



HACKATHON DOURO & PORTO

DESAFIO #9

INOVAÇÃO NO MARKETING E COMUNICAÇÃO



Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, I. P.

Equipa



ABEL NETO



RODRIGO ASSAF



VIVIANE PEÇAIQUES



PEDRO CARDOSO



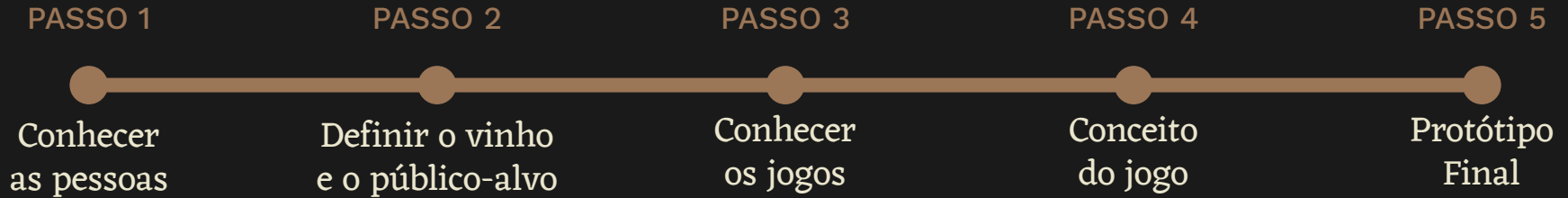
JOANA SILVA

Este é o Memento!
O protótipo funcional
de uma aplicação, em realidade
aumentada, no formato de jogo.
Através da leitura dos rótulos
das garrafas de Vinho do Porto
é capaz de apresentar, de forma
apelativa, informação relevante sobre
o vinho da Região
Demarcada do Douro.





Etapas do processo de desenvolvimento de Memento





PASSO 1

Conhecer as Pessoas



Pesquisas relativas ao comportamento dos consumidores de vinho, fragmentados em quatro quadrantes que definem um tipo de público.



VINHO

Selecionamos os dois quadrantes inferiores, que caracterizam perfis de consumidor que apreciam o vinho com outras pessoas.

<https://www.wineintelligence.com/>

Science
Wine

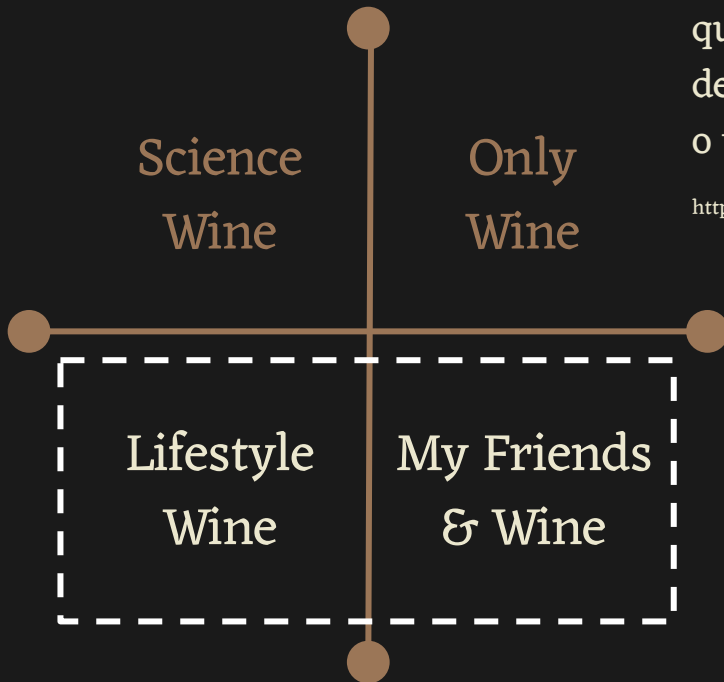
Only
Wine

EMOÇÃO

Gostam de se reunir para beber vinho e conhecer novas pessoas. O vinho é o princípio para a conversa.

