



Máscara Ecológica

Funções:

Roteiro do vídeo: Maria Eduarda Fialho (26° TD).

Pesquisa: Arthur Felipe, Clarice Oliveira (07° TD) e Mariana Couto (24° TG).

Pesquisa Forms: Leticia Helena de Oliveira (19° TD) e Arthur Miguel (4° TD).

Edição do slide/Animação: Guilherme Gusmão (11° TD).

Formatação dos textos: Vitória Alves (30° TA) e Arthur Felipe Pereira (5° TA).

Persona:



Natalie, 43 anos, médica hospitalar e gerente de uma organização a favor do meio ambiente, sempre ligada a tecnologia e tentando sempre inovar nas maneiras de praticar a ecologia, ama a natureza e os animais, divulgando sua rotina em suas redes sociais. Durante a pandemia ela usou de sua influência para promover o isolamento social e o uso de máscaras.

Público alvo:



Por mais que as máscaras devem ser utilizadas por todos, o público alvo do nosso produto engloba mais pessoas como a Natalie que utiliza as máscaras no dia a dia e se interessa principalmente por ecologia e meio ambiente, tentando sempre inovar e influenciar mais pessoas a terem um estilo de vida como o dela.

CTA:

As máscaras que te protegem, agora protegem o outro.

Venha se proteger protegendo o planeta!

Princípios do Marketing:



Produto: Sabendo dos altos índices de problemas ambientais que estamos tendo atualmente, assim como a presente situação de pandemia que o planeta está enfrentando, o nosso produto veio na intenção de inovar o mercado e ajudar a natureza através da população, agradando todos os amantes de tecnologia e ecologia.

Preço: A máscara ecológica é realizada a partir de outras máscaras que já foram utilizadas, então o seu custo seria mais acessível do que as outras presentes no mercado, atraindo além do público esperado.

Praça: O produto poderia ser adquirido em farmácias, postos de saúde, hospitais e revendedores online, sendo de fácil acesso a toda a população, o intuito é fazer a máscara ecológica chegar em áreas povoadas.

Promoção: Anúncios pagos, redes sociais, influenciadores online, outdoors, etc. A máscara seria anunciada de diversas maneiras, procurando sempre informar pessoas de todas as áreas e em qualquer lugar, tendo um foco especial nas mídias sociais que estão em alta principalmente por causa da pandemia.

Leis de Gestalt:

No anúncio em formato de folheto nós utilizamos a Lei da Segregação, colocando cores vibrantes e elementos com identidade visual, como flores e folhas em tons aquarela, chamando atenção principalmente do nosso público alvo. Também foi utilizada a Lei da Pregnância colocando fontes de texto facilmente legíveis e que trazem a imagem de uma leitura rápida e tranquila.