Trabalho de Assessoria de Imprensa – Plano de Comunicação

Nomes e RAs: Lucas Rodrigues da Silva – F103FF3

Lucas Vinicius Rodrigues Rocha – N490DJ0

Owen Huang – F0013H0

Victor Malveira Lima – F035JE9

Campus: Vergueiro

Turno: Manhã

Plano de Comunicação

Nome da Empresa de Comunicação: V.LO. Assessoria

Histórico: A V.L.O. Assessoria é uma empresa de comunicação voltada para a assessoria de imprensa. Ela atua no mercado a cinco anos assessorando pequenas e médias empresas. A V.L.O foi criada ao acaso durante uma aula na faculdade. Seu primeiro trabalho de assessoria foi um trabalho para a faculdade, em que era preciso fazer um plano de comunicação para uma empresa.

A empresa fazia assessoria para pequenos comércios próximos a universidade, até começar a se expandir e receber investimentos. Empresas mais complexas foram sendo assessoradas pela V.L.O. e, com isso, ela pôde abrir um pequeno escritório na região da Faria Lima. Ela passou a contratar funcionários e hoje possui 50 pessoas contratadas. A empresa já foi reconhecida por sua qualidade por meio de reportagens jornalísticas e por profissionais renomados da área.

Missão: Melhor a comunicação das empresas e das pessoas, e como consequência melhorar as relações entre as pessoas.

Visão: Expandir a empresa e passar a fazer a comunicação de grandes empresas.

Valores: Comunicar as pessoas sem desrespeitar ou descriminar, seguindo as legislações.

Nome da Empresa: Tigres Sports

Área de Atuação: Calçados, roupas e materiais esportivos (algo parecido com Nike, Adidas).

Levantamento Histórico: A empresa tem 11 meses de atuação no mercado. Ela é administrada por três amigos (Tiago, Guilherme e Reinaldo) que formam uma sociedade.

Tiago e Guilherme trabalharam no setor comercial da Puma, já Reinaldo no setor de design da Nike. Na empresa Reinaldo é diretor chefe da parte de criação da empresa. Tiago é o CEO da companhia e Guilherme diretor comercial. A divisão dos lucros da empresa é de 40% para Reinaldo e 30% para Tiago e Guilherme.

A Tigres Sports ocupa 5 andares de um edifício comercial na Avenida Paulista em São Paulo. Lá é sua sede e funciona a parte administrativa e de criação. Os colaboradores estão divididos em diversas áreas, indo desde os estagiários ao presidente da companhia. As áreas correspondem ao setor financeiro, comercial, operacional, etc. São cerca de mil funcionários nessa sede.

A confecção dos itens é feita nas cidades de Salvador (BA) e em Curitiba (PR). Em Salvador são 450 funcionários, já em Curitiba são 850. A Tigres Sports tem lojas apenas nas capitais do país, uma grande loja em cada capital.

Missão: Levar conforto e estilo a sociedade por meio de vestuário

Visão: Expandir o nome da marca para todos os lugares do mundo, alcançando todos os tipos de pessoas.

Valores: Empresa com responsabilidade social, que contribuir para a melhora da mesma. Uma busca constante por um amanhã com mais respeito e mais justo.

Analise de SWOT: Forças, fraquezas, ameaças e oportunidades (FOFA).

Forças: Produtos de qualidade que agregam valor; novas ideias para o crescimento da marca e uma boa equipe de comunicação.

Fraquezas: Poucos seguidores nas redes sociais se comparado com as outras marcas; a força e o renome das outras marcas concorrentes.

Ameaças: Uma possível ameaça seria se a concorrência se unisse, mesmo que de forma momentânea, para prejudicar financeiramente a Tigres Sports. Elas poderiam abaixar o preço dos seus produtos a um nível difícil de competir.

