

Atividade Atival

Aluno (a):

Juliana Cantanhede dos Santos

Matrícula:

2471021061



Pesquisa

Comportamento do consumidor jovem

Os jovens de 16 a 25 anos apresentam comportamentos de consumo marcados por diversidade, autenticidade e digitalização.



Pesquisa

Redes sociais mais utilizadas:

- TikTok → vídeos curtos, trends, desafios, autenticidade.
- Instagram → reels, carrosséis, stories e interação com influenciadores.
- Spotify → Músicas com gêneros diversos e Podcasts.
- YouTube → vídeos longos com conteúdo diverso.



Como se comunicam?

- Valorizam conteúdos visuais (vídeos curtos, memes, fotos conceituais).
- Utilizam linguagem direta, descontraída e inclusiva, sem formalidades.
- Acreditam em narrativas autênticas (não gostam de marcas que “forçam” ser jovens).



Pesquisa

O que valorizam?

- Estilo pessoal acima de padrões (autenticidade > tendências massivas).
- Representatividade e diversidade real (diferentes corpos, etnias, gêneros).
- Propósito da marca: sustentabilidade, inclusão e impacto social.
- Preço acessível aliado a qualidade.



Criação

Marca (Fictícia)

Nome da Marca: Urban Classic

Setor: Moda jovem – Alfaiataria
+ Streetwear

Propósito: Transformar a moda
em um espaço de expressão
autêntica, inclusiva e acessível,
conectando a elegância
clássica com a atitude urbana



Criação

Persona

Personalidade da Marca

- Autêntica: não segue padrões rígidos, valoriza a originalidade.
- Diversa e Inclusiva: representa diferentes corpos, gêneros, etnias e estilos.
- Urbana: conecta-se com a cultura das ruas (música, skate, grafite, lifestyle jovem).
- Elegante: resgata a sofisticação da alfaiataria sem perder o conforto.
- Inovadora: sempre testando colaborações, coleções limitadas e novas linguagens.



Valores

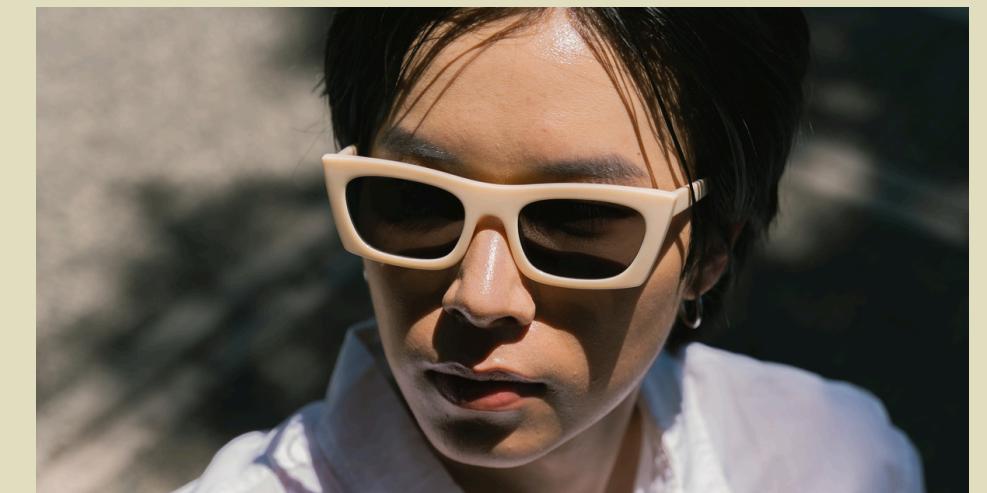
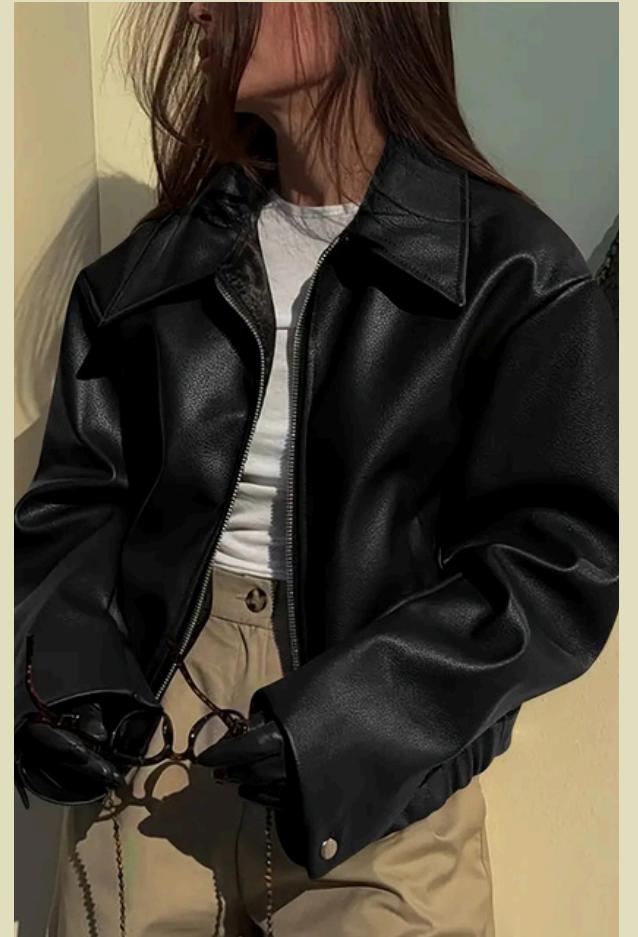
- Diversidade real: a moda como espaço de todos.
- Expressão livre: cada look é um manifesto de identidade.
- Acessibilidade: peças estilosas e sofisticadas com preços justos.
- Sustentabilidade consciente: tecidos e processos que buscam reduzir impactos.
- Comunidade: criar conexão com o público por meio de colabs e eventos culturais.



