

AÇÃO CLASSIFICADOS SEKAI

DIREÇÃO CRIATIVA RICHARD STHEVEN

ce el texto redactado
Usuarios, aprobado
re. Los términos
as en el párrafo
nsumidor conforme
y compatibles con
hidor tiene derecho
rente al fabricante
ento de la entrega
n.

ales defectuosos, producto
n en caso de que se
mpa, que demuestre
l período de garantía
los productos que
lezas consumibles por
usados por un uso
sbloqueadas debido a
autorizado por Phillips.
seguir estrictamente
los de uso, y
o deseables o contra
ados productos y

Adresse og
Adressen til

osikrigheder, f.eks. ved
at man vil være anført i
sittet "Garanti & Service"
til lovgivningen

eller fejl opstået som følge af
eller ombytte produktet
fremt det kan
nationen, er dækket af
spis og produkt type)
af produkter, produkter/
i sagns natur (obligatorisk
invendelse, dårlig
is dønding/reparation har
j godkendt af Philips.
gen nøje overholder
fra handlinger eller
– eller som der advares

Jin tarvitavien varaosien
yks Philips -jälleenmyyjän tai
oja saat tarvittaessa oman
yös suoraan Philips n Service
n vihkoson hampaasta osasta

lukset luovittavat vauvan ikäistä.
iksin.

Um período de dois anos, decorrente de um período de dois anos, do período de dois anos, produto sem qualquer apresentação da nota fiscal, à data da compra e a saída da garantia.

A garantia não cobre produtos ou que estejam sujeitos a desgaste ou consumo, consumíveis dada a sua natureza.

A garantia perderá sua validade se o cliente não produzir comprovante de compra, para que o produto seja considerado válido.

Para que o cliente obedeça integralmente todas as regras, deverá abster-se de quaisquer reclamações ou para as quais sejam fornecidas com o produto.

Importante restrições:

Para alguns produtos, algumas restrições, se aplicáveis, como a "Garantia" do capítulo "Garantias e restrições".

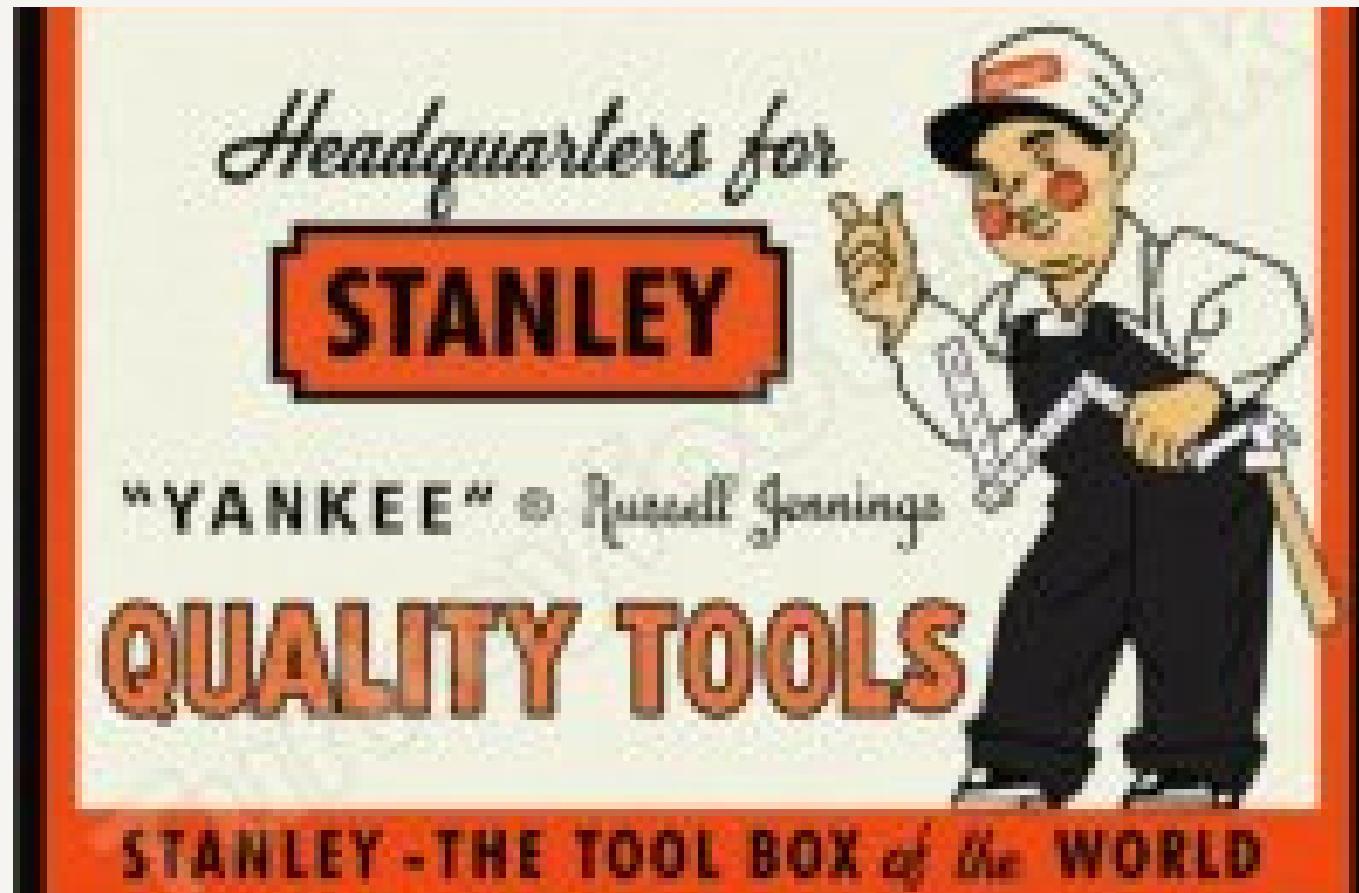
exclusivamente a [o] português com a mesma seção exclusiva

