



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS – PUC GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Guilherme Henrique Campos de Assis

Luiza de Freitas Brito

Matheus Prado Ribeiro

ESTRUTURAÇÃO DA AGÊNCIA VISUALLIZE

Goiânia - Goiás

2025

Guilherme Henrique Campos de Assis

Luiza de Freitas Brito

Matheus Prado Ribeiro

ESTRUTURAÇÃO DA AGÊNCIA VISUALLIZE

Trabalho de conclusão de curso Tipo de trabalho (Dissertação / Tese / TCC / TCR) apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGO), no Curso de Publicidade e Propaganda para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso II.

Orientador(a): Profa. Dra. Márcia Regina Santos Brisolla

Goiânia - Goiás

2025

Guilherme Henrique Campos de Assis

Luiza de Freitas Brito

Matheus Prado Ribeiro

ESTRUTURAÇÃO DA AGÊNCIA VISUALIZE

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGO), curso de Publicidade e Propaganda para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso II.

Data da defesa: ____/____/____

Banca Examinadora:

Orientadora

Profa. Dra. Márcia Regina Santos Brisolla
Pontifícia Universidade Católica de Goiás - Orientadora

Avaliadora

Profa. Ma. Luciana Ferreira Serenini Prado
Pontifícia Universidade Católica de Goiás - Avaliadora

Avaliadora

Profa. Dra. Patrícia Quitero Rosenzweig
Pontifícia Universidade Católica de Goiás - Avaliadora

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, a Deus, por ter nos sustentado durante todos esses anos de curso, conduzindo cada passo e nos dando forças em toda essa trajetória. Ele nos guiou, mesmo nos momentos mais desafiadores, e é com gratidão que reconhecemos que sem Ele nada disso teria sido possível.

À nossa orientadora, pelo olhar atento, pela paciência e pelas contribuições fundamentais ao longo deste processo, sem tudo seria mais difícil. Aos colegas de curso que estiveram conosco durante toda a jornada, em especial Geovanna, Elisa e Gabi, que caminharam ao nosso lado com parceria, criatividade e apoio constante. Um agradecimento especial também à nossa coordenadora de curso, que ao longo dos anos foi imprescindível em nossa formação, sempre solícita, aberta ao diálogo e presente em todos os projetos sempre nos apoiando.

Estendemos nossa gratidão à PUC Goiás e a todos os professores do curso de Publicidade e Propaganda, e a nossa avaliadora Patrícia principalmente, que nos ajudaram, ensinaram e contribuíram para que este trabalho se tornasse algo real através da troca em sala de aula ao longo dos anos.

E por fim, mas jamais em último lugar, nosso agradecimento mais profundo vai para nossas famílias. Que nos acolheram no cansaço, vibraram com cada conquista e nos amaram mesmo nos dias mais difíceis. Foram colo, sustento e inspiração. Se hoje a Visuallize nasce, é porque eles sempre estiveram por trás dos bastidores mais importantes da nossa vida. São eles que nos fizeram acreditar que somos capazes.

A Visuallize nasce com muitas mãos, muitas ideias e muito coração. E isso não seria possível sem cada uma das pessoas citadas.

RESUMO

Este trabalho apresenta o processo de estruturação da Visuallize Eventos, uma agência de eventos especializada em experiências imersivos e audiovisuais . A proposta surgiu a partir da observação de lacunas no mercado regional de eventos, principalmente no que se refere à personalização, sensibilidade visual e inovação criativa. O projeto contempla desde a análise de concorrência até a construção da identidade da marca e o planejamento estratégico de lançamento e divulgação. A Visuallize se posiciona como uma agência que valoriza o processo por trás da experiência, apostando na originalidade dos bastidores, na força estética da imagem e na conexão emocional com o público. Por meio de recursos próprios e estratégias orgânicas, a campanha de lançamento busca posicionar a agência no mercado goiano, consolidando seu nome como referência em eventos criativos e afetivos.

Palavras-chave: Publicidade; Eventos; Audiovisual; Branding; Experiência.

ABSTRACT

This project presents the structuring process of Visuallize Eventos, an event agency specialized in immersive and audiovisual experiences. The proposal emerged from the observation of gaps in the regional events market, particularly regarding personalization, visual sensitivity, and creative innovation. The project includes everything from competitor analysis to the development of the brand identity and the strategic planning for its launch and promotion. Visuallize positions itself as an agency that values the process behind the experience, emphasizing the originality of behind-the-scenes work, the aesthetic power of imagery, and the emotional connection with the audience. Through its own resources and organic strategies, the launch campaign aims to position the agency within the Goiás market, establishing its name as a reference in creative and emotionally driven events.

Keywords: Advertising; Events; Audiovisual; Branding; Experience.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Post "Por Que Existimos"	43
Figura 2 - Post "Quem É A Visuallize Eventos"	43
Figura 3 - Post "Quem somos nós?"	44
Figura 4 - Reel "O que fazemos?"	44
Figura 5 - Story com enquete "Eventos preferidos pelo público"	45
Figura 6 - Post "Chamada Para Parcerias"	45
Figura 7 - Reel "Eventos da Visuallize"	46
Figura 8 - Post "O Que Ninguém Te Conta Sobre Organizar Um Evento"	46
Figura 9 - Reel "Depoimentos"	47
Figura 10 - Post "Dj Exclusivo"	47
Figura 11 - Reel "Nosso Planejamento"	48
Figura 12 - Post "Retrospectiva"	48
Figura 13 - Post "Chamada para fechar eventos"	49
Figura 14 - Post "Parceria Com Alguém Influente"	49
Figura 15 - Post "O Poder da Experiência"	50
Figura 16 - Post "primeiros contratos pagos"	50

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Organograma agência Visualize.....	22
Quadro 2 - Fluxograma agência Visualize.....	22
Quadro 3 - Tabela comparativa da concorrência	26
Quadro 4 - Análise SWOT	30

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	8
1	AGÊNCIA PROPOSTA	9
1.1	AGÊNCIA DE EVENTOS	9
1.2	ESTUDO DE VIABILIDADE	12
2	APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO	16
2.1	DEFINIÇÃO DO NOME	16
2.2	MISSÃO, VISÃO E VALORES	17
2.3	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	19
2.4	ORGANOGRAMA E FLUXOGRAMA	21
2.5	SERVIÇOS E FORMAS DE REMUNERAÇÃO	23
3	APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO	25
3.1	FORMA DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	25
3.2	ANÁLISE SWOT DA VISUALIZE	29
4	PÚBLICO-ALVO	31
4.1	ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DA DEFINIÇÃO DE PERFIL	31
4.2	IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DE EMPRESA A SER PROSPECTADA	32
5	MARCA E IDENTIDADE VISUAL	35
5.1	CONCEITO E IMPORTÂNCIA DA MARCA	35
5.2	CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL	35
6	PLANO DE AÇÃO VISUALIZE EVENTOS	37
6.1	OBJETIVO E META	37
6.2	PÚBLICO-ALVO VISUALIZE EVENTOS	37
6.3	ESTRATÉGIA E DETALHAMENTO TÁTICO	38
6.4	PLANO DE MÍDIA	40
6.5	PLANO DE CRIAÇÃO	41
6.6	DEFESA PEÇAS DE COMUNICAÇÃO	43
6.7	CRONOGRAMA	50
6.8	ORÇAMENTO	53
	CONCLUSÃO	55
	REFERÊNCIAS	56

INTRODUÇÃO

A produção de eventos tem se consolidado como uma ferramenta estratégica de comunicação, capaz de criar experiências marcantes e fortalecer a imagem de marcas, instituições e projetos.

Este trabalho propõe a estruturação de uma agência de eventos com sede em Goiânia, cujo principal diferencial competitivo é a oferta de soluções audiovisuais integradas ao processo criativo e operacional. A proposta surge da percepção de um cenário promissor no setor de eventos, especialmente após a retomada do mercado no pós-pandemia, e da carência de agências que entreguem uma experiência audiovisual completa.

A justificativa para o desenvolvimento deste projeto está na demanda crescente por experiências imersivas, personalizadas e tecnológicas, impulsionadas pelas transformações no comportamento do consumidor e pelas possibilidades oferecidas pelas novas mídias.

A partir disso, busca-se focalizar o escopo de estruturar uma agência de eventos que una criatividade, excelência técnica e inovação audiovisual, oferecendo uma entrega diferenciada no mercado goianiense.

Para atender essa diretriz, o trabalho é dividido em etapas que envolvem a concepção da agência, definição da identidade e modelo organizacional, análise de viabilidade e apresentação dos serviços e formas de remuneração.

O estudo fundamenta-se em autores como Matias (2010) e Lupetti (2014), além de dados mercadológicos atualizados sobre o setor de eventos. Dessa forma, pretende-se construir uma proposta sólida e alinhada às tendências contemporâneas do mercado.

1 AGÊNCIA PROPOSTA

Este capítulo apresenta as primeiras etapas do processo de estruturação de uma agência com ênfase em eventos com sede na cidade de Goiânia, Goiás. Com esse direcionamento, o conteúdo contempla uma revisão teórica referente a área de eventos a fim de ampliar a compreensão em relação as especificidades do segmento. Outrossim, a análise de viabilidade faculta elencar oportunidades e fragilidades que podem impactar o negócio.

1.1 AGÊNCIA DE EVENTOS

A produção de eventos envolve uma série de processos organizacionais e técnicos que garantem a experiência do público e a transmissão eficiente de sua mensagem. Segundo Matias (2010), um evento deve ser fruto de pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados.

Deste modo, este projeto apresenta as etapas de estruturação de uma agência de eventos que apresenta como diferencial um departamento de produção de audiovisual com o escopo de agregar valor ao evento, ampliar o impacto e alcance.

Para compreender com mais propriedade o segmento de eventos se faz necessário traçar uma breve análise conceitual, bem como, identificar as suas principais características.

De acordo Matias (2010, p. 105), o conceito de evento pode ser entendido “como a realização de um ato comemorativo, com ou sem finalidade mercadológica, cujo objetivo é apresentar, conquistar ou recuperar seu público-alvo”. A explicação da autora possibilita compreender que a estrutura de um evento deve ser bem planejada e executada para atingir o público de forma eficiente e impactante.

De fato, realizar eventos faz parte da necessidade humana de celebrar e compartilhar, sendo assim, há registros de eventos como os Jogos Olímpicos (76 A.C.), e conforme esclarece Matias (2010, p.4), “o primeiro evento registrado como congresso ocorreu em 377 a.C., em Corinto, reunindo delegados das cidades gregas para nomear Felipe como generalíssimo da Grécia”.

Com o desenvolvimento da sociedade no âmbito social e cultural, foram surgindo diversificados tipos de eventos. Notadamente, Matias (2010) apresenta

classificação quanto à participação do público, em eventos abertos e fechados, conforme descritivo abaixo.

- Eventos fechados: voltados a um público-alvo específico, com acesso mediante convite ou convocação;
- Eventos abertos: destinados ao público geral, subdivididos em:
 - Aberto por adesão: exige inscrição, gratuita ou paga;
 - Aberto em geral: livre acesso sem inscrição prévia.

Matias (2010) também apresenta uma contribuição significativa referente a tipologia detalhada de eventos, abrangendo desde assembleias, congressos, workshops, simpósios, feiras, exposições, até formatos híbridos e digitais, como videoconferências. Essa classificação ajuda a compreender as características e necessidades de cada tipo de evento, possibilitando um planejamento mais eficiente.

