



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

Bruno Akio Andrade Samezima

Fernanda Scudeller de Oliveira Rocha

Gabriel Lopes Samezima

João Henrique Coelho

Nickolas Alexandre Di Zacri Piedade

Evento Comemorativo de Aniversário 8 Anos – World Style Assis

Assis/SP

2018



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Bruno Akio Andrade Samezima

Fernanda Scudeller de Oliveira Rocha

Gabriel Lopes Samezima

João Henrique Coelho

Nickolas Alexandre Di Zacri Piedade

Evento Comemorativo de Aniversário 8 anos – World Style Assis

Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientando(a): Bruno Akio Andrade Samezima

Fernanda Scudeller de Oliveira Rocha

Gabriel Lopes Samezima

João Henrique Coelho

Nickolas Alexandre Di Zacri Piedade

Orientador(a): Gisele Maria Silveira Constantino

**Assis/SP
2018**

BANCA EXAMINADORA

ORIENTADOR:

Prof. Ms. Gisele Maria Silveira Constantino

EXAMINADOR:

Profa. Dra. Ana Luisa Antunes Dias

RESUMO

A Loja World Style, situada na cidade de Assis, estado de São Paulo, iniciou suas atividades em 2010. Por estar sempre ligada a promoção de diversos eventos ligados à arte e à cultura de rua e sentindo a falta de pessoas para promoverem um evento, a empresa buscou uma agência de publicidade para realizar todo o processo de criação e desenvolvimento de um evento em prol da cultura e sociedade. Sendo assim o objetivo deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é desenvolver um evento em comemoração ao oitavo ano da loja na cidade de Assis em parceria com a marca Vans onde ocorra o fortalecimento de ambas as marcas.

Palavras-chave: World Style , evento em comemoração, fortalecimento de marca.

ABSTRACT

The World Style Store, located in the city of Assis, state of São Paulo, started its activities in 2010. Because it is always linked to the promotion of various events related to art and street culture and feeling the lack of people to promote an event, the company sought an advertising agency to carry out the whole process of creating and developing an event in favor of culture and society. Therefore, the purpose of this Course Completion Work (TCC) is to develop an event in commemoration of the eighth year of the store in the city of Assis in partnership with the brand Vans where the strengthening of both brands takes place.

Keywords: World Style, event in celebration, brand strengthening

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	10
CONCEITO DE BRIEFING	10
BRIEFING	10
Dados do cliente: World Style.....	10
Histórico da empresa	10
Histórico de comunicação.....	11
Produto/serviço	11
Mercado	11
Consumidor	11
Distribuição.....	11
Preços.....	11
Razões de compra do produto/serviço	12
Concorrência	12
Lojas de calçados que possuem produtos similares aos da loja e lojas online.....	12
Objetivos de Comunicação	12
Verba total de comunicação.....	13
DIAGNÓSTICO	13
Análise Situacional.....	13
3 PLANEJAMENTO DO EVENTO EM COMEMORAÇÃO AOS 8 ANOS DA LOJA WORLD SYTLE EM ASSIS	14
BRIEFING DE CRIAÇÃO.....	14
ESTRATÉGIA DO EVENTO	15
TEMÁTICA DO EVENTO.....	15
4 DETALHAMENTO DAS PEÇAS DESENVOLVIDAS.....	16

POSTS DE CHAMADA PARA O EVENTO E DAS ATRAÇÕES PRESENTES NA COMEMORAÇÃO DOS 08 ANOS DE LOJA.....	17
VÍDEO PARA A CHAMADA DO EVENTO EM COMEMORAÇÃO AOS 08 ANOS DA LOJA	21
<i>AFTER MOVIE</i> DO QUE FOI O EVENTO REALIZADO PELA LOJA.....	21
5 PLANO DE MÍDIA	22
Briefing de mídia	22
Objetivos de mídia.....	22
Estratégia de mídia.....	23
Táticas de mídia.....	23
6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	24
ENQUETE REALIZADA DURANTE O EVENTO	25
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46

Lista de figuras

Figura 1 - Capa do Facebook com temática de 08 anos.....	16
Figura 2 - Chamada para inscrições do campeonato.....	17
Figura 3 - Chamada para o evento com as atrações presentes.....	18
Figura 4 - Atrações do evento (Dj Korsain, Dj Jovem Negro, banda Sweet fingers, grupo de dança Hustle Flava e tatuadores, Vini Tattoo, Cezika e Jujuba).....	19
Figura 5 - Backdrop impresso em 3x3 metros para exposição no evento.....	20
Figura 6 - Número de pessoas durante a realização do evento e porcentagem de consumidores da marca Vans presente no evento.....	25
Figura 7 - Número de atletas presentes no campeonato de skate e uma pesquisa de satisfação sobre a competição realizada no evento.....	26
Figura 8 - Enquete que abordava a qualidade do campeonato de skate.....	27
Figura 9 - Enquete feita com as pessoas que estavam presentes no recinto, sobre preço e qualidade da comida servida e sobre as atrações que se apresentaram no evento.....	28
Figura 10 - Resultado de impulsionamento de publicação do evento em rede social (facebook).....	29
Figura 11 - Resultado analítico de impulsionamento de publicação (facebook).....	30
Figura 12 - Publicação do sorteio realizado na pagina do facebook da loja.....	31
Figura 13 - Prêmios do sorteio realizado.....	32
Figura 14 - Reportagem no jornal local com resultado da ação beneficente realizada no evento.....	33
Figura 15 - Continuação da reportagem do jornal local sobre ação beneficente.....	34
Figura 16 - Dj Jovem Negro (Presidente Prudente-SP).....	35
Figura 17 - Atleta durante a competição.....	36
Figura 18 - Narrador oficial do campeonato Eduardo Palhares.....	37
Figura 19 - Atleta durante a competição.....	38
Figura 20 - Pimenta Foodtruck.....	39
Figura 21 - Premiação do campeonato.....	40
Figura 22 - Espectadores.....	41
Figura 23 - Flash Day durante o evento, artista Cezika Tattoo.....	42
Figura 24 - Premiação do campeonato.....	42
Figura 25 - Apresentação da banda Sweet Fingers.....	43
Figura 26 - Apresentação de dança do grupo Hustle Flava.....	44

1 INTRODUÇÃO

Buscando atender um exigente nicho do mercado atual, lojas varejistas de multimasas como a World Style, procuram mais profissionais especializados para gerir a comunicação de suas marcas.