”

QUEM SONHA JUNTO SOBE JUNTO

Drik Barbosa

CONVITE À EXPERIÊNCIA



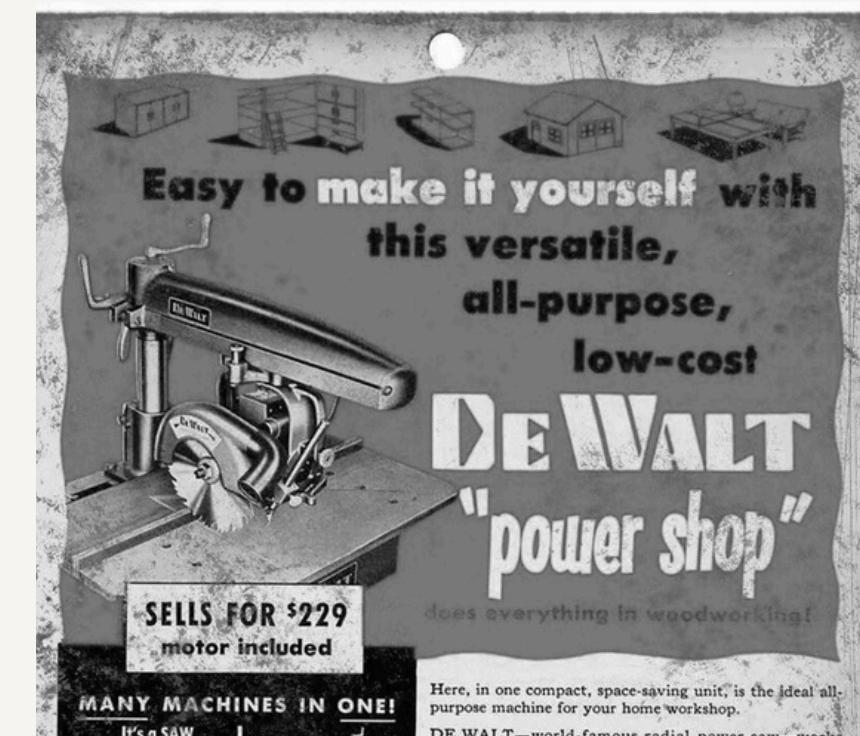
Nesta campanha especial para a Sekai, mergulhamos profundamente em ícones da comunicação visual brasileira. Inspiramo-nos nos saudosos classificados de jornal, cheios de estilo e personalidade, muito comuns nas décadas de 80 e 90. Esses anúncios eram muito mais que publicidade: eram pequenas obras artísticas impressas, recheadas de humor, criatividade e identidade visual marcante.

Principais Referências e Conceitos

- Henfil e Laerte Coutinho: Nomes icônicos das tirinhas e charges brasileiras, influenciando nosso estilo com humor crítico e expressividade visual.
- Listas telefônicas e Classificados Vintage: Revivemos a nostalgia visual dos anúncios coloridos e marcantes, que encantaram gerações.
- Lambe-lambe: Incorporamos o estilo vibrante, urbano e provocador dos pôsteres colados nas ruas brasileiras, trazendo frescor e irreverência para o ambiente digital.

BRAVA

Convidamos você a explorar conosco essa experiência artística única, onde tradição encontra inovação e o saudosismo dialoga com as mídias digitais contemporâneas. Seja bem-vindo aos Classificados Sekai, uma ação visualmente fascinante, cheia de humor, desafios e grandes prêmios!



1.1 A PROPOSTA



RESUMO

A campanha Classificados Sekai transformará o feed do Instagram em um jornal completo e interativo, proporcionando uma experiência visual única e imersiva. Serão publicadas 12 imagens principais que, quando visualizadas em conjunto, formarão um jornal infinito, cativante e repleto de surpresas

COMO FUNCIONA

Cada uma das 12 imagens apresentará dois desafios divertidos e instigantes:

1. Prêmios Escondidos: Em cada imagem haverá brindes cuidadosamente ocultados no design artístico do classificado. Seguidores que identificarem esses brindes poderão ganhar prêmios especiais todos os dias.
2. Caça às Peças do iPhone: Além dos brindes diários, cada imagem terá escondida uma peça de um iPhone. Os seguidores terão o desafio de encontrar todas as 12 peças durante o período da campanha. Quem localizar todas as peças escondidas e enviar prints corretamente será premiado com um iPhone ao final da ação.

