

EL JUEGO DEL ÑAM



ÍNDICE

El juego del Ñam

01. Objetivos

02. About Goiko

03. Oportunidades y amenazas

04. Briefing del juego de mesa

05. El juego del Ñam

06. Grupo de discusión

07. Propuesta de campaña

08. Conclusiones

OBJETIVOS

1.

Aumentar el número de clientes presenciales en los establecimientos de Goiko a través del **ADVERGAMING**.

2.

Conseguir realizar una propuesta de **CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN** que lleve a la viralidad del juego de mesa que se ha creado.

3.

Obtener una **VENTAJA COMPETITIVA** en mi futuro profesional.

GOIKO

¿POR QUÉ GOIKO?

Acciones de advergaming previas: Fortnite, creación de un juego online en la campaña Merry Christ-SMASH

Feedback positivo contacto de Goiko.

Target juvenil y tono divertido

ABOUT GOIKO

Sector de la restauración

Chorreo forever

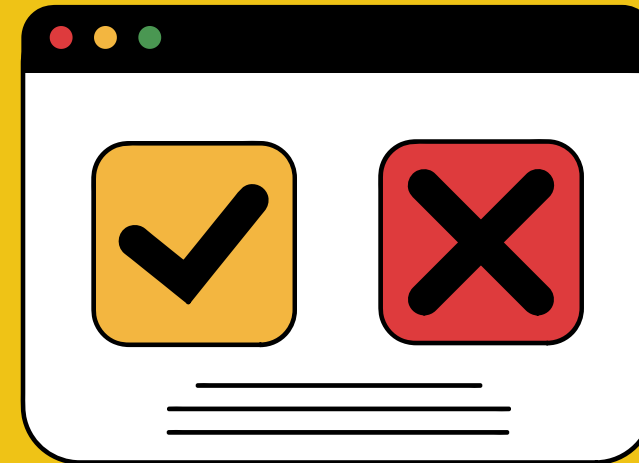
Más de 100 locales en España

Creada en 2013 en Madrid

Buen rollo, familia, calidad, justicia



OPORTUNIDADES



AMENAZAS

ACUDIR AL
LOCAL vs.
DELIVERY

ALZA
FRIKISMO

JUEGOS DE
MESA vs.
VIDEOJUEGOS

QUEDAR
PRESENCIAL
(tras COVID)

BENEFICIOS
JUEGOS DE
MESA

NO HAY
COMPETENCIA

PRODUCTOS
SUSTITUTIVOS

PERCEPCIÓN
INFANTIL



BRIEFING

**Creación de un
juego de mesa**



**Advergaming
ilustrativo**



04/26

OBJETIVOS

OBJETIVO DE CAPTACIÓN Y DE VENTAS

(aumentar clientes y
ventas presenciales en
los locales Goiko)

OBJETIVO DE IMAGEN DE MARCA

(asociar Goiko con una
experiencia de ocio con
amigos y aumentar
notoriedad de los
productos de la carta)

OBJETIVO DE FIDELIZACIÓN

(de los clientes que
acuden
presencialmente)