No cenário contemporâneo, os eventos surgem como ferramentas estratégicas de comunicação, proporcionando oportunidades únicas de interação direta com o público e experiências memoráveis. Principalmente, com o mercado cada vez mais competitivo, a concorrência entre marcas mais acirrada, e com comportamento do consumidor em constante transformação, tudo isso, corrobora para que as organizações adotem estratégias inovadoras a fim de promover produtos, serviços, e fortalecer sua imagem.

Dentre as diversas modalidades de eventos, destacam-se os eventos promocionais cuja principal finalidade consiste em divulgar e valorizar marcas por meio de atividades planejadas e estruturadas.

No âmbito promocional o marketing de eventos é uma estratégia que utiliza eventos — presenciais, virtuais ou híbridos — como ferramenta para promover uma marca, produto ou serviço, com o objetivo de gerar engajamento, fortalecer relacionamentos e criar experiências memoráveis para o público-alvo.

Segundo a *Active Campaign*¹, o marketing de eventos envolve a criação e execução de eventos para promover produtos, serviços ou marcas, permitindo uma interação direta com potenciais clientes e construindo relacionamentos duradouros.

Além disso, conforme destacado pela Mailchimp², essa abordagem proporciona oportunidades únicas para as empresas interagirem diretamente com seu público-

¹ Informação disponível em <https://www.activecampaign.com/br/glossary/marketing-de-eventos>. Acesso em: 16 abr. 2025.

² Disponível em: <https://mailchimp.com/pt-br/resources/event-marketing>. Acesso em: 16 abr. 2025.

alvo, construindo relacionamentos e criando impressões duradouras. Portanto, o marketing de eventos vai além da simples divulgação, englobando todas as etapas do planejamento, execução e pós-evento, com o intuito de maximizar o impacto e os resultados alcançados.

Com a evolução do mercado e o avanço das tecnologias digitais, surge o conceito de live marketing, que amplia o impacto dos eventos ao incorporar experiências ao vivo, híbridas e digitais. Essa abordagem proporciona vivências personalizadas e emocionais, capazes de gerar identificação com a marca e ampliar sua presença no cotidiano do consumidor.

No mercado de eventos, ganham destaque as agências que apostam na inovação como diferencial competitivo ao criar experiências únicas e memoráveis para o público. Mais do que realizar eventos tradicionais, essas empresas investem em estratégias criativas, uso de tecnologia e formatos interativos que fortalecem a conexão entre marcas e consumidores.

Dentro dessas estratégias, o audiovisual assume papel fundamental como ferramenta de envolvimento e amplificação da experiência. Por meio de vídeos institucionais, transmissões ao vivo, projeções mapeadas e conteúdos interativos, o audiovisual potencializa a mensagem da marca e amplia o alcance do evento. Além disso, o uso criativo do audiovisual gera maior engajamento, reforça o storytelling e proporciona memórias duradouras ao público participante.

Com o crescimento das redes sociais e do marketing digital, o audiovisual tornou-se essencial para eventos, pois, possibilita que os organizadores expandam sua audiência e criem conteúdos exclusivos para diferentes mídias. Plataformas como Instagram, YouTube, TikTok e LinkedIn são amplamente utilizadas para a divulgação e engajamento do público, deste modo, tais tecnologias interativas reforçam a importância do audiovisual no setor de eventos.

Compreender de forma mais específica sobre o âmbito dos eventos se faz necessário quando o foco é estruturar um negócio nesse segmento. Todavia, além de entender os conceitos e tipos de eventos, torna-se relevante definir um diferencial competitivo. Desta maneira, um caminho de inovação consiste em utilizar a produção audiovisual como um departamento deste negócio.

Assim sendo, o setor de eventos, cada vez mais integrado às novas tecnologias, demanda soluções audiovisuais inovadoras para ampliar o impacto das experiências presenciais e digitais. Dessa forma, a proposta de uma produtora especializada em eventos com audiovisual se mostra alinhada às tendências do mercado atual, oferecendo serviços estratégicos de captação, edição e transmissão de conteúdo.

Portanto, na sequência são apresentadas informações para consolidar um olhar mais preciso do cenário fundamentada na análise da viabilidade do negócio com ênfase nas oportunidades de mercado.

1.2 ESTUDO DE VIABILIDADE

O processo de estruturar uma agência de eventos, com sede na cidade de Goiânia, e com diferencial em soluções audiovisuais inovadoras, requer um conhecimento do cenário regional e nacional a fim de observar tendências e avaliar a viabilidade. Em um mercado no qual a busca por experiências imersivas e conteúdos visuais impactantes é constante, esta proposta de negócio se destaca ao integrar a organização de eventos juntamente com toda produção audiovisual a fim de proporcionar aos clientes jornadas completas e personalizadas.

O setor de eventos no Brasil tem apresentado uma recuperação significativa nos últimos anos pós pandemia, impulsionado pela retomada das atividades presenciais e pela crescente adoção de formatos híbridos e digitais.

Segundo dados do mercado de eventos³, em 2022, primeiro ano de retomada pós pandemia, o consumo estimado deste setor atingiu R\$101,39 bilhões, representando um crescimento de 8% em relação ao ano anterior. Além disso, segundo Panrotas⁴ em 2023, o nível de emprego no segmento de eventos registrou um aumento de 60,8% comparado ao período pré-pandemia, reforçando o potencial e a fase em alta desse mercado.

³ MERCADO E EVENTOS. Consumo estimado no setor de eventos ultrapassa os R\$ 100 bilhões em 2022. 2023. Disponível em: https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/consumo-estimado-no-setor-de-eventos-ultrapassa-os-r-100-bilhoes-em-2022/. Acesso em: 17 mar. 2025.

⁴ PANROTAS. Setor de eventos fecha 2024 com níveis de emprego acima do pré-pandemia. 2025. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2025/03/setor-de-eventos-fecha-2024-com-niveis-de-emprego-acima-do-pre-pandemia_215000.html. Acesso em: 17 mar. 2025.

Em Goiânia, o cenário apresenta grande potencial e futuro promissor com a realização de eventos de âmbito regional, nacional e internacional. A cidade se destaca como um centro cultural relevante de eventos, especialmente no segmento musical, o que impulsiona a realização de eventos e festivais musicais.

Outro ponto positivo refere-se a forte presença de artistas sertanejos na região e a intensa movimentação de eventos corporativos e sociais que evidenciam uma demanda crescente por serviços na cidade que ofereçam experiências inovadoras, imersivas e personalizadas.

A Integra⁵ apresenta um copilado de informações com as possibilidades de inovações e caminhos estratégicos no âmbito da gestão de eventos. Assim, as principais tendências que estão moldando o mercado são:

- Experiências imersivas e personalizadas através do *live marketing*, muitas vezes com uso de tecnologias como realidade aumentada e realidade virtual.
- Eventos híbridos, que combinam experiências presenciais e digitais, ampliando o alcance e a interação com o público.
- Conteúdo digital e audiovisual, que se tornou um diferencial essencial na comunicação e na valorização de eventos.

Essas tendências reforçam a importância de uma agência de eventos que ofereça soluções audiovisuais inovadoras e personalizadas para cada evento, consolidando a proposta apresentada.

Com base no exposto, torna-se possível constatar que apesar de Goiânia contar com diversas agências de eventos como a Evento All, Agenda 4 Eventos, Cattive Eventos, Leme Eventos Estratégicos, B2 e *Box Dream*, nenhuma delas oferece uma experiência audiovisual completa integrada ao processo. Tais agências, frequentemente, precisam contratar produtoras especializadas em audiovisual para complementar suas ações. No entanto, essa terceirização pode representar um risco, pois, nem sempre as produtoras captam com precisão a essência do evento concebido pela agência. Isso pode resultar em uma comunicação audiovisual desconexa com a essência do evento e comprometer a experiência.

Nesse contexto, a proposta em pauta consiste em estruturar um negócio no segmento de eventos que se destaca ao integrar soluções audiovisuais criativas com

⁵ INTEEGRA. Tendências de eventos para 2025: o futuro da gestão de eventos. 2025. Disponível em: https://www.integra.com.br/tendencias-de-eventos-para-2025-o-futuro-da-gestao-de-eventos/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 17 mar. 2025.

a organização e produção de eventos e com isso proporcionar uma experiência única, inovadora e imersiva. Para atingir esse escopo deve-se investir em:

- Tecnologias avançadas, como projeção mapeada, drones e realidade aumentada, para criar experiências imersivas e impactantes.
- Soluções personalizadas, desenvolvidas de acordo com as necessidades e objetivos de cada cliente, garantindo resultados exclusivos em cada produção.
- Interatividade digital, promovendo maior engajamento e uma conexão mais intensa com o público durante e após o evento.

Essas abordagens posicionam a agência proposta como uma alternativa diferenciada e estratégica no mercado local, capaz de agregar valor único aos eventos produzidos.

Outro ponto relevante identificado na pesquisa é a diversidade de locais disponíveis para a realização de eventos em Goiânia. A cidade oferece opções para uma ampla gama de eventos, desde festivais musicais até eventos corporativos, sociais, educativos ou culturais. Entre os destaques estão:

- Estádio Serra Dourada, ideal para grandes eventos com públicos de mais de 50 mil pessoas.
- Ginásio Goiânia Arena, com capacidade para mais de 20 mil pessoas, sendo também uma excelente opção para grandes públicos.
- Arena *Multiplace* e Espaço Dois Ipês, com capacidade para pouco mais de 5 mil pessoas, são opções ideais para eventos de médio porte.
- Centro Cultural Oscar Niemeyer, conhecido por ser a casa dos eventos culturais na cidade, é um espaço vasto que possui várias áreas, sendo capaz de abrigar tanto eventos com grandes públicos quanto eventos de porte médio.

Esses são apenas alguns exemplos dos muitos locais em Goiânia que se apresentam como ótimas opções para a realização de diferentes tipos de eventos.

O cenário evidenciado, certamente, confirma um ambiente favorável para a realização de mais eventos na cidade de Goiânia, bem como, possibilita posicionar o negócio proposta como um potencial colaborador dessa expansão.

Neste sentido, a análise de viabilidade sinaliza que estruturar uma agência de eventos com o diferencial em experiências audiovisuais inovadoras é uma proposta sólida e alinhada às necessidades atuais do mercado. A crescente demanda por experiências inovadoras e a valorização do conteúdo digital audiovisual consolidam uma excelente oportunidade de atuação na cidade de Goiânia. Notadamente, com investimentos bem planejados, um networking diversificado, boas estratégias e o diferencial em audiovisual, a agência proposta se posiciona como uma alternativa competitiva e promissora no mercado de eventos, com grande potencial de crescimento a longo prazo.

Deste modo, a agência proposta contempla um mercado que foca em investimentos e inovação, além disso, propõe uma nova maneira de agregar o audiovisual de forma integrada ao processo de eventos para proporcionar experiências imersivas e completas ao público.

2 APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

O capítulo em pauta apresenta as primeiras decisões estratégicas para estruturar a agência Vizualize com foco na concepção do nome, proposição da visão, missão e valores, definição da estrutura organizacional e dos principais serviços e formas de remuneração.

2.1 DEFINIÇÃO DO NOME

A identidade de uma marca é composta por elementos como nome, logotipo, slogan e identidade visual. Lupetti (2014) destaca que esses elementos devem transmitir os valores e a proposta da empresa, sendo o nome um dos principais pontos de contato com o público.