Oportunidades: A primeira oportunidade de divulgação da Tigres Sports será patrocinando jogadores de futebol das categorias de base e de outros esportes no geral. Esses atletas tem muita visibilidade desde cedo, atraindo clubes europeus importantes. Outras modalidades esportivas e atletas tem mais dificuldades para conseguir patrocínios e por isso é uma oportunidade para a Tigres Sports investir nessas pessoas e modalidades. Além de visar os Jogos Olímpicos, que levam milhares de pessoas a acompanhar as competições.

Concorrência e Público: A concorrência é muito forte, pois as principais marcas desse segmento são a Nike, Adidas e Puma, além de outras marcas menos populares. O público é bem diverso e amplo, já que quase todo mudo usa algum produto de uma dessas marcas. Elas possuem vários tipos de segmentação. Então, a Tigres Sports terá um amplo público para poder vender seus produtos. Os itens da marca serão para todas as idades, indo do esportivo ao casual.

Objetivos do Plano: Tornar a marca conhecida mundialmente. Abrir o maior número de lojas em todo Brasil e no mundo. Patrocinar grandes esportistas e equipes, seguido de uma enorme arrecadação financeira. E disputar espaço no mercado entre as gigantes Nike, Adidas, Puma etc.

Orçamento: 19 milhões de reais que serão divididos para os anúncios na tv, patrocínio no futebol e influenciadores (caso estes influenciadores queiram receber algum pagamento em dinheiro para divulgarem os produtos). Esse orçamento pode variar caso a empresa comece a se expandir.

Canais de Divulgação: Divulgar na tv em canais como a Globo (tv aberta) e seus canais de esportes Sportv, Combate e Premiere. Fox Sports, Espn e Esporte Interativo também receberiam anúncios. Essa divulgação aconteceria por meio de comerciais em horários variados ao longo do dia.

A divulgação através de mídias digitais aconteceria, preferencialmente, no Youtube, Instagram e Twitter. No caso do Instagram, a divulgação seria feita com a ajuda de influenciadores digitais, esportistas, famosos, etc. Eles farão posts com algum dos produtos os recomendando, por exemplo. Outro modo de divulgar seria patrocinar algum time e campeonato de futebol, já que estes têm muita visibilidade. Além disso, patrocinar esses influenciadores e esportistas.

Mensagem e Conteúdo: A mensagem, basicamente, passaria a ideia da qualidade dos produtos, agregando valor aos objetos da marca. A sensação de felicidade e de pertencimento ao usar alguma coisa da marca.

O conteúdo produzido para as redes sociais e tv, podendo haver algumas diferenças por causa do veículo de comunicação. O uso de hashtags de forma massiva à fim de viralizar e divulgar os itens da marca.

Instagram: Ensaios fotográficos super produzidos com os produtos da marca feitos em estúdio e nas ruas; vídeos curtos e stories com os influencers e patrocinados pela marca; enquetes e sorteios.

Twitter: Aqui é a parte de entretenimento. Além das novidades e lançamentos que envolvem os produtos, os patrocinados irão interagir mostrando curiosidades de suas rotinas do dia a dia envolvendo os produtos (seja participando de campanhas ou praticando exercícios). E outra forma de divulgação será retuitando os textos que citam a marca Tigres Sports.

Youtube: Making off dos ensaios fotográficos e lançamentos dos produtos; entrevistas com os patrocinados, influencers e com alguém da própria empresa explicando as vantagens do produto em destaque. Vídeos dos esportistas patrocinados testando os produtos (algo bem descontraído).

TV: Para a tv seria algo mais simples e rápido, com alguns poucos segundos de duração. O conteúdo seria uma propaganda animada e com alguma música, podendo ter a participação de algum famoso, esportista ou influencer. A propaganda original teria uma duração maior do que a que iria para a tv e essa poderia ser dividida. Por exemplo, a original tem 45 segundos. Quando ela fosse para a tv, seria dividida em 3 propagandas de 15 segundos.

Durante eventos esportivos, a propaganda poderia mudar para se adaptar ao evento.

