

EDITAL DE INSCRIÇÃO (RESUMO EXPANDIDO) - PUBLICIDADE E
PROPAGANDA

**ALVO UNO: UMA PROPOSTA GAMIFICADA PARA AS ESTRATÉGIAS DE
MARKETING DIGITAL**

Bianca Johanny Dos Santos Lima Assunção (biancajohanny@hotmail.com)

O Alvo Uno é um jogo estratégico desenvolvido a partir do método ALVO (Alavancagem, Lapidação, Velocidade e Otimização), desenvolvido pela autora através da sua agência de marketing, a Audácia Marketing & Co, com o objetivo de facilitar a compreensão e execução do planejamento estratégico em marketing. Fundamentado na literatura de gamificação em marketing (Yang et al., 2023; Seaborn & Fels, 2015), o jogo propõe dinâmicas colaborativas em quatro etapas, correspondentes aos componentes do ALVO, incentivando reflexão analítica, solução de desafios e tomada de decisões táticas. Aplicado em pilotos com estudantes e profissionais, o jogo ampliou o engajamento, a clareza estratégica e a aplicação prática de conceitos de marketing. Este artigo apresenta a introdução, fundamentação teórica, a metodologia de construção do jogo, resultados preliminares e direções futuras, como avaliação quantitativa e expansão digital, contribuindo para o ensino e prática do marketing por meio da experiência gamificada.

A competitividade digital exige novas formas de engajamento no ensino e na prática do marketing. A gamificação, que tem como conceito a utilização de elementos de jogos em contextos não lúdicos, têm demonstrado eficácia na

motivação e retenção de interessados. O Método ALVO, incorpora quatro pilares estratégicos: Alavancagem (diagnóstico e estratégia para crescimento), Lapidação (refinar propostas e treinamentos sobre o mercado), Velocidade (agilidade na execução e captação de leads) e Otimização (criação de conteúdo e fortalecimento da marca). A partir dele, foi idealizado o Alvo Uno, um jogo colaborativo que vivencia o ciclo completo do planejamento estratégico com foco no marketing digital. O objetivo deste trabalho é apresentar sua estrutura, fundamentos conceituais, e resultados iniciais, inserindo-o no Congresso Metodista como proposta inovadora. A literatura aponta que a gamificação em marketing influencia positivamente o engajamento com a marca e a aprendizagem de estratégias (Yang et al., 2023). Seaborn e Fels (2015), em revisão abrangente, identificam que gamificação ativa a motivação intrínseca, especialmente quando combinada com feedback imediato e narrativa estruturada. Além disso, Hofacker et al. (2016) mostram que a gamificação em mobile marketing eleva a eficácia de

campanhas interativas. Revisões mais recentes mesclam análise bibliográfica e práticas emergentes em gamificação aplicada ao marketing digital, reforçando sua relevância. Os elementos-chave para a eficácia são: Metas e Métricas Claras, Pontuação e Feedback Constante, Desafios Progressivos, Narrativa Engajante e Interatividade em Grupo — todos presentes no design do Alvo Uno.

O Alvo Uno segue as quatro fases do método ALVO, aplicadas como etapas de um tabuleiro colaborativo:

- Alavancagem: análise, diagnóstico e estratégias de crescimento;
 - Lapidação: cursos e treinamentos para capacitação;
 - Velocidade: geração e gerenciamento dos leads;
 - Otimização: criação e otimização de conteúdo estratégico.
-
- Cartas de cenários e desafios reais de mercado;
 - Sistema de pontos: avalia coerência, aplicabilidade e criatividade;
 - Feedback em rodada: dissemos aos participantes os resultados intermediários

imediatamente.

Foi realizado com três grupos distintos: Estudantes de publicidade, empreendedores locais e equipe interna da agência. Com isso, foram observados engajamento, entendimento estratégico e satisfação.

Os pilotos indicaram: Engajamento elevado, com destaque para a interação e competitividade saudável; melhor assimilação dos quatro pilares ALVO, notados em relatórios pós-jogo; feedback qualitativo: “entendi o método de forma prática”, “foi divertido e instrutivo”. Esses resultados confirmam achados de Seaborn & Fels sobre o impacto da gamificação na atenção e aprendizagem, e de Yang et al. sobre aplicação prática em marketing.

O Alvo Uno se destaca por sua Integração teórico-prática, estrutura clara baseada no Método ALVO e uso eficaz de gamificação para aprendizado estratégico. Entre suas limitações estão a amostra pequena e o uso predominantemente qualitativo. Futuras pesquisas devem incluir testes quantitativos (pré-pós, controle), além de explorar versão digital do jogo para maior escalabilidade. Conclui-se que o Alvo Uno representa uma inovação metodológica que une gamificação e planejamento estratégico em marketing, com potencial para aplicação acadêmica e profissional, e que justifica esforços de pesquisa futura.

Palavras-chave: marketing digital; alvo uno; gamificação; estratégias.