A escolha do nome de uma empresa é um dos passos mais importantes da parte estratégica do negócio, o nome influencia diretamente na construção da marca. Ele funciona como o primeiro ponto de contato com o público e marca, trazendo um aspecto geral de tudo aquilo que a marca representa, muitas vezes, traduzindo a essência do posicionamento, dos valores e do diferencial competitivo do negócio. Os principais fatores envolvidos na definição do nome de uma marca são:

- Identidade e propósito da marca: o nome precisa refletir o propósito da marca e a sua atuação.
- Originalidade e exclusividade: um nome forte deve evitar associações com concorrentes e garantir uma identidade única no mercado.
- Facilidade de pronúncia e memorização: quanto mais simples de falar e lembrar, maiores as chances de fixação na mente do público.
- Disponibilidade legal e digital: é essencial verificar se o nome pode ser registrado como marca e se há domínio disponível para presença online.
- Ausência de conotações negativas: o nome não deve ter significados ofensivos ou ambíguos em outros idiomas ou culturas.

A agência proposta recebe o nome de Visuallize, uma palavra derivada do verbo em inglês visualize, que significa visualizar, imaginar ou projetar algo com clareza. A adição da segunda letra “L” serve para reforçar o aspecto visual (remetendo à palavra “visual”) e criar uma identidade única, moderna e memorável, além de facilitar o registro e diferenciação da marca no ambiente digital.

“Visuallize” representa a capacidade da agência de transformar ideias em experiências visuais impactantes, principalmente no contexto de eventos, onde o apelo visual e audiovisual é um diferencial competitivo. O nome também reforça o papel da agência como uma realizadora completa, que além de planejar, produzir e executar eventos, também produz o conteúdo audiovisual de seus eventos, os potencializa e oferece uma entrega mais integrada, criativa e estratégica.

Com base em Lupetti (2014) para avaliar a aceitação de um nome é preciso analisar o seu significado, pronúncia e conotações negativas. Apesar da escrita diferenciada, “Visuallize” mantém a pronúncia próxima da palavra original em inglês “visualize”, o que contribui para uma leitura facilitada. Isso facilita sua pronúncia tanto por falantes da língua portuguesa quanto por públicos estrangeiros. A familiaridade com o termo base garante que mesmo com a adição da letra “L”, a compreensão sonora seja imediata. Essa característica é especialmente vantajosa em estratégias de marketing oral e no reconhecimento da marca em meios digitais e audiovisuais.

Foi realizada uma análise sobre possíveis interpretações negativas do nome, considerando aspectos linguísticos e culturais. A grafia criativa “Visuallize” não apresenta associações ofensivas ou ambíguas em português ou inglês, nem em outros idiomas mais conhecidos. Além disso, a escrita diferenciada evita coincidências com nomes já existentes ou marcas registradas, reduzindo riscos legais e comunicacionais de direitos autorais sobre nomes.

Enfim, o nome transmite modernidade e inovação, sem carregar significados que possam prejudicar a imagem da agência perante seu público-alvo e sem impedimentos legais relacionados ao uso comercial do nome, reforçando sua viabilidade como marca própria e original no mercado.

2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A definição da missão, visão e valores é umas das partes mais importantes e estratégicas na construção da identidade e do posicionamento de mercado de qualquer organização. Esses elementos formam a estrutura que orienta as decisões internas, define prioridades, molda a cultura organizacional e comunica ao público — interno e externo — o propósito, os princípios e os objetivos da marca.

- Missão: é a razão de existir da empresa. Mostra o seu propósito, sua proposta de valor e como pretende impactar seu público-alvo por meio de seus serviços.

- Visão: representa a aspiração de futuro. Define onde a empresa deseja chegar em médio e longo prazo, sendo um norte inspirador para a evolução do negócio e o desenvolvimento de suas estratégias.

- Valores: são os princípios éticos e comportamentais que orientam a conduta da empresa. Eles traduzem a essência da cultura organizacional e sustentam a forma como a marca se relaciona com colaboradores, clientes, parceiros e a sociedade.

Esses três componentes devem ser coerentes entre si e alinhados com a proposta de valor da organização. No caso da agência apresentada — com atuação no setor de eventos e diferencial em soluções audiovisuais —, missão, visão e valores foram definidos com o objetivo de expressar sua identidade única, sua proposta de transformação de experiências e seu posicionamento diferenciado no mercado. Com base nessa compreensão teórica, foram definidos os pilares estratégicos da Visuallize, que traduzem sua identidade, propósito e direcionamento no mercado de eventos e audiovisual.

MISSÃO VISUALLIZE

Transformar eventos em experiências marcantes e inesquecíveis, por meio da união entre excelência operacional e criatividade audiovisual. Atuamos com paixão e precisão em cada etapa — do planejamento à execução — entregando soluções integradas que emocionam, engajam e geram resultados concretos. Nosso compromisso é criar momentos que conectam pessoas e constroem memórias únicas.

VISÃO

Ser reconhecido como uma das principais referências em produção de eventos, destacando-se pela capacidade de integrar diferentes tipos de eventos e formatos presenciais, híbridos e digitais com excelência técnica, originalidade criativa e impacto audiovisual. Almejamos moldar o futuro do setor com projetos que transcendam o convencional e elevem o padrão da experiência ao vivo.

VALORES

Criatividade com Propósito

Não criamos por criar. Cada ideia nasce com uma intenção clara: provocar conexões autênticas, despertar emoções e gerar impacto real. Nossa criatividade é estratégica, ligada ao contexto do evento e voltada à experiência.

Excelência Audiovisual

Imagem, som, ritmo e narrativa são a nossa linguagem. O audiovisual não é um suporte, é a essência da entrega. Utilizamos seus recursos para amplificar a mensagem de cada evento, criando atmosferas imersivas e memoráveis.

Comprometimento com o Cliente

Assumimos cada projeto como se fosse nosso. Construimos relações pautadas na confiança, escuta ativa e foco em resultados. Buscamos superar expectativas com atenção aos detalhes e total dedicação à qualidade da experiência final.

Inovação Contínua

O futuro nos inspira. Estamos em constante movimento, explorando tendências, tecnologias e formatos que possam agregar valor, surpreender e manter nossos projetos sempre à frente do tempo.

Colaboração e Respeito

Acreditamos no poder das conexões humanas. Valorizamos a escuta, o trabalho em equipe, a diversidade de ideias e o respeito às diferenças como base para relações saudáveis e soluções mais criativas e eficazes.

Protagonismo Criativo

Além de produzir eventos, também investimos em nossos próprios projetos. Acreditamos na força de sermos protagonistas das nossas ideias, criando experiências autorais que traduzem nossa identidade, testam novas linguagens e expandem nossos limites criativos. Produzir é nossa vocação — apresentar também é nosso compromisso.

2.3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura organizacional representa o sistema que define o funcionamento interno de uma empresa, estabelecendo os canais de comunicação, os níveis de responsabilidade e as relações entre os departamentos. É por meio dessa estrutura que as atividades são distribuídas, organizadas e coordenadas com o objetivo de alcançar, de forma eficiente, os objetivos estratégicos do negócio (Lupetti, 2009). Uma estrutura bem definida é fundamental para o desempenho da empresa, pois:

- Facilita a comunicação e integração entre os setores;
- Minimiza a sobreposição de funções e conflitos de responsabilidade;
- Aumenta a produtividade e assertividade nas tomadas de decisão;
- Estabelece diretrizes claras quanto à hierarquia e aos processos internos.

Além disso, a estrutura organizacional deve estar alinhada ao propósito, à cultura e à área de atuação da empresa, impactando diretamente sua capacidade de inovação, competitividade (Lupetti, 2009). Com fundamento nisso, a agência Visuallize adota a estrutura funcional, principalmente, por propiciar agrupar profissionais com habilidades semelhantes, compartilhar especialidades, interesses e responsabilidades técnicas. Essa modalidade favorece a divisão clara de responsabilidades, a colaboração entre profissionais com competências técnicas semelhantes e o fortalecimento de cada setor.

Esse tipo de estrutura se mostra altamente eficaz na realidade da agência, uma vez que promove maior controle operacional, padronização de processos e o aproveitamento estratégico dos talentos individuais, contribuindo para entregas mais criativas e organizadas.

Assim, a agência Visuallize se organiza em seis departamentos, cada um com suas respectivas funções e atribuições. A Diretoria Geral é o núcleo decisório da Visuallize, responsável pela condução estratégica da agência e pela supervisão dos demais departamentos. Atua na definição de metas, visão institucional, cultura organizacional e no acompanhamento de indicadores de desempenho. Também é responsável pela mediação entre a empresa e seus clientes, parceiros, investidores e fornecedores. A Diretoria Geral busca garantir que todas as áreas da agência trabalhem de forma integrada e alinhada aos objetivos de crescimento e inovação.

Departamento de Criação e Audiovisual é responsável pela produção de conteúdos visuais e sonoros para os eventos, incluindo captação de imagens, edição, direção de arte, motion design e desenvolvimento de materiais digitais. Os principais cargos são Diretor(a) de Criação, Videomaker / Editor(a) de Vídeo, Designer Gráfico / Motion Designer, Operador(a) de Câmera, Planejamento e Produção de Eventos.

Departamento de Planejamento e Produção de Eventos atua desde a concepção até a execução dos eventos, cuidando de toda a logística, cronogramas, contratação de fornecedores e montagem da estrutura física. Os principais cargos são Coordenador(a) de Produção, Produtor(a) de Eventos, Analista de Logística e Assistente de Produção. O Departamento de Marketing e Comunicação elabora campanhas institucionais e promocionais, gerencia as redes sociais da agência e conduz ações de relacionamento com o público externo, fortalecendo o posicionamento da marca. Os principais cargos são Coordenador(a) de Marketing, Social Media, Gestor de Tráfego Pago, Redator(a), Analista de Métricas e Designer.

Departamento Administrativo-Financeiro gerencia os recursos financeiros e administrativos da agência, abrangendo folha de pagamento, contratos, orçamentos e suporte jurídico. Os principais cargos são Analista Financeiro, Assistente Administrativo e Auxiliar de Compras / Contratos.

O Núcleo de Eventos Próprios (Inovação) é responsável pelo desenvolvimento e execução de eventos autorais, com foco em experiências inovadoras que reforcem o posicionamento e os valores criativos da Visuallize. Os principais cargos são Gerentes de Inovação e Projetos, Produtor(a) de Eventos Proprietários, Pesquisador(a) de Tendências / Curadoria e Especialista em Experiência do Usuário.

O Núcleo de Inovação atua como um hub criativo dentro da Visuallize, responsável por impulsionar projetos autorais e oferecer soluções diferenciadas para eventos de clientes. Suas principais atribuições incluem aplicação de soluções criativas e tecnológicas em eventos, curadoria de tendências e monitoramento de inovações do setor, desenvolvimento de metodologias que otimizem processos e experiências. Sua atuação é destacada especialmente nos eventos próprios, mas também contribui de forma estratégica em eventos que a agência é contratada, sempre com foco em agregar originalidade e valor às entregas da agência.

Departamento de Atendimento funciona como elo entre os clientes e os demais setores da agência, garantindo o alinhamento de expectativas, clareza nos processos e acompanhamento em todas as etapas dos projetos. Os principais cargos são coordenador(a) de Atendimento, executivo(a) de Contas e assistente de Atendimento.

2.4 ORGANOGRAMA E FLUXOGRAMA

Com o escopo de compreender as inter-relações entre cada departamento da agência e as suas respectivas atribuições e competências utiliza-se o organograma, pois, essa ferramenta visual representa a estrutura interna da empresa, as relações e hierarquia entre cada uma das áreas da agência.

