|  |  |
| --- | --- |
| **Data de elaboração:** | 16/02/2016 |

**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 da linha 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. 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. Anúncio 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).  **Página no 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. |

**3. Critérios de aceitação do produto**

|  |  |
| --- | --- |
| **Entrega** | **Aceitação** |
| Material publicitário: anúncio em cinco revistas, um banner e 201 totens. | Totens, banner e adesivo para adesivagem do estande, todos com o tamanho (largura x altura) especificado no requisito.  Totens, banner adesivo e anúncios nas revistas devem estar condizentes com a linha LifeDog, empresa Glad Hund e público-alvo.  Anúncios para publicação em revistas devem ser claros, linguagem simples, originais e conter apresentação sucinta do produto. |
| Rede social: página no Facebook. | Leiaute da página condizente com a linha LifeDog, empresa Glad Hund e público-alvo.  Deve-se ter 70% das clínicas veterinárias pré-selecionadas como "seguidoras" da página. |
| Estande para exposição da linha LifeDog. | Estande com o tamanho . (largura x altura x profundidade). especificado no requisito.  O estande deve estar de acordo com as normas de segurança pré-estabelecidas pelos organizadores da feira.  O ambiente visual do estande, bem como todo o material a ser exposto, devem estar condizentes com o produto, público-alvo e com a empresa Glad Hund. |
| Seleção cachorros modelos. | Três cachorros de raças distintas e tamanhos diferentes (pequeno, médio e grande). |

**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 para os expositores (veterinários, profissionais de marketing e auxiliares de veterinários) durante a feira Pet South American. 8. Publicação em revista digital. 9. Manutenção da página do Facebook e qualquer tipo de suporte para mantê-la, após o término do projeto. |

**5. Restrições do projeto**

|  |
| --- |
| 1. Todos os integrantes da equipe deverão estar regulamentados via CLT e será permitida a contratação de terceiros para esse projeto. 2. O projeto deve ser completado em 6 meses. Prazo inadiável de conclusão do projeto. 3. A verba do orçamento a ser utilizada neste projeto é de R$ 600.000 (seiscentos mil reais). 4. Indisponibilidade de recursos humanos. |

**2.6 Premissas do projeto**

|  |
| --- |
| 1. Os membros do time terão dedicação integral ao projeto. 2. O cliente disponibilizará amostras da linha LifeDog com antecedência de 4 semanas antes da data de início da feira Pet South American. Bem como os produtos da linha para exibição na feira. 3. A distribuição dos totens às clinicas veterinária deverá ocorrer após expirar a data da feira Pet South American. 4. As questões referentes à segurança no ambiente da feira Pet South American, serão resolvidas pelos promotores do evento. 5. Liberação dos recursos financeiros 2 semanas antes do início do projeto. 6. Aquisição de licenças de softwares destinados a área de marketing. 7. Equipe capacitada e qualificada na área de marketing. 8. Aspectos tangíveis da linha LifeDog (tamanho, cor, modelo, peso, embalagem, rotulagem e design) já definidos pela Glad Hund. Bem como marca dos produtos. |