

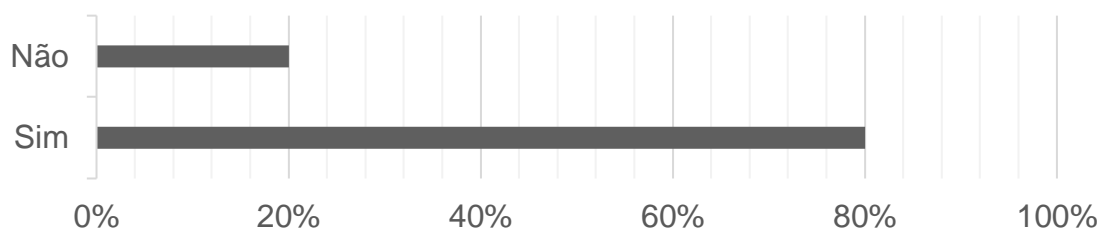
1. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO

Fundada em 2009 por Garrett Camp e Travis Kalanick. O aplicativo foi lançado em 2010 para Android e iPhone. A primeira cidade a receber o Uber no Brasil foi o Rio de Janeiro, em maio de 2014 e em seguida São Paulo e Belo Horizonte, em 2016 a Uber chegou em Recife e outras cidades. Ela foi um dos pioneiros no conceito de E-hailing. A chegada da Uber nas cidades brasileiras foi bastante conturbada, provocou reações negativas de taxistas e posterior tentativa de adaptação ao modus operandi dos particulares: taxistas também oferecem balas e água e perguntam a estação de rádio de preferência do passageiro. Recentemente o Senado Federal havia votado em uma lei que poderia acabar com os aplicativos de mobilidade, mas logo após depois de ouvir e 500 mil motoristas parceiros e 17 milhões de usuários, a mesma foi retirada.

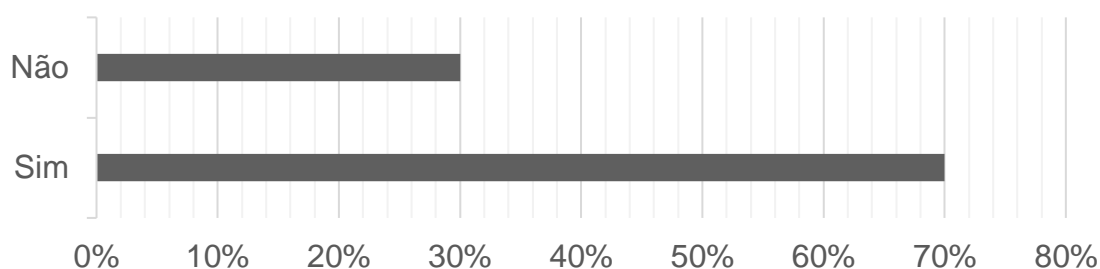
2. PESQUISA

Pesquisa realizada em sala de aula com objetivo de calcular o nível de satisfação de usuários a respeito da Uber.

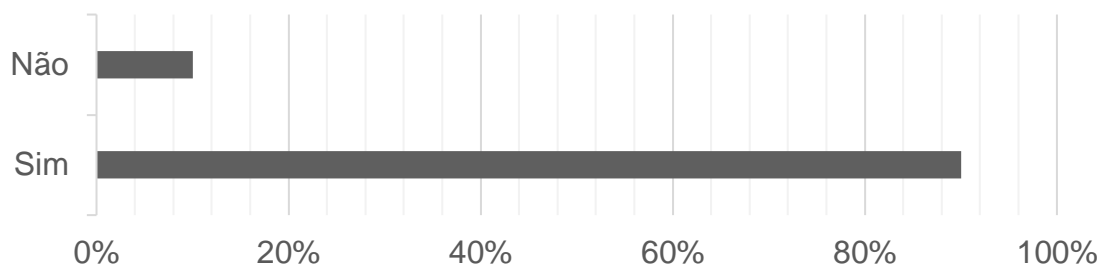
1) Já usou Uber?



2) Confia na Uber?



3) Indicaria a Uber?



3. CONCORRENTES

- 99Pop
- Cabify
- Teletáxi
- Easy Taxi

4. DADOS DO EVENTO

Tema da Campanha: Natal Solidário

Período: de 23 a 25/12/2017

Localização do evento: Somente para corridas em Recife e região metropolitana.

Diferencial do evento: O evento procura mobilizar os passageiros a doar sangue neste natal no HEMOPE. A iniciativa da Campanha partiu da necessidade identificada na instituição, e a importância do ato de doar sangue.

5. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

- Desenvolver uma campanha diferenciada tendo em vista que em Recife a Uber nunca fez uma campanha desse caráter;
- Divulgação nas mídias sociais e impressas;
- Produzir um hotsite para a disseminação da campanha.

