



**MustMarketing**

EXCELÊNCIA E RESULTADOS QUE VOCÊ PROCURA

# Mattel - CCPX 2017



COMEX  
EXPERIÊNCIA

#  
VAISER  
ÉPICO







# Hot Wheels + UBER – Emoção Sem Limites 2017



# Hot Wheels + UBER – Emoção Sem Limites 2017

**CLIENTE:** Mattel do Brasil

**PERÍODO:** São Paulo de 27 de setembro a 12 de outubro e em Curitiba de 14 a 22 de outubro de 2017

**LOCAL:** São Paulo e Curitiba

**PÚBLICO:** Usuários do UBER X (153 viagens no período)

**Com o objetivo de proporcionar algo novo na rotina das pessoas**, levando-as a uma experiência única e de grandes memórias, a Hot Wheels e a Uber se uniram em uma parceria e colocaram nas ruas um BMW M3 totalmente estilizado com as cores e identidade da marca de carrinhos. O serviço ficou à disposição dos usuários entre os dias 27/09 a 12/10 em São Paulo e depois o carro seguiu para Curitiba, onde ficou de 14 a 22/10 circulando pelas ruas da cidade. No dia 02/10 os usuários do aplicativo que pediram um carro podiam ser surpreendidos não só pelo brinquedo em tamanho real, mas também pelo piloto de F1, **Rubens Barrichelo** que guiou o Hot Wheels pelas ruas de São Paulo esbanjando simpatia e carisma. Para tornar as viagens mais emocionantes, os usuários eram recebidos com uma playlist exclusiva Hot Wheels, água, balas, chicletes

e ainda podiam ganhar bonés, camisetas, squeezes e adesivos personalizados, além de carrinhos da marca. Dentro do carro era possível encontrar itens personalizados como jaquetas e capacetes, que permitiam aos usuários uma caracterização para fotos instantâneas com máquina disponibilizada, deixando a experiência mais próxima de estarem dentro de um carro de corrida. Para fechar com chave de ouro o projeto, alguns usuários foram convidados para um evento exclusivo, dia 12/10, no Kartódromo Aldeia da Serra, onde disputaram baterias com o piloto de F3 Giuliano Raucci. As viagens não eram cobradas dos usuários e quando feitos em cartão de crédito, os valores eram abonados nas próximas faturas.

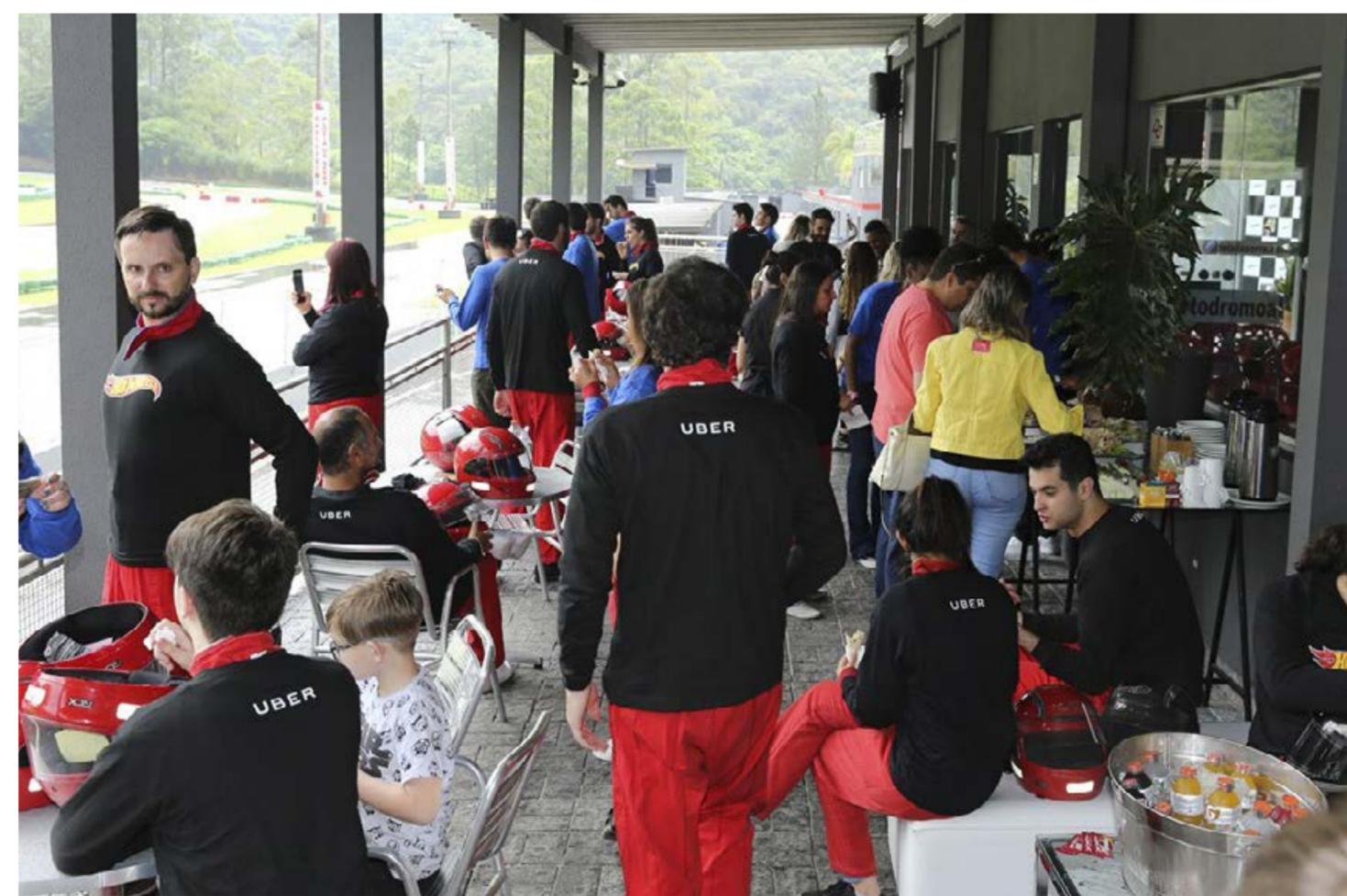
## **Responsabilidade Must:**

- Locação Veículo - BMW M3 / Envelopamento / Troca de documentos fantasia;
- Contratação e treinamento de motorista;
- Contratação de seguro diferenciado para uso do carro no aplicativo Uber;
- Criação de logotipia para o evento;
- Layout e produção de todas as peças e materiais da ação (uniforme motorista, camisetas para brinde e para o evento no Kartódromo, voucher para evento no Kartódromo, squeezes, adesivos, bonés,

placas de mão para fotos, porta-retrato em papel para brinde;

- Layout e produção dos troféus para evento no Kartódromo do 1º ao 6º lugar;
- Compra de máquina de fotos instantânea e papel fotográfico para usuários tirarem fotos no carro;
- Compra de água para distribuição nas viagens;
- Compra de passagem para equipe de SP x CTBA (ida e volta), contratação de hospedagem e envio/retorno do carro de SP X CTBA X SP;
- Contratação de equipe de filmagem para makin of, ação em SP e CTBA e evento no Kartódromo;
- Contratação de piloto influenciador – Giuliano Raucci;
- Locação de espaço para evento – Kartódromo, contratação de A&B e personalização do espaço;
- Contratação de equipe – produtores, assistentes, recepcionistas, etc;
- Seguro RC e AP - evento + equipe;
- Locação de UTI - com médico para evento no Kartódromo;
- Contratação de van e logística de transporte para todos os convidados para o evento do Kartódromo: usuários ação, imprensa e clientes.