RAZÃO

Gostam de se reunir para beber vinho apenas com amigos e família. Tem o vinho como *hobby*.



PESSOAS



CONCEITOS-CHAVE

· Colecionar · Experiências · Partilhar · Network ·
· Intimista · Sensorial · Afetivo ·

Percebemos que ambos os perfis possuíam interesses em comum, os quais começámos a explorar na nossa proposta.



PASSO 2

Definir o Vinho e o Público-Alvo

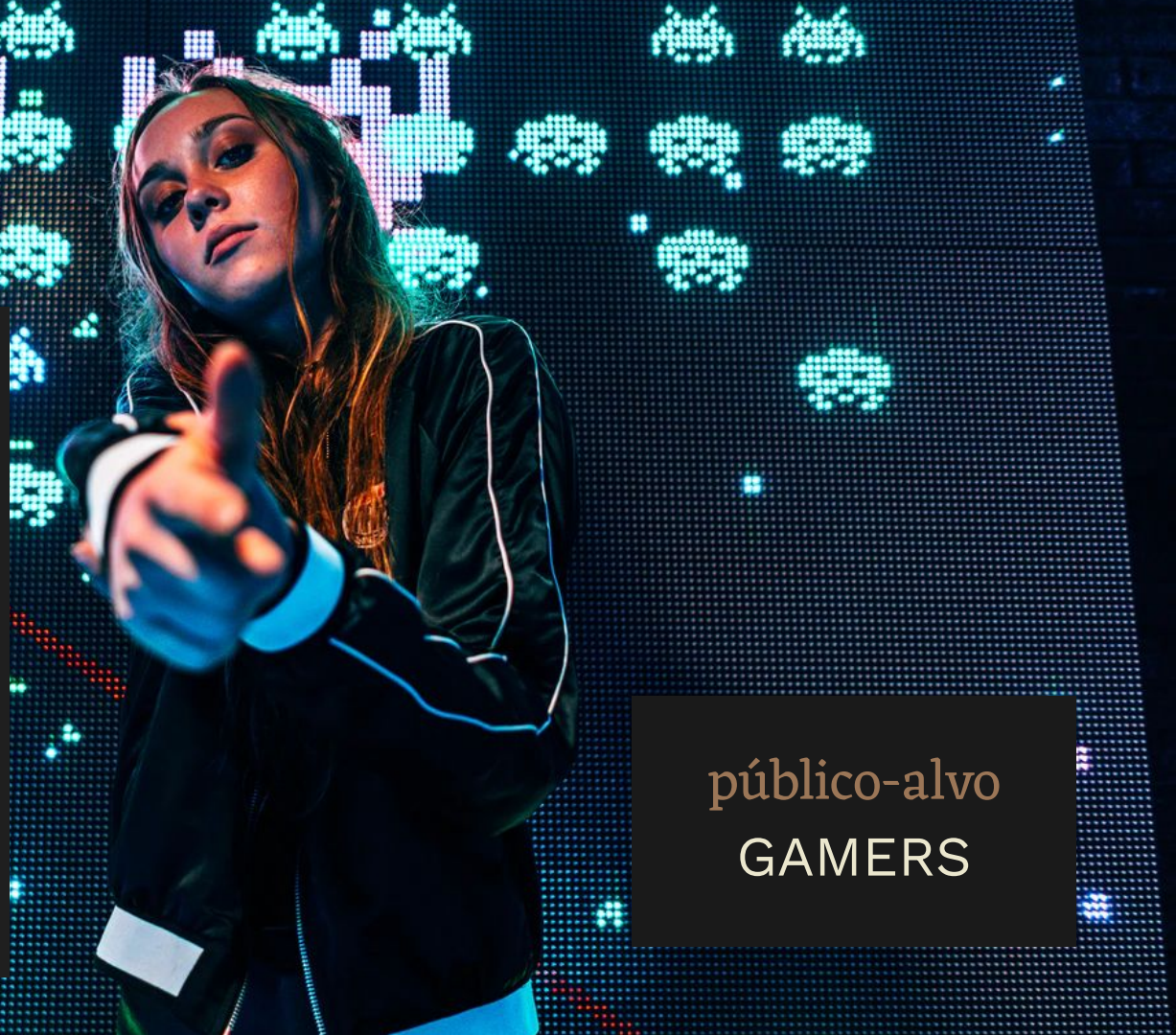


Com idades entre os 18 e os 24 anos, este público fomenta a grande e muito lucrativa indústria de jogos, que continua a crescer.