Em virtude desse cenário, esse trabalho aborda a trajetória comercial de uma loja com mais de 7 anos de tradição na cidade de Assis, a Loja World Style, do empresário Rodrigo Sabeh.

Devido à crise financeira que passa nosso país, juntamente com o empresário, discutiram-se diversas ideias criativas e conseqüentemente encontraram-se problemas que a empresa vem sofrendo, atualmente, devido à queda de vendas no mercado atual.

Entende-se que os reflexos da crise financeira ultrapassada nos últimos anos só podem ser minimizados com estratégias criativas de comunicação. A publicidade tem como um de seus fundamentos elaborar eventos que valorizem o produto ou empresa junto ao seu público, fortalecendo a marca. Em momentos de crise, o consumidor tende a se comportar de maneira mais cautelosa. Destaca-se o fenômeno denominado “*Tradedown*”, que significa trocar para baixo, resumido na troca por produtos mais baratos e o corte dos produtos supérfluos, que vão desde viagens até sapatos e roupas.

Nesse cenário, entende-se que um evento esportivo criativo, que gere engajamento com o consumidor e conquiste novos mercados seja muito importante para a loja World Style.

Em 06 de outubro de 2018 foi realizado um evento que reuniu esporte, música e lazer, num espaço aberto, na Associação Comercial e Industrial de Assis (ACIA)., Pretendeu-se, com a realização do evento esportivo, gerar novos consumidores e um engajamento com a loja, por meio do contato direto com o público prospectado; demonstrar novas ideias, pensamentos, estratégias, feedbacks e resultados positivos, proporcionados pela produção e ativação comercial.

Como tema principal a comemoração de 8 anos da Loja World Style da cidade de Assis, o evento de 6 de outubro contou com a parceira da *Vans*, marca de tênis, roupas e acessórios, criada na Califórnia em 1966, muito ligada ao esporte, principalmente ao Skate, à cultura de rua e à música.

2 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

CONCEITO DE BRIEFING

Rafael Sampaio (Editora campus, 1999), conceitua briefing como as informações necessárias para a criação de uma campanha, coletadas e trocadas entre o anunciante e a agência, utilizando meios simples e diretos, previamente selecionados, tornando o processo contínuo e cumulativo ao longo de todos os estágios do planejamento.

Tendo em vista esse conceito, apresentamos a seguir o briefing do cliente, colhido e organizado pela agência de publicidade.

BRIEFING

Dados do cliente: World Style

Rua Floriano Peixoto, 153

(18) 3323-7171 \ (18) 99611-4962.

Horário de funcionamento: das 9:00 às 18:00.

Histórico da empresa

A Loja World Style situada na cidade de Assis, estado de São Paulo, iniciou suas atividades em 2010, com a intenção de ser mais do que uma loja de *street wear*, expandir a experiência do consumidor e criar um conteúdo de vestuário atual e trazer inovação e moda para o interior. O Conceito *Lifestyle* é algo muito recente, mas seu crescimento é visível e a sua aceitação maior ainda. A loja trabalha com marcas que trazem esse conceito em suas coleções. O público-alvo não é formado somente por pessoas que praticam esportes radicais, mas também por quem se interessa por moda e gosta de estar sempre ligado nas tendências mundiais e que quer transmitir esse estilo de vida na sua maneira de se vestir.

Histórico de comunicação

Com mais de 7 anos de tradição na cidade de Assis, a loja World Style, já promoveu diversos eventos ligados à arte e à cultura de rua. (ex. Campeonatos de Skate, campanhas solidárias em prol da cidade, apoio e incentivo para atletas locais, campanhas sazonais que envolveram sorteio de produtos e viagens). De 5% a 10% do faturamento da empresa é direcionado à área de comunicação.

Produto/serviço

A empresa tem como principal objetivo a venda de calçados, confecções e acessórios (bonés, correntes, meias, cuecas, skate, patins)

Mercado

Varejo

Consumidor

O consumidor da loja é formado por pessoas que praticam esportes radicais, mas também que se interessam por moda e gostam de estar sempre antenadas nas tendências mundiais e que querem transmitir esse estilo de vida na sua maneira de se vestir. Como a loja trabalha com muitas marcas conceituadas no mercado ocorre a implantação de preços mais elevados, sendo assim captando clientes de classes A e B.

Distribuição

A empresa conta com uma loja física e trabalha também via e-commerce.

Preços

A loja conta com muitas marcas conceituadas no mercado, sendo assim a implantação de um preço um pouco mais elevado é inevitável, tendo preços que variam de R\$20,00 até R\$1,000,00.

Razões de compra do produto/serviço

Pelo fato da loja contar com produtos e marcas exclusivas, muitos clientes são fidelizados pelo mesmo.

Concorrência

Lojas de calçados que possuem produtos similares aos da loja e lojas online.

Concorrentes indiretos:

Os concorrentes indiretos da World Style são:

- Tess 187
- Your Id
- Brshop
- Ophicina

Concorrentes Diretos:

Os concorrentes diretos são as lojas e-commerce, que comercializam os mesmos produtos e segmentos de marcas semelhantes à loja.