# Mattel - Evento Summit 2016



# Mattel - Evento Summit 2016

**CLIENTE:** Mattel do Brasil

**PERÍODO:** Setembro de 2016

**LOCAL:** Villa Vérico – São Paulo

**PÚBLICO:** 200 pax

**Evento de 1 dia para licenciados do setor brinquedeiro** com apresentações das inovações das marcas presentes no Brasil e também das novas marcas a serem inseridas no mercado.

**O tema do evento foi “Viagem ao Mundo Mattel”** e dessa forma toda Comunicação visual e cenografias foram voltadas para o universo das marcas da empresa.

**Ao chegarem ao evento os participantes são convidados a viajarem ao “Mundo Mattel”**, pois a cenografia sugere a divisão do espaço de eventos em 2 ambientes: A recepção e a área de coquetel são como um check in e sala de embarque. Após o Welcome, todos são convidados a

visitarem o “Mundo Mattel” no salão onde acontecerão as apresentações.

No espaço das apresentações foi criado o “Mundo Mattel” com mesas e cadeiras diferenciadas e também lounges, sendo que cada um destes espaços sinalizava um mini mundo de cada marca, com uso de cores, texturas e objetos.

**Crachá:** com a ideia de um cartão de embarque;

**Brinde entrada:** Moleskine simulando um passaporte;

**Brinde final:** Sacochila com almofada de pescoço Hot Wheels.

## **Responsabilidade Must:**

- Sugestão de espaço para o evento e definição de todo A&B;
- Contratação de Equipe: produtores, recepcionistas e ajudantes;

- Contratação de todo Audiovisual para todo o evento e contratação de empresa para produção de conteúdo de vídeo mapping;
- Cenografia da plenária e lounges (ideias e mobiliários);
- Contratação de outros: produção de materiais gráficos, contratação de segurança, gerador, ECAD, contratação de maquiadora para os apresentadores, produção de brindes, contratação de UTI móvel;
- Credenciamento com emissão de etiquetas em tempo real e relatório de ausentes e presentes;
- Contratação de Entretenimento para o coquetel: cantora Anna Lu (voz e violão)
- Palestrante do evento: Fabio Coelho - Presidente do Google Brasil (Contratação Mattel)





# JBS – BBQ BRASIL – Gravação de episódio na sede JBS



# JBS – BBQ BRASIL – Gravação de episódio na sede JBS

**CLIENTE: JBS**

**PERÍODO: 2016**

**LOCAL: Sede da JBS – São Paulo**

**PÚBLICO: 300 pax**

O programa **BBQ Brasil – Churrasco na Brasa** foi um reality show de competição de churrasco apresentado pela jornalista Ticianá Villas Boas, tendo como jurados a dupla formada por Carlos Bertolazzi e Rogério de Betti, com o **objetivo de encontrar o melhor churrasqueiro amador do País e foi apresentado no SBT.**

No desafio coletivo, os churrasqueiros são levados até o pátio da fábrica da Seara, onde são divididos em duas equipes para uma tarefa impactante: preparar e servir 300 funcionários da empresa e estes avaliarão as equipes vencedoras. Nesta edição os churrasqueiros terão que preparar um mini hambúrguer com a Linguíça Toscana Seara e

também um acompanhamento.

**Para escolha dos convidados** da empresa, fizemos a entrega no dia anterior ao evento de **300 raspadinhas premiadas** e **2200 normais para os funcionários do grupo JBS** e no dia seguinte, **montamos 3 postos de trocas** das raspadinhas premiadas por vouchers de acesso ao evento.

**Após briefing sobre o evento**, fizemos a definição de todos os insumos (verduras, legumes, queijos, etc) e utensílios (chapas, travessas, etc) que foram disponibilizados para os churrasqueiros prepararem o combo (hambúrguer e entrada) para servirem os 300 convidados.

Montamos no patio da **Academia**

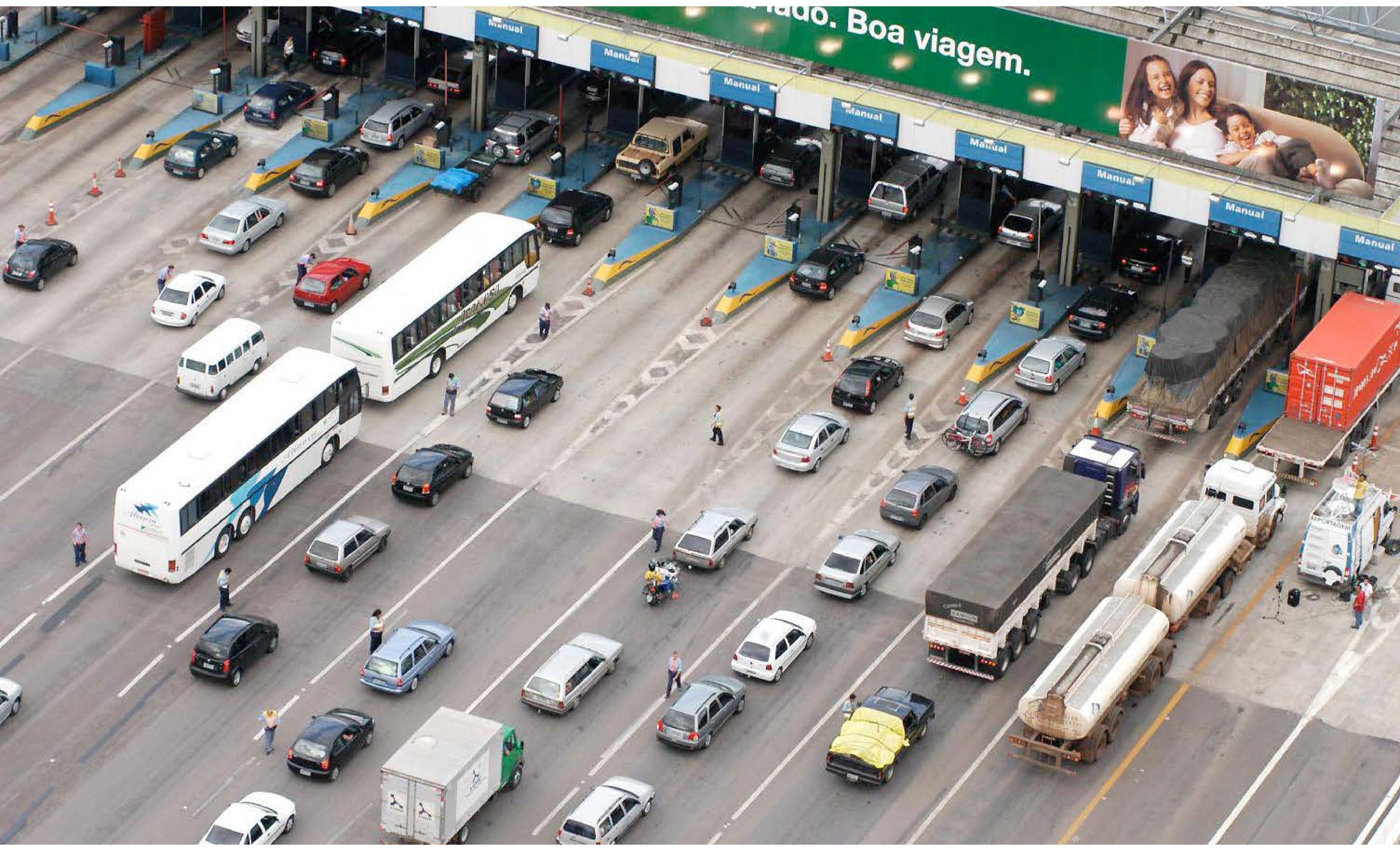
**Seara** churrasqueiras, tendas, bancadas, geladeiras e cenografamos o espaço com caixotes e cestos com os insumos para os churrasqueiros “se servirem”.