JÓVENES 18-30

MILLENNIALS
GENERACIÓN Z

TARGET

COSMOPOLITAS

PODER
ADQUISITIVO
MEDIO



ACUDEN PARA DARSE UN CAPRICHOS



06/26

INSIGHT

ESPERAR A
QUE TE
TRAIGAN LA
COMIDA
HAMBRE



TIEMPO 15 MINS
**JUEGO DE
MESA**

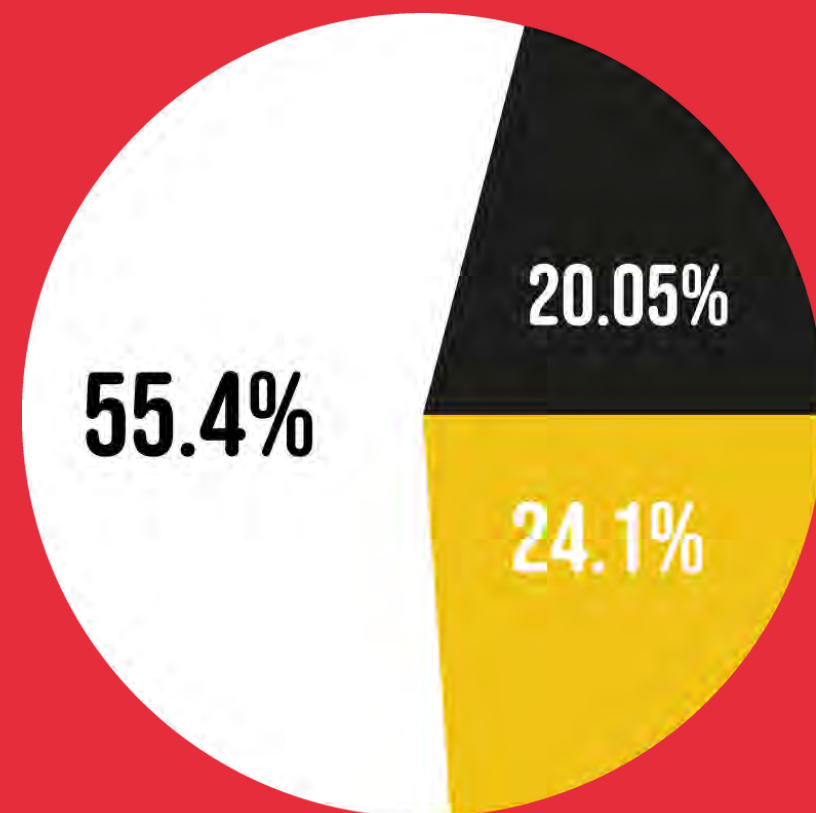





ACABAR EL JUEGO
SIN INTERRUMPIR
LA PARTIDA



EL JUEGO DEL ÑAM

Si fueras a jugar a un juego de mesa con amigos a un bar, mientras esperas a que te sirvan la comida, ¿qué dinámica preferirías?



-  Dinámica estratégica con 1 ganador (ejemplo: UNO, Virus)
-  Dinámica para pasar el rato entre amigos (ejemplo: ¿Quién es más probable?)
-  Dinámica de reto de conocimientos (ejemplo: Trivial)



CAJA



Nº JUGADORES

De 2 a 5 jugadores

Nº CARTAS

51 cartas

TIEMPO DE JUEGO

De 10 a 25 mins

1) INSTRUCCIONES

INSTRUCCIONES



1.- Divide las cartas en 3 montones: **negro** (personajes), **amarillo** (friends) y **rosa** (chorreo).

2.- Cada jugador elige una carta de **personaje**.

3.- Podéis jugar con las cartas de **FRIENDS** (para comprobar cuánto os conocéis) o con las cartas de **CHORREO** (para comprobar vuestra agilidad mental).

4.- Cartas de **FRIENDS**:
Hay unas preguntas sobre *¿quién es más probable?* y otras para comprobar cuánto os conocéis entre vosotros. Podéis ir cogiendo aleatoriamente del montón.

5.- Cartas de **CHORREO**:

Para jugar con estas cartas, deberéis responder al reto y nombrar las 3 cosas que os pida la carta. Es importante hacerlo en **5 SEGUNDOS**, por lo que los demás participantes deberán hacer una cuenta atrás.

6.- A medida que vayáis superando el reto de **CHORREO**, o acertando con las cartas de **FRIENDS**, os llevaréis la carta como punto (+1). La persona con más cartas ganará.

7.- Debéis jugar con los nombres de personaje escritos en cada carta, pero si los personajes escogidos no están, el portavoz que lea la carta puede cambiar el nombre por otro personaje que esté presente en la partida.