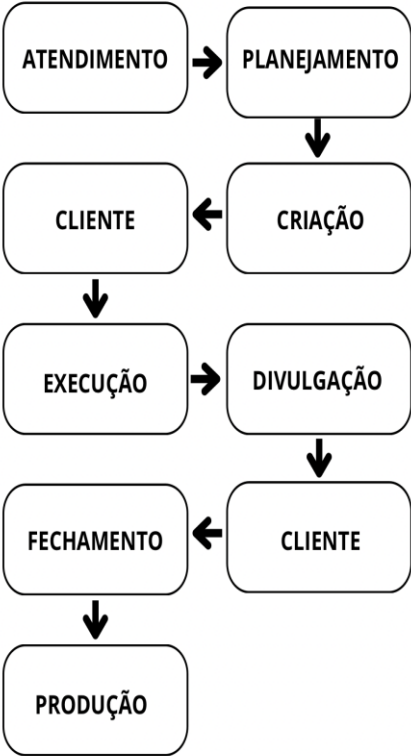
O fluxograma apresenta o processo de desenvolvimento dos projetos na Visuallize, portanto, segue uma lógica colaborativa e integrada, envolvendo múltiplos departamentos. Essa abordagem garante eficiência operacional, coesão criativa e excelência na entrega dos eventos. O Núcleo de Inovação participa como apoio estratégico nos projetos próprios e contribui pontualmente em outras etapas, agregando soluções diferenciadas e inovadoras.

Quadro 1 – Organograma agência Visualize



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Quadro 2 – Fluxograma agência Visualize



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

2.5 SERVIÇOS E FORMAS DE REMUNERAÇÃO

A agência atua com foco na produção de eventos em variados formatos e segmentos, buscando atender com excelência e inovação as demandas de clientes corporativos, marcas e segmentos sociais e culturais. Entre os principais serviços oferecidos, destacam-se:

- Produção de eventos personalizados: Desenvolvimento completo de eventos corporativos, lançamentos de produtos, workshops, eventos sociais e culturais, com atenção especial às necessidades específicas de cada cliente, garantindo uma experiência única, personalizada e alinhada aos objetivos estratégicos.
- Produção audiovisual integrada: Diferencial competitivo da agência, que agrega valor aos eventos por meio da captação profissional de imagens e vídeos, transmissões ao vivo (live streaming), montagem e ambientação de cenários, além da edição e pós-produção dos materiais audiovisuais. Essa abordagem amplia o alcance e o impacto dos eventos, proporcionando conteúdos de alta qualidade para divulgação, recordação e memorização.
- Gestão e coordenação de eventos: Responsabilidade integral pela logística, planejamento e execução dos eventos, assegurando a organização eficiente e o cumprimento dos prazos e expectativas estabelecidas com os clientes.
- Consultoria especializada: Apoio estratégico na definição do formato e das necessidades do evento, orientando o cliente para a melhor solução em termos de conteúdo, formato e recursos técnicos, alinhados ao público-alvo e objetivos de comunicação.

Essa combinação de serviços permite à agência entregar soluções completas e diferenciadas, capazes de potencializar a visibilidade e o engajamento dos clientes em seus eventos.

Assim, o descritivo dos serviços oferecidos pela Visuallize constitui um alicerce estratégico para direcionar e definir as formas de remuneração, bem como, aliar uma perspectiva de flexibilidade e transparência, adequando-se aos diferentes perfis e demandas dos clientes. Na sequência são apresentados os diferentes formatos de remuneração utilizados pela agência.

O PM (pacote mensal) destina-se a empresas e marcas que realizam eventos regulares ao longo do ano, esse modelo oferece um serviço contínuo de produção de

eventos e suporte audiovisual, facilitando o planejamento financeiro e garantindo prioridade e dedicação exclusiva da equipe.

O PEF (pacote por evento fechado) apresenta uma opção Ideal para clientes com demandas pontuais, a cobrança é realizada por evento, com preços estabelecidos conforme o tipo, complexidade e duração do evento. Essa modalidade permite personalização do serviço, adequando-se às especificidades e orçamento de cada projeto.

Essa estrutura dupla de opções de remuneração proporciona clareza, previsibilidade e adaptação, assegurando a sustentabilidade da agência e o alto nível de satisfação dos clientes.

3. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A análise da concorrência é um processo estratégico essencial para compreender o posicionamento de uma organização no mercado, identificar oportunidades de diferenciação e antecipar movimentos de mercado. Segundo Kotler e Keller (2012), a concorrência pode ser dividida em dois principais tipos: direta e indireta. A concorrência direta envolve empresas que oferecem produtos ou serviços semelhantes ao mesmo público-alvo, enquanto a concorrência indireta envolve soluções alternativas que atendem à mesma necessidade do consumidor.

Outro ponto importante é compreender os critérios de escolha dos clientes no segmento analisado. Como destaca Sebrae (2021), conhecer o que leva o cliente a optar por uma ou outra empresa, como preço, inovação, atendimento ou experiência, é fundamental para desenvolver um posicionamento competitivo assertivo.

3.1 FORMA DE ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA

Para a realização da análise de concorrência, optou-se por uma abordagem estratégica, considerando elementos fundamentais da atuação de agências de eventos no contexto de Goiânia. O objetivo da análise é compreender como essas marcas se posicionam no mercado, quais propostas oferecem ao público e de que forma se diferenciam entre si e da Visuallize.

A análise foi estruturada com base em critérios observacionais, comparativos e estratégicos, fundamentando-se em dados disponíveis publicamente, como:

- Portfólio de eventos realizados
- Público-alvo e tipo de experiência oferecida
- Formas de remuneração

Esses critérios foram definidos com base nos estudos teóricos sobre posicionamento competitivo e diferenciação no mercado de serviços, especialmente nas áreas de branding e marketing de experiência.

A observação direta dos canais digitais das agências (em especial seus perfis no Instagram) foi uma das principais fontes de análise, considerando que as redes sociais representam atualmente o principal canal de divulgação, branding e

relacionamento para esse tipo de negócio. No entanto, o objetivo da análise não foi avaliar a performance digital em si, mas sim compreender como cada agência comunica sua essência, posicionamento e proposta de valor por meio desses canais.

A compreensão da concorrência direta é uma etapa essencial para o posicionamento estratégico de qualquer empresa. No caso da Visuallize, agência que atua na criação e produção de eventos com foco em experiências sensoriais e narrativas audiovisuais, é fundamental mapear os concorrentes que operam no mesmo território e que disputam, ainda que parcialmente, o mesmo público-alvo.

Abaixo, são apresentados os principais concorrentes diretos identificados, com base em serviços, renumeração e clientes. A análise a seguir considera a forma de operação de cada agência, abrangendo histórico, serviços prestados, especializações e diferenciais competitivos.

Quadro 3 – Tabela comparativa da concorrência

Agência	Serviços	Renumeração	Clientes	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Box Dream	Produção de eventos autorais voltados para entretenimento: festivais musicais, shows, festas temáticas. Organização de cenografias impactantes, ativações de marca, ambientações sensoriais.	Venda de ingressos, patrocínios, merchandising, marcas parceiras.	O público-alvo são consumidores de entretenimento (festivais, shows); parceiros de marca para ativações.	Foco exclusivo em eventos autorais dá controle criativo; forte identidade visual e artística; capacidade de produzir ambientações e cenografias impactantes; reconhecimento local no âmbito de festivais/festas de entretenimento. Potencial alto de branding, fidelização pelo público pelo tipo de experiência oferecida.	Dependência alta de sucesso de cada evento, risco financeiro maior em eventos próprios. Falta de diversificação (não trabalha com eventos terceiros) pode aumentar vulnerabilidade.
B2 Agência	Atua de forma híbrida:	Orçamentos fechados com clientes para	Formandos universitários, atléticas,	Amplitude de atuação (mais tipos de evento)	Em eventos autorais, risco elevado quanto à

	eventos autorais (festas, shows, temas criativos, experiências imersivas) + prestação para terceiros (social: formaturas, casamentos, eventos universitários; corporativos: congressos, execução de feiras/stands). Também cenografia, ambientações, estrutura técnica de alto nível.	eventos corporativos/sociais; venda de ingressos nos eventos autorais; parcerias e patrocínios quando aplicável. Modelo de remuneração pode variar bastante dependendo se é prestação de serviço ou produção própria.	instituições de ensino; empresas no segmento corporativo; marcas que patrocinam eventos; público geral em festas temáticas.	dá mais diversificação de receita; experiência consolidada, estrutura mais robusta; capacidade de fazer projetos corporativos mais complexos; boas produções cenográficas e ambientações; presença regional.	bilheteria etc; custo fixo de estrutura grande; alta competição; necessidade de manter consistência em qualidade para evitar impacto na reputação; logística mais complexa; talvez margens mais apertadas nos contratos de terceiro se cliente negociar muito.
Leme Eventos	Produção de eventos corporativos estratégicos, definição de objetivos institucionais, planejamento estratégico, decoração/cenografia, execução e gestão completa	Orçamentos sob medida, fee + custos de produção, taxa de gestão etc., em geral contratos corporativos mais consolidados.	Empresas que buscam eventos institucionais, stakeholders, colaboradores, congressos, lançamentos, reuniões corporativas.	Especialização em setor corporativo permite foco maior em qualidade, alinhamento com marca; menor exposição ao risco de bilheteria como em festivais. Capacidade de oferecer soluções personalizadas; possibilidade de contratos recorrentes com empresas;	Menor visibilidade pública se comparada às agências que fazem shows/festas; menor apelo de massa, podendo gerar menos buzz; mercado corporativo pode ser mais burocrático, exigente, com margens que variam; necessidade de adaptações contínuas a demandas específicas de cada cliente;

	de eventos empresariais. Foco em alinhamento institucional, experiência personalizada, impacto e sofisticação.			imagem de sofisticação.	sazonalidade ou dependência de orçamento corporativo.
--	--	--	--	-------------------------	---

Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise compara cada concorrente da Visuallize em termos de proposta, diferenciais, estilo criativo, público e entrega. Dessa forma, buscou-se identificar pontos de aproximação e de diferenciação que reforcem o posicionamento estratégico da Visuallize dentro do ecossistema de eventos da cidade.

3.1.1 Box Dream

A Box Dream é uma agência de eventos com atuação especializada na produção de eventos próprios voltados para o entretenimento. Seu portfólio é composto, majoritariamente, por festivais musicais, festas temáticas e shows com grandes nomes da música nacional. A agência não atua com eventos terceirizados, o que a posiciona como uma produtora de experiências proprietárias, com domínio criativo total sobre cada projeto.

Seus eventos são marcados por cenografias impactantes, ativações de marca e ambientações sensoriais, o que contribui para a construção de uma identidade visual forte e memorável. Esse foco exclusivo em grandes eventos de entretenimento, com forte apelo visual e artístico, faz da BoxDream uma referência no cenário de festas autorais em Goiânia.

3.1.2 B2 Agência

A B2 é uma agência de eventos com atuação híbrida, atendendo tanto na produção de eventos próprios quanto na organização de eventos para terceiros, o que

amplia significativamente seu campo de atuação. Nos eventos autorais, a B2 investe em temas criativos, experiências imersivas e atrações musicais com artistas reconhecidos nacionalmente. Já nos eventos prestados a clientes, a agência transita com desenvoltura entre os segmentos social(casamentos, formaturas, festas de 15 anos) e corporativo(congressos, eventos empresariais e estandes de feiras).

Um dos grandes diferenciais da B2 está em sua especialização em cenografia e ambientações corporativas, aliando criatividade e estrutura na entrega de eventos de grande porte e impacto visual. A agência também é reconhecida por sua capacidade de transformar espaços por meio de projetos cenográficos funcionais e conceituais, o que lhe garante destaque tanto no mercado social quanto empresarial.