Cronograma de Ações: Em primeiro lugar fazer uma análise de SWOT e ver as forças, fraquezas, oportunidade e ameaças. Estudar a concorrência e distribuir a verba para as ações de promoção da marca.

Depois, o objetivo é usar as propagandas de televisão (principalmente no horário dos programas esportivos) para divulgar a Tigres Sports. Ao mesmo tempo promover palestras em academias e antes do início de cada competição esportiva visando apresentar a marca e os produtos, na tentativa de obter aceitação do público. Feito isso, será traçada a primeira estratégia de ação pela Tigres Sports, que é a de patrocinar equipes profissionais de futebol, academias e canais de esportes que estão ganhando fama na plataforma de vídeos YouTube (mais ou menos como fez a Adidas com o Desimpedidos). Essas ações, como tantas outras de tentar tornar a marca conhecida, abrirá espaço para mais oportunidades de mercado. Isso tudo sem perder de vista a força da concorrência.

Gerenciamento de Crise: O gerenciamento de uma possível crise será feito com a ajuda de diversos setores da empresa. Presidente ou porta-voz oficial, assessoria de imprensa, diretoria e sócios, financeiro, comercial e jurídico.

Será montado um comitê de gestão de crise, em que os participantes tomarão as decisões a fim de resolver a situação. A empresa será transparente e sua comunicação com a sociedade e imprensa, dando toda a atenção a ambas. Quando o problema for identificado, ele será

apresentado a todos e será resolvido o mais rápido possível para evitar danos à imagem da marca.

Os comunicados e as notas oficiais serão feitos nas redes sociais da empresa, na tv e no Youtube. Além disso, haverá coletivas de imprensa, se for necessário.

Situação Atual no Mercado: A empresa está a pouco tempo no mercado, ela é quase uma iniciante. Sua fatia no mercado é bem baixa no momento, com poucos usuários fiéis, se comparado com as concorrentes. Ela está investindo pesado na qualidade de seus produtos e na divulgação deles para, assim, ganhar mais espaço no mercado. A Tigres Sports está crescendo na área, porém não tão rápido quanto a empresa gostaria.

Objetivos e Metas: A empresa tem como objetivo inicial crescer no Brasil e se tornar conhecida nacionalmente para depois expandir mundialmente. A ideia no Brasil é expandir o número de lojas e interiorizar a marca. Após se estabilizar no país, a Tigres Sports vai migrar para outros países da América Latina como Argentina, Uruguai e México. As lojas ficariam nas capitais e depois iriam se interiorizando.

Como o Brasil exporta muitas promessas do futebol para a Europa, a ideia da marca é patrocinar esses jogadores desde cedo para que eles ajudem a levar a marca para o continente. Inglaterra, Alemanha, França, Itália e Espanha seriam os primeiros a ganharem lojas. Após estabilizadas, a marca iria se expandindo gradualmente por todo o continente.

Os Estados Unidos seria o último caso a receber lojas e investimento para a entrada da marca, pois a Nike é muito forte no país, então muito esforço seria necessário. A China teria a preferência se comparado aos EUA.

Releases

1- Doação de suprimentos para o combate ao coronavírus (Victor Malveira Lima, F035JE9).

2- O futebol de várzea para lançar produtos com preços mais acessíveis (Lucas Vinicius, N490DJ0).

3- Patrocínio a um esportista olímpico (Lucas Rodrigues da Silva, F103FF3).

4- Patrocínio pelas mídias, relacionado a comerciais de tv e influenciadores digitais (Owen Huang, F0013H0).

V.L.O. ASSESSORIA

12 de maio de 2020

Tigres Sports doa recursos para o combate ao Coronavírus

A empresa vai contribuir com recursos financeiros, alimentos e roupas que vão ser destinados a pessoas carentes.

A marca de roupas e artigos esportivos Tigres Sports vai estar doando diversos tipos de recurso para o combate do Coronavírus. A empresa começou a se mobilizar no último dia 1 de maio nas redes sociais para divulgar a ação.