2) CARTAS DE PERSONAJE

CARTA DE PERSONAJE



1 KEVIN BACON
Es un poco chulo y se hace muchos selfies



CARTA DE PERSONAJE



2 TOMATELLA VERSACE
Es xulísima y le encanta el divineo



CARTA DE PERSONAJE



3 LA KIKI
Es un poco choni y si hay pelea está ahí la primera




CARTA DE PERSONAJE



4 BABY YANKEE
Es el más joven del grupo y el más llorón



CARTA DE PERSONAJE



5 KENDALL BACON
Tiene amigos en todas partes y ama la fiesta



3) CARTAS DE JUEGO



GRUPO DE DISCUSIÓN

4 Mujeres
21-22 años
Amigas



CONCLUSIONES

Del grupo de discusión

JUEGOS DE MESA
CON AMIGOS
dinámica sencilla

ESPERA COMIDA
Y SOBREMESA

MAYOR
NOTORIEDAD
nombres
hamburguesas

VALOR
AÑADIDO:
Diferenciación
competencia

PROPUESTA DE CAMPAÑA

CHARLIE Y LA FÁBRICA DE CHOCOLATE



15/26



CORE TARGET



20-25 años
Generación Z
Universitarios
Con amigos



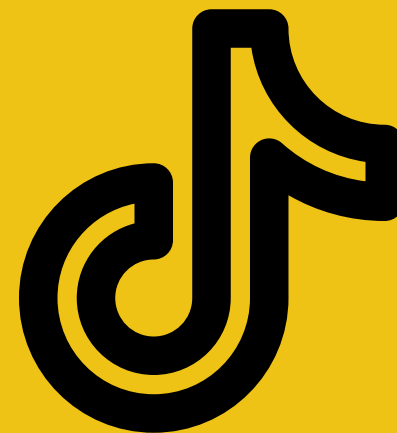
**CAMPAÑA
TEASER**

VIRALIDAD



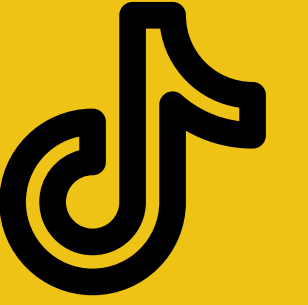
CAMPAÑA DE LANZAMIENTO

1



CARTA DORADA Y JUEGO DE MESA
sesión de fotos + explicación





UCM



2

STREET
MARKETING

3

**ENTREVISTAS
CALLE**



**ENTREVISTAS:
PREGUNTAS A
AMIGOS**

**CARTAS DE
CHORREO**

**CARTAS DE
FRIENDS**



4

PUBLICITY

Goiko promociona su nuevo juego de mesa con Willy Wonka en la UCM

Lorem ipsum dolor sit amet, usu inductum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et. Diam reque probatus ad quo. Ius autem lucilius id, sit ea adhuc tation virtute. Dicit tritani appareat est ex, nec sint tractatos eu.

Epicuri facilisi mediocrem ei est, eu tamquam voluptaria nam. Eu pri vide malis tation. Aeterno aliquip fastidii id cum. Vel ex numquam corrumpit consectetur, eos eu labore maluisset definiebas.

Case verterem adversarium ea vel. Pertinax imperdiet tincidunt pro ei. Cum vitae graeco tractatos at, appetere mandamus liberavisse sea at, ut corpora apeirian vis. Duo ex probo dolor tantas, id prima velit est.

Lorem ipsum dolor sit amet, usu inductum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et. Diam reque probatus ad quo. Ius autem lucilius id, sit ea adhuc tation virtute. Dicit tritani appareat est ex, nec sint tractatos eu.

Epicuri facilisi mediocrem ei est, eu tamquam voluptaria nam. Eu pri vide malis tation. Aeterno aliquip fastidii id cum. Vel ex numquam corrumpit consectetur, eos eu labore maluisset definiebas.

Case verterem adversarium ea vel. Pertinax imperdiet tincidunt pro ei. Cum vitae graeco tractatos at, appetere mandamus liberavisse sea at, ut corpora apeirian vis. Duo ex probo dolor tantas, id prima velit est.



Lorem ipsum

Usu inductum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et. Diam reque probatus ad quo. Ius autem lucilius id, sit ea adhuc tation virtute. Dicit tritani appareat est ex, nec sint tractatos eu.



5



Paquete regalo a influencers

GAMING



GASTRONOMÍA

SEPTIEMBRE



				1 Campaña teaser	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15 Campaña de lanzamiento -Acción en Redes -Envío paquete a influencers	16	17
18 Acción de street marketing en la UCM	19	20	21	22 Entrevistas a jóvenes en universidades	23	24
25	26	27	28 2º entrevistas universidad	29 2º envío de paquetes a influencers	30	