- Ophicina
- Your ID
- Kanui
- Netshoes
- Maze
- Loja Virus

Objetivos de Comunicação

Fortalecimento da marca World Style, alcançar novos consumidores e restaurar os laços com antigos clientes, aumentar o nível de aceitação da marca, por meio de um evento em comemoração ao 8º ano da loja. O evento, realizado em 06 de outubro de 2018, teve a parceria da marca Vans.

Verba total de comunicação

A empresa utiliza materiais de subsídio direto com as marcas parceiras, usando uma verba aproximada de R\$7.000,00 (sete mil reais).

Orçamento total do evento:

Estrutura: R\$3.700,00

Bebida: R\$1.700,00

Comida: R\$1.400,00 (Patrocínio)

Backdrop: R\$1.000,00

Premiação do evento: R\$3.000,00 (Patrocínio)

Brindes *Vans*: R\$4.000,00 (Patrocínio)

Facebook: R\$100,00

DIAGNÓSTICO

Problema

Sentindo a falta de pessoas para promoverem um evento, a empresa buscou uma agência de publicidade para realizar todo o processo de criação e desenvolvimento de um evento em prol da cultura e sociedade.

Análise Situacional

O mercado nacional está fragilizado perante a crise econômica, além disso a loja enfrenta uma ampla concorrência de lojas que contém produtos similares, porém, a Loja World Style possui um leque de grandes marcas comercializadas apenas por ela na região de Assis, inclusive a marca *Vans*.

3 PLANEJAMENTO DO EVENTO EM COMEMORAÇÃO AOS 8 ANOS DA LOJA WORLD SYTLE EM ASSIS

TIPO DE CAMPANHA

Organização de Evento Institucional

BRIEFING DE CRIAÇÃO

Plataforma de divulgação: Mídia Digital/Online

MÍDIA FACEBOOK

Criação de um evento

Capa do evento e capa do Facebook da loja

Postagens

DESCRIÇÃO DAS PEÇAS / POSTS

Geral do Evento (Data, hora, local, atrações, praça de alimentação, Flashtattoo e bebidas)

Campeonato de Skate (Categorias, premiações, inscrição, hora data e local)

Atrações e Tatuadores

Sorteio tatuagem e meia (Curtir compartilhar, marcar presença no evento marcar 3 amigos e curtir a página do Instagram)

MÍDIA INSTAGRAM

Divulgação das peças nas histórias (*Stories*)

Geral do Evento (Data, hora, local, atrações, praça de alimentação, Flashtattoo e bebidas)

Campeonato de Skate (Categorias, premiações, inscrição, hora data e local)

Atrações e Tatuadores

Sorteio tatuagem e meia (Curtir compartilhar, marcar presença no evento marcar 3 amigos e curtir a página do Instagram)

ESTRATÉGIA DO EVENTO

Sorteios de produtos da loja em dias anteriores ao evento, com retirada dos prêmios no dia;

Teasers das atrações, e posts sequenciais interativos com base no conceito do evento, para gerar um engajamento com nosso target;

Sorteios de uma tatuagem na página do Instagram da Loja World Style;

Layout de divulgação dos produtos Vans;

Engajamento com os clientes nas redes sociais (Facebook/Instagram);

Campeonato de Skate no formato de Jam Session, para três categorias (Amador/Infantil/Mirim);

Venda de comida e bebidas no recinto;

Apresentação Artística (banda/dj/grupo de dança);

Backdrop World Style x Vans para tirar foto;

After Movie pós evento;

TEMÁTICA DO EVENTO

Comemoração dos 8 anos da loja e a parceria com a marca Vans.

No evento foram realizadas estratégias de marketing buscando fortalecer sua marca e conceito. Foram produzidos materiais de divulgação para mídias sociais, em comemoração aos 8 anos da loja: Um *After movie* logo após a finalização do evento com todo resultado e ações de endomarketing realizado para incentivar seus colaboradores sobre o conceito utilizado em todo evento comemorativo.

4 DETALHAMENTO DAS PEÇAS DESENVOLVIDAS



Figura 1 - Capa do Facebook com temática de 08 anos

POSTS DE CHAMADA PARA O EVENTO E DAS ATRAÇÕES PRESENTES NA
CELEBRAÇÃO DOS 08 ANOS DE LOJA



WORLDSTYLE APRESENTA
2ª JAM SESSION
NA RUA

CATEGORIAS
MIRIM
INICIANTE
AMADOR

INSCRIÇÃO
1KG DE ALIMENTO
(LOJA WORLD STYLE)

HORÁRIO
06/10 - 13Hrs
ÍNICIO DO CAMPEONATO

LOCAL
ACIA
(Av. Antônio Zuardi, 970 -
em frente o Parque Buracão)

PREMIAÇÃO
R\$ 1.000,00 para a categoria AMADOR
+ TROFÉUS + PRODUTOS VANS

INFORMAÇÕES |  18 99784 5686 - Eduardo Palhares

apoio

VANS
OFF THE WALL

world
style

Figura 2 - Chamada para inscrições do campeonato

WORLDSTYLE APRESENTA
CELEBRAÇÃO DE 8 ANOS DA FIRMA

ATRAÇÕES
 2ª JAM SESSION NA RUA - CAMP. DE SKATE
 SWEET FINGERS - BANDA DE ROCK
 JOVEM NEGRO - DISCOTECAGEM
 KORSAIN - DISCOTECAGEM

FLASH TATTOO!
 CEZIKA | VINI | JUJUBA | DUDA MAX

PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO
 ÁGUA | CERVEJA | REFRI | RASPADINHA DE VODKA
 MANIGOTO BURGERS | ALGODÃO DOCE | CHURROS

06/10 - 13h às 22h

LOCAL	ENTRADA
ACIA	1KG DE ALIMENTO NÃO PERECÍVEL
(Av. Antônio Zuardi, 970 em frente ao Parque Buracão)	