Em 2017, haviam 2 bilhões de jogadores ativos em todo o mundo, com uma previsão para o aumento de até 2,6 bilhões no final de 2020.

Vemos este público como potenciais consumidores mas também como influenciadores de outros públicos não-*gamers* e desse modo há a possibilidade ampliar o *target*.

<https://www.gamemarketinggenie.com/blog/marketing-gamers-communities>



público-alvo
GAMERS



PÚBLICO-ALVO

Gamers

Escolhemos este público devido ao facto de serem consumidores que consomem menos vinho em comparação com pessoas mais velhas, assim como pelo facto de ser um público com maior adesão à tecnologia, e por sua vez, aos jogos.

Novos consumidores **que vão** apresentar o vinho em união com outras pessoas, com as quais gostam de partilhar sabedoria e inspiração. Pessoas que apreciam a experiência de beber vinho.

O jogo, como produto de comunicação atrai consumidores jovens (18-35 anos), aproximando-as da experiência com o vinho, enquanto partilham e colecionam as memórias dessas experiências.



VINHO

Vinho do Porto





Os jovens revelaram através de um inquérito...

<http://www.ivdp.pt/pt/docs/RELATORIO%20FINAL.pdf>

Que o Vinho do Porto é entendido com um vinho emocional, com elevada conexão histórica, sendo consumido preferencialmente em momentos especiais ou em contexto familiar.

Que a “tradição”, o “simbólico”, o “clássico” e o “respeito” são conceitos que os jovens associam intrinsecamente ao Vinho do Porto, sendo por isso um factor que os afasta do consumo deste vinho licoroso.

Que há, por isto, uma necessidade de desmistificar o consumo do Vinho do Porto, tornando-o numa tendência, para ser consumível em locais como esplanadas e bares.



Assim definimos a nossa proposta de valor

PARTILHAR MEMÓRIAS E COLECIONAR EXPERIÊNCIAS

Partilhar e colecionar, memórias e experiências, são informações relevantes apresentadas de forma apelativa para o nosso público-alvo.

O jogo proporciona momentos de partilha de histórias e conhecimentos sobre os vinhos através de uma linguagem jovem e moderna.



Assim definimos a nossa proposta de valor

PARTILHAR EXPERIÊNCIAS E COLECIONAR MEMÓRIAS

Através da interação proporcionada pela tecnologia digital de realidade aumentada aplicada aos rótulos, este jogo pretende acrescentar valor não só ao Vinho do Porto em si, mas também às marcas e à Região Demarcada do Douro.



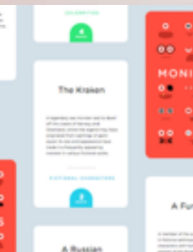
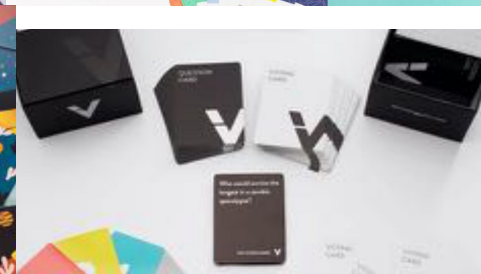
PASSO 3

