



Prêmio Jatobá 2020

Distância salva, tecnologia aproxima: #DigaHello



Apesar do isolamento durante a pandemia, estamos mais conectados do que nunca! A Motorola, inventora do celular, sempre foi facilitadora de conexões humanas por meio da tecnologia. A campanha #DigaHello traduziu como ajudar neste momento convidando todos para continuar conectados, mesmo afastados. Porque a tecnologia nos devolve a incrível chance de estarmos próximos, apesar de toda a distância.

#DigaHello



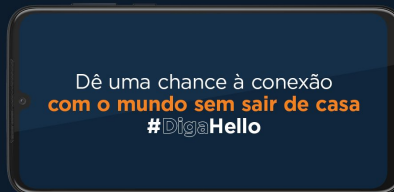
Comunicar nas redes sociais da Motorola de forma empática - para não destoar do *mood* geral - como a tecnologia do celular é importante nesse momento, além de prestar serviço para sociedade sendo informativa e trazendo dicas e mensagens de proteção e atenção.



Juntos vamos
derrotar o vírus.

Mesmo distantes, a conexão
nos aproxima.

#DistânciaSalva



 motorola



#DigaHello

para alguém que
você não fala há
muito tempo



- Posicionar a Motorola - uma empresa de tecnologia - como empática e fundamental na manutenção de conexões e aproximar as pessoas durante o período de quarentena;
- Criar a estratégia de amplificação da campanha #DigaHello contando com o apoio e adesão de nanos e micros influenciadores, clientes e imprensa especializada;
- Engajar as redes sociais, gerar conteúdo de qualidade e consequentemente *awareness* de marca





Para amplificar a campanha #DigaHello e posicionar a marca, a RPMA desenvolveu ações integradas de comunicação envolvendo PR, engajamento com influenciadores, ativações nas redes sociais e hub de conteúdo da marca, estendendo assim o convite a todos as pessoas para não se esquecessem das conexões, mesmo distantes. E esse movimento coordenado gerou resultados expressivos na divulgação da campanha, awareness de marca, engajamento nas redes, retorno positivo dos clientes e foco no target dos produtos da marca.





AÇÕES FASE 1

RPMA

As redes sociais da Motorola foram o principal canal para ativação da campanha #DigaHello, que também contou com ações conectadas aos *creators*, amplificadores da marca e ao *hub* de conteúdo Hello Moto, além de ações de CRM. A estratégia de comunicação contou com conteúdos inteligentes e adesão ao movimento #DistânciaSalva - uma das recomendações da RPMA - foram ativados nos canais da marca, que trouxeram *brand messages* atreladas ao momento do País e do mundo.

A ativação com os influenciadores dos territórios: *geek / gamer*, música, *lifestyle* e entretenimento teve como objetivo amplificar, de forma espontânea, as principais features dos produtos, que poderiam ser usadas nesse momento para gerar conexão e dizer hello para as coisas e pessoas que realmente importam.

Trabalhando a comunicação de forma integrada, a RPMA traçou um plano com roteiro de ação e cronograma e contribuiu com insights para esses amplificadores produzirem seus conteúdos, garantindo as mensagens da marca nesta primeira fase de adaptação desse novo momento.



AÇÕES FASE 2

RPMA

Em uma segunda fase, a Motorola resolveu, após o período de adaptação à quarentena, explorar a criatividade como forma de conexão e convidar o público para descobrir ainda mais sobre si, sua casa e, um olhar para novos hábitos que surgem, novas realidades, novas formas de trabalho e desconstrução da rotina tradicional.

A RPMA convidou mais 10 amplificadores para produzir espontaneamente vídeos com dicas DIY de saúde, lifestyle e bem-estar para serem publicados toda sexta-feira durante o mês de maio nos stories da página oficial da Motorola e inclusão no IGTV da marca. Os vídeos trouxeram dicas importantes de como passar o tempo de quarentena e foram alinhados com toda a estratégia de produção de conteúdos da marca para potencializar a exposição da Motorola nas redes sociais que falou menos em produtos e mais sobre pessoas.