APOIO

VANS
OFF THE WALL

world style

Figura 3 - Chamada para o evento com as atrações presentes



Figura 4 - Atrações do evento (Dj Korsain, Dj Jovem Negro, banda Sweet fingers, grupo de dança Hustle Flava e tatuadores, Vini Tattoo, Cezika e Jujuba)



Figura 5 - Backdrop impresso em 3x3 metros para exposição no evento

VÍDEO PARA A CHAMADA DO EVENTO EM COMEMORAÇÃO AOS 08 ANOS DA LOJA

Vídeo produzido com intuito de atrair novos consumidores da marca Vans e mostrar a nova coleção disponível na loja

Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=Fs2qWjBblp8&feature=youtu.be>

AFTER MOVIE DO QUE FOI O EVENTO REALIZADO PELA LOJA

Vídeo pós-evento, com imagens de atrações, campeonato e parte do público que compareceu.

Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=linRmoTYe7g&feature=youtu.be>

5 PLANO DE MÍDIA

Briefing de mídia

Produto/serviço:

A empresa tem como principal objetivo a venda de calçados e confecções e acessórios (bonés, correntes, meias, cuecas, skate, patins)

Objetivos de mídia

Levar ao conhecimento do público as vantagens sobre a linha de produtos de marcas exclusivas, transmitindo de forma adequada a linha criativa de nossa campanha através de um mix de meios adequados.

Alcance

Alto, mais de 70%

O alcance utilizado pela marca será alto, pois é uma marca inovadora e trabalha com lançamentos semanais e temáticos sempre com novas coleções, atingindo sempre públicos diversos e de todas as classes sociais. Por isso o alcance é sempre alto independente do lançamento ou promoção.

Frequência

A campanha terá uma frequência alta no seu lançamento e com sustentação (mini campanhas) de média frequência nos demais meses.

Continuidade

- Produto de baixa frequência de compra, mas com alta utilização
- Incrementos de vendas em datas especiais
- Alta fidelidade
- Produto incomum (coleções limitadas).

Estratégia de mídia

Tivemos como estratégia a instalação de um backdrop com a intenção de gerar conteúdo de engajamento para ambas as marcas. Será utilizado também hashtags com o tema do evento, realização de vídeos e imagens para aftermovie e cobertura fotográfica.

Táticas de mídia

Redes sociais (Instagram e Facebook) são ferramentas que podemos direcionar ao público-alvo da loja mais objetivamente, enviar a mensagem até o consumidor final mais eficaz ou mais rapidamente.

Banners Estáticos, mensagens objetivas para gerar engajamento com o consumidor e desejo de compra pelo mesmo.

Vídeos geram audiência, são interativos e chamam a atenção, e direcionado a redes sociais o custo gerado é bem mais baixo.

6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

No dia 6 de outubro de 2018 foi realizado o evento “Comemoração de 8 Anos World Style”, com o apoio da marca *Vans*, no intuito de celebrar o 8º ano da loja, promovendo a cultura e entretenimento regional através de um campeonato de skate e com apresentações de artistas da região.

O evento contou com a presença de aproximadamente 600 pessoas, entre elas, 65 atletas de diferentes cidades da região de Assis e atletas da região de São Paulo. A inscrição realizada pelo atleta foi a colaboração de 1 quilo de alimento não perecível. Houve premiações e brindes para todas as categorias disputadas e premiação em dinheiro para a categoria principal. No formato de Jam Session, concorria aos prêmios o atleta que fizesse a melhor manobra nas categorias Iniciante, Mirim e Amador.

A entrada era aberta ao público, sendo opcional a doação de 1 quilo de alimentos não perecíveis e, somando com as inscrições dos atletas foram arrecadados mais de 130 quilos de alimentos que foram doados à Casa das Crianças de Assis no dia 12 de outubro, em comemoração ao dia das crianças.

Com o apoio e a presença de empresas do setor alimentício, Manigoto Burguer, Pimenta Food Truck e Cervejaria Conti, foi formada a nossa praça de alimentação com resposta positiva do público visitante.

Para a promoção do conceito de arte local, convidamos 3 tatuadores da cidade para fazer flashes de tatuagem durante todo evento, o que atraiu um público diferente do que era esperado.

ENQUETE REALIZADA DURANTE O EVENTO

Durante o evento do dia 06 de outubro de 2018, realizado no espaço externo da ACIA, foi realizada uma enquete junto aos participantes do evento. A seguir, temos o resultado dessa enquete:

Questão 1: Consumidor da loja – () Sim () Não

Consumidor Vans – () Sim () Não

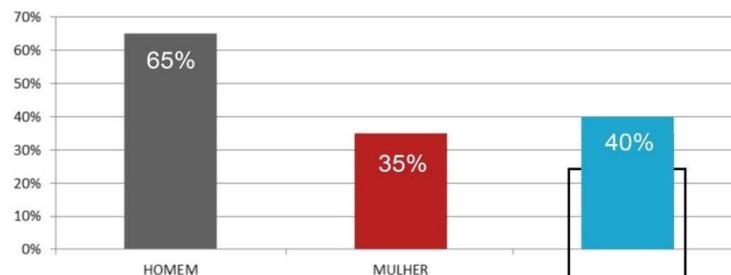
Assessórios – ()

Confecção – ()

Calçados – ()

Público

600 Pessoas.



- 40% do público em geral são consumidores da loja.