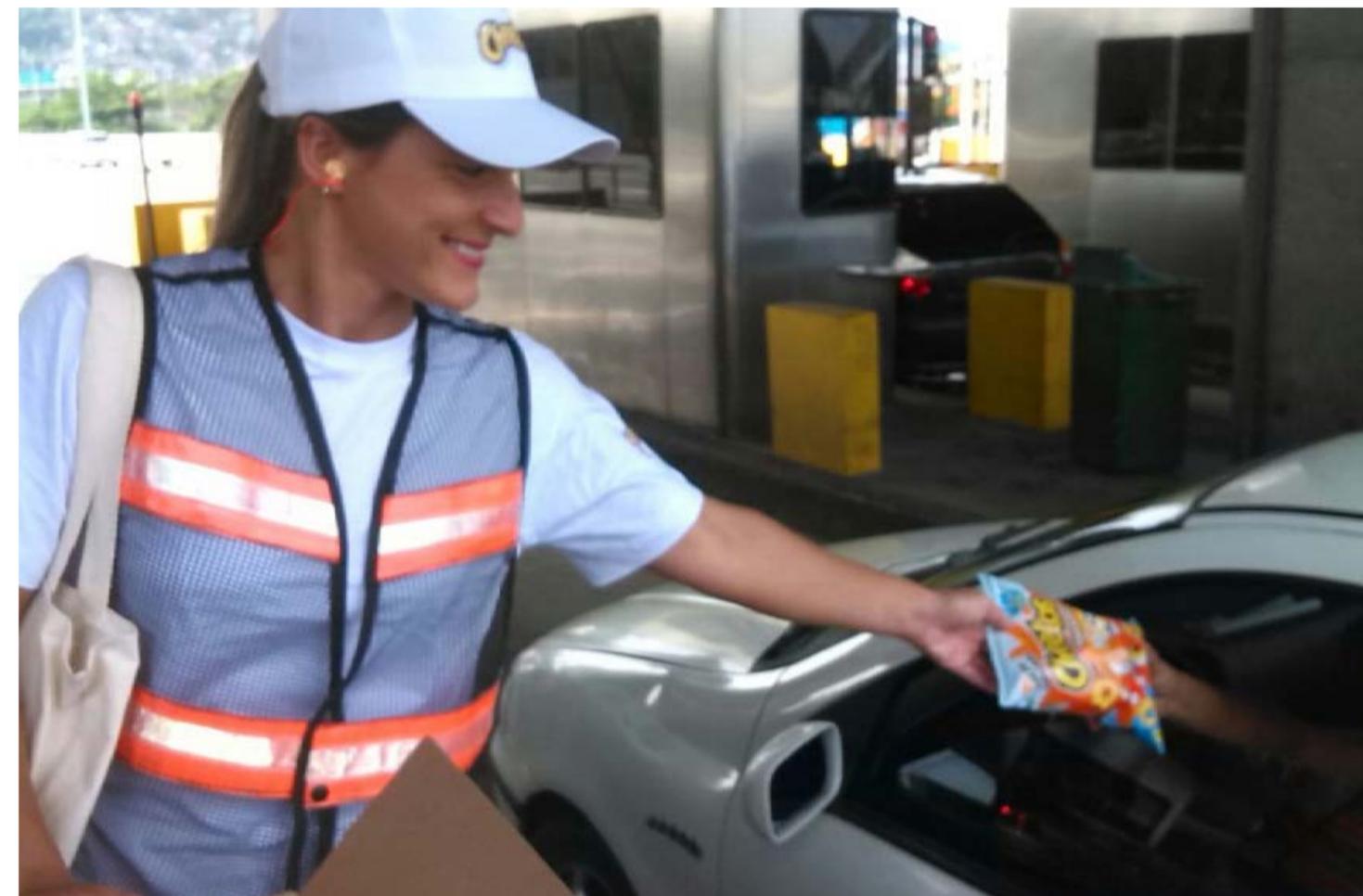
**Responsabilidade Must:**

- Desenvolvimento e produção de embalagem para servir entrada + mini hambúrguer;
- Produção de vouchers para controle de acesso ao evento;
- Preparação e nivelamento do solo com pedrisco para montagem
- Locação e instalação de 2 coberturas para o evento - 1 galpão de 25 x 25 x 5m e 1 cobertura auxiliar de 17 X 3m
- Locação de mobiliário para tendas (mesas, bancos, bancadas, etc);
- Locação e customização de 2 foods trucks retrô (um para cada equipe) e logística de deslocamento dos mesmos;
- Contratação de Equipe: produtores, recepcionistas e ajudantes;
- Contratação de outros: contratação de segurança, gerador, eletricista, limpeza, UTI móvel, contratação de seguro AP e RC;
- Locação de todos os utensílios e compra de todos os insumos para o evento.



# Pedágios: Cheetos | Maruchan





# Metrô - Expansão e suas Comunidades



# Metrô - Expansão e suas Comunidades

**CLIENTE: METRÔ-SP**

**PROJETO: "A EXPANSÃO DO METRO E SUAS COMUNIDADES"**

**PERÍODO: de julho de 2013 até março 2015**

**LOCAL: Comunidades lindeiras às obras das linhas em expansão (linhas 4, 5, 15 e 17)**

**PÚBLICO: +50k pessoas** (impacto direto)

O Projeto "A Expansão do Metro e suas Comunidades" foi uma iniciativa da Coordenadoria de Atendimento à Comunidade – CAC e teve por objetivo atuar junto às comunidades lindeiras às obras das linhas em expansão para, desta forma, engajá-las e torná-las mais próximas ao Metrô, além de fazer com que a população compreendesse a importância dos empreendimentos para a cidade de São Paulo. Afim de ampliar a capacidade de atendimento ao público, dentro do objetivo do projeto, foram realizadas algumas ações para as linhas 4, 5, 15 e 17, as quais contaram com Centrais de Relacionamento Fixas e Volantes, Unidades Móveis - Usuário do Futuro e Unidades de apoio à Visitas às Obras.

## **CENTRAIS DE RELACIONAMENTO FIXAS**

Instaladas em locais de abrangência de impacto das obras das linhas em expansão, contaram com comunicação visual padronizada na cor de cada linha e recursos tecnológicos para demonstrar a modernidade tanto nas obras como na operação do Metrô, bem como os benefícios para a região após a conclusão das obras.

## **CENTRAIS DE RELACIONAMENTO VOLANTES**

Montadas em stadbox com 36m<sup>2</sup>, climatizado, e equipado para atendimento ao público no mesmo formato das centrais fixas.

Implantadas em locais de grande circulação e público ou nas proximidades dos canteiros de obras.

## **CENTRAL DE RELACIONAMENTO – EXPOSIÇÃO MOCKUP**

Instalada em São Mateus, ao lado do hipermercado Extra, com mais de 200m<sup>2</sup>, fachada envidraçada possibilitando a visualização do mockup do monotrilho aos passantes.

