

Danone Nutricia e FreshPR em #TodasAsMãesDoMundo

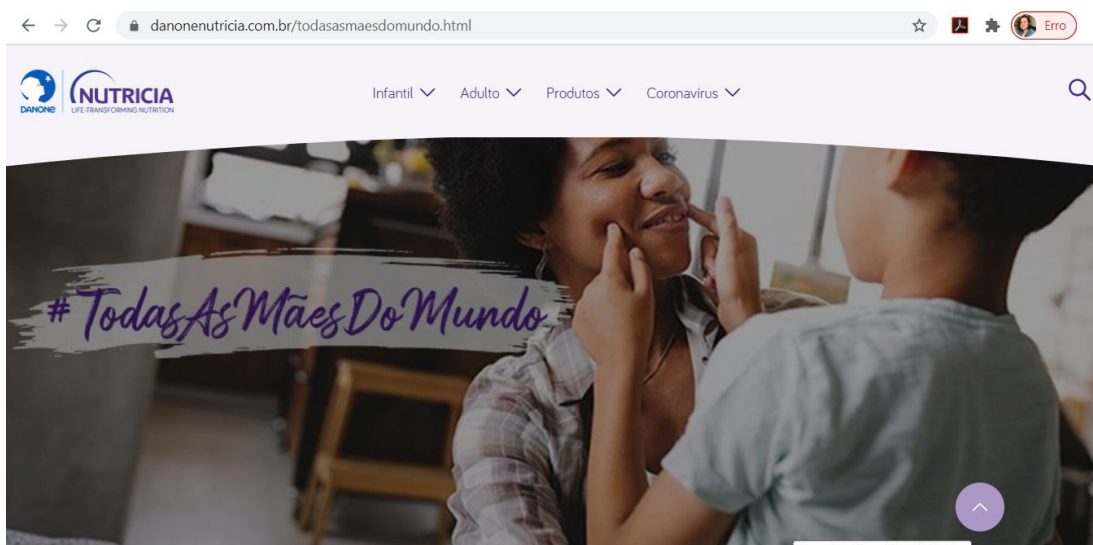
Dia das mães 2020. Um momento incomum para uma data com a qual todos estamos acostumados. Danone Nutricia e os perfis @milnutri e @danonenutricia precisavam de uma campanha de Social Media que fosse mais do que uma homenagem, que fosse acolhedora e informativa. Dúvidas, medos e anseios era o que as mães estavam sentindo naquele momento de quarentena em todo o Brasil, lockdown em algumas cidades e no resto do mundo. Por isso, a Danone Nutricia pediu uma campanha que pudesse, além de emocionar, informar e ajudar.

O conceito

Mãe é aquela que está grávida, é aquela que adotou, aquela que acabou de ter um bebê. É aquela que tem crianças em casa. É também a avó. A FreshPR criou a #TodasAsMãesDoMundo, lembrando que não se trata só de vários tipos de mães nesses diferentes momentos. Tratava-se das mães do mundo inteiro vivendo a mesma realidade.

Conteúdo

A campanha foi feita de vídeos-homenagem e uma Landing Page, que contém informações de especialistas ligados à Danone Nutricia, criadas para sanar dúvidas e acolher os anseios das mães durante a pandemia: <https://www.danonenutricia.com.br/todasasmaesdomundo.html>



Diferentes fases da maternidade

O lettering criado com carinho e delicadeza para não tirar o destaque das lindas imagens que selecionamos com cuidado de respeitar a diversidade, dizia, ao final de cada vídeo, a principal mensagem:

VOCÊ NÃO ESTÁ SOZINHA, NÓS ESTAMOS COM VOCÊ. NÓS E #TODASASMÃESDOMUNDO

Conforme você pode ver em cada um dos vídeos linkados abaixo, Cada vídeo foi feito para mães em fases diferentes da maternidade. A Danone Nutricia tem uma relação especial com as médicas, e portanto, era necessário também se comunicar com esse grupo, que além de serem

mães, estavam enfrentando a batalha contra a Covid-19 e deixando seus próprios filhos a distância.

Grávidas: [A Expectativa em um Mundo Diferente](#)

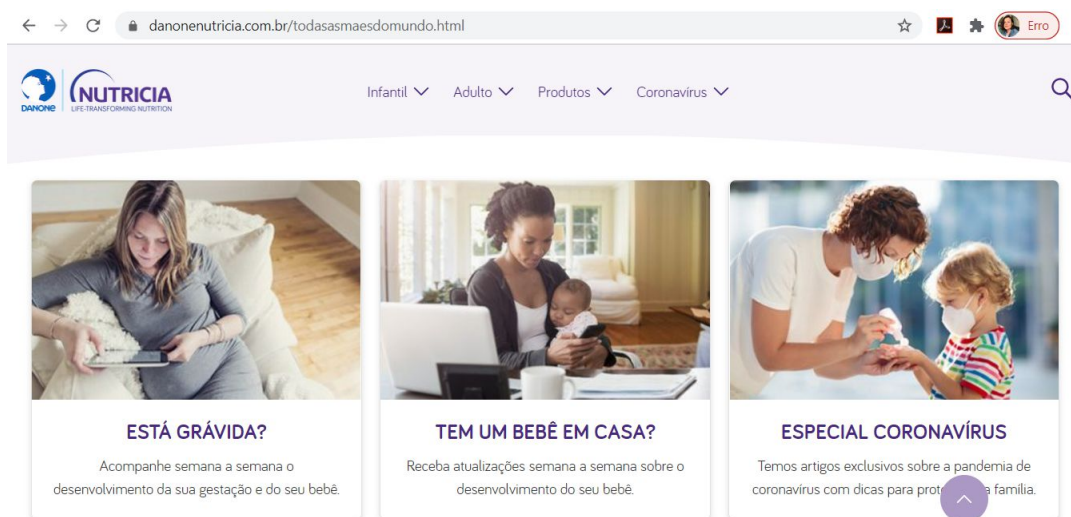
Puérperas: [Uma Nova Mãe, um Novo Mundo](#)

Mães com crianças em casa: [Amor Sem Descanso](#)

Avós: [Saudades Duas Vezes](#)

Médicas: [Amor Sem Limites](#)

Todos os vídeos tinham como objetivo, além de homenagear e criar identificação com as mães, oferecer o conteúdo da Landing Page, que de fato informa e dá suporte científico com atualizações semanais. O impacto de visualizações entre orgânico e impulsionado foi de **170.400** pessoas



Mães reais

Por estarmos no auge do distanciamento social, não seria possível gravar pessoalmente, então a solução foi investir em banco de imagens, o que não foi menos trabalhoso, para escolhermos momentos que realmente trouxessem a sensação genuína do que estávamos vivendo. Mas, para não perder a realidade, trouxemos mães reais para narrar cada vídeo. Mães efetivamente vivendo aquele momento.