O Coronavírus está afetando a vida das pessoas, principalmente as mais vulneráveis socialmente. A fabricante de roupas, calçados e acessórios esportivos pretende auxiliar um hospital de campanha com 5 milhões de reais. Além disso, 3 milhões de toneladas de cestas básicas serão destinadas a famílias carentes, junto com 1 milhão de kits de higiene. Tiago, um dos CEOs da marca, diz que "É o dever da Tigres Sports contribuir para com a sociedade nesse momento de crise", disse.

Tiago disse, ainda, que a marca passou a produzir máscaras que serão distribuídas em comunidades carentes e equipamentos de proteção para os profissionais da saúde. O CEO chama atenção para a chegada do inverno e diz que com a pandemia ficará mais difícil arrecadar roupas. Ele afirmou que "Todo ano, mais ou menos nessa época, a campanha do agasalho entra em ação com pontos de doação espalhados, mas por causa da pandemia ficará mais difícil de doar. Então, a Tigres Sports vai estar buscando essas doações nas casas das pessoas e as repassando para quem precisa", afirmou. Todas as doações serão destinadas ao estado de São Paulo.

A Tigres Sports entende qual deve ser o seu papel nesse momento de pandemia do Coronavírus. O CEO disse que, de certa forma, a marca vai estar se divulgando e ganhando uma exposição positiva, e que isso é algo bom, mas não é o principal foco no momento. Ele diz "O nosso principal objetivo no momento é ajudar a melhorar e salvar vidas", afirma.

A Tigres Sports é uma marca de roupas, calçados, acessórios e artigos esportivos. A empresa está no mercado a 11 meses e é administrada por três amigos, Tiago, Reinaldo e Guilherme, que formam uma sociedade. Ambos os três tem experiência no mercado. Mesmo sendo uma iniciante, a Tigres Sports vem crescendo e expandindo seu nome na sociedade.

V.L.O. Assessoria – Tigres Sports

Victor Malveira

V.L.O. ASSESSORIA

23 de abril de 2020

Tigres Sports vai usar o futebol de várzea para lançar produtos com preços acessíveis

Torneios de futebol serão vitrine e porta de entrada no mercado para a marca de roupas e artigos esportivos.

A Tigres Sports usará o futebol de várzea para lançar produtos com preços acessíveis. Essa ação visa a divulgação da marca e a entrada no mercado financeiro. Tiago, CEO da companhia, anunciou a novidade na tarde de ontem, 11, numa palestra em SP. A participação nos torneios amadores de futebol acontece devido a uma amizade entre Tiago e Erick Gonçalves, organizador dos campeonatos.

Na palestra de ontem que aconteceu em São Paulo, Tiago comentou como vai funcionar a participação nos torneios de várzea e o baixo custo dos produtos. “Vamos fornecer nossos artigos esportivos aos atletas, incluindo chuteiras. Contamos com a qualidade e a aceitação dos produtos para, enfim, pensar em preços promocionais”, disse. Tiago também destacou que os torcedores das equipes também poderão adquirir os itens da linha tigres. “Na final de cada campeonato será realizado sorteio de camisas, tênis, bolas e chuteiras “, explica.

No fim da palestra o CEO ainda falou sobre a oportunidade de divulgar a sua marca em torneios de várzea. “O futebol de várzea, já há um tempo, vêm crescendo e ganhando espaço até na televisão. Por isso, nós da tigres tivemos a ideia de usar os torneios para divulgar a marca e, consequentemente, ganhar espaço no mercado”, celebra. E completa: “Pensando lá na frente, a ideia é patrocinar eventos de outras modalidades”, disse.

A Tigres Sports vai começar estampando a sua marca na camisa dos times que vão disputar a 42ª edição da Copa Republicana de várzea, que tem início na primeira quinzena de junho e término na primeira quinzena de julho.

A marca Tigres Sports, de artigos esportivos, iniciou suas atividades em 2019. Três amigos, Tiago, Reinaldo e Guilherme formam uma parceria e administram o negócio. Apesar do projeto estar no início, a Tigres Sports vem crescendo e expandido o seu nome no mercado.