## **UNIDADES MÓVEIS – USUÁRIO DO FUTURO**

Voltadas à população estudantil, proveniente de escolas públicas e privadas, cuja meta estratégica foi treinar futuros usuários e possibilitar o desenvolvimento comportamental dos alunos quanto à conservação do patrimônio público, responsabilidade social e cidadania, benefícios

gerados às regiões pelo sistema metrô, importância do transporte público na cidade, estabelecendo um canal direto de comunicação com esse público.

Por meio desta ação ampliamos o atendimento do programa Usuário do Futuro, onde alunos e professores puderam compreender a importância do Metrô na sua região, a importância da rede metroviária na cidade e para a coletividade, disseminando tais informações para suas comunidades.

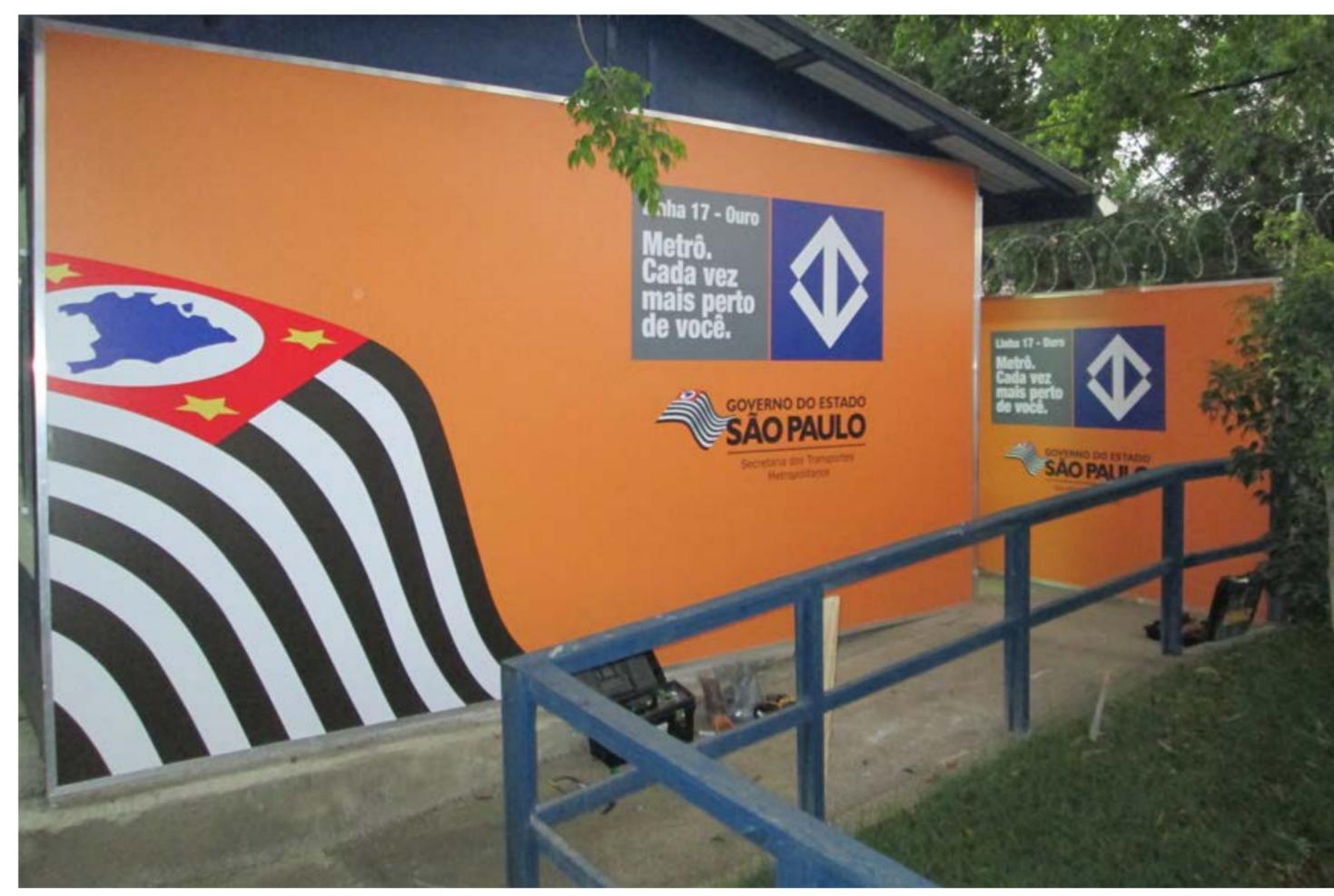
Nas ações realizadas contamos com palestras, distribuição de materiais didáticos, exibição de vídeo sobre a expansão e realização de jogos e atividades lúdicas.

Ao final das atividades cada aluno participante recebeu um diploma e a instituição um certificado de participação.

## **UNIDADES MÓVEIS – APOIO VISITA ÀS OBRAS**

Apoio a visitas previamente agendadas, com formadores de opinião, representantes de grupos da comunidade, estudantes de engenharia, entre outros interessados.

Faziam parte do programa a apresentação de material informativo sobre a obra em questão, fornecimento de café, água e biscoitos, visita à trechos das obras com EPIs personalizados, fornecidos pelo projeto.









# Brands360 - Evento Candy Crush



# Brands360 - Evento Candy Crush

**CLIENTE:** Brands 360

**PERÍODO:** Dezembro de 2014

**LOCAL:** Villa Vérico – São Paulo

**PÚBLICO:** 170 pax

Evento de 1 dia para licenciados do setor brinquedeiro com apresentações das possibilidades de **licenciamento da marca**

## **Candy Crush para o Brasil.**

A cenografia do evento foi idealizada nas cores e imagens do jogo, remetendo os convidados para um ambiente lúdico e alegre.

Foi montada uma recepção com credenciamento, um espaço para welcome coffee e uma área para as apresentações com mesas em meia lua, onde também foi servido almoço aos convidados. No horário do coffee break tivemos a presença

dos personagens do jogo, Tiffe e Toffee, que fizeram uma sessão de foto com os convidados no Sistema CHROMAKEY, onde captamos as fotos em um fundo neutro e aplicamos as imagens captadas em um fundo personalizado do tema, juntamente com uma porta retratos.

## **Responsabilidade Must:**

- Coordenação e planejamento de todo evento;
- Sugestão de espaço para o evento e definição de todo A&B;
- Contratação de Equipe: produtores, recepcionistas e ajudantes;
- Contratação de todo Audiovisual do evento;