3.1.3 Leme Eventos

A Leme Eventos é uma agência com foco exclusivo no setor corporativo, dedicando-se integralmente à concepção e produção de eventos empresariais estratégicos. Sua operação contempla todas as etapas da jornada do evento, desde o planejamento estratégico, passando pela produção, decoração e cenografia, até a execução e gestão completa.

A proposta da Leme é alinhar cada evento aos objetivos institucionais do cliente, criando experiências que comuniquem valores de marca, fortaleçam posicionamentos e gerem engajamento entre colaboradores e stakeholders. Seu diferencial está na oferta de soluções personalizadas e de alto nível, destinadas a empresas que buscam impacto, sofisticação e alinhamento com sua identidade institucional.

3.2 ANÁLISE SWOT DA VISUALLIZE

A partir da identificação e do estudo da forma de operação dos principais concorrentes diretos da Visuallize, foi possível organizar os dados obtidos em uma análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), que permite visualizar de maneira estratégica os pontos fortes e fracos da agência, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente competitivo.

Quadro 3 – Análise SWOT

Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
• DNA criativo e autoral, com foco em estética, narrativa e produção audiovisual. • Capacidade de personalização total em eventos. • Linguagem jovem, atual e estratégica para redes sociais e posicionamento. • Visão integrada de evento como experiência e peça de portfólio para o cliente.	• Agência ainda em fase de estruturação e consolidação de marca. • Portfólio mais enxuto em comparação com concorrentes consolidados. • Dependência inicial de projetos autorais para posicionamento e visibilidade.
Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
• Explorar nichos pouco atendidos pelos concorrentes, como experiências híbridas. • Investir em colaborações com marcas, Influenciadores e instituições educacionais. • Posicionar-se como referência em eventos com forte presença visual e de conteúdo. • Inovar com formatos audiovisuais como pós-eventos documentais e registros criativos.	• Concorrentes consolidados com alta capacidade de investimento em estrutura e equipe. • Saturação do mercado de eventos tradicionais e de entretenimento. • Mudanças econômicas que afetam o Orçamento dos clientes para eventos personalizados. • Apropriação do modelo criativo por outras Agências com mais recursos de escala.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Essa análise demonstra que, embora a Visuallize ainda esteja em fase de consolidação, ela possui diferenciais relevantes que a destacam no mercado, especialmente no que diz respeito à sua proposta estética, autoral e audiovisual. O foco agora deve estar na construção contínua de autoridade e presença, aproveitando as oportunidades de inovação e nicho ainda pouco explorados pelos concorrentes diretos.

4. PÚBLICO-ALVO

4.1 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DA DEFINIÇÃO DE PERFIL

Compreender o público-alvo é uma etapa essencial para o desenvolvimento de estratégias eficazes de comunicação, marketing e posicionamento de marca. Segundo Kotler e Keller (2012), o público-alvo corresponde ao grupo de consumidores ou organizações que uma empresa decide atender, sendo composto por indivíduos ou instituições que compartilham características demográficas, comportamentais, geográficas e psicográficas semelhantes. A definição clara deste perfil direciona as ações estratégicas de uma marca, permitindo um diálogo mais eficiente e a criação de propostas de valor coerentes com as necessidades, desejos e expectativas do público atendido.

No contexto das agências de eventos, essa definição se torna ainda mais estratégica. O setor é altamente segmentado, abrangendo desde eventos corporativos e institucionais até festas sociais, festivais culturais e ativações de marca. Dessa forma, é fundamental compreender profundamente não apenas o perfil do cliente contratante, mas também o perfil dos públicos que serão impactados pela experiência produzida.

Para que essa identificação seja eficiente, é necessário considerar alguns elementos estruturantes:

- Critérios demográficos: idade, gênero, nível de escolaridade, renda e posição hierárquica no caso de empresas B2B.
- Critérios psicográficos: estilo de vida, motivações, valores, aspirações e interesses culturais.
- Critérios comportamentais: frequência de consumo de eventos, tipos de experiências valorizadas, canais de contato preferenciais e padrões de compra.
- Critérios geográficos: localização e abrangência da atuação dos clientes e dos eventos.
- Critérios institucionais (para B2B): segmento de atuação, porte da empresa, estrutura organizacional e grau de envolvimento com marketing, comunicação e cultura organizacional.

Com base nessas diretrizes, torna-se possível construir um perfil de público coerente com os objetivos da marca, potencializando os resultados da prospecção, a

assertividade da comunicação e o fortalecimento da identidade da empresa no mercado.

4.2 IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DE EMPRESA A SER PROSPECTADA

Com base nos elementos teóricos apresentados anteriormente, como segmentação demográfica, psicográfica, comportamental, geográfica e institucional, o perfil de público-alvo da Visuallize foi cuidadosamente estruturado para garantir maior aproveitamento das suas competências técnicas e diferenciais criativos.

A Visuallize é uma agência de eventos com atuação híbrida, ou seja, produz tanto eventos próprios quanto projetos personalizados para terceiros. Essa versatilidade exige uma análise detalhada dos perfis de clientes mais compatíveis com sua proposta de valor. A partir disso, identificaram-se quatro grandes frentes de prospecção que se alinham com as dimensões estratégicas discutidas na fundamentação:

- Segmentação Demográfica e Institucional

A Visuallize busca prospectar:

1. Empresas privadas e grandes marcas, interessadas em eventos institucionais, corporativos, promocionais e culturais;
2. Órgãos públicos e instituições governamentais, com foco em projetos culturais, educativos e comunitários;
3. Produtores culturais, artistas e gestores de projetos audiovisuais, que demandam gravações, shows, ativações ou experiências imersivas;
4. Pessoas físicas com alto nível de exigência estética e emocional, em busca de celebrações marcantes como casamentos, aniversários e festas temáticas.

- Segmentação Psicográfica e Comportamental

O público ideal da Visuallize é formado por clientes exigentes, criativos e com sensibilidade estética. São pessoas ou organizações que valorizam:

- Inovação e autenticidade na criação de experiências;
- Planejamento estratégico e impacto visual na execução;

- Parcerias colaborativas, com diálogo e cocriação ao longo do projeto;
- Entrega personalizada, com forte envolvimento emocional e simbólico.

Além disso, esse público costuma buscar diferenciação, experiências memoráveis e impacto positivo nos convidados, o que reforça a afinidade com a identidade da Visuallize.

- Segmentação Geográfica

A atuação inicial da Visuallize está concentrada em Goiânia e região metropolitana, onde a agência já possui contatos, conhecimento técnico-operacional e sensibilidade ao contexto local. Entretanto, a proposta de posicionamento da marca é escalável, com possibilidade futura de atuação regional ou nacional, especialmente em parcerias públicas e projetos autorais de maior porte.

- Porte dos Eventos

A prospecção está voltada para eventos de médio e grande porte, tanto pelo desafio criativo e técnico quanto pela capacidade de gerar maior visibilidade e impacto. A Visuallize prioriza eventos que demandam planejamento robusto, cenografia expressiva e direção artística detalhada, nos quais possa aplicar seus diferenciais estratégicos com excelência.

- Relação com os critérios de segmentação

- Demográficos: empresários, representantes institucionais, produtores culturais e clientes finais de classe média alta a alta;
- Psicográficos: pessoas inovadoras, criativas, com valorização por estética e experiência sensorial;
- Comportamentais: públicos habituados a frequentar eventos ou realizá-los, com expectativas claras sobre profissionalismo, impacto e originalidade;
- Geográficos: residentes ou atuantes em Goiânia e região;
- Institucionais: empresas com estrutura organizacional consolidada e histórico de investimento em marketing, cultura ou relacionamento.

Essa definição de público-alvo oferece à Visualize uma base sólida para suas estratégias de prospecção e posicionamento, permitindo alinhar suas competências às reais necessidades do mercado e estabelecer relações duradouras com clientes que compartilham dos mesmos valores criativos, estéticos e estratégicos.

5. MARCA E IDENTIDADE VISUAL

5.1 CONCEITO E IMPORTÂNCIA DA MARCA

A marca vai além de um nome, logotipo ou símbolo. Ela representa a essência da organização, funcionando como um sistema de significados que gera valor simbólico, cultural e comercial. De acordo com Kotler e Keller (2012), marca é um “nome, termo, sinal, símbolo ou design, ou uma combinação destes que tem o propósito de identificar os bens ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los dos concorrentes”. No entanto, no cenário contemporâneo, a marca tornou-se um ativo intangível estratégico, capaz de influenciar percepções, gerar confiança, criar vínculos emocionais e construir reputação.

A construção de marca (branding) envolve uma série de processos estratégicos que incluem posicionamento, propósito, missão, valores, tom de voz e narrativa. Para Wheeler (2012), a marca deve ser compreendida como um “ecossistema de experiências” que comunica constantemente com o público, não apenas visualmente, mas em todos os pontos de contato.

Portanto, a marca precisa ser coerente, memorável, relevante e autêntica, alinhando percepção, identidade e experiência.

Em setores como o de eventos, onde a experiência e a emoção são centrais, o papel da marca é ainda mais relevante. Ela não apenas representa quem organiza o evento, mas também carrega as expectativas, sensações e impactos que o público vivenciará. Assim, marca e experiência se fundem, gerando valor simbólico tanto para quem contrata quanto para quem participa.

5.2 CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual é um dos pilares fundamentais da gestão de marca. É por meio dela que a marca se torna tangível, reconhecível e comunicável no meio visual. De acordo com Costa (2003), a identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que representa visualmente uma organização, incluindo logotipo, paleta de cores, tipografia, grafismos, aplicações e outros signos visuais que devem expressar a personalidade e os valores da marca.

A identidade visual não é construída de maneira aleatória, mas sim a partir de um processo de design estratégico que envolve pesquisa, definição de

posicionamento, estudo de público-alvo e análise de concorrência. Segundo Oliveira (2011), a identidade visual deve ser um reflexo direto da proposta de valor da marca, facilitando o reconhecimento e fortalecendo o vínculo entre empresa e consumidor.

No contexto da Visuallize, a identidade visual representa não apenas a imagem institucional da agência, mas também a experiência estética que ela promete aos seus clientes. Como a agência atua com eventos autorais e personalizados, é essencial que sua identidade transmita criatividade, profissionalismo, inovação e sensibilidade artística, atributos que definem sua entrega e posicionamento no mercado.

Uma identidade visual bem construída e coerente amplia a percepção de valor da marca, facilita sua memorização, fortalece seu reconhecimento no mercado e aumenta sua capacidade de atrair e fidelizar clientes. Manual de identidade consta na página 57 no apêndice.

6. PLANO DE AÇÃO VISUALLIZE EVENTOS

6.1 OBJETIVO E META

O plano de ação para divulgação da Visuallize tem como objetivo consolidar a agência como uma marca criativa e especializada em eventos com o diferencial em experiências audiovisuais. A proposta é atender tanto o mercado institucional quanto o social, com soluções personalizadas e impacto visual. A estratégia foca em apresentar a agência de forma orgânica ao mercado goiano, por meio de conteúdos relevantes, parcerias e presença digital ativa. As metas servirão para orientar ações, medir resultados e validar o posicionamento.

Metas Específicas:

- **Conquistar o primeiro contrato pago** (próprio ou terceirizado) nos próximos três meses, validando a proposta comercial da Visuallize.
- **Alcançar 700 seguidores no Instagram**, com foco em público segmentado do setor de eventos e cultura na Região Metropolitana de Goiânia.
- **Estabelecer três parcerias estratégicas**, com fornecedores, artistas, empresários ou empresas do ecossistema de eventos, ampliando o alcance e a rede de atuação da agência.
- **Construir um portfólio inicial sólido**, com registros fotográficos e audiovisuais de bastidores dos eventos já executados, para reforçar a autoridade da marca nas redes sociais.
- **Iniciar um relacionamento com pelo menos uma marca pública ou governamental**, com vistas à futura atuação em editais, feiras e festivais culturais.

