

Quiz Magic Games¹

Cibelle Israel De Souza MACÊDO²
Eryckson De Lima SANTANA³
Fernando Antonio Teixeira LIBERATO⁴
Gilberto De Barros Lins NETO⁵
Marcella Rosseline Travassos Amorim CUNHA⁶
Márcio De Souza ANDRADE⁷
Thiago Sérgio DANTAS⁸
Patricia GALLO⁹
Universidade Potiguar - UnP

RESUMO

Objetivando reposicionar a loja de jogos eletrônicos Magic Games Entertainment no mercado local, a agência experimental AGAH Comunicação desenvolveu webapp para a plataforma mobile que funciona como uma espécie de Quiz. Através do projeto experimental de término de curso da UnP – Universidade Potiguar, referente ao curso de Publicidade e Propaganda, o Quiz leva o nome de Quem você é nesse rolê? seguindo as tendências do mercado digital a plataforma mobile irá penetrar em uma parcela de potenciais clientes bem como proporcionar uma experiência de marca diferenciada, interativa e simpática.

Palavras-chave: Jogos; Eletrônicos; WebApp; Quiz; Experiência.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Game.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: cibellemacedo@hotmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: erycksonlima@gmail.com.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: fernandoliberatoo@hotmail.com

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: gibalins@hotmail.com.

⁶ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: marcella_rosseline@hotmail.com.

⁷ Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: msouzapub@gmail.com.

⁸ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: thiago7gio@hotmail.com.

⁹ Orientador do Trabalho. do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar - UnP, email: patiprof@yahoo.com.br.

1. INTRODUÇÃO

A Magic Games Entertainment surgiu no ano de 1991 e tem mais de 20 anos de atuação no mercado.

Inicialmente, a empresa oferecia somente o serviço de locação de jogos. Porém, no mesmo ano, foi aberto o *Play game*, que consiste em um espaço, no qual, os clientes podem usar os *consoles*, acessórios e jogos de sua escolha, pagando por hora de uso.

Após cinco anos, o proprietário e administrador da empresa decidiu expandir o negócio. Percebendo que o mercado estava carente na área de vendas, e visando uma ampliação no seu público, passou a comercializar produtos (*consoles e jogos*) e acessórios.

Para tornar a empresa ainda mais completa, a Magic Games passou a prestar os serviços de assistência técnica e desbloqueio de aparelhos. Nesse momento estava disponível na empresa, o Superintendo, Nintendo, Mega Drive, Sega CD, Phantom, o Playstation 1 e o Game Boy.

Com o passar dos anos foram conquistados novos clientes devido à ampliação do leque de produtos/serviços.

O avanço da tecnologia também contribuiu com o desenvolvimento da área, a partir do lançamento de novos produtos por seus fornecedores. Enfim, a empresa conseguiu consolidar sua liderança no mercado, embasada na qualidade dos produtos e serviços oferecidos, aliada ao bom atendimento aos clientes.

2. OBJETIVO

Posicionar a marca, causar maior identificação do *target* com a empresa e refletir os valores que os videogames trazem para século XXI, assim como o mundo de possibilidade que o mesmo proporciona. Tudo isso através de uma mídia inovadora e moderna assim como os valores que a marca busca. O Quiz utilizado na plataforma mobile tem grande importância na conquista de novos cliente visando proporcionar uma experiência de marca inovadora, interativa, divertida e principalmente eficaz para a construção da marca.

3. JUSTIFICATIVA

O mundo dos games vive em constante evolução. As ferramentas tecnológicas possibilitam novas formas de jogabilidade. Os gráficos são cada vez mais fieis, os movimentos mais precisos, e os aparatos eletrônicos estão cada vez mais compactos e poderosos, o que torna a experiência de jogo fascinante.

De fato, o homem moderno é um ser competitivo. Não só na sua relação social, mas também consigo mesmo. Na pelada do final de semana, ninguém quer ficar de próxima. No trabalho, as metas batidas são a prova da competência do bom profissional. Da mesma forma, os videogames e suas variedades de jogos, estimulam esse comportamento competitivo e surreal. As possibilidades, são infinitas. E nesse novo mundo, o jogador se transporta, e toma forma em gráficos ultra modernos, que atuam em circunstâncias cada vez mais lúdicas, mas ao mesmo tempo, reais.