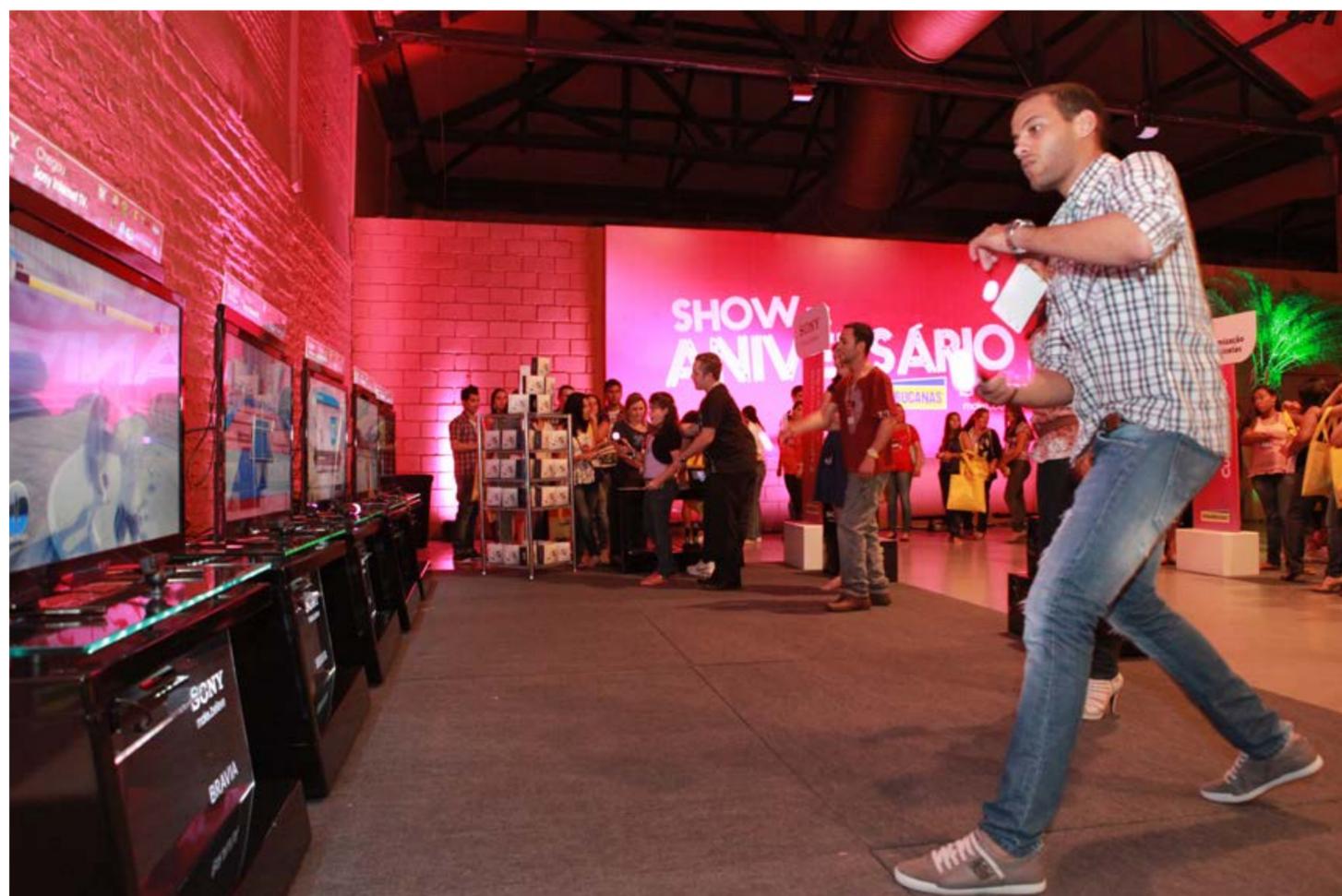
- Cenografia da plenária e lounges (ideias e mobiliários)
- Contratação de outros: produção de materiais gráficos, contratação de segurança, gerador, ECAD, equipamentos e tradutor simultâneo e contratação de UTI móvel.

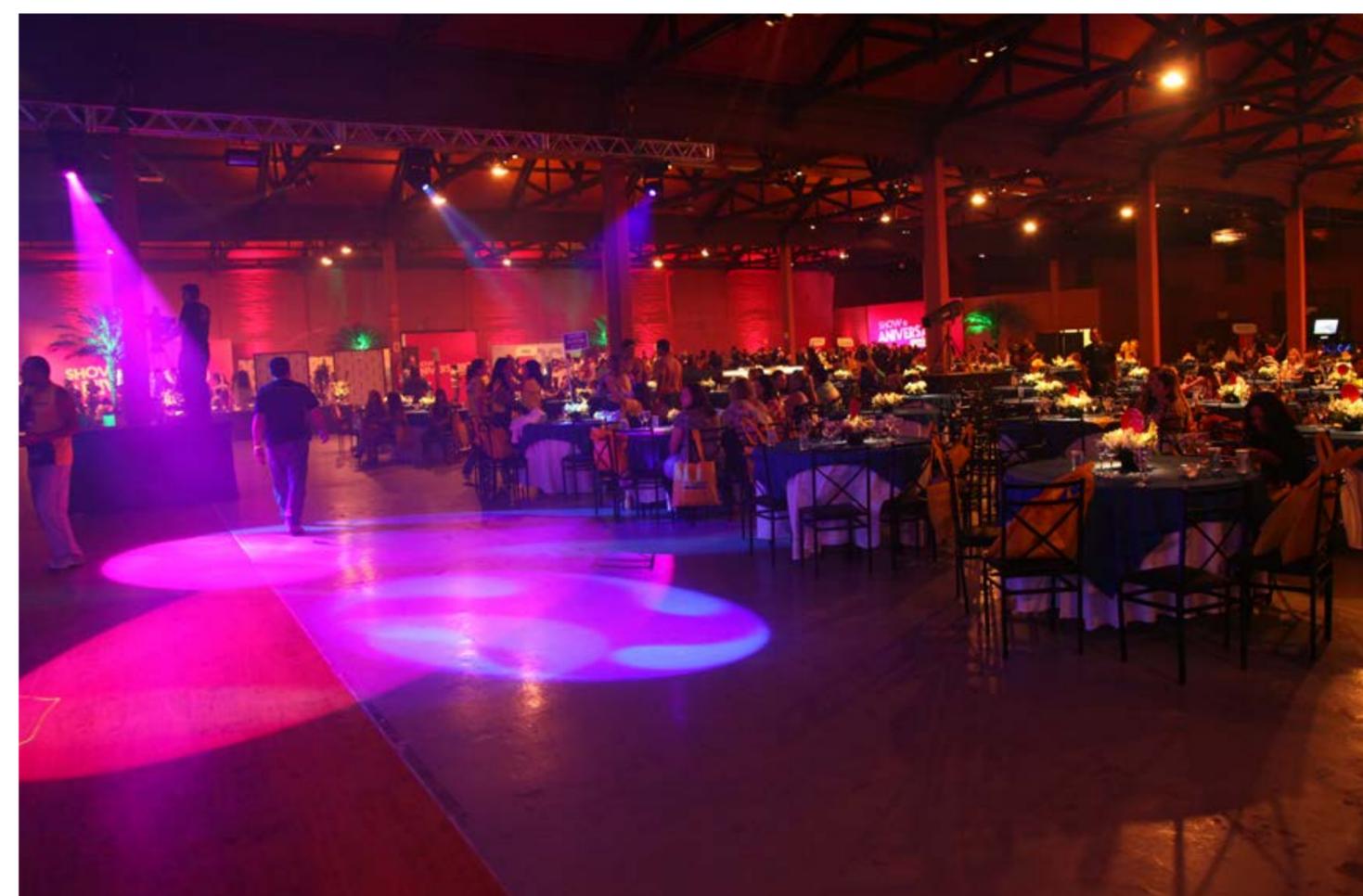


# Pernambucanas - Show de Aniversário









# Mattel - "Together is Better" (Convenção de vendas)



# Mattel - "Together is Better" (Convenção de vendas)

**CLIENTE:** Mattel do Brasil

**PERÍODO:** Junho de 2016

**LOCAL:** Mavsa Resort – Cesário Lange/SP

**PÚBLICO:** 1000 pax

**Evento com duração de 3 dias**, realizado com intuito de gerar integração entre o time de vendas Mattel, trabalhando o fortalecimento dos pilares internos da empresa: **INTEGRAÇÃO** (equipe), **RUÍDOS COMUNICAÇÃO** e **COMUNICAÇÃO** (melhoria).

