



Nome do projeto: **inEvents** criado por **Alt'Ideias**

DIGITAL MARKETING STRATEGY

05/01/2022

1. Target Groups:

- Comunidade UC (estudantes, docentes e funcionários);
- Pessoas com tempo livre;
- Residentes de Coimbra;
- Turistas em Coimbra;
- Organizadores de eventos;

Customer Persona:

- **1ª Persona:** Chama-se Mafalda, tem 20 anos e é da Polónia. É estudante de Erasmus no 3º ano na Faculdade de Medicina da UC e gostaria de conhecer melhor a cidade de Coimbra. Gostava ainda de se integrar com os outros estudantes participando em eventos dentro da comunidade.
- **2ª Persona:** Chama-se Ana, tem 21 anos e é de Coimbra. É estudante de mestrado de Engenharia Informática e gosta de participar em eventos de voluntariado ou concertos de todo o tipo de música, mas muitas vezes não são divulgados ou não são de acesso rápido e fácil.
- **3ª Persona:** Chama-se Gustavo, tem 24 anos e é de Lisboa. Foi aluno de Engenharia e Ciência de Dados e gostava de continuar a ter conhecimento e a participar nos eventos disponibilizados pela UC com o intuito de encontrar amigos e reviver o ambiente académico. No entanto, estes são mais divulgados dentro da comunidade UC o que não permite o seu fácil acesso.
- **4ª Persona:** Chama-se Madalena, tem 37 anos e é de Coimbra. É responsável pela organização de concertos na cidade de Coimbra e pretende divulgá-los numa plataforma fácil e rápida de usar.
- **5ª Persona:** Chama-se Cesário, tem 24 anos e é de Coimbra. É o presidente do Núcleo de Estudantes de Informática e pretende que todos os eventos organizados pelo seu núcleo sejam divulgados numa plataforma em que muitos universitários estejam.



2. Marketing Message:

- **1ª Persona:** A Mafalda terá à sua disposição uma série de categorias de acesso rápido e fácil que a ajudarão não só a conhecer melhor a cidade de Coimbra (por exemplo, através da categoria natureza) como também a integrar-se mais facilmente no ambiente académico através da categoria “Universitário”.
- **2ª Persona:** A Ana poderá ter todos os eventos em que pretende participar num único local, demorando no máximo 3 minutos a perceber como a aplicação funciona.
- **3ª Persona:** O Gustavo, através de um simples toque e por meio da categoria “Universitário”, estaria a par de todos os eventos que decorrem dentro da comunidade UC. Podendo, tal como tanto desejava, reviver as tradições académicas e reencontrar amigos.
- **4ª Persona:** A Madalena deixará de sentir dificuldade em divulgar os seus eventos ao utilizar uma aplicação de acesso fácil e rápido como a nossa.
- **5ª Persona:** Através da nossa aplicação, o Cesário virá a ter um maior sucesso em divulgar os eventos do Núcleo de Estudantes de Informática, uma vez que nela iriam-se encontrar a maior parte dos estudantes de variados cursos.

3. Concorrentes e o porquê de sermos melhores:

O que a nossa aplicação tem comparado a vários concorrentes:

- **Cartazes publicitários de eventos:** divulgamos vários eventos em apenas um local; os utilizadores não precisam de sair de casa para saber dos eventos;
- **Grupos de Facebook:** a aplicação permite uma procura mais rápida e concisa;
- **Eventos da UC:** permite a pessoas que não pertençam à comunidade UC saberem dos diversos eventos que a mesma disponibiliza (uma vez que os eventos são mais divulgados dentro da comunidade);
- Permite aos utilizadores criarem e divulgarem os seus próprios eventos.



4. O que podemos aprender dos sucessos/falhas dos outros:

De um modo geral, ao longo da história de muitas das aplicações móveis de eventos houve um conjunto de falhas que levaram ao seu insucesso. Posto isto, apresentamos algumas das razões que temos que evitar para que a nossa aplicação seja um sucesso [1][2]:

1. Ter demasiados passos desnecessários na interação com a aplicação (ex. muitas informações de login ou muitos passos para conseguir ver os eventos de um certo dia). Separar as diversas funcionalidades em várias plataformas. Por exemplo, criar uma aplicação para o rating de eventos e outra para as histórias;
2. Construir uma aplicação que seja confusa, não funcione e que não tenha conteúdo, ex: uma aplicação que tenha muita informação junta dentro de um evento (tornando-a confusa visualmente, má *user experience*), que tem alguns botões que não funcionam ou até uma aplicação que quase não tenha eventos;
3. Não ajudar o utilizador a ter os meios para que a app funcione corretamente (por exemplo, Internet). Para tal, quando possível, podemos recomendar aos utilizadores passwords de redes próximas ao local do evento de modo a cobrir toda a gente que pretende utilizar a aplicação.
4. Não promover a aplicação. Deve-se continuamente promover a aplicação de forma inteligente, sem ser de forma excessiva e intrusiva, nas nossas campanhas de marketing porque acrescenta grande valor para as pessoas que criam eventos e pode captar novos utilizadores.