Criação

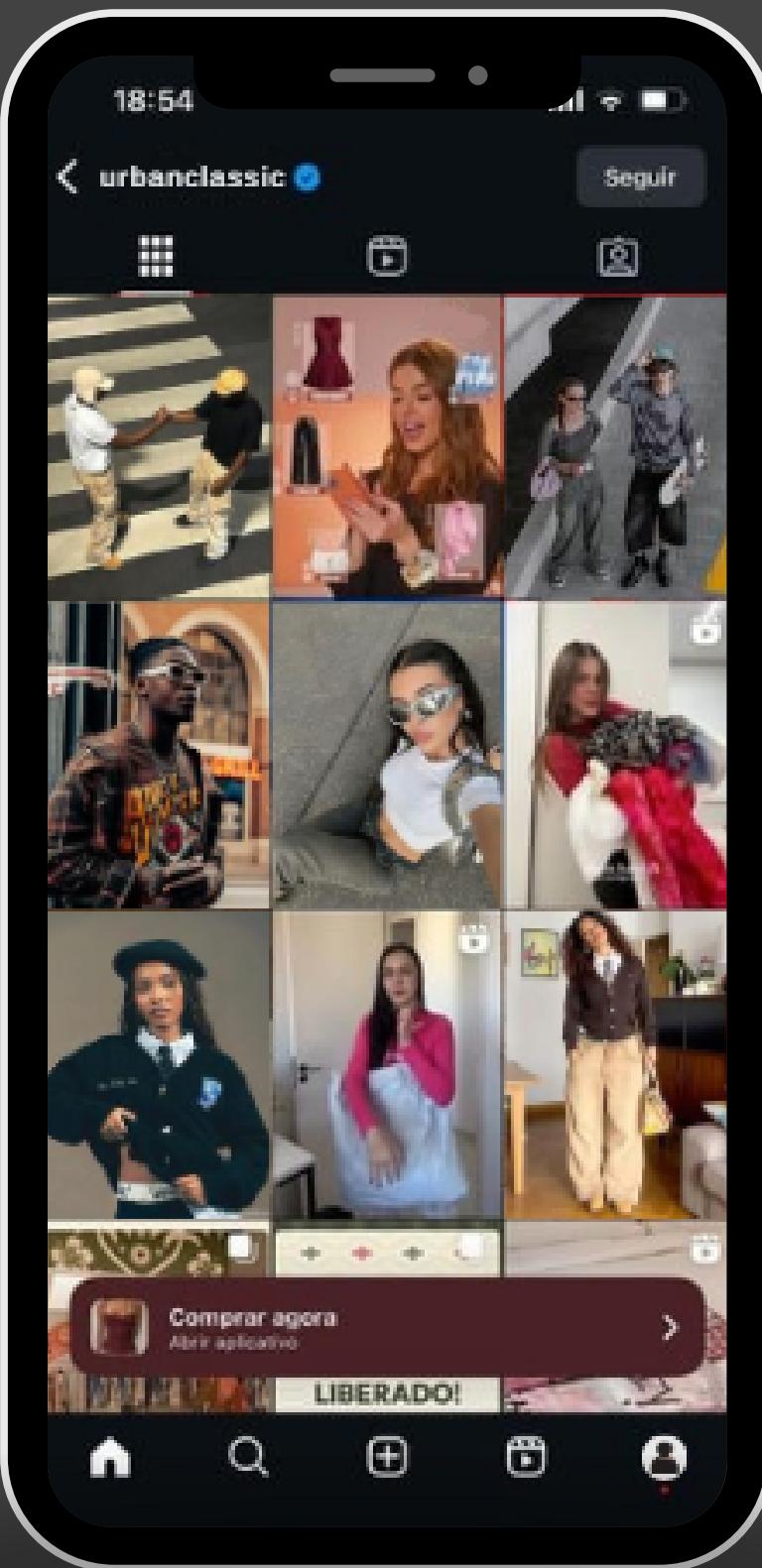
Tom de Voz

- Inspirador: encoraja jovens a se expressarem sem medo.
- Descolado e próximo: linguagem jovem, sem exagero em gírias, mas natural.
- Inclusivo: fala com todos, evitando rótulos e reforçando pertencimento.
- Confiante: transmite atitude, estilo e autoridade em moda.



Estilo de Comunicação

- Visual: mistura elementos clean da alfaiataria (linhas retas, minimalismo) com cores neutras e grafismos do streetwear.
- Textual: frases curtas, diretas, muitas vezes em forma de manifesto (“A moda não tem padrão. Tem atitude.”).
- Plataformas: forte presença no TikTok e Instagram, com conteúdo interativo (trends, transições de looks, reels criativos). E principalmente parcerias com influencers.
- Eventos: ativações em locais urbanos (skate parks, galerias de arte, espaços culturais).



Estratégia de promoção e marketing da marca

- Objetivos da campanha
- Aumentar o reconhecimento da marca entre jovens de 16 a 25 anos.
- Gerar engajamento digital nas redes sociais (desafios, trends, reels, colabs).
- Estimular vendas online da coleção Urban Classic.
- Posicionar a marca como moda diversa, urbana e elegante (alfaiataria + street).

