Título do Projeto: Marketing LifeDog Data:16/02/2016

**1.1 Descrição do escopo do produto**

A Kotler Projetos promoverá a linha LifeDog, desenvolvida pela empresa Glad Hund, através do marketing publicitário. Esse marketing incluirá: material publicitário impresso, mídia social, exposição em evento de negócios e seleção de cachorros modelos. O produto englobará o processo de Propaganda, Promoção de Vendas e Publicidade da linha LifeDog.

**2.2 Entregas do projeto**

1. Material publicitário: anúncio em cinco revistas, três banners e 201 totens.
2. Rede social: página no Facebook.
3. Estande para exposição da linha LifeDog.
4. Seleção de três cachorros propaganda.

**Revistas:**

Publicação de anúncio da linha LifeDog nas seguintes revistas:

1. Pet Center/Groom Brasil.
2. Revista Clínica veterinária.
3. Revista Negócio Pet.
4. Revista Meu Pet.
5. Revista Cão e Cia.

Tipo de divulgação

1. Divulgação em capa dupla.
2. Assunto: ilustração dos cachorros propaganda, explicação técnica e parte visual do produto.
3. O anúncio deverá sair em 3 edições seguidas em cada revista. Todos os anúncios deverão ser publicados na mesma semana.

**Banners, adesivo e totem (todos coloridos)**

Serão 201 totens iguais (1 para cada clínica e 1 para o evento). Tamanho: 1,0 x 1,7 metros (largura x altura). Os totens devem conter a ilustração dos cachorros propaganda junto com os produtos LifeDog.

Um banner específico para o evento Pet South America. Tamanho: 0,90 x 1,20 (largura x altura). O banner deve conter a ilustração do produto e especificações técnicas. Tamanho: 0,90 x 1,20 metros (largura x altura).

Um adesivo para adesivagem do estande. O adesivo deve ser colorido, conter a ilustração de uma família, juntamente com os cachorros propaganda e a linha de produtos. Tamanho: 3,20 x 2,70 metros (largura x altura).

**Facebook:**

Criação de uma página no Facebook.

1. Foto de capa: cachorros propagandas, produto LifeDog e logo da Glad Hund.
2. Linha do tempo: anúncio do evento onde será divulgado o produto, fotos com os cachorros usando o produto, informações e fotos sobre a Glad Hund, publicações sobre banho e tosa relacionadas ao uso do produto, benefícios em utilizar-se os produtos e clínicas veterinárias que já usam o produto.
3. Foto de perfil: os 3 cachorros propaganda.
4. Entrevista com especialistas: vídeos.

**Evento:**

Divulgação da linha LifeDog na 16ª Edição do Pet South America:

1. Local: Expo Center Norte – Pavilhão Verde – SP.
2. Horário:13h às 21h.
3. Data: 30/08/2016 a 01/09/2016.

Estande:

1. Espaço com montagem, pacote completo.
2. Medida: 3,2 x 2,7 x 4,3 (largura x altura x profundidade).
3. Adesivagem na parede principal do estande.
4. Exposição da linha LifeDog.
5. Estojo contendo amostras da linha LifeDog.
6. Dois veterinários para apresentar características técnicas do produto.
7. Dois responsáveis da Glad Hund pelo marketing.
8. Dois auxiliares de veterinários.

Suporte:

1. Montagem e desmontagem do estande.
2. Permanência de dois profissionais da Kotler Projetos durante todo o evento.

**Seleção para cachorros propaganda**

Seleção de três cachorros de raças distintas e de tamanhos: pequeno, médio e grande. Essa seleção será realizada por um profissional de marketing da Kotler Projetos junto à agencia de modelos de animais.

**2.3 Critérios de aceitação do produto**

|  |  |
| --- | --- |
| **Entrega** | **Aceitação** |
| Material publicitário: anúncio em cinco revistas, um banner e 201 totens. | Totens de tamanho: 1,0 x 1,7 metros (largura x altura).  Banner de tamanho: 0,90 x 1,20 (largura x altura).  Um adesivo para adesivagem do estande de tamanho 3,20 x 2,70 metros (largura x altura).  Totens, banner adesivo e anúncios nas revistas devem estar condizentes com a linha LifeDog, empresa Glad Hund e público-alvo. |
| Rede social: página no Facebook. | Leiaute da página condizente com a linha LifeDog, empresa Glad Hund e público-alvo. |
| Estande para exposição da linha LifeDog. | Medida: 3,2 x 2,7 x 4,3 (largura x altura x profundidade).  O estande deve estar de acordo com as normas de segurança pré-estabelecidas pelos organizadores da feira. |
| Seleção cachorros modelos. | Três cachorros de raças distintas e tamanhos diferentes (pequeno, médio e grande). |

**2.4 Exclusões do projeto**

1. Preço: definição do preço final da linha de produtos LifeDog.
2. Praça: não será definido o local que o produto LifeDog estará disponibilizado e distribuído.
3. Produto: não serão definidas as características e atributos da linha LifeDog.
4. Promoção: não estão inclusos os seguintes itens: relações públicas, marketing direto e força de vendas.
5. Marketing do pós-lançamento.
6. Preparação do estojo contendo amostras da linha LifeDog.
7. Treinamento e custo com os profissionais que estarão no stand (veterinários, auxiliares dos veterinários e demais profissionais de Glad Hund).
8. Publicação em revista digital.

**2.5 Restrições do projeto**

**2.6 Premissas do projeto**