- Consumidores utilizando a marca Vans no evento: 60%

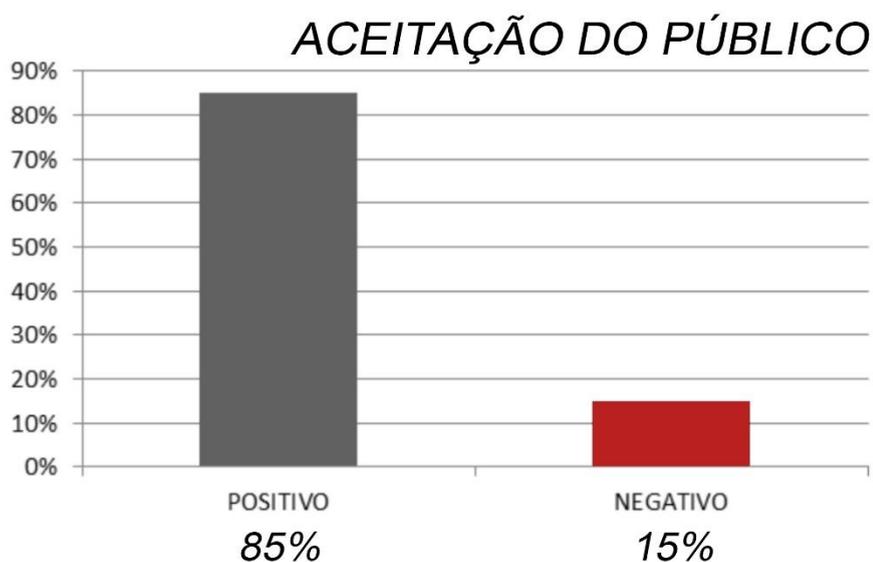
- Assessorio 15%
- Confecção 35%
- Calçado 50%

Figura 6 - Número de pessoas durante a realização do evento e porcentagem de consumidores da marca Vans presente no evento

Questão 2: Gostaria de um próximo evento – ()Sim ()Não

- Atletas inscritos no campeonato: 65

- Cidades participantes: Assis, Candido Mota,
Palmital, Paraguaçu Paulista,
Pedrinhas Paulista, Birigui, Presidente Prudente,
Ourinhos, São Paulo.



Gostaria de um próximo evento?

Sim: 90%

Não: 10%

Figura 7 - Número de atletas presentes no campeonato de skate e uma pesquisa de satisfação sobre a competição realizada no evento

Questão 3: Como você avalia o campeonato – () Ruim () Bom () Ótimo

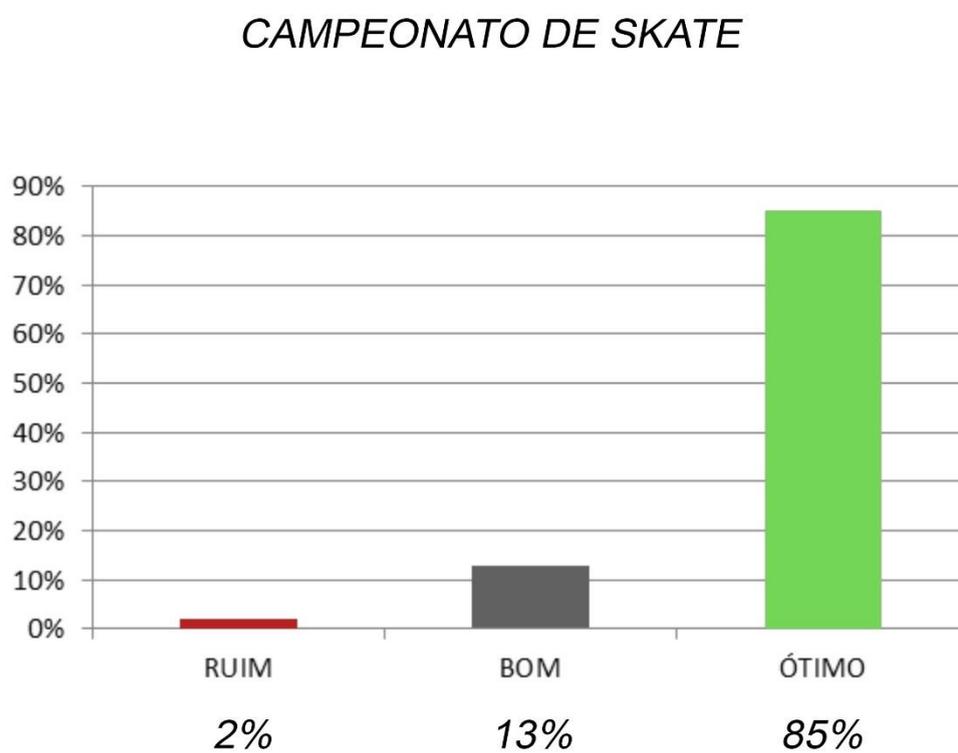


Figura 8 - Enquete que abordava a qualidade do campeonato de skate

Questão 4 e 5: Como você avalia a alimentação – () Ruim () Bom () Ótimo
Como você avalia as atrações – () Ruim () Bom () Ótimo