Conhecer os Jogos



JOGOS DE CARTAS

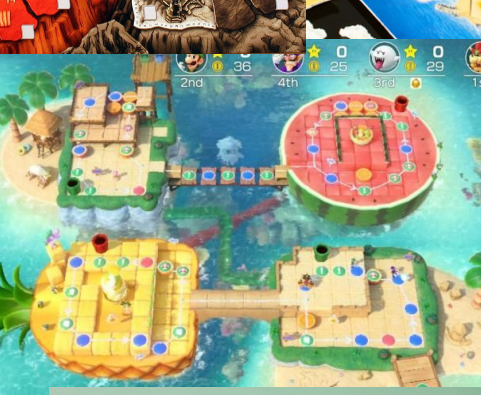
Um universo de possibilidades lúdicas
que favorece a partilha de experiências.





JOGOS DE TABULEIRO

Sistemas de jogo que contam histórias e promovem a imersão dos jogadores em contexto históricos e fantásticos.





JOGOS COM VINHOS

Estratégias lúdicas que promovem a interação das pessoas
com os vinhos que estão a desfrutar



Wine TRIVIA

Trivia with your best bud...who you think the best!

Useful the answers or pop bio.

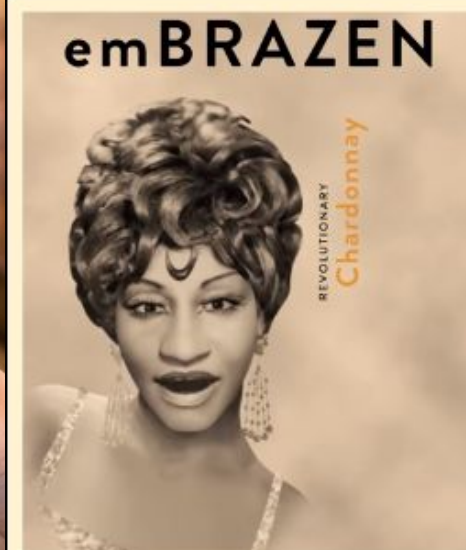
- | | | | |
|--|----------------------------|---|------------------|
| 1. What is a uvarator? | a wine collector | 9. Which US state produces 75 million gallons of wine annually? | New York |
| 2. Which country does 'Red Wine' come from? | France | 10. About how many calories are in a 5-oz glass of red wine? | 120 |
| 3. If wine has a "nose", where does that come from? | your nose | 11. 60 gallons of wine fills a typical what? | bathtub |
| 4. What country was the cabernet sauvignon first grown? | France | 12. What is the term used to describe the wine that contains grapes of two or more grapes in a particular vineyard? | blended |
| 5. How many bottles make up a "case" of wine? | 12 | 13. Which two European countries are considered the top manufacturers and exporters of wine? | France and Italy |
| 6. The wine-making process and... are the two main steps in making one wine from quality than another. | grape growing | 14. Which country consumes the most wine per capita? | France |
| 7. Which early civilization made the first wine? | Sumerians | 15. What is the only wine production country from which every wine is produced? | France |
| 8. What does it mean if wine is "bottle'd"? | it's sold in glass bottles | | |
- Copyright © 2013 Trivia Partners Game Co. All Rights Reserved.





REALIDADE AUMENTADA

A tecnologia que promove a interação entre as pessoas e os produtos.





PASSO 4

Conceito do Jogo



Visão Global

Com a intenção de imergir os consumidores na Região Demarcada do Douro, este conceito de jogo nasce da necessidade de envolver os jogadores numa experiência lúdica, interativa e memorável, enquanto comunica informação relevante sobre o vinho.

Com isto em mente, os nossos objetivos centraram-se na criação de Memento, um jogo com realidade aumentada, que permite que o jogador jogue através da aquisição de uma garrafa de Vinho do Porto. É uma experiência para até oito jogadores, que irão descobrir e explorar o vinho através de uma perspetiva sensorial, emocional e afetiva.



Competição

Jogos de trívia têm um papel ativo na estimulação cognitiva. Adicionalmente, um jogo de competição social permite criar laços mais fortes, contribuindo para a experiência de saborear o vinho.