Essas metas foram definidas de forma realista, considerando o atual estágio de estruturação da Visuallize, o uso de estratégias de marketing orgânico e a força da presença digital como principal motor de prospecção e conexão com o mercado.

6.2 PÚBLICO-ALVO – VISUALLIZE EVENTOS

A comunicação da Visuallize será direcionada a públicos distintos, que representam os principais segmentos de atuação da agência. A proposta da marca é

atender com excelência tanto demandas institucionais quanto culturais e sociais, adaptando sua linguagem e estética de acordo com o perfil de cada cliente.

De forma ampla, o plano de divulgação busca atingir:

- **Empresas privadas e órgãos públicos** que contratam eventos institucionais, corporativos, acadêmicos e culturais, como congressos, feiras, lançamentos, festivais, mostras, premiações e encontros estratégicos.
- **Pessoas físicas** que procuram soluções criativas e personalizadas para festas sociais, como casamentos, aniversários e eventos temáticos.
- **Marcas e produtores culturais**, interessados em parcerias para festivais, projetos independentes, gravações de DVD, ativações artísticas e experiências audiovisuais.

A segmentação primária está centrada em empresários, produtores culturais e formadores de opinião da Região Metropolitana de Goiânia, com idade entre 25 e 50 anos, que valorizam criatividade, inovação, experiência estética e profissionalismo em eventos. Trata-se de um público com poder de decisão e que busca diferenciais estratégicos na forma de comunicar e executar suas celebrações e projetos.

A Visuallize se posiciona como uma agência que entende a diversidade desses públicos e é capaz de adaptar sua entrega para diferentes contextos, sempre com um olhar técnico, sensível e inovador. A criação de conteúdo será pensada para gerar identificação com cada segmento, estabelecendo um vínculo de confiança e autoridade desde os primeiros contatos digitais.

6.3 ESTRATÉGIA E DETALHAMENTO TÁTICO

O plano de divulgação da Visuallize será executado de forma 100% orgânica, focando em estratégias que valorizam autenticidade, consistência e relacionamento com o público.

A estratégia central será baseada em três pilares complementares:

1. Marketing de Conteúdo (Instagram)
2. Presença Estratégica em Eventos Locais
3. Parcerias e Colaborações com Profissionais do Setor

Esses pilares são sustentados por uma linha de comunicação leve, moderna e conectada com o comportamento digital do público-alvo, tendo como foco o fortalecimento da autoridade da marca e a captação dos primeiros clientes.

Táticas a serem executadas:

A. Marketing de Conteúdo (Instagram)

- **Reels com bastidores** dos eventos já organizados.
- **Série semanal** “Por trás da produção”, apresentando etapas do processo criativo e técnico de um evento.
- Depoimentos curtos de pessoas que já participaram dos eventos da Visuallize para gerar prova social.
- Postagens carrossel com dicas de produção e inspirações.
- Apresentação dos serviços da Visuallize.
- **Participação em eventos locais** como visitante e em parceria com organizadores para gerar networking e conteúdo.
- Conteúdo fixo no feed de apresentação da equipe, do conceito da marca e de seus diferenciais. Conteúdos direcionados para gerar valor de marca.
- Destaques organizados por categorias: Quem Somos, Portfólio, Bastidores, Parcerias e Contato.
- **Campanha "Agenda aberta para 2026"** — buscando clientes com oferta especial e registro completo do evento como portfólio audiovisual.

B. Presença em Eventos Locais

- Participação como visitante em feiras e congressos de comunicação, cultura, entretenimento e empreendedorismo.
- Registros audiovisuais dessas participações como material de conteúdo e prova social.
- Distribuição de cartões digitais com QR Code do Instagram, promovendo o portfólio da agência.

C. Parcerias Estratégicas

- Produção dos próximos eventos autorais da Visuallize com foco em gerar portfólio real e atrair leads segmentados.
- Oferecimento de condições especiais para os primeiros clientes, com ênfase na entrega audiovisual como diferencial.

O foco das ações propostas consistem em gerar autoridade, proximidade e desejo no público, posicionando a Visuallize não apenas como mais uma agência de eventos, mas como um projeto que alia técnica, criatividade e conexão com o novo perfil de consumo de experiências.

6.4 PLANO DE MÍDIA

O plano de mídia da Visuallize será totalmente orientado à comunicação orgânica e estratégica, com foco na construção de presença digital sólida, consistente e com identidade própria. A principal plataforma utilizada será o Instagram, pela sua força na área de eventos, entretenimento e lifestyle, além da sua capacidade de gerar conexão direta com o público local.

A escolha dos canais leva em consideração o momento inicial da agência, o perfil do público-alvo e a proposta estética da marca, que valoriza linguagem visual, espontaneidade e bastidores.

Canais definidos:

Instagram

Principal canal de relacionamento da marca com o público. A Visuallize utilizará a plataforma para:

- Postagens no feed (reels, carrosséis, fotos de bastidores, portfólio visual)
- Stories diários com rotina da equipe e interação com os seguidores
- Destaques organizados para facilitar o acesso às informações mais importantes
- Uso estratégico de hashtags e geolocalização para alcançar públicos da região metropolitana de Goiânia

Colabs com parceiros locais

- Produção de conteúdo em conjunto com DJs, fotógrafos, decoradores e artistas envolvidos nos eventos próprios ou que a Visuallize estiver presente.
- Parcerias para reels e stories em contas de parceiros, aumentando o alcance da marca
- Amplificação do portfólio por meio de compartilhamento cruzado

WhatsApp Business (link na bio)

- Canal para agendamentos e envio de propostas
- Atendimento direto e personalizado com linguagem acessível e profissional
- Disparo de mensagens pontuais para contatos estratégicos ou parceiros

Eventos presenciais (ação de mídia viva)

- Participação como visitante ou convidada em eventos culturais, acadêmicos ou corporativos
- Entrega de material visual (digital ou físico) com identidade da agência
- Registro audiovisual desses eventos como conteúdo para Instagram

O plano de mídia proposto tem como base o alcance orgânico qualificado, a geração de autoridade e a construção de relacionamentos reais, aproveitando o poder do audiovisual e da estética como diferenciais da Visuallize.

6.5 PLANO DE CRIAÇÃO

A criação de conteúdo será o eixo central da estratégia de posicionamento da Visuallize. Como uma agência especializada em eventos com diferencial em audiovisual e experiências imersivas, é fundamental que a comunicação visual reflita os valores estéticos e criativos da marca desde o início. A produção será focada em originalidade, verdade, bastidores e narrativa sensível.

O plano de criação prioriza conteúdos autorais, mostrando a essência da agência, o olhar por trás das produções e a estética como forma de conexão com o público. A ideia é fazer com que cada post seja um convite para conhecer o universo da Visuallize.

Conceito Criativo da Campanha

A campanha de lançamento da Visuallize será guiada pelo conceito:

“Ver além da evento: o que ninguém mostra, a gente revela.”

Esse conceito traduz o propósito da agência de ir além da entrega estética e funcional de um evento, destacando os bastidores, os sentimentos e os detalhes que tornam cada experiência única. A Visuallize se posiciona como uma agência que revela o invisível aos olhos comuns, através de uma linguagem audiovisual sensível e autoral.

Tema da Campanha

“Nos bastidores da experiência”

O tema reforça a proposta de mostrar a jornada por trás da produção de um evento, valorizando o processo criativo, os detalhes técnicos e o envolvimento humano em cada entrega. A campanha reforça que a magia não acontece apenas no palco, mas também nas ideias, nos ensaios, nos testes de luz e nas conexões reais entre pessoas.

Slogan

“Visuallize: o detalhe vira espetáculo.”

O slogan resume o posicionamento da marca de forma direta e memorável, destacando a capacidade da Visuallize de transformar **o detalhe, o plano de fundo e a ideia inicial** em algo grandioso, marcante e visualmente impactante.

- Linguagem e Identidade da Marca:

- Visual contemporâneo, com estética minimalista, artística e cinematográfica.
- Paleta de cores elegante e sensível, que dialogue com diferentes públicos.
- Tipografias modernas e limpas, sem perder a personalidade.
- Uso de frases reflexivas, inspiradoras e reais, com textos escritos em primeira pessoa (quando cabível), para gerar proximidade.
- Tom de voz humano, profissional e criativo.

- Formatos de Conteúdo Prioritários:

Reels (1 a 2 por semana)

- Bastidores da produção de eventos, reuniões e processos criativos.
- Time-lapse de montagens e desmontagens.
- Vídeos com storytelling: “Como nasceu a Visuallize?”, “Por que fazer um evento?”, “Quem somos nós por trás da câmera?”

Carrosséis com storytelling visual

- Explicando cada tipo de evento que a Visuallize pode realizar.
- Comparativos do “antes e depois” de produções.
- Conteúdo educativo leve: dicas para eventos, cenografia, audiovisual.

Posts fotográficos (feed fixo)

- Registros dos eventos já realizados.
- Close-ups de detalhes: luzes, painéis, equipamentos, texturas.

Stories diários com bastidores reais

- Mostrando a rotina da agência e da equipe com autenticidade.
- Enquetes, perguntas e caixas de interação com o público.
- Chamadas para agendamento e envio de propostas.

Conteúdos de valorização de equipe e parceiros

- “Quem está por trás da Visuallize?” – Apresentação de cada integrante.
- Bastidores dos eventos em parceria ou que somos convidados.

O conteúdo será planejado semanalmente com base em um calendário editorial orgânico, que alterna entre autoridade, conexão emocional, bastidores e provas sociais. Tudo será produzido com recursos próprios da equipe, maximizando a entrega criativa mesmo com zero investimento financeiro.

6.6 DEFESA PEÇAS DE COMUNICAÇÃO

Figura 1 - Post “Por que existimos?”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 2 - Post “Quem é a Visuallize Eventos”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 3 - Post “Quem somos nós?”



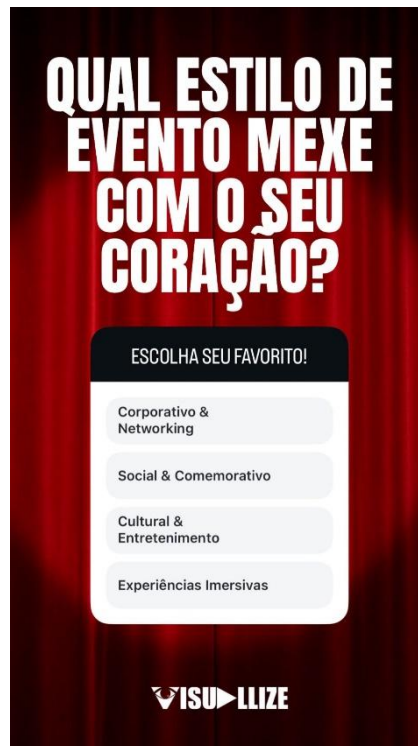
Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 4 - Reel “O que fazemos?”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 5 - Story com enquete “Eventos preferidos pelo público”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 6 - Post “Chamada para Parcerias”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 7 - Reel “Eventos da Visuallize”



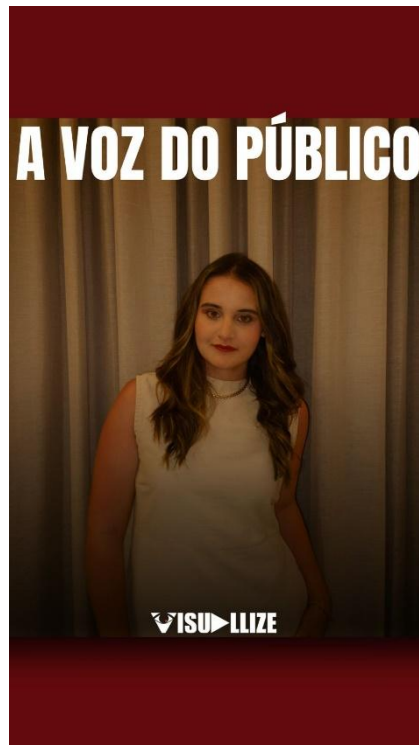
Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 8 - Post “O que ninguém te conta sobre organizar um evento”.