## Responsabilidade Must:

- Criação das dinâmicas do evento, planejamento, coordenação geral e acompanhamento da produção, evento e desmontagem além da contratação dos serviços abaixo:
- Busca de espaço e Locação;
- Acompanhamento do rooming list e abertura de portas no hotel;
- Aprimoramento, acompanhamento e coordenação de todo A&B do evento;
- Acompanhamento e montagem de todas as

etapas do evento;

- Contratação de Equipe: 1 produtor master e 2 assistentes de produção;
- Contratação de todos os fornecedores para o evento: equipe de audiovisual, traslado colaboradores Mattel SP x Cesario Lange, etc;
- Compra de instrumentos Musicais para o time Mattel para atividades com Mestre Adamastor;
- Produção e instalação de Placas sinalizadoras no percurso da Trilha;
- Criação de logotipia para evento e Adrenatrilha;
- Criação e produção de toda comunicação visual do evento: Impressos (save the date, teaser e convite, além de outras peças, como: teaser de chegada, agenda do evento e sinalização da festa de confraternização); Ideias e produção de brindes para kits e camisetas para utilização do time Mattel e staff;
- Processo criativo da Must sugerido e aprovado:
  - > Adrenatrilha (trilha de regularidade com equipes surpresa para o time de vendas, visando estimular a convivência entre as pessoas, vivenciar situações inusitadas

fora do cotidiano com experiências de relacionamento, metas, fazendo com o time saísse da zona de conforto, valorizando o indivíduo como figura única e indispensável para o grupo. A trilha foi montada com atividades de superação, controle de tempo e superação de limites. Cada membro da equipe ganhou um kit sobrevivência antes da atividade: 01 sacochila identificada, 01 chapéu australiano, 01 squeeze, 01 camiseta, 01 chaveiro de bússola e 01 barra de cereal, além dos aparatos para a Adrenatrilha (cronômetro, bússola, planilhas, etc).

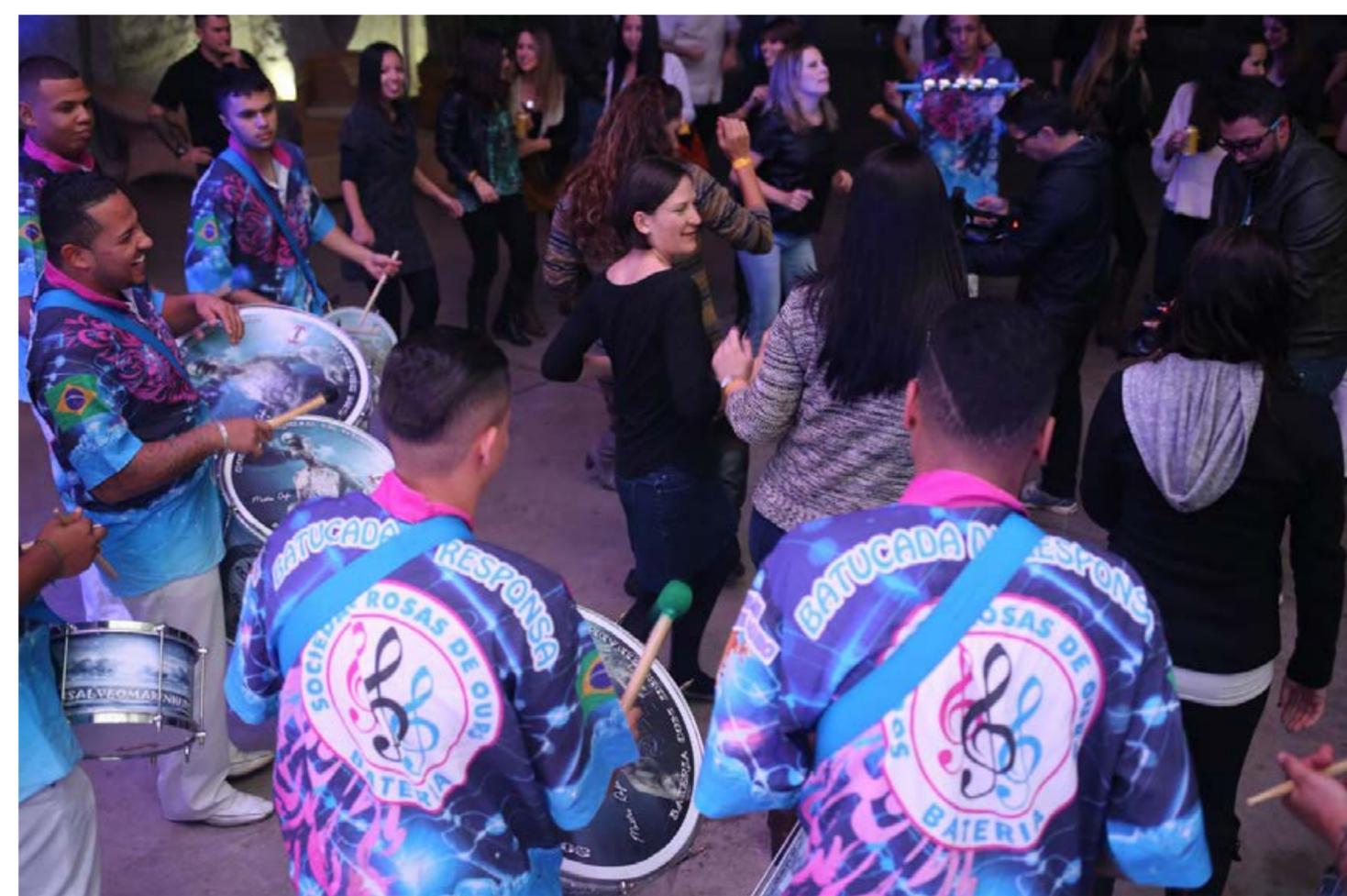
> Palestra motivacional com Mestre Adamastor, onde através da atividade proposta (montar a bateria de uma escola de samba), ele traça um paralelo com o dia-a-dia das empresas e mostra que o segredo para construir o sucesso está na união sinérgica do dever com o prazer, na valorização da unidade em meio à diversidade, no anseio ardente de encantar o público sobre qualquer circunstância.

> Contratação de entretenimento: Bateria da Rosas de Ouro para festa de encerramento.









# EXIM Brasil - Estande Licensing 2016





# CEPAM - RodaSP



# CEPAM - RodaSP

**CLIENTE:** Fundação Prefeito Faria Lima – CEPAM – Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal

**PROJETO:** RODA/SP – Encurtando Distancias. Gerando Conhecimento

**PERÍODO:** de 18 de abril até 30 de junho de 2010

**LOCAIS:** Cidades com até 30 mil habitantes

**PÚBLICO:** : 53 cidades, mais 1.500 servidores públicos e mais de 7.000 munícipes

**Desenvolvido para a Fundação Prefeito Faria Lima – CEPAM – Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal,** foi criado para promover a capacitação de servidores públicos e oferecer entretenimento e cultura aos munícipes de cidades com até 30 mil habitantes.

Sua realização foi de 18 de abril até 30 de junho de 2010, e obteve ótimos resultados, permitindo

ao CEPAM estar cada vez mais próximo dessas cidades.