1.2 A PROPOSTA

THE DAILY NEWS

Text
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci

Excepteur sint occaecat
cupidatat non proident

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscin
elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore
et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, qu
ia nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex
e commodo consequat. Duis aute irure dolor in
reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu
fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupiditat
non proident, sunt in culpa qui officia deserunt moll
it anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde om

corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex
commodi consequatur? Quis autem vel eum ius
reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil
moolestiae consequatur, vel illum qui dolorem
fugiat quo voluptas nulla pariatur? But I must explain
to you how all this mistaken idea of denouncing
pleasure and praising pain was born and I will give you
a complete account of the systems, and expound the
actual teachings of the great explorer of the truth, the
master-builder of human happiness. No one rejects
dislikes, or avoids pleasure itself; because it is
pleasure, but because those who do not know how
to pursue pleasure do not understand its true consequences.
No, again is that saying who loves or hates something
desires to obtain a pain of itself. It is pain, but
because occasionally circumstances occur in which
till and pain can procure him some great pleasure.
take a trivial example, which of us ever undertakes
laborious physical exercise, except to obtain some
advantage from it? But that who has any right to find fault
with a man who chooses to enjoy a pleasure that has

Item ipsum dolor sit amet, consecetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullam laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritas et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consecetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minimam veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquip ex ea commodo consequat? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? But I must explain to you how all this mistakes idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences. Now I am in there among those who loves or pursue or desires to obtain pleasure of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault

orem ipsum de-
sit, sed eo
color magna et
construd exercitii
a commodo o-
prehendenter in
sigillata parva
non prudenter,
nam id est labo-
re natus er-
et obtemperemque lau-
sa quae ab illo
securitate vita dicti
duplacet quam
agil, sed quia c-
onsumatione voluntat-
isquisam est, q-
onsecutetur, adi-
bus modi tem-

silikes, or ave-
nue, but be-
cause pleasure
or again is the
cause obtain-
ing and pain ear-
ning a trivial ex-
aborious physi-
cal advantage from
the man who

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscit elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequitur neque. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitationem ullamco laboris, nisi ut aliquip ex ea commodo consequat? Quis autem vel eum ius qui reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo volutitas nulla pariatur?

Item dolor sit amet, consecetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consecetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptate.

corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum ex fugiat quo voluptas nulla pariatur? But I must explain

item ipsum di-
cor, sed elius
colore magna al-
li nostrud exercita-
re commodo ci-
vili regnabit in
paria nra
non proident, su-
mum id est labo-
rare natus er-
it coloreremque has

etatee vitae dici
potestem quia
negit, sed sibi c
onsumere volunt
quisquam est, q
ui consecutur, adi
cas modi tem
piagram aliquas
minima venias,
corporis suscipi
commodi conse
ntientia

ostilestiae conse
ntientia regnat quo volup

BJETIVOS E GATILHOS PSICOLÓGICOS DA AÇÃO CLASSIFICADOS SEKAI

Objetivos Claros e Mensuráveis:

- Aumentar em mais de 15000% o número de seguidores no Instagram e o engajamento médio das publicações.
 - Expandir a presença digital da Sekai para outras plataformas relevantes, principalmente o TikTok, aproveitando a natureza visual e dinâmica da campanha.

campanha Classificados Sekai **não é apenas uma promoção ou sorteio convencional**. Ela é strategicamente desenvolvida com base em sólidos conceitos psicológicos para garantir um engajamento profundo, constante e genuíno. Entenda como:

1. Princípio da Escalada do Compromisso

- As pessoas tendem a continuar investindo tempo e esforço quando já realizaram pequenos investimentos iniciais (como encontrar as primeiras peças). Inicialmente, o desafio será relativamente simples, incentivando uma adesão inicial mais fácil, e com o passar dos dias, o aumento da dificuldade estimulará um compromisso maior com o desafio.

2. Reforço Intermitente

- Este é o mesmo mecanismo psicológico utilizado em cassinos e casas de apostas: recompensas oferecidas de forma intermitente e imprevisível aumentam significativamente a vontade do usuário de continuar participando. Os seguidores voltarão diariamente ao perfil na expectativa de uma nova descoberta, potencializando o engajamento.

3. Efeito Zeigarnik

- Este fenômeno psicológico explica que tarefas incompletas ou interrupções geram maior lembrança e interesse das pessoas. Ao inserir peças que precisam ser coletadas durante toda a campanha, o usuário ficará mais propenso a retornar repetidamente para resolver o desafio pendente.

4. Prova Social

- À medida que os seguidores compartilharem suas descobertas e prêmios nas redes sociais, novos usuários serão atraídos naturalmente pela curiosidade e desejo de participação em algo bem-sucedido e popular.

Por Que Isso Tem Potencial para Viralizar?

- Alta Revisitabilidade:** O formato da campanha força o retorno frequente dos usuários para completar tarefas pendentes, aumentando assim o alcance orgânico.

Alta Interatividade e Diversão: Diferente de sorteios convencionais, que exigem pouca interação real, esta ação estimula o envolvimento ativo e contínuo.

Forte Apelo aos Gatilhos Emocionais e Cognitivos: O uso combinado desses conceitos psicológicos cria uma experiência extremamente envolvente e memorável, potencializando tanto o alcance quanto o engajamento.

Finalidade da Campanha:

Ao fim da campanha, além de aumentarmos o engajamento de forma saudável e consistente, teremos gerado uma intimidade genuína com os seguidores. Eles passarão a acompanhar o feed da Sekai com o mesmo interesse e proximidade emocional com que acompanham um influenciador digital. Essa relação mais pessoal e duradoura é algo especialmente valioso e difícil de ser construído por marcas tradicionais. As mensagens comerciais estarão presentes nas imagens, mas os seguidores voltarão repetidamente, motivados não apenas pelos prêmios, mas também pelo desafio e prazer pessoal proporcionado pela experiência.