Canais de divulgação

- TikTok e Instagram: reels, trends e desafios.
- Spotify Ads: anúncios em playlists jovens.
- YouTube Shorts: pequenos vídeos mostrando transições de looks.
- Eventos urbanos: lançamento em skate parks e galerias.
- Influenciadores: microinfluencers de moda, música e lifestyle.



Táticas de engajamento e promoção

- Desafio #StreetComClasse: jovens postam looks mesclando alfaiataria + streetwear.
- Sorteios e cupons para quem interagir com a campanha.
- Colab com grafiteiro/artista local: blazer ou calça de edição limitada.
- Conteúdo interativo: quizzes, filtros e enquetes (“Qual look é mais você?”).
- Promoção exclusiva: desconto progressivo para compras em grupo (incentiva pertencimento coletivo).

Mensagem Central

"Urban Classic – Do asfalto à passarela.
Moda jovem que mistura atitude street
com a elegância da alfaiataria."



Desenvolvimento da campanha de comunicação integrada

Publicidade online (Meta Ads – Instagram/TikTok)

Imagen: Grupo de jovens diversos em looks híbridos (alfaiataria + streetwear).

Texto:

✨ Urban Classic chegou.

🔥 Moda jovem, diversa e com atitude.

🕶 Alfaiataria + street a partir de R\$119,90.

Botão CTA: “Monte seu look agora”

