

Memória Descritiva

[Produção de Conteúdos Multimédia]

Beatriz Almeida (A44416), Carolina Fernandes (A044897), Pedro
Venda (A045464)



Índice

Enunciado do Trabalho	2
1. Introdução	2
2. Objetivos	2
3. Etapas do Projeto:.....	2
3.1 Design da Embalagem	2
3.2. Marketing e Lançamento.....	3
• Outdoors, Posters e Mupis:	4
• Exposição no Paddock:	4
• Participação da Equipe e Pilotos:.....	4
4. Conclusão	5

Enunciado do Trabalho

1. Introdução

O projeto tem como propósito a criação de uma edição especial da bebida energética Monster em parceria com a equipa de Fórmula 1 McLaren. A escolha pela Monster fundamenta-se na oportunidade de explorar o nicho de colecionadores, uma vez que os consumidores da marca têm o hábito de colecionar diversas latas. A parceria com a McLaren, programada para 2024, oferece uma oportunidade única de capitalizar a sinergia entre o universo da Fórmula 1 e a cultura da Monster.

2. Objetivos

Criar uma edição especial da bebida Monster em homenagem à parceria com a equipe de F1 McLaren. Aproveitar a tendência de colecionismo presente entre os consumidores da Monster. Reforçar a presença da marca Monster no cenário da Fórmula 1, capitalizando a associação com a McLaren.

3. Etapas do Projeto:

3.1 Design da Embalagem

Inicialmente, a proposta consistia em incorporar as cores de uma bandeira de xadrez no logotipo da Monster, simbolizando a velocidade e a competição da Fórmula 1.

Retrocesso: Abandonamos essa ideia, pois não refletia a identidade da McLaren, focando apenas no desporto em geral.

Nova Abordagem: Propusemos a criação de 5 latas distintas da Monster. Duas dedicadas aos pilotos históricos da McLaren (Ayrton Senna e Alan Prost), duas aos pilotos atuais (Oscar Piastri e Lando Norris), e uma representando o carro de Fórmula 1 da McLaren, o MCL60.

Retrocesso: Avaliamos que essa abordagem tornava o design confuso e se afastava do padrão da marca em outras latas.

Nova Abordagem: uma lata com as cores da equipe McLaren e o logotipo Monster em laranja. Na parte traseira da lata, incorporamos a imagem de um dos pilotos mencionados anteriormente ou do carro da McLaren. Isso resultou em uma estética única e reconhecível, mantendo a consistência com o design padrão da Monster.

Retrocesso: Por fim retrocedemos as latas anteriores procedendo também algumas melhorias nos elementos identificados uma vez que entendemos que o facto de colocar a imagem dos pilotos e do carro na parte traseira do design da lata retirava destaque ao produto e ao que seria de certa forma colecionável

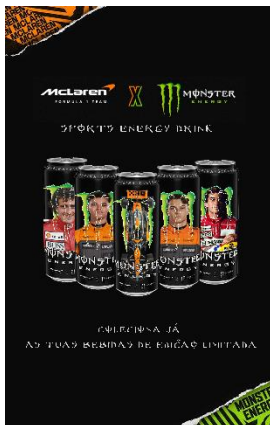
O projeto passou por diversas iterações para garantir que a edição especial atendesse às expectativas dos colecionadores, refletisse a identidade da McLaren e mantivesse a integridade do design da Monster. O produto final alcançou uma síntese eficaz desses elementos, proporcionando uma experiência única aos consumidores e fortalecendo a presença da marca no universo da Fórmula 1.



3.2. Marketing e Lançamento

Para impulsionar a campanha de marketing, adotamos uma abordagem estratégica que visa atingir diversos públicos, destacando a edição especial da bebida Monster em parceria com a equipe de Fórmula 1 McLaren.

- Outdoors, Posters e Mupis: Optamos por investir em outdoors, posters e mupis posicionados estrategicamente em áreas urbanas de grande circulação. Essas peças publicitárias serão desenhadas para transmitir a emoção da Fórmula 1 e destacar a colaboração exclusiva com a McLaren, atraindo a atenção dos consumidores em seu dia a dia.
- Exposição no Paddock: Durante os eventos de Fórmula 1, planejamos criar uma presença marcante no paddock. Estandes interativos e exposições visuais serão montados para envolver os espectadores, oferecendo uma experiência imersiva que destaca a edição especial da Monster. Isso proporcionará uma interação direta com a marca durante os momentos mais emocionantes das corridas.
- Participação da Equipe e Pilotos: A colaboração com a equipa McLaren se estenderá além das corridas. A bebida Monster será integrada em eventos pré-corrida, entrevistas e atividades promocionais conduzidas pela equipe e seus pilotos. Essa abordagem assegura uma presença contínua e autêntica da edição especial, reforçando sua associação com a excelência da Fórmula 1. Essas estratégias visam não apenas aumentar a conscientização sobre a edição especial da Monster, mas também criar uma narrativa envolvente em torno da parceria com a McLaren. Ao se concentrar em meios tradicionais e oportunidades de exposição durante os eventos, buscamos maximizar o alcance da campanha e solidificar a conexão emocional dos consumidores com a marca



4. Conclusão

O desenvolvimento contínuo do projeto resultou em uma edição especial da bebida Monster que não apenas reflete a parceria com a equipe de Fórmula 1 McLaren, mas também atende às expectativas e desejos dos consumidores. A personalização das latas, com diferentes designs e elementos visuais, não só cativa os colecionadores, mas também fortalece a ligação emocional entre a marca Monster, a Fórmula 1 e os fãs. Este produto final representa não apenas uma celebração da sinergia entre duas marcas poderosas, mas também um marco na inovação de design e estratégia de marketing da Monster no universo