1.3 A PROPOSTA



Uma Experiência Visual Única

O grande diferencial da campanha Classificados Sekai reside em seu impacto visual inovador. Ao transformar o feed do Instagram em um jornal que se completa conforme novas imagens são publicadas, cria-se uma experiência inédita, fascinante e imersiva para os seguidores.

Principais Destaques Visuais:

- Jornal em Formato Feed Infinito: Cada imagem postada complementa a anterior, formando gradualmente uma peça única de arte digital, que mantém o público engajado e curioso para acompanhar cada nova publicação.
- Cores Vibrantes e Expressivas: O uso estratégico de uma paleta vibrante prende imediatamente a atenção dos usuários, destacando-se visualmente em meio ao feed padrão das redes sociais.
- Design Nostálgico e Inovador: Inspirado nos antigos classificados, porém adaptado às mídias sociais atuais, esta campanha surpreende pela criatividade e originalidade, oferecendo algo nunca antes visto em campanhas digitais.

APELO VISUAL

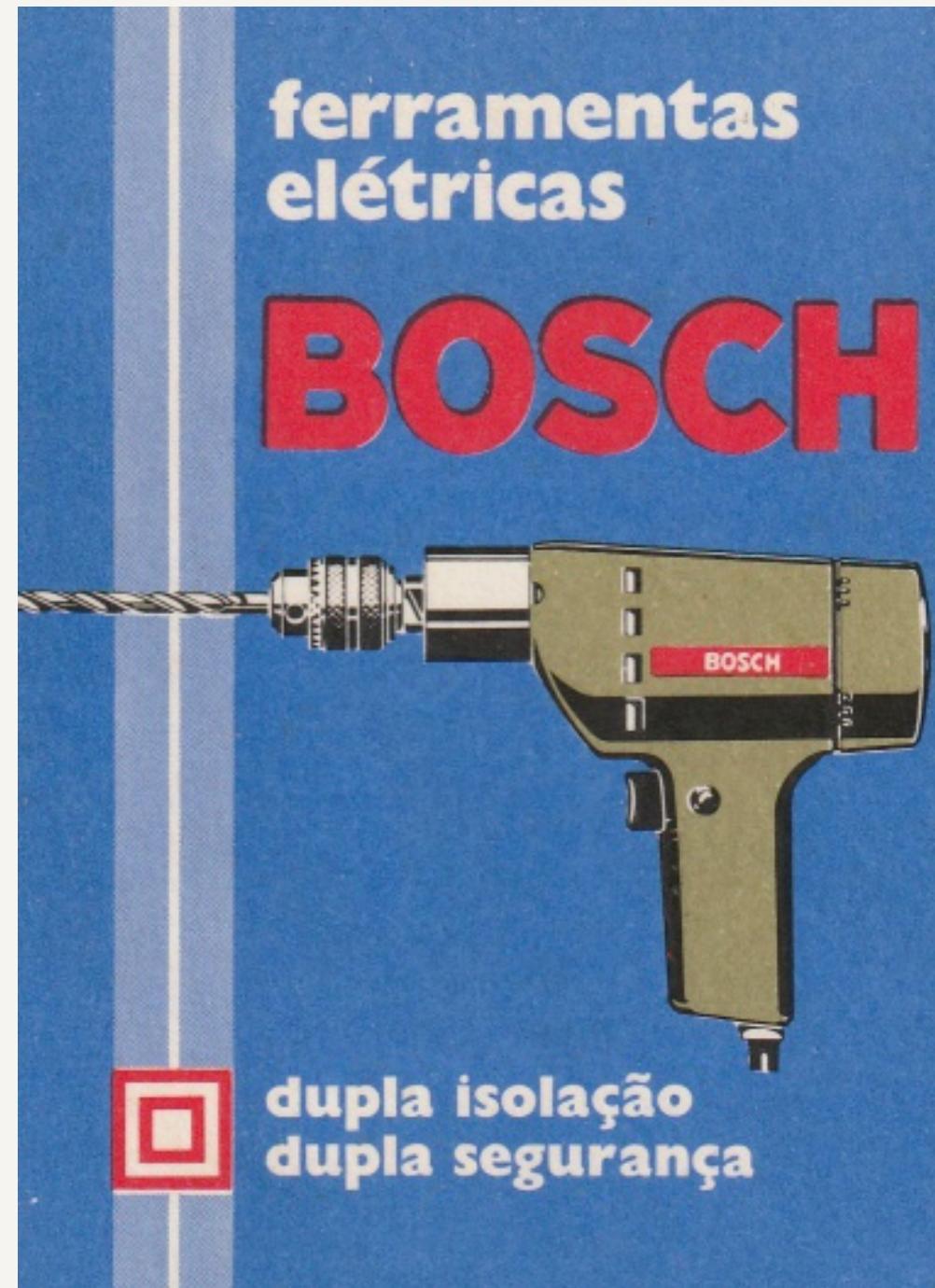
Por Que Isso Importa?