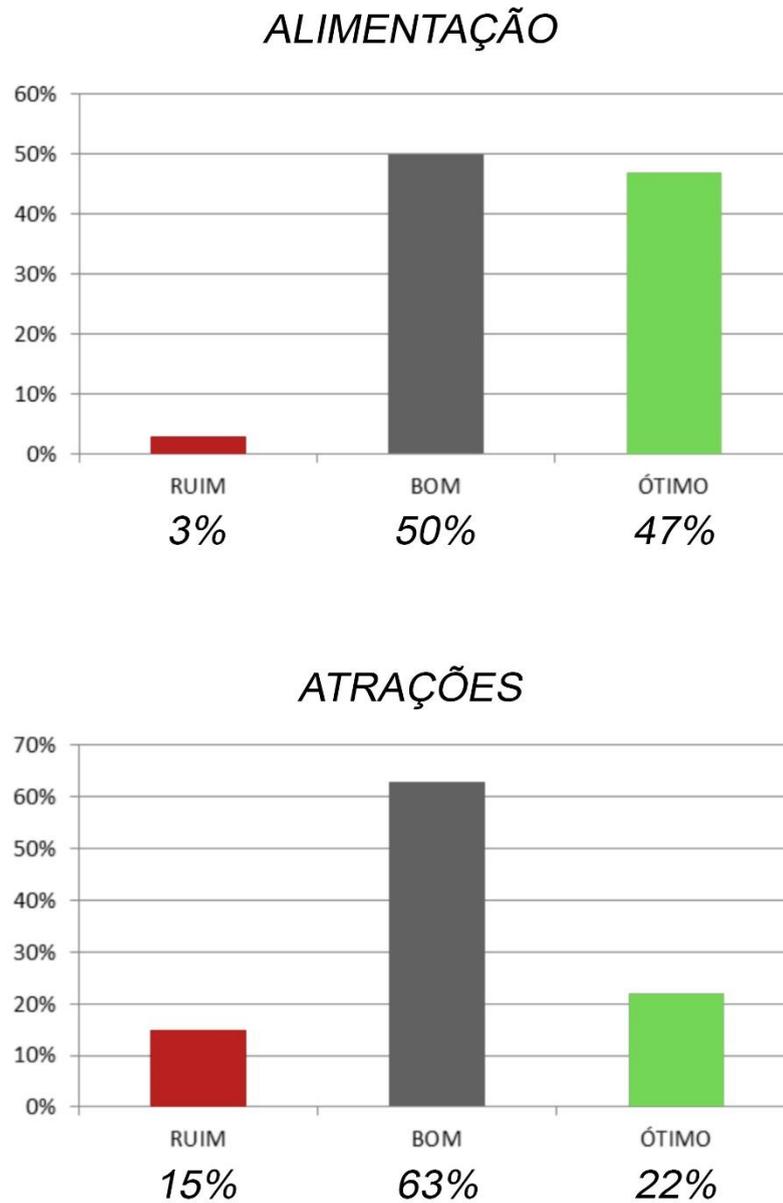


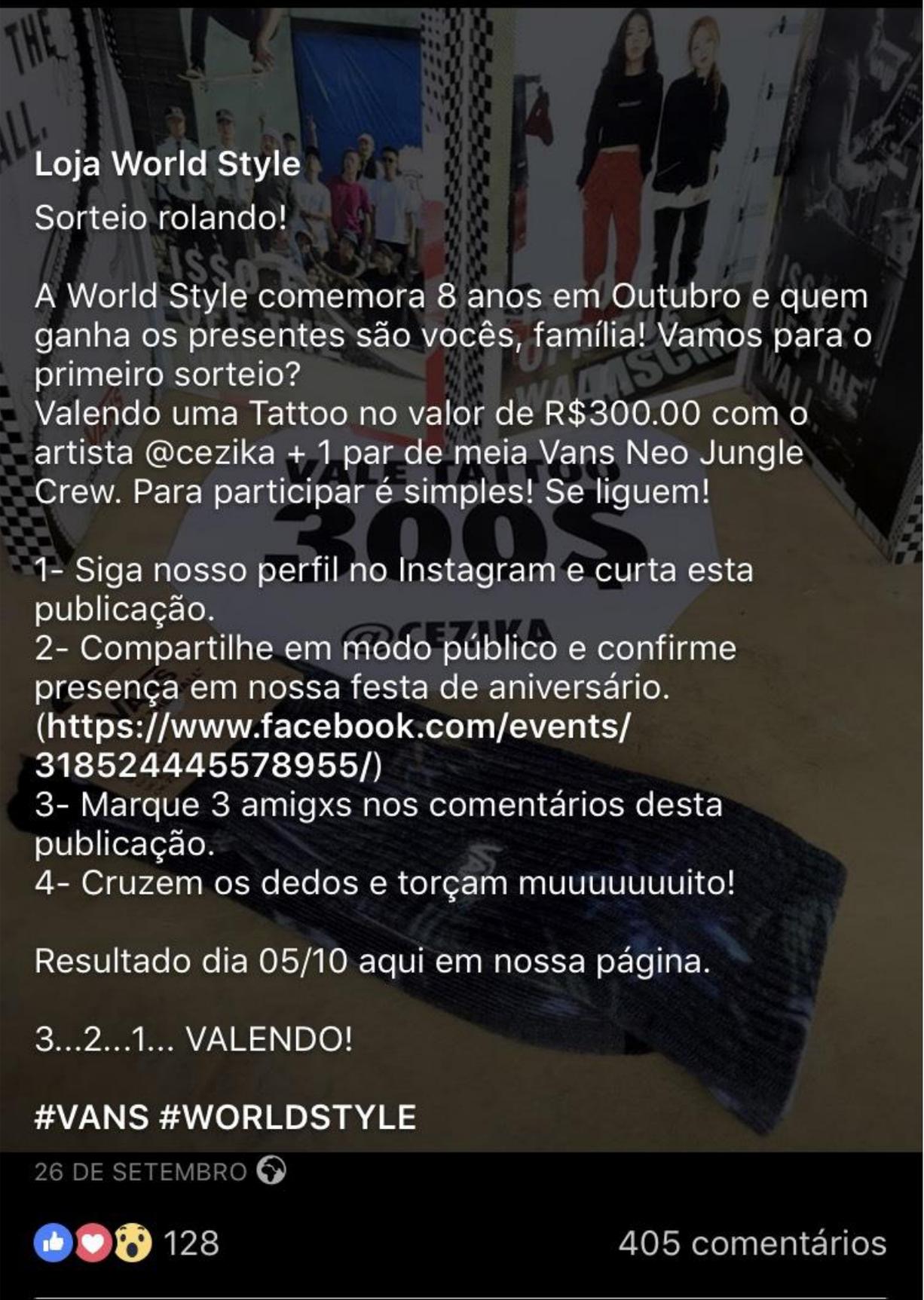
Figura 9 - Enquete feita com as pessoas que estavam presentes no recinto, sobre preço e qualidade da comida servida e sobre as atrações que se apresentaram no evento



Figura 10 - Resultado de impulsionamento de publicação do evento em rede social (facebook)

DESEMPENHO	
Custo por Participação no evento	R\$ 0,27
Alcance 	4.385
Frequência 	4,05
Pontuação de relevância 	--
ENVOLVIMENTO	
Reações à publicação	66
Comentários da publicação	1
Compartilhamentos de publicação	7
Cliques no link	147

Figura 11 - Resultado analítico de impulsionamento de publicação (facebook)



Loja World Style
Sorteio rolando!

