Divulgação**

Redes Sociais (Links):

[ X ] Twitter/X:

[ X ] Instagram:

[ X ] TikTok:

[ ] Facebook:

[ ] LinkedIn:

Outras Plataformas (Links):

[ X ] YouTube:

[ X ] Twitch:

[ X ] Discord:

[ ] Fóruns:

**5. Estratégias para Redes Sociais**

Conteúdo Planejado: Divulgar o jogo antes do seu lançamento, com vídeos de gameplays curtas no tiktok e instagram

Gameplay Teasers: Utilizar o Youtube para a divulgação de trailers do jogo e dlcs

Behind-the-Scenes (Devlogs): Devlogs seriam postados no discord, em um canal específico para isso.

Memes/Engagement Posts: Seriam postados no tiktok e instagram

Giveaways/Sorteios: Os sorteios poderiam ser divulgados no instagram, marcados no discord e feitos ao vivo em uma live na twitch.

Parcerias com Criadores: Provavelmente sem parcerias por conta da falta de orçamento do jogo

Frequência de Postagem:

Twitter: 2/semana

Instagram: 2/semana

TikTok: 2/semana

Youtube: 1/semana

Hashtags e Palavras-Chave: #Platformer #Plataforma #JogoNovo

**6. Influencers & Streamers**

Lista de Influencers Alvo:

Nome: (Plataforma: | Seguidores: )

Nome: (Plataforma: | Seguidores: )

Tipo de Parceria:

[ ] Gameplay Patrocinado

[ ] Review/Códigos Early Access

[ X ] Giveaway em Live

**7. Campanhas Pagas (Ads)**

[ ] Plataformas de Anúncios:

[ ] Facebook/Instagram Ads

[ ] Google Ads

[ ] Tik Tok Ads

[ ] YouTube Ads

Comentários:

Público-Alvo dos Anúncios:

Orçamento para Ads:

**8. Pré-Lançamento (Hype)**

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

[ X ] Trailer de Anúncio (YouTube)

[ X ] Beta Fechado/Aberto (Registros)

[ X ] Eventos Online (AMA, Dev Stream)

**9. Pós-Lançamento**

[ X ] Atualizações Constantes (Patches, DLCs)

[ X ] Comunicação com Players (Feedback, Surveys)

[ ] Campanhas de Remarketing (Ads para quem abandonou)

**10. Métricas de Sucesso (KPIs)**

Número de Wishlists: 10k+

Views em Trailers: 30k+

Engajamento em Redes Sociais:

Vendas no Lançamento: 2k+

Retenção de Players:

Comentários:

Responsáveis pela Campanha: Matheus Lucas e Thiago Moura (Data: //)