HIRAETH
E-SPORTS

MEDIA KIT 2022

MANEJAMENTO

CHAMO-ME JADE SAYURI, TENHO 20 ANOS E ATUALMENTE MORO EM JOINVILLE – SANTA CATARINA.

A minha ideia de criar um projeto inclusivo acabou aparecendo quando eu parei para notar as pessoas que estavam em minha volta, e a dificuldade que elas tinham em seu dia a dia ou até mesmo em conseguir um espaço para conquistar o sonho de entrar para o cenário de E-sports

No projeto temos pessoas com O transtorno do espectro autista (TEA)

Nosso Influencer Thiago possui uma deficiência, ausência parcial dos membros superiores contendo apenas dois dedos, e desde pequeno gostou de se desafiar em atividades na qual era invalidado pela sua condição.

Temos nossa Influencer PretaWitch que ainda nos dias de hoje luta com o racismo, o machismo e a Intolerância Religiosa por ser Umbandista.

E todas nós lutamos contra o machismo no meio dos jogos eletrônicos para ser um lugar pacifico e acolhedor.

Além de dar visibilidade para essas pessoas e também pregar o respeito o projeto vai muito, além disso

Tenho como base criar um caixa com patrocínios, investidores, parcerias, premiações de campeonatos e também nossos futuros produtos como (camisetas, canecas, chaveiros e adesivos da nossa imagem visual) para colaborar com pessoas e animais em situação de rua

Como ajudaremos as pessoas?

- Distribuição de marmitas, cestas básicas, água, e também oportunidades.
- Para os animais iremos criar postos de abastecimento de ração e água, e casinhas sustentáveis para que se abriguem em situação de chuva e frio.
- Para a realização dessas metas precisamos de apoio financeiro e também de visibilidade, por tanto nossos influencers irão trabalhar com a divulgação do projeto e nossa Social Media e Marketing irá expandir nossa ideia para novos ares.

HIRAETH

LINEUP

NOSSA LINEUP É COMPOSTA POR MULHERES
CIS,NÃO BINÁRIO E TRANSGÊNERO

CENÁRIO FEMININO

Cada vez mais consolidado, os esports se tornaram parte do meio game promovendo momentos de interação a nível nacional e mundial e comprovando a força e o impacto dos jogos digitais no mundo de hoje.

Reforçando o potencial inclusivo e aproveitando o alcance dos campeonatos, a Riot Games promoveu o campeonato VCT Game Changers. Um torneio feminino de VALORANT que busca dar visibilidade à cena feminina nos Esports.

O Game Changers mostrou ser um verdadeiro espaço de mudança em inclusão, revelando talentos não somente no jogo, mas também na apresentação e narração de toda a competição.

Além de colocar as jogadoras nos holofotes, a competição também ressaltou a importância das organizações olharem com atenção e cuidado para o cenário feminino que, ao longo da última semana, presenteou os fãs de VALORANT com partidas intensas e extremamente disputadas.

O VALORANT Game Changers – competição internacional do jogo de tiro da Riot Games, contará com oito times de seis regiões pelo mundo.
Pesquisa Games Brasil 2022: público de games aumentou para 74,5%Estudo também revela crescimento do consumo de jogos ao longo do isolamento social
A 9ª edição da Pesquisa Games Brasil, levantamento anual sobre o consumo de jogos no país, apontou um crescimento geral no público de games dentro do país: 74,5% da população jogou games em 2022, um crescimento de 2,5% em relação ao último ano, e também a maior marca desde o início da pesquisa.
Em 2021, a Riot iniciou um projeto para dar mais destaque e visibilidade às mulheres. A desenvolvedora anunciou o programa Game Changers, que criou torneios femininos organizados pela própria Riot e incentivou financeiramente campeonatos destinados às mulheres realizados por outras empresas. No total, a Riot ajudou com R$ 460 mil em premiações no ano.

Este investimento trouxe retornos. De acordo com o Esports Charts, o Protocolo Evolução, torneio oficial feminino da modalidade, teve mais horas assistidas e média quatro vezes maior do que o Finest Invitational, campeonato misto realizado na Europa.

E-SPORTS EM GERAL

A 9ª edição da Pesquisa Games Brasil, levantamento anual sobre o consumo de jogos no país, apontou um crescimento geral no público de games dentro do país: 74,5% da população jogou games em 2022, um crescimento de 2,5% em relação ao último ano, e também a maior marca desde o início da pesquisa.
O que o levantamento nos diz é que não existe idade para jogar jogos eletrônicos, uma vez que a diferença percentual entre as mais variadas faixas de idades é equilibrada. Pessoas entre 30 e 34 anos, por exemplo, representam 12,9% dos jogadores no Brasil, e quem tem de 35 a 39 anos representa 11,2% do público
Naturalmente, o isolamento social teve seu impacto no consumo de jogos. 72,2% dos gamers afirmaram ter jogado mais enquanto ficavam em casa, e 57,9% marcou mais sessões de partidas online.