Isso significa que cada jogador terá que se focar no vinho, como protagonista, para poder ganhar o jogo. Ao mesmo tempo que os jogadores se divertem, estão a aprender algo sobre o vinho. Acrescentamos ainda, que o jogo é também um facilitador de conversa, para indivíduos que se estão a conhecer. Para além disso, podemos aprimorar o conhecimentos das pessoas sobre um vinho específico, instruindo-as de principiantes a especialistas.



Estratégias de Consumo Únicas

Outros jogos relativos à prova de vinho frequentemente envolvem testar o conhecimento dos jogadores sobre o vinho através de perguntas triviais, ou criar experiências de provar o vinho que servem apenas como pano de fundo para interações sociais.

No nosso jogo, ambos estes aspetos foram combinados. Resultou numa experiência refrescante e envolvente, na qual os jogadores interagem socialmente e competitivamente, tudo enquanto o vinho que eles estão a provar assume o centro do palco.



Motivação dos Jogadores

Este jogo permite que novos consumidores tenham uma primeira experiência memorável da prova do vinho.

Desfrutando do jogo, e do vinho, com amigos ou família, na qual a experiência se torna mais divertida e socialmente motivadora.

Os conteúdos das cartas do jogo motivam os seus jogadores a procurar a sua própria perspetiva e interpretação do vinho.

Com o conceito de jogo definido, partimos para o desenvolvimento dos elementos estéticos e funcionais da aplicação através da construção de diferentes protótipos.





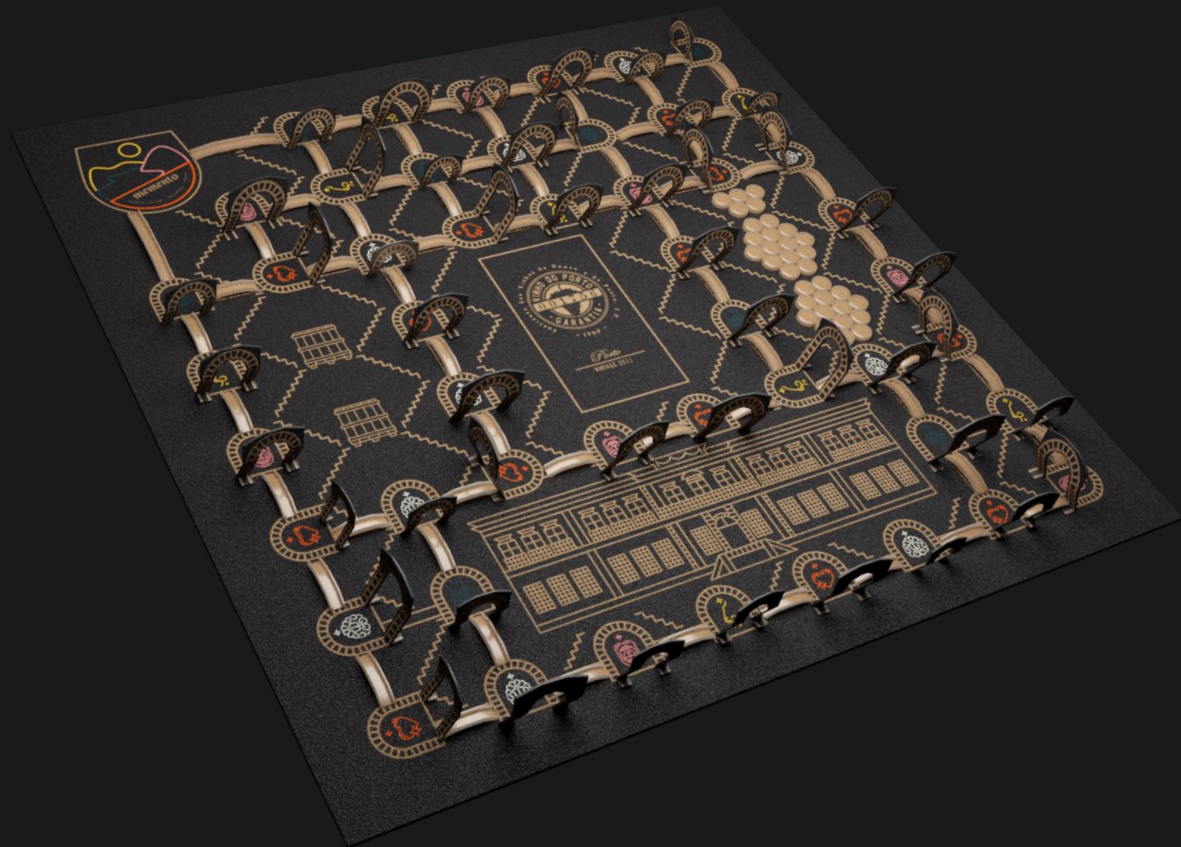
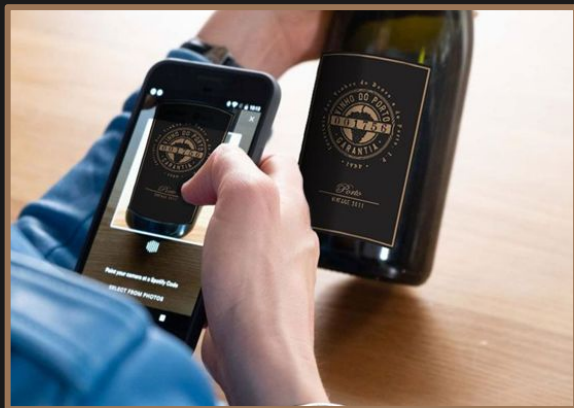
PASSO 5