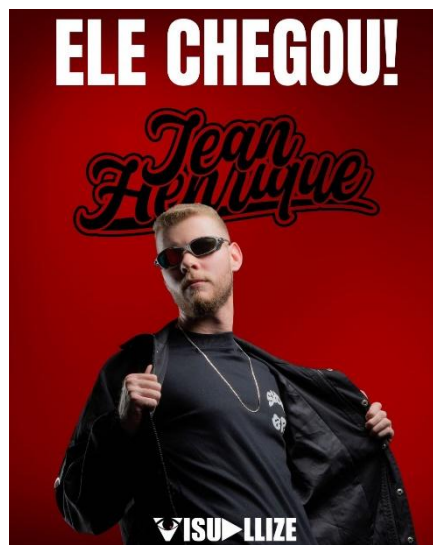
Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 9 - Reel “Depoimentos”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 10 - Post “DJ exclusivo”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 11 - Reel “Nosso Planejamento”



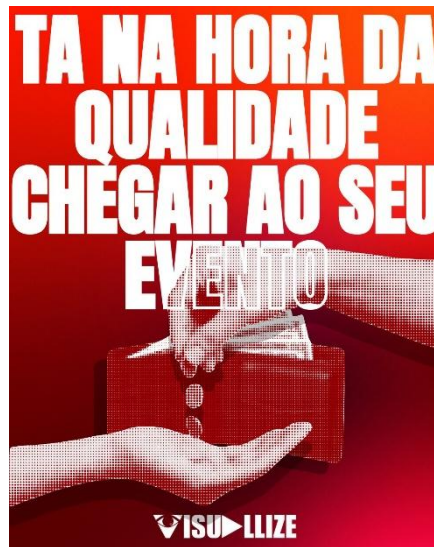
Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 12 - Post “Retrospectiva”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 13 - Post “Chamada para fechar eventos”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 14 - Post “Parceria com alguém influente”



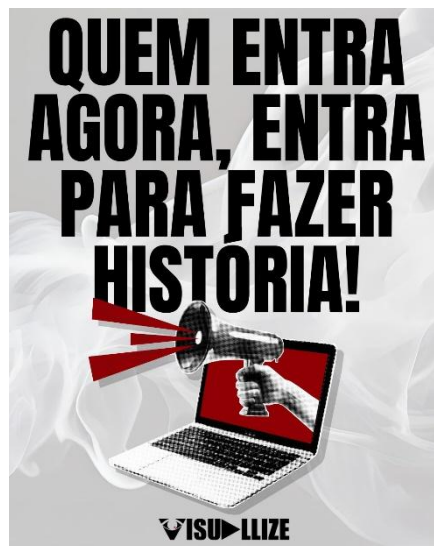
Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 15 - Post “O Poder da Experiência”



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 16 - Post “primeiros contratos pagos”



Fonte: Elaborado pelos autores

6.7 CRONOGRAMA

O cronograma de execução das ações de divulgação da Visuallize está estruturado para um período de dois meses, considerando as condições reais da agência, o uso de recursos próprios e o foco exclusivo em estratégias orgânicas.

As ações foram distribuídas de forma estratégica, respeitando o tempo necessário para produção de conteúdo, fortalecimento do posicionamento e início da captação de clientes. O cronograma é dividido em três fases principais: **posicionamento, engajamento e conversão.**

Mês 1 – Posicionamento e Engajamento Inicial

Semana 1: Lançamento da marca

- Postagem de boas-vindas ao perfil e apresentação da Visuallize com o conteúdo “Por que existimos?” (carrossel fixo).
- Atualização de bio, destaques e foto de perfil com a nova identidade visual.
- Storytelling visual sobre a criação da agência e como ela nasceu com o conteúdo “Quem é a Visuallize Eventos” (carrossel fixo).

Semana 2: Apresentação da equipe e bastidores

- Post “Quem somos nós?” com imagens da equipe e breve apresentação.
- Reel “O que fazemos?” apresentando os serviços da Visuallize.
- Story com enquetes sobre tipos de eventos preferidos pelo público.

Semana 3: Autoridade e Repertório

- Carrossel educativo: “O que ninguém te conta sobre organizar um evento”.
- Reel com imagens de eventos já realizados pela Visuallize.
- Post com chamada para parcerias.

Semana 4: Prova social e conexões reais

- Reel com depoimento de pessoas próximas que já participaram de eventos da Visuallize.
- Início da construção de parcerias locais: reuniões, chamadas via DM e story.

Mês 2 – Consolidação e Captação

Semana 5: Parcerias e primeiras oportunidades

- Post com os primeiros parceiros (mesmo que sem evento ainda, exemplo: fotógrafo, decorador, DJ).
- Story de bastidores de criação de proposta ou atendimento.
- Reel sobre como a Visuallize planeja um evento do zero.

Semana 6: Portfólio e autoridade

- Carrossel com fotos de eventos anteriores ou registros autorais simulados.
- Chamada para fechar eventos com preço promocional para os 3 primeiros clientes.

Semana 7: Conexão com o mercado

- Participação em eventos locais como visitante ou mídia.
- Story com impressão desses eventos e bastidores da visita.
- Post em parceria com alguém influente no setor de eventos.

Semana 8: Campanha de fechamento

- Carrossel com resumo do portfólio.
- Post de chamada final de captação para os primeiros contratos pagos.

Destaques fixos no Instagram (ao longo dos 2 meses):

- **Sobre nós** – história da Visuallize, missão e diferencial.
- **Equipe** – apresentação dos membros e bastidores.
- **Portfólio** – reels, fotos e vídeos de eventos produzidos.
- **Bastidores** – making of de tudo.
- **Contato** – link direto para o WhatsApp Business.

6.8 ORÇAMENTO

O plano de ação da Visuallize foi pensado para ser executado com custo financeiro zero, utilizando exclusivamente os recursos internos da equipe e ferramentas gratuitas disponíveis. Essa escolha se justifica pela fase inicial da agência, em que o foco está na organização estratégica da presença digital e no fortalecimento da marca por meio de posicionamento orgânico.

Apesar da ausência de investimento financeiro direto, o plano conta com alto valor em termos de dedicação de tempo, trabalho intelectual, produção criativa e capital humano, o que exige planejamento, organização e compromisso da equipe envolvida.

Recursos utilizados:

Categoria	Recurso	Custo Estimado	Observações
Mídias sociais	Instagram (perfil comercial)	R\$ 0,00	Utilização gratuita com foco em postagens orgânicas
Criação de conteúdo	Equipe da Visuallize	R\$ 0,00	Responsável por produção de textos, fotos e vídeos
Equipamentos	Câmeras celulares e pessoais	R\$ 0,00	Equipamentos já disponíveis na equipe
Edição de vídeo	CapCut / VN / Canva Pro	R\$ 0,00	Uso de versão gratuita ou recursos já adquiridos anteriormente
Design gráfico	Canva / Photoshop / Lightroom	R\$ 0,00	Versões gratuitas ou já disponíveis

Gestão de conteúdo	Google Agenda / Notion	R\$ 0,00	Organização interna
WhatsApp Business	Aplicativo gratuito	R\$ 0,00	Canal de atendimento
Transporte	Locomoção própria	R\$ 0,00	Para reuniões, eventos e parcerias locais

Resumo Final:

O orçamento total estimado para a execução das ações de divulgação da Visuallize é de **R\$ 0,00**, reforçando a **capacidade de execução com criatividade, planejamento e colaboração entre os membros da equipe**, mesmo sem verba destinada. Essa abordagem permite validar o modelo de negócio e a estratégia de posicionamento antes de realizar investimentos futuros.

CONCLUSÃO

A construção deste Trabalho de Conclusão de Curso representou mais do que a elaboração de um projeto acadêmico. Foi também um exercício de autoconhecimento, de validação de propósito e de consolidação de uma trajetória marcada por criatividade, sensibilidade e visão empreendedora. A Visuallize Eventos nasce como resultado de uma inquietação: a de transformar o modo como as pessoas vivenciam eventos e enxergam o audiovisual dentro desse universo.

A partir da identificação de uma lacuna no mercado goiano, onde muitas produções carecem de profundidade estética, conexão emocional e experiências imersivas, a Visuallize propõe um novo olhar para o setor: mais autoral, mais humano e mais impactante. Este trabalho apresentou todas as etapas de estruturação da agência, desde a análise de concorrentes diretos até o plano estratégico de divulgação, passando pela definição de público-alvo, identidade visual e construção de marca.

Foi possível compreender que uma marca não nasce apenas de uma boa ideia, mas de uma narrativa bem construída, de valores bem definidos e de ações coerentes com o que se deseja comunicar ao mundo. Ao longo do processo, cada escolha foi pensada de forma estratégica: desde o nome da agência até os pilares criativos que sustentam seu posicionamento no mercado. O foco em bastidores, no processo e na verdade por trás de cada produção se mostra não apenas um diferencial criativo, mas uma proposta de valor única.

Além disso, o planejamento de lançamento demonstra que é possível iniciar um negócio de forma sustentável, mesmo sem grandes recursos financeiros, desde que se tenha clareza de propósito, estratégia bem definida e disposição para executar com consistência. A Visuallize se propõe a crescer com os pés no chão e a mente nas ideias, unindo técnica e emoção, estética e essência, criação e experiência.

Finalizar este projeto é também dar o primeiro passo para torná-lo realidade. A Visuallize deixa de ser apenas um plano para se tornar uma marca viva, com identidade, com discurso, com objetivos e com um caminho a seguir. Este trabalho não se encerra aqui, ele apenas inaugura um novo capítulo: o da prática, da execução e da consolidação de uma agência feita para impactar vidas através do que tem de mais precioso, o olhar sensível para o que importa.

REFERÊNCIAS

ACTIVECAMPAIGN. **Marketing de eventos**: o que é e como utilizar. Disponível em: <https://www.activecampaign.com/br/glossary/marketing-de-eventos>. Acesso em: 16 abr. 2025.

ADD DIGITAL. **O que é e como fazer marketing de eventos**. Disponível em: <https://add.digital/o-que-e-e-como-fazer-marketing-de-eventos>. Acesso em: 16 abr. 2025.

BANCO DE EVENTOS. Banco de Eventos. Disponível em: <https://banco.ag/> Acesso em: 06 mar. 2025.

INTEEGRA. **Tendências de eventos para 2025**: o futuro da gestão de eventos. 2025. Disponível em: https://www.inteegra.com.br/tendencias-de-eventos-para-2025-o-futuro-da-gestao-de-eventos/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 17 mar. 2025.

MAILCHIMP. **Event Marketing**: definição e estratégias. Disponível em: <https://mailchimp.com/pt-br/resources/event-marketing>. Acesso em: 16 abr. 2025.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: dos cerimoniais às grandes produções. 3. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MEIRELLES, Rui Otávio Bernardes de Andrade. **Como organizar eventos**: guia prático. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing social**: técnicas e estratégias. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MERCADO E EVENTOS. **Consumo estimado no setor de eventos ultrapassa os R\$ 100 bilhões em 2022**. 2023. Disponível em: https://www.mercadoeeventos.com.br/_destaque_/slideshow/consumo-estimado-no-setor-de-eventos-ultrapassa-os-r-100-bilhoes-em-2022/. Acesso em: 17 mar. 2025.