Apesar da alta do dólar, a compra de jogos se manteve em alta, com a maioria (36%) afirmando que adquiriu ao menos três jogos no último ano. Há ainda o público que prefere não pagar por jogos, e 40,2% dele aponta os altos valores como motivo principal para isso.
Por fim, a pesquisa mostra um salto enorme no público que conhece os esportes eletrônicos: os esports são conhecidos por 81,2% do público gamer; aumento de 32,8% em relação ao último ano.

A tendência é de subida para vários novos termos que estão atrelados ao universo dos games, como NFTs e Metaverso

INFLUENCERS

GUILHERME

@GUIIH_CAM

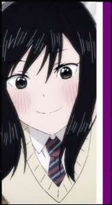
INSTAGRAM:1,226
TIKTOK:14,300

CAROLINE

@CAROLINECEZATTE

INSTAGRAM:1,700
TIKTOK:2,334
TWITCH:4,000

XAVESKA



@XAVESKA

INSTAGRAM:43,700
TIKTOK:43,700

GUILHERME

@IMGUIB

INSTAGRAM:222,000

THIAGO

@REXZIN_FPS

INSTAGRAM:1,343
TIKTOK:18,100

HALYTON

@IHALYTONN

INSTAGRAM:7,400
TIKTOK:27,700

INFLUENCERS

ANA BEATRIZ

@PRETAWITCH

INSTAGRAM:990
TWITTER:2,334
TWITCH:4,000

JULIANA

@JULIANASCTT

INSTAGRAM:9,570
TWITTER:10,500
TWITCH:12,000
TIKTOK:17,300

HENRI

@HENRI_REI

INSTAGRAM:900
TIKTOK:2,000

GUSTAVO

@GUSTAVOINTTENSO

INSTAGRAM:35,900
YOUTUBE:100,000/22,000

JADE

@JADESEMPICON

INSTAGRAM:12,300
INSTAGRAM 2:2,214
TWITTER:4,500
TWITCH:4,000
TIKTOK:2,000

COMUNICAÇÃO

E-sports:
Conteúdo relacionado a competições e evolução das jogadoras.
Dia de jogo, vitória/derrota, melhor desempenho e destaque da partida.

Lifestyle: Conteúdo relacionado as pessoas do projeto onde mostram sua rotina
Dia a dia, bastidores, anúncios, dancinhas, dublagens, perguntas e respostas, Trends, etc.

Gameplay: Conteúdo relacionado a a jogos variados
Vídeos de gameplay e explicativos em todas nossas redes sociais, Posts com dicas para novos jogadores e já jogadores que queiram aprender mais sobre.

Instagram: 3x na semana no Feed, alternando entre as linhas editoriais e todos os dias nos Stories, com caixinhas de perguntas e enquetes pelo menos 2x na semana.

Twitter: no mínimo 3 tweets por dia com interações diárias com seguidores e com a comunidade.

Redes sociais a parte: 2 vídeos de gameplay por semana, Lifestyle, melhores momentos em Live, Trends e

Nosso trafego orgânico está passando por todos os estados do Brasil e também fora dele.
Publico Alvo: Homens e mulheres de 9 a 60 anos, solteiros, casados e noivos.

Persona: 9 - 60 anos, tem como hobby o e-sports, trabalha com e-sports, gosta de assistir transmissões de Valorant e outros jogos, ir em Campeonatos presenciais, Lan-Houses no final de semana fazer um corujão com seus amigos.

Conteúdo: Dancinhas do TIKTOK, Trends, Highlights, Transmissões ao vivo, Analises de jogos profissionais
Onde buscam informações: G-globo, Valorant Zone, mais e-sports, Twitch, Facebook, Twitter.

PARCERIAS

O QUE OFERECEMOS:

- Conexão da marca com a interação do público através das lives dos nossos criadores e também das redes sociais do projeto.
- Campanhas junto de nossa equipe com a marca
- Exposição da marca em nossos produtos
- Potencial de crescimento mutuo.
- Potencial de crescimento dentro e fora do Brasil

O que queremos?

- Patrocínio experimental
- Investimento para melhoria de periféricos da equipe e confecção das camisetas dos players
- Investimento financeiro para ajuda de custo para o crescimento do projeto. (Valores a combinar)

GERENCIAMENTO

MISSÃO

Promover novos talentos e oportunidades através da voz de cada pessoa que compõe o projeto, para que possamos como time HIRAETH e Projeto HIRAETH sermos reconhecidos pelos nossos valores éticos e morais.

VISÃO

Tornarmo-nos um time/projeto com um grande potencial nacional e internacional com um grandioso reconhecimento para assim podermos colaborar com pessoas/animais em situação de rua.E conquistarmos uma Organização para representar até o meio de 2023

VALORES

RESPEITO: Por todos os nichos de pessoas que compõem, dentro e fora das telas.
Ética e transparência: Em todos nossos compromissos e com todos os envolvidos

OBRIGADO PELA ATENÇÃO

EQUIPE HIRAETH

CONTATO:jadeluchtemberggg@hotmail.com
WHATSAPP:+55 (47) 99741-4720