- Impacto Imediato: O design chamativo e inovador desperta a curiosidade e o interesse imediato do público.
- Reconhecimento Visual da Marca: Facilita uma identificação instantânea e cria uma associação emocional positiva e duradoura com a Sekai.
- Engajamento Contínuo: A necessidade de acompanhar a construção visual das imagens garante retornos frequentes ao perfil da Sekai, reforçando a presença digital e aumentando significativamente a visibilidade da marca.

(imagens incompletas meramente ilustrativas)



2.1 A PROPOSTA



Uma Estratégia Completa e Integrada.

Nesta segunda etapa da ação "Classificados Sekai", vamos potencializar ainda mais o alcance, o engajamento e a conversão dos seguidores, criando uma verdadeira rede de conteúdos massivos, integrados e estratégicos.

A estratégia será estruturada em 3 grandes pilares:

- Imagens em Formato Carrossel (Instagram)
- Cotas de Publicidade (Parcerias Estratégicas)
- Ativação Offline (Ação na Rua e TikTok)

1. Imagens em Formato Carrossel

- Além das 12 imagens principais que formam o jornal completo no feed infinito, cada publicação terá mais 3 imagens complementares no formato carrossel. Essas imagens adicionais serão produzidas com forte inspiração artística e cultural no estilo dos lambe-lambes brasileiros — mídia popular impressa, de apelo visual forte, característica marcante das grandes cidades.
- Portanto, teremos ao todo:
- 12 Imagens Principais (formando o jornal completo).
- 36 Imagens Complementares (3 em cada post).
- → Totalizando 48 artes exclusivas produzidas para destacar visualmente e artisticamente cada uma das categorias, setores e parceiros da Sekai.

PRODUÇÃO MASSIVA DE CONTEÚDO E PARCERIAS

O Poder do Lambe-Lambe

O lambe-lambe é uma expressão artística poderosa, diretamente conectada às ruas brasileiras. Sua estética urbana, vibrante e impactante provoca imediata conexão emocional e visual com o público. Além de valorizarem o conteúdo, reforçam o caráter autêntico, criativo e inovador da campanha.

Com essa escolha visual, as imagens complementares reforçarão o posicionamento artístico e cultural da campanha, destacando ainda mais cada setor industrial representado e os parceiros da Sekai envolvidos.

2.2 A PROPOSTA



COTAS DE PUBLICIDADE

**Uma pergunta natural surge aqui:
"Por que investir na produção massiva de conteúdo?"**

Essa produção criativa em grande escala não representa custo algum para a Sekai! Toda essa ação será financiada através das cotas de publicidade distribuídas às marcas parceiras, fornecedoras da Sekai.

Como Funciona?

- Cada marca parceira receberá artes exclusivas feitas no estilo lambe-lambe.
- Essas artes aparecerão nas imagens complementares de cada postagem, potencializando a visibilidade das marcas.
- Em contrapartida, essas marcas patrocinarão os prêmios e custos da ação.

Por que as Marcas Vão Apoiar?

- Cota de Publicidade já existente: a maioria das grandes marcas já reserva orçamentos anuais para publicidade e ações promocionais.
- Exclusividade Artística: cada marca receberá artes únicas, alinhadas à identidade visual da ação, proporcionando maior reconhecimento e visibilidade.
- Visibilidade e Engajamento Exponenciais: a dinâmica da campanha vai garantir que os seguidores retornem ao perfil da Sekai diariamente, visualizando múltiplas vezes as publicações — consequentemente, as marcas parceiras receberão a mesma intensidade de exposição.

Além disso, será requisito obrigatório que participantes sigam as marcas parceiras, assegurando ganho real e direto em seguidores altamente engajados para todos os envolvidos.

2.2 A PROPOSTA



Para assegurar que os participantes sigam realmente as marcas parceiras, adotaremos estratégias específicas de colaboração, como:

- Imagens Colaborativas: Não ficará explícito se as peças do iPhone estarão nas imagens principais ou no carrossel. Isso garante que o seguidor explore todas as imagens para não perder nenhuma chance.
- Stories de Colaboração: Algumas peças do iPhone poderão ser reveladas em stories publicados pelas próprias marcas parceiras. Isso fará com que os participantes sigam e acompanhem constantemente os stories dessas marcas.

Resultado:

- Potencializa o alcance geral da campanha.
- Fortalece as relações comerciais entre Sekai e seus parceiros.
- Maximiza engajamento qualitativo e consistente para todas as partes envolvidas.

Conteúdo Patrocinado e Impulsionamento

Para potencializar ainda mais o alcance das publicações e a eficiência das parcerias:

- Todas as imagens principais serão impulsionadas no Instagram.
- As imagens complementares serão exploradas em Stories patrocinados, garantindo exposição máxima tanto para a Sekai quanto para as marcas parceiras.

ESTRATÉGIA DE GARANTIA: COLABS & STORIES

4. Ativação Offline & TikTok

Para garantir ainda mais impacto e conexão direta com o público, a campanha extrapola o universo digital e ganha as ruas, com uma ativação marcante em São Paulo:

- Será produzido um grande mural artístico utilizando as artes em formato lambe-lambe, localizado estrategicamente em região movimentada da Avenida Paulista.
- Após a criação do mural, equipes da Brava irão às ruas para desafiar e interagir com o público, gravando conteúdos que posteriormente serão utilizados para fortalecer a campanha no TikTok e Instagram.
- Desafios reais, reação espontânea do público e prêmios garantidos trarão autenticidade e dinamismo, gerando conteúdos com alto potencial viral.