O videogame deixou de ser aquele aparelhinho que exclui o jogador de um convívio social, e passou a ser uma ferramenta de interação com novos mundos. Os ambientes virtuais como a Live e a PSN, possibilitam que esses mundos se encontrem em um só, possibilitam que advogados, publicitários, biólogos, médicos, estudantes, crianças e donas de casa falem a mesma língua, e vivam no mesmo mundo, onde tudo é real e possível.

Com toda essa carga de sentidos, o *Quiz* mostra as mais diversas possibilidades que os games podem proporcionar. Mesmo para aqueles que tiveram pouco contato com os games ou que tem uma visão ultrapassada acerca deles.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Norteamos toda a criação dessa campanha a partir de um mapa mental criado pelo planejamento, em que os principais pontos identificados no desenvolvimento do mesmo foram evidenciados, como os princípios motivadores e definições básicas de tudo aquilo que envolve o mundo dos videogames. Somado à esses fatores, também foram levados em consideração o público- alvo e os perfis de potenciais clientes da Magic Games.

Afim de causar um primeiro contato com um público potencial, foi desenvolvido um *quiz* voltado para a plataforma *mobile*. Os usuários terão acesso ao game através de *QR codes*, que serão aplicados em porta guardanapos de bares e lanchonetes da cidade.

O “Quem você é nesse rolê?” se denomina a partir de uma expressão jovem utilizada na cidade. Esse primeiro contato a partir de uma linguagem informal desperta o interesse do público em descobrir do que se trata.

Através de 8 perguntas o game traça um perfil do usuário, que ao final, mostra personagens bem humorados, falando um pouco da personalidade de cada um. Estes indicarão jogos de videogame que possam agradar o usuário, de acordo com o perfil identificado.

Composto de 10 telas no total. A marca da Magic Games é revelada apenas na última delas. O padrão envolvente do game faz com que o usuário chegue até ela e assim viva uma experiência de marca diferente e atraente. Fazendo com que os games tornem-se assunto da roda de amigos e desperte o interesse de mais pessoas ao seu redor. Possibilitando que estes também se sintam estimulados em descobrir “Quem são naquele rolê”

O game leva um layout jovem, simples e voltado para a usabilidade. Existe no game a possibilidade de compartilhar a experiência através das redes sociais.

5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Foi realizada uma pesquisa de mercado onde foram descobertos os problemas do cliente e as suas oportunidades. A partir de então foi traçado um planejamento estratégico e desenvolvido um briefing criativo do qual surgiu a criação desse webapp em formato de game. Para o seu desenvolvimento foram utilizados softwares de editoração gráfica e vetorial (Adobe Photoshop CS5 e Adobe Illustrator CS5).

6. CONSIDERAÇÕES

Acompanhando os avanços tecnológicos e surpreendendo o cliente de forma agradável, a identificação com a marca será notória e os objetivos traçados certamente serão alcançados. É a peça chave para o posicionamento da empresa e para ampliar o *target*, já que a plataforma mobile tornou-se um meio mais que comum com o advento dos smartphones. Em se tratando de potenciais clientes, chegaremos a eles de forma sutil e

eficaz. Assim, sugerindo as novas possibilidades que os games podem proporcionar em suas vidas.

7. REFERÊNCIAS

HOLZSCHLAG, Molly E. **250 segredos para web designers**. Rio de Janeiro: Elsevier, Saunders, 2005..

FRIEDLEIN, Ashley. **Como gerenciar sites web de sucesso: gerenciamento de conteúdo; CRM na web e mediação de audiência**. Rio de Janeiro: Campus, 2003

CASTRO, Álvaro de. **Propaganda e mídia digital: a web como a grande mídia do presente**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

ZELDMAN, Jeffrey. **Projetando web sites compatíveis: como construir web sites compatíveis com browsers e dispositivos variados**. Rio de Janeiro: Elsevier, Saunders, 2003