A World Style comemora 8 anos em Outubro e quem ganha os presentes são vocês, família! Vamos para o primeiro sorteio?

Valendo uma Tattuo no valor de R\$300.00 com o artista @cezika + 1 par de meia Vans Neo Jungle Crew. Para participar é simples! Se liguem!

- 1- Siga nosso perfil no Instagram e curta esta publicação.
- 2- Compartilhe em modo público e confirme presença em nossa festa de aniversário.
(<https://www.facebook.com/events/318524445578955/>)
- 3- Marque 3 amigxs nos comentários desta publicação.
- 4- Cruzem os dedos e torçam muuuuuuuuito!

Resultado dia 05/10 aqui em nossa página.

3...2...1... VALENDO!

#VANS #WORLDSTYLE

26 DE SETEMBRO 🌐

👍❤️😱 128

405 comentários

Figura 12 - Publicação do sorteio realizado na pagina do facebook da loja



Figura 13 - Prêmios do sorteio realizado



Figura 14 - Reportagem no jornal local com resultado da ação beneficente realizada no evento

As competições esportivas organizadas sábado passado (6) pela World Style, em comemoração aos seus 8 anos de fundação, resultaram na coleta de dezenas de quilos de alimentos não perecíveis, que foram destinados à Casa da Criança "D. Antônio José dos Santos", em ato que coincide com a comemoração ao Dia da Criança, celebrado nesta sexta-feira.

Os alimentos foram solicitados como inscrição aos participantes das provas realizadas no salão da Associação Comercial e, com isso, a loja cumpre sua proposta de contribuição com as causas sociais da cidade.

Figura 15 - Continuação da reportagem do jornal local sobre ação beneficente



Figura 16 - Dj Jovem Negro (Presidente Prudente-SP)