Resultado Esperado: Uma campanha 360º

A combinação de conteúdos digitais interativos e conteúdo offline autêntico e dinâmico promove uma verdadeira experiência 360º, destacando a Sekai e seus parceiros de maneira inédita e criativa.

Além de gerar visibilidade exponencial e engajamento massivo nas redes sociais, a campanha cria uma ponte direta entre o ambiente digital e o físico, construindo uma conexão emocional poderosa com o público final.

Essa etapa da campanha é cuidadosamente planejada para ser altamente estratégica, interativa e impactante, além de financeiramente sustentável por meio das cotas de publicidade. Dessa forma, a Sekai estará proporcionando aos parceiros uma oportunidade única e valiosa de exposição massiva, consistente e artisticamente sofisticada, garantindo não apenas o sucesso comercial imediato, mas também a construção de uma presença digital sólida e intimista, algo raro e precioso no universo das marcas corporativas.

FLUXO DA CAMPANHA

10

Motion Promocional:

Anúncio impactante lançando oficialmente a campanha, explicando a dinâmica geral e revelando a primeira imagem.

Primeira Imagem:

Postagem inicial dando início à série de 12 imagens principais que formarão o feed infinito estilo jornal.

Stories (Representante Sekai - Cayo):

Produção de conteúdo pessoalizado anunciando o início da campanha, destacando os prêmios (diversos brindes + iPhone).

- Publicação diária das imagens principais e complementares (carrossel).
- Divulgação constante dos vencedores dos prêmios diários.
- Produção de conteúdo mostrando entrega dos prêmios (gerando prova social e estimulando engajamento).
- Publicação contínua nos Stories e interações intensas com os seguidores nos comentários e mensagens.
- Publicações de Pistas:
- Stories estratégicos revelando pistas para ajudar seguidores na busca das peças do iPhone.

Criação do Mural Lambe-Lambe

- Início da produção do mural artístico na região da Avenida Paulista.
- Produção diária de conteúdos documentando o processo artístico.
- Destaque constante às marcas parceiras, fortalecendo visibilidade e engajamento.

Conteúdo de Rua com o PÚBLICO

- Produção de conteúdos reais e dinâmicos abordando pedestres na rua.
- Desafios para encontrar brindes escondidos no mural.
- Distribuição de brindes imediatos como merchandising (canetas, cadernos, blocos, entre outros).
- Presença opcional das marcas parceiras com ações promocionais próprias (ex: carro de ferramentas da Irwin).

LANÇAMENTO

FASE 1

FASE 2

FASE 3

FASE 4

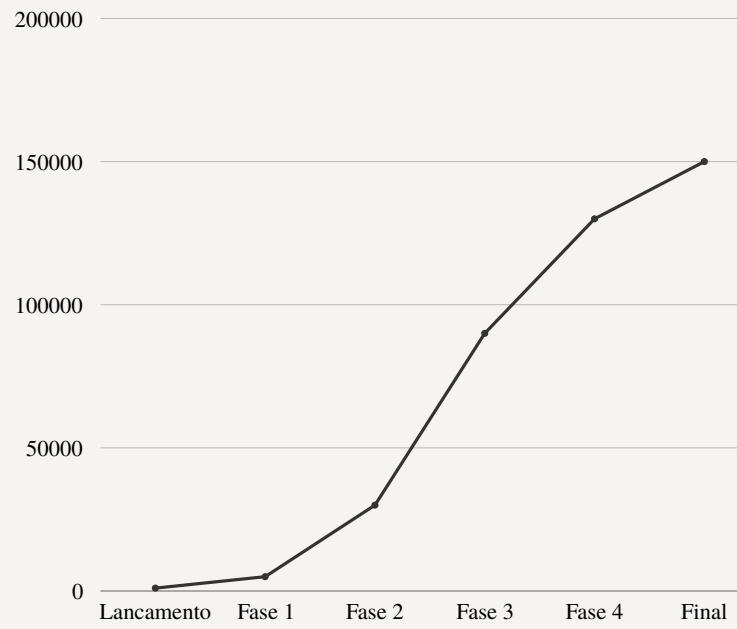
ESTRATÉGIA FINAL

Intensificação

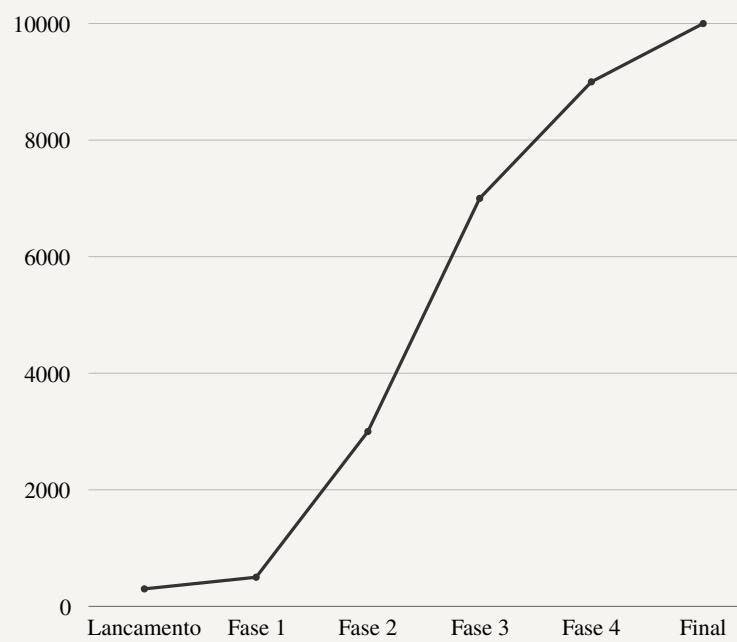
- Foco em gerar alta expectativa para a revelação do vencedor do prêmio principal (iPhone).
- Conteúdo motivacional diário para estimular busca das peças faltantes.
- Atualizações contínuas sobre progresso das descobertas feitas por seguidores.