Protótipo Final



Tabuleiro

A partir do scan do rótulo da garrafa, o jogador direciona o telemóvel para uma superfície, onde em realidade aumentada, se desdobra o tabuleiro do vinho, neste caso o Vintage (2011), em formato de pop-up.





Cartas

Além do tabuleiro, os jogadores utilizam cartas digitais que os convidam a partilhar histórias e a provar o Vinho do Porto de uma perspectiva sensorial, emocional e afetiva.





Regras do Jogo

1. Os jogadores competem para serem os primeiros a conquistar 3 estrelas.

2. Em cada ronda é lançado um dado para decidirem quantas casas avançar no tabuleiro.

3. As casas, onde os jogadores podem parar, dizem respeito a uma categoria de carta, segundo a qual o jogador deverá partilhar uma história inspirada no conteúdo da mesma.

4. No final, cada jogador vota na história mais interessante ou adequada ao vinho. O jogador autor da história mais votada avança uma casa no tabuleiro, enquanto que os restantes, permanecem no local.

5. Quando um jogador apanha a estrela, posicionada numa casa aleatória, esta muda de posição. Porém quando um jogador conquista 3 estrelas, o jogo termina e o jogador é declarado vencedor.

1. Compete para seres o primeiro a conquistar 3 estrelas.



2. Em cada ronda os jogadores decidem a casa, no tabuleiro, para onde querem avançar.

3. As casas, onde os jogadores podem parar, dizem respeito a uma categoria de carta.



4. Segundo a casa, o jogador deverá partilhar uma história inspirada no conteúdo da carta.

5. No final, cada jogador vota na história mais interessante ou mais adequada ao vinho que bebem.



Os jogadores não podem votar na sua carta.



6. O jogador autor da história mais votada avança uma casa no tabuleiro. Os restantes jogadores permanecem no mesmo local.

Em caso de empate, os vencedores avançam uma casa.

7. O tabuleiro contém bifurcações. Os jogadores numa interseção, podem optar pelo caminho.



8. Encontra-se sempre uma estrela no tabuleiro, posicionada numa casa aleatória. Quando apanham uma estrela, esta muda de posição na ronda seguinte.

9. O jogo termina quando um jogador conquista 3 estrelas, sendo assim, declarado o vencedor de Memento.





User Stories

António e os seus amigos...