Figura 17 - Atleta durante a competição



Figura 18 - Narrador oficial do campeonato Eduardo Palhares



Figura 19 - Atleta durante a competição



Figura 20 - Pimenta Foodtruck

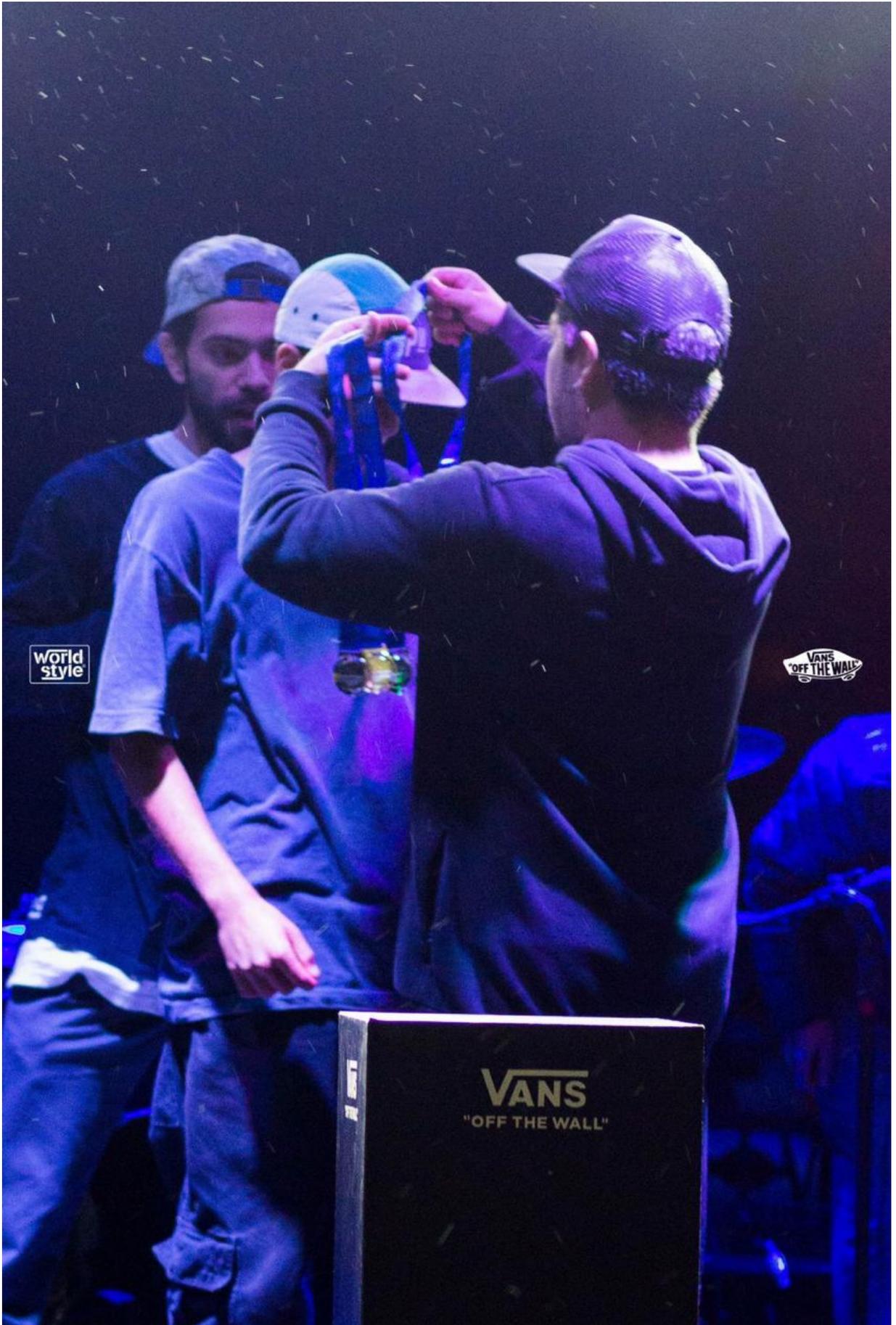


Figura 21 - Premiação do campeonato



Figura 22 - Espectadores



Figura 23 - Flash Day durante o evento, artista Cezika Tattoo



Figura 24 - Premiação do campeonato

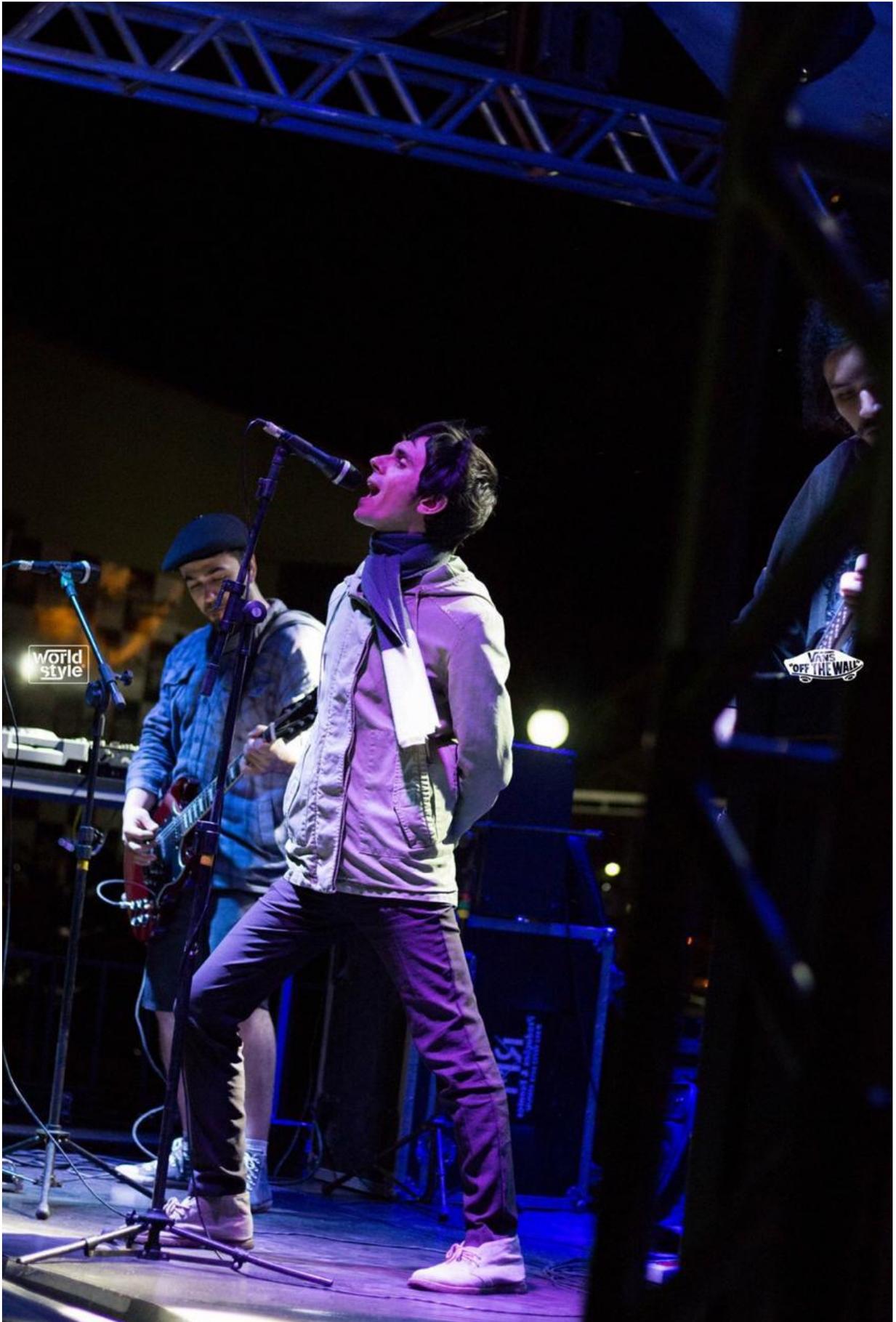


Figura 25 - Apresentação da banda Sweet Fingers



Figura 26 - Apresentação de dança do grupo Hustle Flava

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o planejamento e realização do evento em comemoração ao 8º ano da loja World Style em parceria com a marca Vans, concluímos que com o evento conseguimos alcançar o fortalecimento que planejamos de ambas as marcas, alcançamos o público alvo desejado. O evento trouxe uma visão positiva para a loja com a coleta de alimentos não perecíveis para doação beneficente, onde os alimentos foram entregues para a casa da criança de Assis, no dia das crianças, uma semana após o evento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBAN,Arnold;CRISTAL,Steven. A essência do planejamento de mídia.S.P.:Nobel,2013.

KOTLER, Phillip Marketing 3.0. Rio de Janeiro: Elsevier: 2010.

LUPETTI, Marcélia Planejamento de Comunicação. São Paulo: 2010.

NUNES,Rizzato.Manual da Monografia.S.P.:Editora Nacional.2010

SAMPAIO, Rafael, Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso, 2ª edição, Rio de Janeiro, Editora Campus, 1999.