- Até o final das 12 imagens principais, algumas partes do prêmio principal provavelmente permanecerão não encontradas.
- Últimas peças serão estrategicamente publicadas exclusivamente nos Stories das marcas parceiras, garantindo que seguidores acompanhem e engajem com todas as marcas.

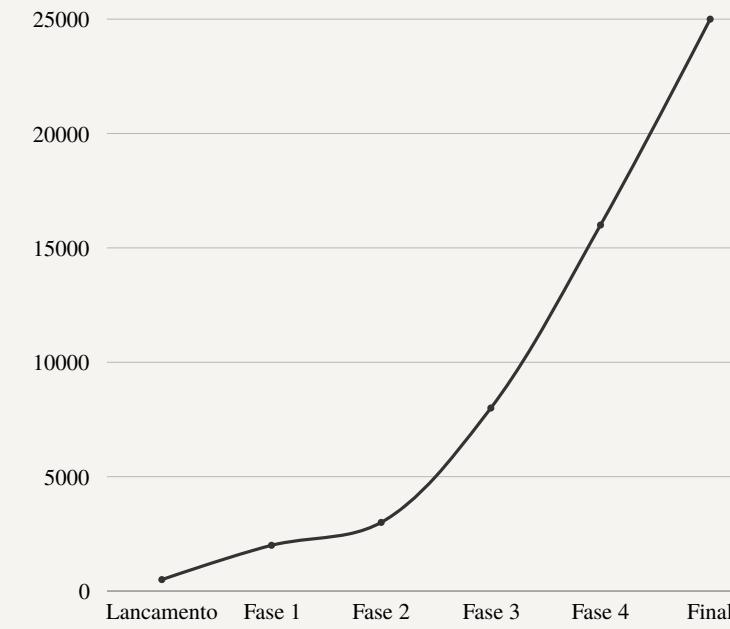
ALCANCE/ENGAJAMENTO CUMULATIVO



CRESCIMENTO DE SEGUIDORES



ALCANCE/ENGAJAMENTO CUMULATIVO PARCEIROS



Parceiros renomados (ex.: Tekbond, Dewalt, Starret) trazem audiências próprias robustas e engajadas. Cada vez que elas repostam ou criam Stories sobre a campanha, convidam milhares de novos usuários a descobrirem a Sekai.

Esse efeito “rede de parceiros” faz com que o engajamento em cada um dos perfis envolvidos se some e multiplique, impulsionando todos os gráficos para cima.

Prêmio de Alto Desejo (iPhone)

Sorteios de iPhone têm histórico de atrair muito engajamento e compartilhamentos espontâneos, pois o público vê alto valor no prêmio. O fato de o iPhone estar fragmentado em 12 peças espalhadas pelas imagens estimula a busca diária e a “caça ao tesouro”, aumentando tanto o tempo de retenção quanto a frequência de visitas ao perfil.

Gamificação e Ação Direta com o Públíco

A ideia de oferecer prêmios diários e ainda um mega prêmio ao final cria um ciclo constante de recompensas, sustentando o interesse por todo o período.

Ao levar esse jogo para a rua (mural lambe-lambe, abordagens na Avenida Paulista), gera-se conteúdo real e autêntico, com potencial viral em vídeos de Reels/TikTok.

Crescente Credibilidade e Prova Social

À medida que os dias passam, os participantes veem ganhadores recebendo prêmios e marcas consolidadas apoiando ativamente a campanha. Isso aumenta a confiança na ação e estimula mais gente a participar.

Impulsionamento Estratégico

Mesmo com orçamentos modestos (cerca de US\$3 por post), a segmentação precisa e o conteúdo diferenciado fazem cada impulsionamento trazer novos usuários curiosos, ajudando a manter a ascensão nos números.

Em resumo, a combinação de conteúdo criativo, prêmio desejado, fortes marcas apoiando, ações online e offline e mecânica de gamificação cria um efeito dominó: cada novo participante que se engaja traz outros para a campanha, resultando em crescimento progressivo nos três aspectos apresentados – alcance geral, aumento de seguidores e engajamento das marcas parceiras. É exatamente essa sinergia entre todos os elementos que torna esses gráficos não só factíveis, mas possivelmente superáveis, caso ocorram picos de viralização em redes como Instagram, TikTok e até mesmo influenciadores independentes.





1. Conteúdo Digital

Feed Infinito (12 Imagens Principais + 1 Motion)

Cada imagem terá elementos artísticos em estilo jornal/classificados, mencionando ou referenciando as marcas parceiras de modo criativo.

Carrosséis com Artes “Lambe-Lambe” (36 Artes)

Cada uma das 12 publicações no feed terá mais 3 artes extras (no total de 36) criadas no estilo lambe-lambe.