PANROTAS. **Setor de eventos fecha 2024 com níveis de emprego acima do pré-pandemia**. 2025. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2025/03/setor-de-eventos-fecha-2024-com-niveis-de-emprego-acima-do-pre-pandemia_215000.html. Acesso em: 17 mar. 2025.

ROCK COMUNICAÇÃO. Rock Comunicação. Disponível em: <https://www.rockcom.com.br/> Acesso em: 06 mar. 2025.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica: Planejamento**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

MEIRELLES, Fernando de Souza. **Informática: novas aplicações com microcomputadores**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SEBRAE. **Análise de concorrência: saiba como fazer em seu negócio.** Brasília: SEBRAE, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 14 set. 2025.

APENDICE





A VISUALIZE

QUEM SOMOS



A **Visualize** é uma agência de eventos, audiovisual e comunicação integrada.

Criamos experiências que unem **pessoas, marcas e emoções** por meio de narrativas visuais e vivências memoráveis.

PROPÓSITO DA MARCA

Transformar ideias em **experiências** que aproximam pessoas e potencializam histórias sempre guiados por **criatividade, estratégia e significado**.

MISSÃO

Criar experiências memoráveis com **criatividade e planejamento**.

VISÃO

Ser referência em **criatividade e inovação**, transformando cada projeto em uma **experiência memorável**.

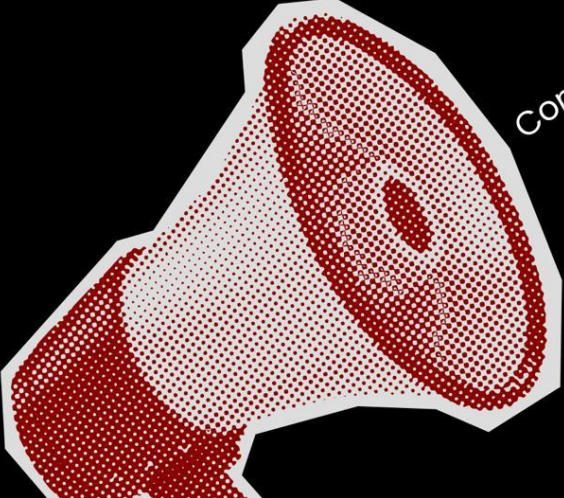
VALORES

- Criatividade
- Inovação
- Transparência
- Conexão
- Colaboração
- Autenticidade



NOSSA VOZ É A DO PÚBLICO

VOZ DA MARCA



Confiante Criativa Próxima Energética

TOM DE COMUNICAÇÃO

Criativo, Moderno, Profissional e Assertivo.

Falamos de forma visual, objetiva e envolvente,
valorizando **emoção, clareza e experiência**.
Nossa comunicação inspira, conecta e transforma
ideias em presença

TAGLINES

- Experiências que conectam
- Onde a criatividade vira impacto
- Criatividade que se vive
- Eventos que contam histórias
- Visual que emociona
- Narrativas que aproximam

ARQUÉTIPO

Criador

- Linguagem inovadora
- Soluções únicas
- Identidade moderna e estética forte

“Criamos experiências que não existiam ontem.”

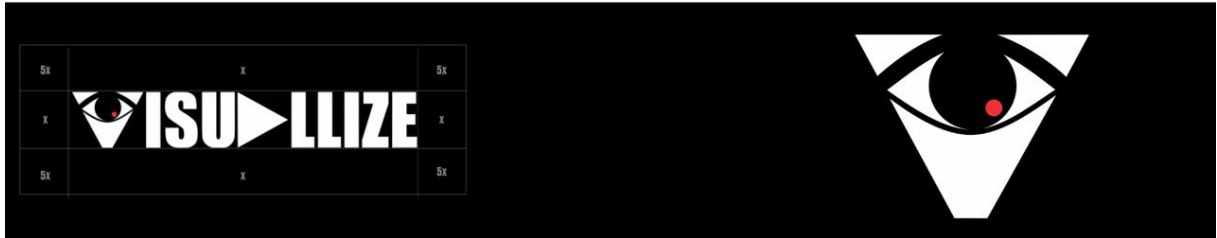


NOSSE VISUAL É UM EVENTO

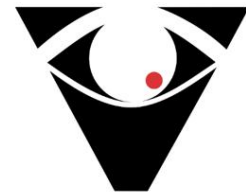
logo

LOGOTIPO

símbolo



ISU▶LLIZE



PALETA DE CORES



#890000

C: 0%, M: 100%, Y: 100%, K: 46%



#000000

C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%



#FFFFFF

C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0%

TIPOGRAFIA

Anton

Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 UVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyz 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqr
 stuvwxyz 1234567890

ELEMENTOS GRÁFICOS





**FAZEMOS DO MUNDO
NOSSO PALCO**

INSTITUCIONAL





VIZUALIZAMOS E REALIZAMOS

EVENTOS QUE CONTAM HISTÓRIAS

VISUALLIZE

REDES SOCIAIS

QUEM SOMOS NÓS?

MATHEUS LUIZA GUILHERME

VISUALLIZE

QUAL ESTILO DE EVENTO MEXE COM O SEU CORAÇÃO?

ESCOLHA SEU FAVORITO!

- Corporativo & Networking
- Social & Comemorativo
- Cultural & Entretenimento
- Experiências Imersivas

VISUALLIZE

QUEM É A VISUALLIZE EVENTOS?

MUITO MAIS DO QUE UMA AGÊNCIA SOMOS UM PROJETO DE VIDA

VISUALLIZE







ESTÉTICA FOTOGRÁFICA

- Movimento
- Espontaneidade
- Luz quente suave
- Ponto de vista imersivo
- Estética Backstage
- Contraste Moderado
- Foco em emoção, conexão e movimento





ESTÉTICA DE VÍDEO

- Movimentos fluidos
- Vídeos dinâmicos que contam histórias
- Foco em: presença, conexão, experiência, transformação
- Luzes e energia
- Estilo moderno
- Edição fluida
- Som ambiente real
- Cores consistentes



NOSSO PÚBLICO

PERSONA CLIENTE



Coordenadora de Marketing
Com o objetivo de criar eventos e produções audiovisuais que tragam impacto e posicionamento de marca

Dores:

- Falta de fornecedores **confiáveis** e **criativos**
- Eventos visualmente **repetitivos**
- Prazo **apertado** e necessidade de **inovação** constante
- Pressão para entregar **resultados** e **engajamento**

O que busca:

- Estética **forte**
- **Profissionalismo**
- Experiências **memoráveis**
- **Comunicação** integrada (evento + foto + vídeo)

POR QUE ESCOLHER A



VISUALLIZE

- Soluções **criativas** e **completas**
- Linguagem **moderna** e **sensorial**
- Capacidade de transformar ideias em **experiências** que geram **presença** e **imagem** de marca
- Atendimento **próximo** e visão **estratégica**

PERSONA PÚBLICO



Jovem, conectado que valoriza ambientes instagramáveis, música e conexão.

Comportamento:

- Busca experiências que geram **emoção** e boas **memórias**
- Compartilha **momentos**, com fotos e vídeos
- Valoriza **ambientação, luzes, cenários** e **sensações**

O que deseja:

- Eventos que entregam **ambiente** e **estética**
- Conteúdos que **emocionam** ou **inspiram**
- Marcas que criam **conexões reais**

COMO A VISUALLIZE ATENDE

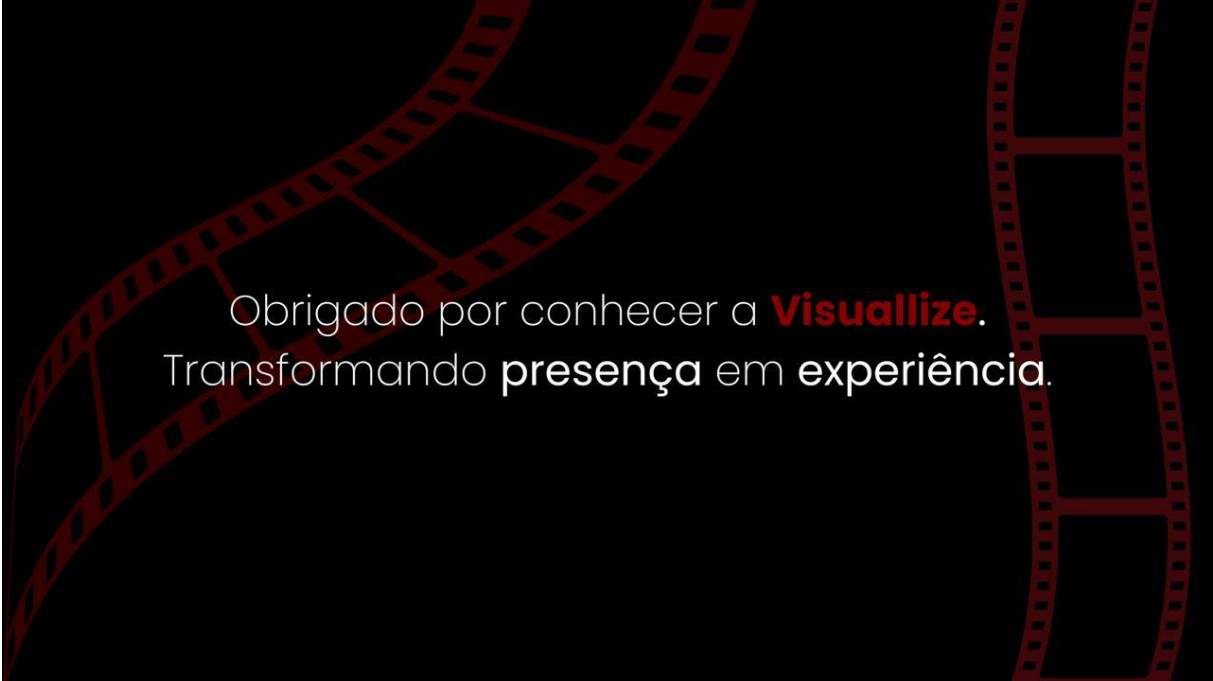
- Criando ambientes **imersivos** e visualmente **marcantes**
- Registrando a experiência com **audiovisual** com **qualidade**
- Gerando **momentos** que o **público quer viver e compartilhar**
- Promovendo **conexão, autenticidade** e **emoção**



MANIFESTO

Acreditamos que experiências **transformam** pessoas.

Eventos são **encontros, histórias e conexão**.
Somos a **Visualize** — tornamos ideias visíveis,
intensas e memoráveis.



Obrigado por conhecer a **Visualize**.
Transformando **presença** em **experiência**.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL

Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

Os(Aa) estudantes Guilherme Henrique Campos de Assis, Luiza de Freitas Brito e Matheus Prado Ribeiro do Curso de Publicidade e Propaganda, matrícula 20202006600083, 20221006600420, 20221006600446, e-mail guilhermehenriquecamposdeassis@gmail.com, defreitasluiza1428@gmail.com, matheuspradoribeiro99@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “Estruturação da Agência Visualize”, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 10 de dezembro de 2025.

Assinatura do(s) autor(es):

Nome completo do autor: Guilherme Henrique Campos de Assis

Nome completo do autor: Luiza de Freitas Brito

Nome completo do autor: Matheus Prado Ribeiro

Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador: Marcia Regina Santos Brisolla