Sou o António, tenho 18 anos e gosto de jogar jogos de computador e de tabuleiro. Gosto de beber vinho com os meus amigos, mas vejo o Vinho do Porto como uma bebida tradicional e clássica que deve ser consumida apenas com a família e em ocasiões especiais. Às quintas-feiras, eu e os meus amigos vamos à casa da Sara para jogar jogos de tabuleiro.

Como habitual, fui ao supermercado comprar um vinho para desfrutar durante o jogo. Na prateleira, um Vinho do Porto capta a minha atenção... uma etiqueta na garrafa convidava-me a apontar o meu telemóvel, mencionando que aquele vinho era para beber, mas também para jogar. Rapidamente vi um vídeo de uma aplicação, em realidade aumentada, no formato de jogo de tabuleiro, para as pessoas aprenderem mais sobre o vinho que estavam a beber.



Comprei o vinho e levei para a casa da Sara. Estava ansioso para jogar com os meus amigos. Logo que cheguei, mostrei a todos o vídeo, e um colega comentou que já o tinha visto na internet... estava curioso para jogar. Enquanto a Sara servia o vinho, descarreguei a aplicação para o meu telemóvel. Começamos a jogar e a cada ação dos jogadores pelo tabuleiro, era necessário experimentar o vinho de formas diferentes, como cheirar, saborear... divertimos-nos muito com as histórias que todos partilharam. Inclusive, soube de histórias de amigos próximos que nunca tinha ouvido antes!

A Sara conseguiu conquistar 3 estrelas e venceu a partida! No final do jogo, e da garrafa, combinamos que na semana seguinte iríamos jogar o vinho do Porto branco, pois tínhamos acabado de jogar o Vintage.



User Stories

Emanuel e os amigos da namorada...



Sou gamer, mas os amigos da minha namorada não são. No entanto, fui convidado para um jantar de anos de um amigo da minha namorada e levei um Vinho do Porto para bebermos e jogarmos durante a festa. Logo após o jantar, sugiro abriremos o vinho para jogar.

Rapidamente aponto o meu telemóvel para garrafa e surpreendo os novos amigos, com um tabuleiro em realidade aumentada a aparecer na mesa da sala, que todos conseguiam observar. Jogamos todos juntos e até as pessoas que estavam a conversar ficaram a prestar atenção ao jogo e às informações sobre o vinho que apareciam no ecrã, de acordo com a nossa movimentação no tabuleiro.



Os amigos fizeram muitos vídeos e partilharam nas suas redes sociais, pois ficaram imersos e felizes com a experiência inusitada. Inclusive, as pessoas tiravam fotos da garrafa de vinho para posteriormente irem comprar e mostrar aos amigos.

No final do jogo, senti-me feliz e integrado no novo grupo de amigos!



User Stories

Luísa numa prova de vinhos...



Sinto-me muito bem quando estou numa prova, pois é um momento em que posso aprender mais sobre os vinhos e sobre enologia.

Fiquei surpreendida quando me foi apresentado um Vinho do Porto que tinha uma proposta muito diferente, pois este convidava-nos a jogar aquando a prova.



Através do *tablet* do anfitrião, que foi colocado no centro da mesa, conseguimos ver uma aplicação em formato de jogo de tabuleiro, em realidade aumentada, no qual os jogadores percorriam as Caves de Vinho do Porto de uma forma engraçada.

Nessa experiência tive oportunidade de aprender sobre o vinho que estávamos a beber, ao mesmo tempo que pude interagir com os restantes participantes da prova.

A maioria das pessoas de imediato começaram a partilhar vídeos e fotos sobre a experiência lúdica que estávamos a usufruir. Até eu, que não gosto muito de jogos, diverti-me imenso e comprei uma garrafa deste Vinho do Porto para mostrar este jogo aos meus amigos e família.