Apesar de já existirem algumas aplicações que nos informam sobre os eventos existentes na cidade de Coimbra, as mesmas não são apelativas ou apresentam excesso de informação. Por conseguinte, decidimos aproveitar “estas falhas” para podermos tornar a aplicação mais apelativa, ou seja, mais organizada e intuitiva para que o utilizador mantenha o uso contínuo da mesma.

Ao mesmo tempo, a falta de interação, disponibilizada ao utilizador pelas outras apps, leva a que este não se sinta entusiasmado a utilizá-la, não mantendo assim um uso regular da mesma.

Os eventos organizados, por exemplo, pelos Núcleos de Estudantes, Associação Académica de Coimbra, Universidade de Coimbra e comissões organizadoras de carros para a Queima das Fitas, ao não terem um local específico para a divulgação de eventos, fazem-no de forma dispersa e de difícil acesso ao seu público. Por outras palavras, nenhuma plataforma existente fornece benefícios ou tenta inovar em relação a este aspeto.

Aliado a tudo isto, na criação de eventos, as aplicações existentes não tornam o processo fácil quer por questões burocráticas, quer pelo desconhecimento de locais e contactos para a realização de eventos.



5. Channels:

- **Aplicação:** base principal de todo o trabalho. Propõe-se a divulgar os eventos da cidade de Coimbra, focando-se num contexto mais académico.
- **E-mail:** Criação de e-mail para que fosse possível criar as redes sociais, como Instagram e Facebook. No entanto, pode também ser usado como contacto;
→ E-mail: alt.ideias7@gmail.com
- **Social Media:**
 - **Instagram:** inevents_app - www.instagram.com/inevents_app ;
 - **Facebook:** inEvents - www.facebook.com/inEventsApp .
- **Website** Com uma apresentação dos mockups da nossa aplicação.
→ <https://inevents7.web.app>

Através destes canais será possível ao utilizador e público-alvo saberem das novidades da aplicação, assim como ao grupo Alt'Ideias receber algum *feedback* desta para posteriores melhorias.

No entanto, a rede social a que iremos dar mais ênfase será o Instagram, uma vez que é onde se encontra a maior parte do nosso público-alvo.

Serão feitas publicações tanto no Facebook como no Instagram sobre os updates, as funcionalidades e o modo de utilização da aplicação. Iremos também fazer uma publicação a informar do lançamento da aplicação.

6. Identify keywords (SEO):

- Eventos;
- Estudantes;
- Coimbra;
- Diversão;
- Universidade;
- Agenda;
- Cultura.



7. Calendário das redes sociais:

Publicações no *Instagram* e *Facebook*:

- 27 de novembro de 2021: Apresentação;
- 27 de novembro de 2021: Aviso Legal;
- 4 de dezembro de 2021: Conhecer mais sobre o inEvents;
- 12 de dezembro de 2021: Ideias pedidas para o nome da mascote;
- 20 de dezembro de 2021: Decisão Final para o nome da mascote;
- 22 de dezembro de 2021: Batismo da mascote;
- 23 de dezembro de 2021: Sopa de Letras;
- 24 de dezembro de 2021: Feliz Natal (ideias de eventos da época natalícia);
- 26 de dezembro de 2021: Solução da Sopa de Letras;
- 28 de dezembro de 2021: Ideias de eventos para a passagem de ano;
- 1 de janeiro de 2022: Feliz Ano Novo;
- 4 de janeiro de 2022: Apresentação do produto - mockups.

8. KPI's (Indicadores-chave de desempenho):

- Número de utilizadores na Base de Dados;
- Downloads da aplicação;
- Seguidores nas redes sociais;
- Interação dos utilizadores nos *insta stories* e publicações;
- *Feedback* dos utilizadores para melhorias;
- Ferramentas da aplicação mais acedidas pelos utilizadores;
- Comparação entre o número de utilizadores registados e o número de utilizadores ativos regularmente;
- Rating na app store.

9. Referências

- [1] -<https://venu-iq.com/why-event-apps-fail-and-how-to-avoid-it-happening-to-you/>
[2] -<https://www.meetingplay.com/blog/why-mobile-event-apps-fail>



Membros:

- Duarte Emanuel Ramos Meneses, nº 2019216949
- Inês Martins Marçal, nº 2019215917
- João Carlos Borges Silva, nº 2019216753
- Patrícia Beatriz Silva Costa, nº 2019213995
- Sofia Botelho Vieira Alves, nº 2019227240
- Sofia Santos Neves, nº 2019220082
- Tatiana Silva Almeida, nº 2019219581