6. EVENTOS ANTERIORES

6.1. ÁRVORES DE NATAL POR DEMANDA

Campanha feita em 2013 exclusiva nos Estados Unidos que permitia os usuários a solicitar a entrega de árvores de Natal usando a opção UberTREE pelo aplicativo.

6.2. UBERX GRATUITO PARA O NATAL

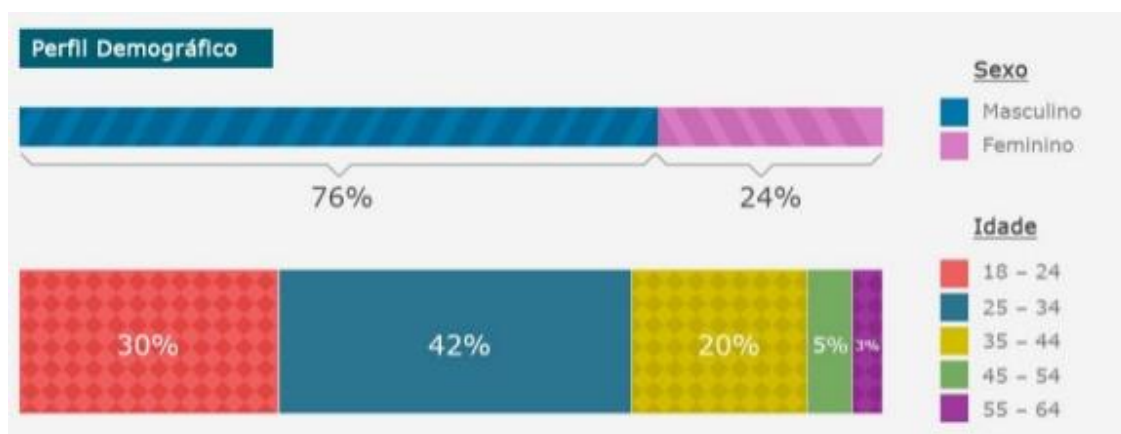
Campanha feita em 2014 exclusiva na cidade de Bangkok na Tailândia que ofereceu um dia (24 de dezembro) gratuito de UberX para clientes novos e já existentes.

6.3. ENTREGA DE BRINQUEDOS

Campanha feita em 2013 exclusiva em Montreal no Canadá com a missão de levar brinquedos para crianças com câncer da associação Leucan.

7. PÚBLICO ALVO

Demográfico: Homens e mulheres acima de 18 e/ou menores acompanhados de todo o Brasil.



Psicográfico: A campanha é dirigida para as pessoas que usam o aplicativo de mobilidade e tem interesse em ser solidário, ajudando o próximo. Homens e mulheres dos mais diferentes estilos e gostos, de rotinas e costumes diferentes podem participar.

8. POSICIONAMENTO

Voltado para as pessoas que se dispuserem a ajudar a Instituição com a sua doação de sangue sendo assim beneficiado com a corrida gratuita até o local e recebendo um cupom de corrida grátis para presentear.

9. TOM DA CAMPANHA

O objetivo da campanha é promover a solidariedade e a cultura de doação de sangue, dando ênfase e incentivo à ação solidária. Compreender a cidadania como participação social é um ato nobre, por consequência, transmite-se o verdadeiro significado do Natal, propagando os valores, as boas ações e as boas maneiras, promovendo reflexões sobre a amizade entre as pessoas e o porquê de partilhar.

10. OBRIGATORIEDADE DE COMUNICAÇÃO

- Uso de fotos e/ou ilustração para a composição da peça;
- Usar elementos de acordo com a diretriz da empresa;
- Utilizar um design “clean”, mais limpo em sua apresentação visual, com pouca interferência e somente com o necessário, sendo assim mais fácil de ser entendida;
- Veicular a campanha nas mídias sociais para conseguir mais visibilidade.

11. VERBAS DE COMUNICAÇÃO

A Uber não tem histórico de campanhas de Natal no Brasil. Existem campanhas internacionais, mas todas com o objetivo de arrecadar objetos dos usuários a serem transportados para a doação. O perfil da Uber nessas campanhas é de servir como interlocutor entre o usuário (doador) e a instituição favorecida.

Start Point	End Point	Old UberX Estimated Fare Value	New UberX Estimated Fare Value	Extra Value	Partner-Drivers	Donated
Rosebank	Parktown North	R38.00	R38.75	R0.75	R0.60	R0.15
Sandton	Rosebank	R52.00	R52.25	R0.25	R0.20	R0.05
O.R. Tambo	Sandton	R259.00	R259.35	R0.25	R0.20	R0.05

Segundo o gráfico, podemos ver que quando há uma doação em forma monetária a Uber se apropria de um valor mínimo da viagem convertendo em doação.

12. VERBA PROJETADA

Valor das artes (sem gráfica)

Outdoor: R\$ 8.512,00

Propaganda Facebook/Instagram: R\$ 4.500,00

Cartão Postal: R\$ 3.722,00

Valor da campanha

R\$ R\$20.000,00

Briefing/Branding

R\$12.000,00