Dispositivos e Requisitos Mínimos

Memento estará disponível no site da Hackathon Douro & Porto (<https://hackdouroeporto.com>), possível de ser instalado num dispositivo Android 7.0 “Nougat” ou anterior.

Para saber como instalar a aplicação no seu telemóvel aceda o link: <https://www.cnet.com/how-to/how-to-install-apps-outside-of-google-play/>





Referências das imagens

One Hundred Questions — A Toolkit For Conversations:

<https://www.ultraboardgames.com/whats-yours-like/game-rules.php>

The Metagame — A card game for sharing opinions in almost everything:

<http://metaga.me>

Cards Against Humanity: <https://cardsagainsthumanity.com>

Cards Against Humanity Family Edition:

<https://www.cardsagainsthumanityfamilyedition.com>

Teamwork Cards:

https://www.theschooloflife.com/shop/teamwork-card-game/?utm_source=The+School+of+Life&utm_campaign=941f13c057-TEAMWORK_RETAIL_LAUNCH_27062019&utm_medium=email&utm_term=0_717e06d46b-941f13c057-221926616mc_cid=941f13c057&mc_eid=2f0fe9dd7d

Holstee - Reflection Cards: <https://www.youtube.com/watch?v=UBnWR28HDdU>

Confidence Prompt Cards:

<https://www.theschooloflife.com/shop/confidence-cards-prompt-cards/>

Icebreaker Deck: <https://bestself.co/products/icebreaker-deck>

Closer Cards: <https://shop.closergame.com/product/closer-cards-limited-edition/>

Mindfulness Cards: <http://www.mindfulnesseverywhere.io/cards/>

My Space Adventure: <https://www.behance.net/gallery/60413267/My-Space-Adventure>

The voting game: <https://playerten.com/products/the-voting-game>

That's What She Said: <https://thatswhatshesaidgame.com>

Monikers: <http://www.monikersgame.com>

Assumptions: <https://www.kickstarter.com/projects/tylerfinck/assumptions-a-card-game>

Truth or Drink: <https://www.playtruthordrink.com>

Never Have I Ever Game: <https://neverhaveievergame.com/game-instructions/>

Carcassonne, Catan, Dixit:

<https://super.abril.com.br/especiais/quarentena-a-volta-dos-jogos-de-tabuleiro/>

Monopoly: <https://www.timeout.com/usa/things-to-do/best-board-games>

Cluedo: <https://blog.cheapism.com/board-game-trivia/#slide=3>

Super Mario Party: <https://www.techadvisor.co.uk/review/super-mario-party-3684727/>

Mario Party 2: <https://mariopartylegacy.com/mario-party-2/>

Funkoverse Strategy Game:

<https://www.theboardgamefamily.com/2020/04/funkoverse-strategy-game-review/>

Game of Goose: <https://dustvoldthing.com/old-board-games-quite-different/>

Lost Cities: <https://boardgamegeek.com/image/388810/lost-cities-board-game>

<https://unsplash.com/s/photos/meeple>

<https://www.inkl.com/news/30-amazing-board-games-not-to-miss-in-2019>

<https://qz.com/151088/the-best-board-games-you-can-play-in-under-an-hour/>

<https://www.onekingslane.com/live-love-home/guessing-game/>

<http://www.vinspireuk.com/2013/06/drinking-games-wine-opoly.html>

<https://www.knowwines.com/blog/fun-wine-games>

<https://www.easy-party-ideas-and-games.com/wine-tasting-party.html>

<https://gamificationplus.uk/blog/page/9/>

<https://www.ar-wineLabels.com/en>

<https://www.breakthrubev.com/News/augmented-reality-labels>

<https://absolutecharmwinetours.wordpress.com/>

<https://www.freepik.com>

<http://eatpoint.pl/>

<https://br.freepik.com/>

<https://www.pikist.com/free-photo-satqg>

Obrigada!



Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, I. P.

EMERGENCE

Pedro Cardoso, Abel Neto, Joana Silva, Rodrigo Assaf, Viviane Peçaibes