

The image features a dark blue background with several colorful geometric shapes scattered around the central text. These shapes include a red parallelogram, a green semi-circle, a yellow triangle, a green triangle, an orange semi-circle, a green trapezoid, and a red quarter-circle.

**The Concert Experience.**

# Introdução

No âmbito do módulo Planos e Campanhas de Comunicação – Venda não Presencial leccionado pelo Formador Jorge Abegão, foi-nos proposto a desenvolvimento de um trabalho de grupo em que é feita a escolha de um produto ou serviço e escolher os critérios de segmentação adequados ao mercado-alvo e posicionamento pretendido para o produto ou serviço escolhido. Foi-nos também pedido a apresentação do Marketing Mix do produto ou serviço escolhido.

Optamos por escolher um serviço em detrimento de um produto. O serviço que propomos trata de toda a logística necessária para os clientes poderem assistir e vivenciar um concerto de música: The Concert Experience.



**The Concert Experience.**

Vida Activa - Formação Modular Certificada - Técnico de Comunicação e Serviço Digital  
SFP Santarém (IEFP) - SIGO 9022472 - UFCO 9217 - Planos e Campanhas de Comunicação - Venda Não Presencial

Andreia Calhau | Dora Santos Marques | Ricardo do Canto

# Posicionamento

O serviço que vamos prestar no âmbito deste trabalho é um serviço “Premium” que se posiciona no topo do mercado de consumo.

# Segmento de Mercado Alvo

## Segmentação Geográfica

Nesta primeira fase o nosso mercado alvo é Portugal.

## Segmentação Demográfica

O nosso cliente alvo tem entre 30 e 50 anos, pertence às classes média/média-alta e o nosso serviço não é especificamente dirigido a nenhum dos géneros.

## Segmentação Geográfica

O cliente a quem dirigimos o nosso serviço é amante de música, cosmopolita, gosta de viajar e é extrovertido.

## Segmentação Geográfica

O cliente tipo do nosso serviço procura aliar o usufruto da sua paixão musical com a aventura de uma viagem e a exploração de novos locais. Procura uma experiência tipo chave-na-mão, onde não tem de se preocupar com os pormenores logísticos necessários à concretização da experiência que busca.

# Marketing Mix

## Produto

O que pretendemos oferecer ao cliente é um pacote de serviços que responda a todas as necessidades do cliente quando pretende assistir ao vivo a um concerto musical fora do país. O cliente escolhe o concerto a que quer assistir e o nosso site trata de toda a logística necessária para que não tenha mais nenhuma preocupação.

Os serviços incluídos são os seguintes:

- Compra do bilhete para o concerto;
- Reserva de eventuais experiências VIP disponíveis, como por exemplo acesso ao backstage;
- Compra do bilhete de avião, comboio ou outro tipo de transporte;
- Reserva do hotel mais conveniente, tendo em conta o local do espectáculo;
- Transfer do aeroporto (ou estação de caminho de ferro) para o hotel, do hotel para o concerto e vice-versa;
- Reserva de restaurantes;
- Apoio e esclarecimento de dúvidas via telefone, email ou chat antes e durante toda a viagem.

# Marketing Mix

## Preço

O serviço prestado é um serviço Premium, e deste modo o preço a praticar está alinhado com esta característica do serviço prestado.

## Distribuição

A distribuição dos serviços será feita online, através de um site (webapp). De qualquer modo, e como serviço Premium que é, numa segunda fase do contacto com o cliente, haverá contacto telefónico para ajustar e personalizar cada serviço prestado às necessidades particulares do cliente.

## Promoção

A promoção dos nossos serviços será feita nos meios digitais (internet), com especial incidência nos sites e páginas das redes sociais das bandas mais populares, assim como nos fóruns e clubes de fãs dessas mesmas bandas.

## Campanha de Comunicação



O Facebook e o Instagram são redes sociais que alcançam a quase totalidade da população e assim são excelentes ferramentas para alcançar o nosso público alvo, visto que através das suas ferramentas de filtragem de públicos é possível identificar e alcançar com precisão o público que se pretende alcançar.

Uma vez que o nosso público alvo são os amantes de música, o Spotify é o canal ideal para identificar o nosso público alvo. Este canal permite segmentar a audiência de um anúncio de acordo com a idade do utilizador, língua e, mais importante, interesses e comportamentos na app. Tendo em conta que o Spotify é um serviço de streaming de música, os interesses do utilizador permitem-nos saber com precisão quem é o público para cada tipo de espectáculo.

# Campanha de Comunicação



Uma vez que os amantes de música têm orgulho em demonstrar os seus conhecimentos musicais, vamos criar no site um jogo trivia em que são testados os conhecimentos musicais dos utilizadores. Os utilizadores serão captados para o jogo através de anúncios nos canais de comunicação (redes sociais) que mencionámos. No final do jogo é atribuída uma pontuação, que pode ser partilhada nas redes sociais, desafiando outros utilizadores a jogar e visitar o nosso website. Nessa partilha é também incluído um link para o site e assim é por um lado é aumentada a virilidade do anúncio/jogo e por outro lado aumentamos a audiência do site.

Para jogar este jogo será necessário fornecer o endereço de e-mail e subscrever a newsletter do site. Com os endereços de e-mail recolhidos, será feita uma campanha de e-mail marketing para promover o nosso produto.



# Campanha de Comunicação



As bandas e/ou estilos musicais em que houve uma maior percentagem de acertos no jogo e os restantes dados recolhidos serão utilizados para identificar melhor o perfil de cada um dos leads e assim será possível fazer uma campanha de e-mail marketing melhor ajustada a cada um dos clientes alvo.