A campanha foi estruturada em forma de **UNIDADE MÓVEL:** um caminhão com carreta customizada, equipada com sala de aula, de laboratório de inovação e estrutura para cinema para exibições gratuitas aos munícipes das localidades de atuação.

A sala de aula (Gestão), com capacidade para 36 pessoas, disponibilizou cursos que atenderam às demandas dos municípios e foram transmitidos via satélite, com tecnologia de ensino a distância, que proporcionou a interatividade entre professores e alunos. As prefeituras puderam escolher um, entre quatro temas disponíveis: Atendimento ao Cidadão, Licitação, Elaboração de Projetos ou Gestão de Contratos. O laboratório de inovação (WEB 2.0) foi montado com sete pontos de Internet para realização de oficinas sobre blog, twitter, wiki, entre outras ferramentas da Web. O objetivo do curso era trabalhar na RedeCIM de forma colaborativa, demonstrando que as ciências dependem cada vez mais dessas ferramentas de dados ligados à Internet.

Ao final de cada dia de ação do lado externo da Unidade Móvel, uma grande tela para exibição de filmes ao ar livre possibilitou aos munícipes assistirem filmes nacionais, em duas sessões por sessões por dia.

Algumas pessoas tiveram contato o “cinema” pela primeira vez.

Aumentando as opções de atrações em algumas cidades, a partir do dia 1º de junho, foi incluído na grade de atividades da Cinemateca o Projeto Guri, voltado ao acesso de crianças e jovens carentes à música e ao aprendizado de instrumento musical e/ou coral. A atração contou com uma apresentação diária, de aproximadamente 30 minutos, antes da sessão de cinema.

Foram atendidas 53 cidades, mais 1.500 servidores públicos participaram dos cursos e mais de 7.000 pessoas tiveram a oportunidade de assistir filmes nacionais, algumas delas tiveram contato o “cinema” pela primeira vez.





# EXIM Brasil - Evento Summit 2016





# InterSystems - Evento Jantar 2015



# InterSystems - Evento Jantar 2015

**CLIENTE:** Intersystems Brasil

**PERÍODO:** Setembro de 2014

**LOCAL:** Espaço Trivento – São Paulo

**PÚBLICO:** 250 pax

**Evento de 1 dia para médicos, diretores e gerentes de hospitais pré selecionados**

**pela Intersystems**, os quais já utilizavam as

ferramentas da empresa. **Neste jantar foi**

**apresentado a possibilidade de novas**

**implantações** para uso nos consultórios

e hospitais, modernizando os sistemas. O

evento iniciou-se com um coquetel no foyer

do espaço e depois todos foram convidados

a participar do jantar empratado que

aconteceu no espaço de apresentações.

Montamos um **palco central e uma**

**cenografia com um cubo** no teto com

projeção em todas as faces.

**Ao final do evento** todos receberam como

brinde um umidificador portátil de ambiente

para computador.

## **Responsabilidade Must:**

- Coordenação e planejamento de todo evento;
- Sugestão e locação de espaço para o evento e definição de todo A&B;
- Contratação de Equipe: produtores, recepcionistas e ajudantes;
- Contratação de todo Audiovisual para o evento e contratação de empresa para produção de vídeo para evento;

- Criação e produção de toda cenografia da plenária juntamente com os mobiliários;
- Contratação de outros: contratação de segurança, gerador, ECAD, brigadistas, técnico de segurança do trabalho, contratação de valet para os convidados;
- Criação do logo do evento, save the date e convite;



# Alstom - Evento LAUG 2015





# Mattel - Estande Licensing Meeting 2016

Brands, marketing, experiência e conteúdo!

**EXPO** LICENSING **BRASIL**  
2016

**SUPER  
TOONS**





# Mitsubishi | Move6 - Estande Metrofer 2015





# Mattel - Evento ToyFair 2016



# Mattel - Evento ToyFair 2016

**CLIENTE:** Mattel do Brasil

**PERÍODO:** Março de 2015

**LOCAL:** Sheraton WTC – São Paulo

**PÚBLICO:** 250 pax

**Evento de 3 dias** para lojistas do setor de brinquedos de todo o Brasil com **apresentações das inovações das marcas Mattel e também das estratégias de marketing para o ano vigente**, neste evento são apresentados presencialmente os produtos que serão destaque no ano e os lojistas já fazem seus pedidos online para o ano todo. Outro diferencial desse evento é a transmissão do mesmo via TV Mattel para mais de 90 lojistas do Brasil, onde o mesmo sistema de compras online é utilizado.

Usamos neste evento vídeo mapping em palco cenográfico de 30m de boca e montamos uma estrutura de 1 notebook por mesa (85 unds) todos ligados em rede, onde os lojistas presenciais e os da TV Mattel fazem seus pedidos. As apresentações são divididas por marca e para cada uma delas é montada uma interação, dessa forma é criada uma **atmosfera mais lúdica e descontraída** (Barbie ao vivo, Pupy ao vivo, pilotos HW ao vivo, Tartarugas Ninjas ao vivo, Max Steel ao vivo, Entrada ao vivo de

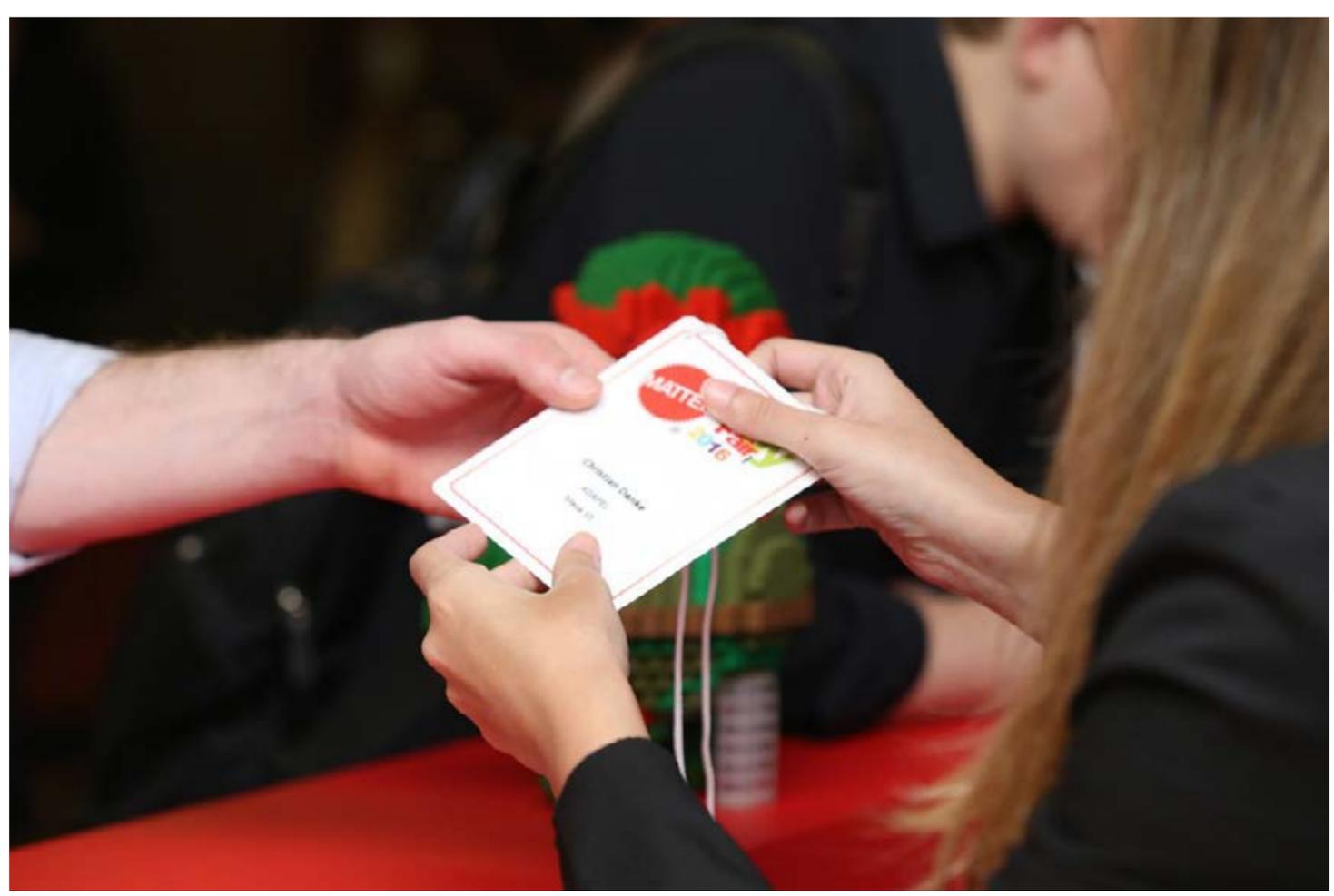
alguns personagens: Barbie, Pupy, pilotos HW, Tartarugas Ninjas, Max Steel, Batman, Coringa, personagem de Call of Dutt. Também foram feitas intervenções durante as apresentações: mini pizza durante a apresentação das Tartarugas Ninjas, sorvete azul durante a apresentação de Ever After, medalhas de chocolate durante a apresentação do Pupy em Fisher-Price, cookies em Little Mommy, entrega de bexigas em Polly, entrega de adereços de heróis em DC Super Hero, entrega de copos com pisca durante a apresentação de Max Steel e outros).