OCTUBRE

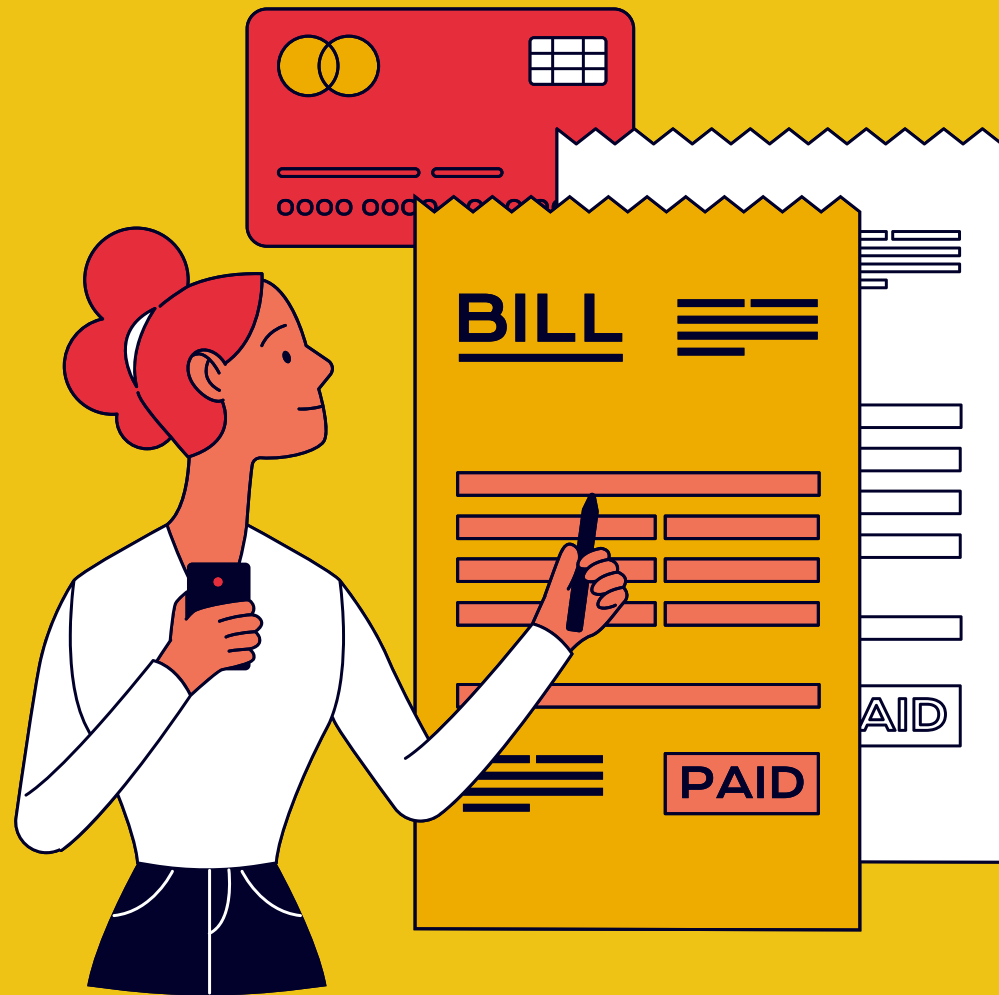


						1
2	3	4	5	6	7	8
15 Fin de la campaña de lanzamiento						

CALENDARIO

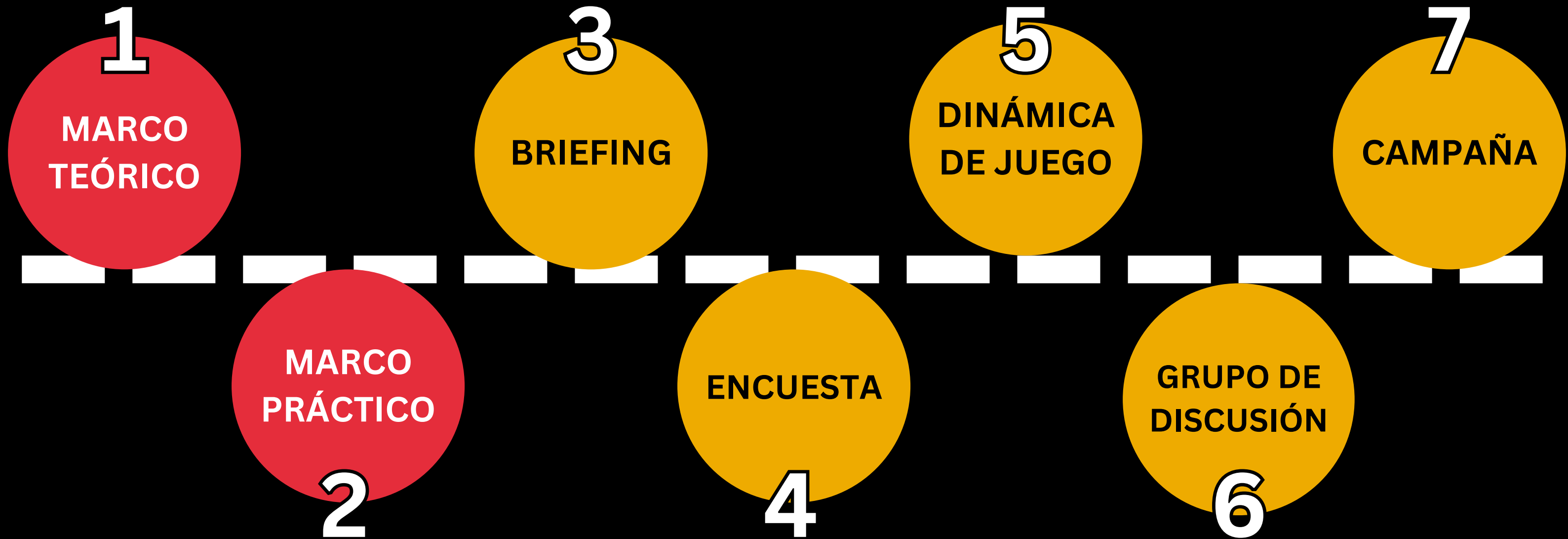


PRESUPUESTO



1.833,95€

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

Sugerencias de mejora y continuidad

Grupo de discusión > entorno de consumo

ÉXITO DEL GRUPO DE DISCUSIÓN

Otro tipo de acciones ATL, etc.

CONTINUIDAD:
Campaña > lanzamiento nueva burger



GRACIAS POR SU ATENCIÓN



¿Preguntas?