Nessas artes, cada marca parceira receberá destaque específico, com menções, chamadas promocionais ou referências diretas a seus produtos/serviços.

Stories Colaborativos

Publicações de Stories no perfil da Sekai marcando e mostrando as marcas parceiras.

Possibilidade de pistas exclusivas (para a caça às peças do iPhone) serem divulgadas apenas nos Stories das marcas, gerando tráfego para o perfil de cada parceiro.

Vídeos de Rua e Reels/TikTok

Conteúdos gravados durante a produção do mural lambe-lambe na Avenida Paulista e abordagens a pedestres, com menções às marcas.

Reels/TikTok mostrando a interação do público com os lambe-lambes, desafios e prêmios.

2. Materiais Impressos / Ações de Rua

Mural de Lambe-Lambe na Avenida Paulista

Aplicação das 36 artes (ou parte delas) para gerar visibilidade offline.

Vídeos e fotos de todo o processo de colagem, incluindo citando as marcas como patrocinadoras/colaboradoras da ação.

Distribuição de Brindes Físicos

Na abordagem ao público na rua, produtos/brindes das marcas parceiras podem ser entregues ou utilizados como prêmios instantâneos (canetas, blocos de nota, etc.).

Documentação Fotográfica e em Vídeo

Registro profissional ou semiprofissional de todo o processo, desde a montagem do mural até a interação com pedestres, sempre destacando os patrocinadores.

3. Engajamento e Benefícios Diretos

Menções e Tagging Constantes

As marcas parceiras serão mencionadas em legendas de posts, chamadas de Stories e vídeos, impulsionando visibilidade direta.

Crescimento de Seguidores

Estratégia de “seguir as marcas parceiras” para concorrer aos prêmios, estimulando novos seguidores de maneira orgânica.

High Recall / Branding

Toda a campanha é desenvolvida com uma estética marcante (jornal + lambe-lambe + caça ao tesouro), criando repetição de exposição das marcas durante 12 dias.

Fidelização do PÚblico

Gamificação (busca de peças do iPhone, prêmios diários, etc.) faz os participantes retornarem várias vezes, associando positivamente as marcas parceiras ao entretenimento e às recompensas.

4. Materiais de Pós-Campanha

Galeria Completa de Imagens

Todas as artes digitais (as 12 principais + 36 lambe-lambes + motion).

Registro das postagens da campanha, prints de Stories, resultados das ações na rua.

Vídeo de Encerramento / Resumo

Caso seja produzido, um compilado curto mostrando os bastidores, principais destaques, vencedores dos prêmios e cenas da campanha.

Excelente peça para uso interno das marcas, reuniões e divulgação posterior.

Possibilidade de Extensão / Follow-up

Dependendo dos resultados, as marcas podem optar por uma extensão da campanha, com novos formatos ou “fase 2” (outras mídias, novos prêmios, etc.).

5. Conclusão

Ao final desses 12 dias (e das fases definidas), cada marca parceira terá recebido:

Alta exposição em múltiplos canais (feed, stories, reels, TikTok, offline).

Conteúdo criativo com identidade forte (jornal, lambe-lambe, artes personalizadas).

Engajamento diário e recorrente, graças à mecânica de prêmios e busca por pistas.

Materiais para uso próprio (fotos, vídeos, relatórios).

Tráfego e seguidores adicionais por meio da obrigatoriedade de seguir e acompanhar as marcas para participar do grande prêmio (iPhone).

ORÇAMENTO

IPHONE =3.400,00

ARTES LAMBE-LAMBE=5.400,00

IMPRESSÃO/COLAGEM=1.800,00

IMPULSIONAMENTO=2.368,08

PROF. MARKETING=1.500,00

AJUDANTE GERAL=1000,00

TOTAL= 15.468

COTAS

O valor total de R\$15.468 será dividido em 12 cotas, cada uma saindo por R\$1.289 (aproximadamente). Além disso, cada empresa parceira se responsabiliza por oferecer o seu respectivo premio, garantindo um investimento relativamente baixo para uma campanha grande e de alto engajamento.



OBRIGADO!

Queremos estender nosso mais profundo agradecimento por chegarem até aqui e conhecerem em detalhes o “Classificados Sekai”. Esta não é apenas uma campanha de marketing, mas sim uma celebração criativa da cultura brasileira e do poder de unir forças em torno de um objetivo comum.

A Sekai, maior distribuidora do setor de blindagem automotiva do Brasil, enxerga nesta ação a oportunidade de expandir sua presença e reforçar sua influência também em outros segmentos industriais, conectando pessoas, marcas e experiências autênticas por todo o país — do Oiapoque ao Chuí.

Para transformar este projeto em realidade, precisamos de parceiros que queiram fazer parte de algo inédito e altamente promissor:

- Junte-se a nós para impactar milhares de pessoas.
- Aproveite a mecânica criativa que prende o público do início ao fim.
- Garanta alta visibilidade e engajamento genuíno para sua marca.

O convite está feito: seja um patrocinador do “Classificados Sekai” e ajude a levar esta experiência inovadora às ruas, às redes e aos corações de um público pronto para descobrir novidades. Com o seu apoio, daremos voz à arte, à cultura e ao espírito criativo brasileiro — e faremos com que seu nome ecoe junto ao nosso, em uma campanha de presença marcante e resultados poderosos.

Contamos com você! Vamos juntos construir uma história extraordinária!