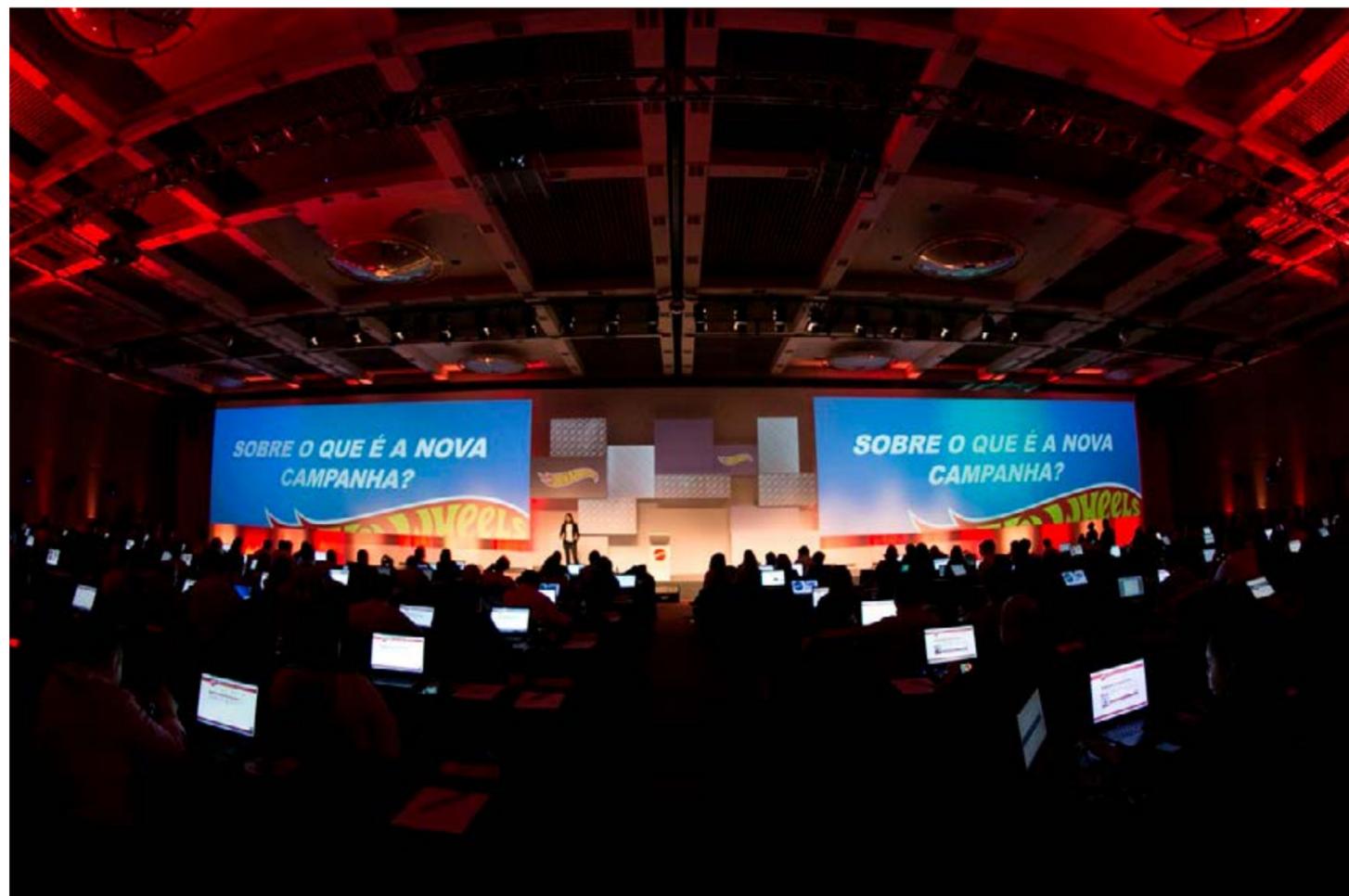
**Para que os produtos sejam apresentados presencialmente** contratamos uma equipe que vai até a Mattel dias antes do evento, monta/desmonta e cataloga todos os produtos fazendo um inventário. Durante a montagem no hotel, todos os produtos são remontados e dispostos cenograficamente em displays para as apresentações. A interação destes produtos no palco é feita por essa mesma equipe e o apresentador faz a demonstração para os convidados.

## **Responsabilidade Must:**

- Coordenação e planejamento de todo evento;

- Sugestão e locação de espaço para o evento e definição de todo A&B;
- Contratação de Equipe: produtores, recepcionistas e ajudantes;
- Contratação de todo Audiovisual para o evento e contratação de empresa para produção de conteúdo de vídeo mapping;
- Criação e produção de toda cenografia da plenária juntamente com os mobiliários;
- Contratação de outros: produção de materiais gráficos, contratação de segurança, gerador, ECAD, contratação de maquiadora para os apresentadores, produção de brindes, contratação de UTI móvel, brigadistas, técnico de segurança do trabalho, contratação de valet para os convidados, produção de sinalizadores de mesa;
- Criação do logo do evento, save the date, convite e credencial;
- Criação e produção de prismas de mesas com nome dos lojistas para identificação de sua mesa/notebook;
- Criação e produção de tags para controle das malas (maleiro);
- Credenciamento com emissão de etiquetas em tempo real e relatório de ausentes e presentes.









contato@mustmarketing.com.br  
[www.mustmarketing.com.br](http://www.mustmarketing.com.br)