V.L.O. Assessoria – Tigres Sports

Lucas Vinicius Rodrigues Rocha

V.L.O. ASSESSORIA

05 de maio de 2020

Tigres Sports patrocinará campeão olímpico

A empresa de materiais esportivos é a nova patrocinadora do campeão olímpico e mundial de vôlei de praia Alisson Cerutti.

Na próxima segunda feira em entrevista coletiva a empresa anunciará o patrocínio do jogador de vôlei de praia Alisson Cerutti. É o primeiro atleta olímpico que a empresa estará patrocinando.

Após um mês de negociações a empresa e o atleta chegaram a um acordo. O atleta fechou por dois anos seu patrocinou com a marca. Ele aparecerá em comerciais, eventos e também a Tigres estará estampada em seu uniforme.

Mamute está muito animado com essa parceria "Quando fiquei sabendo pelos meus empresários do interesse da Tigres fiquei muito animado com a ideia. A empresa está crescendo a cada dia e poder participar dessa equipe será muito legal"

O CEO da empresa Thiago Benites está empolgado com essa nova parceria. "O Mamute, como é conhecido, é um grande atleta. Já faz um tempo que estávamos procurando um nome do esporte que fosse campeão. Alguns foram cotados, mas, nenhum era tão vitorioso como é o Alisson. Tivemos um contato com ele e em pouco tempo as conversas avançaram. Ficamos felizes com esse anúncio. Será um prazer tê-lo em nosso time."

Alisson foi campeão olímpico na Rio 2016 ao lado de Bruno Schmidt e ficou com a prata na Olimpíada de 2012. É bi campeão mundial em sua modalidade (2011 e 2015). Mamute irá competir na próxima Olimpíada que acontecerá em Tóquio (Japão) no ano que vem ao lado de Álvaro filho.

A Tigres Sports é uma empresa de materiais esportivos. Está no mercado há pouco menos de um ano e é administrada por três amigos (Tiago Benites, Reinaldo e Guilherme).

V.L.O. Assessoria – Tigres Sports

Lucas Rodrigues da Silva

V.L.O. ASSESSORIA

10 de abril de 2020

A Tigres Sports vai começar a patrocinar influenciadores digitais e fazer comerciais para as TVs

A empresa pretende começar a fazer reuniões com emissoras de TVs com o intuito de conseguir espaços para colocar seus comerciais e pretende começar a patrocinar alguns influenciadores digitais para atrair o público a conhecer a marca.

“A Tigre Sports é uma marca 100% brasileira, que tem como intuito mostrar para o público que os modelos de calçados, roupas e assessórios de esportes são das melhores qualidades e confortáveis da atualidade e tem os preços mais acessíveis para todas as classes.” Disse o diretor comercial da empresa, Guilherme. A empresa começou a negociar com as algumas emissoras de TVs o tempo de emissão de seu comercial e quanto ao pagamento para conseguir colocar seus comerciais.

E a empresa também deve começar a patrocinar alguns influenciadores digitais para atrair mais o público para conhecer a marca. “Começamos a mandar mensagens para vários influenciadores digitais que estão conectados com os esportes, principalmente do futebol, na qual iremos mandá-los alguns dos nossos produtos para cada um deles puderem utilizá-los e nós derem uma resposta, avaliando os produtos.” Disse o CEO da empresa Tiago.

Um dos objetivos principais do Tigres Sports é mostrar para o público que uma empresa nova, há pouco menos de um ano criada no Brasil na qual fabrica materiais esportivos tem como competir com as outras grandes marcas de esportes conhecidas no mundo e o outro objetivo é conseguir entrar expandir o mercado em outros países e se torna famosa pelo mundo inteiro. A empresa é administrada por três amigos (Tiago, Guilherme e Reinaldo).

V.L.O. Assessoria – Tigres Sports

Owen Huang