Para dar mais quilometragem para as mensagens, o amplificador Allan Hipólito do Catraca Livre foi convidado para liderar uma Live no perfil da Motorola com a participação do Thiago Masuchette, head de produtos da empresa, para falarem sobre dicas de foto e filmagem para produção de conteúdo no momento de quarentena.

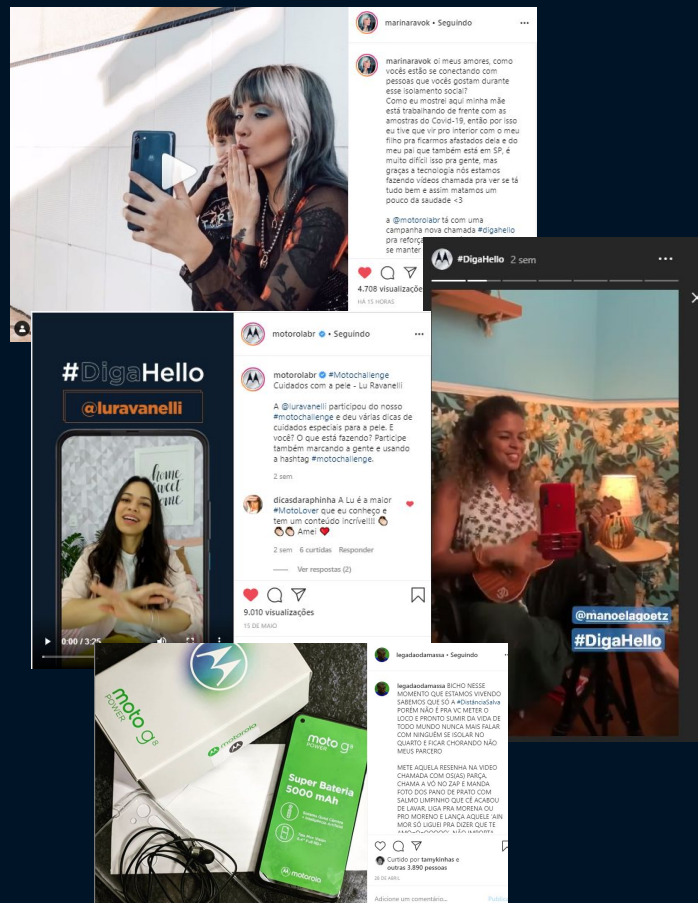


RESULTADOS MAR - JUN / 20

RPMA

- **+14M** de possíveis impactos de audiência nas redes sociais
- **+1,76M** de interações no Instagram e Twitter
- **+607K** de alcance nos perfis da Motorola postando conteúdo dos Amplificadores:
- **+415K** visualizações nos conteúdos sobre a campanha no hub Hello Moto
- **+85k** de impressões em live feita no Instagram da Motorola

Aumento no número de alcance e impressões dos posts no Instagram Stories da marca e participações nas redes proprietárias, gerando conversa, perguntas e seguidores agradecendo a Motorola pela iniciativa, com feedbacks positivos e percepção de proximidade da empresa com os consumidores





FICHA TÉCNICA

RPMA

Nome do projeto: Distância salva, tecnologia aproxima: #DigaHello

Categoria: Comunicação em Redes Sociais

Tipo de organização: Grande agência

Equipe:

Gonzalo Navarrete - Gerente de Comunicação Motorola Brasil

Juliana Mott - Head de Marketing Motorola Brasil

Soraia Ascari - Diretora de Atendimento RPMA

Marcos Brolia - Gerente de Atendimento RPMA

Nerusa Palheta - Consultora de Atendimento RPMA

Tamyres Scholler - Consultora de Atendimento RPMA

Giovanni Pastore - Estagiário RPMA

Cronograma:

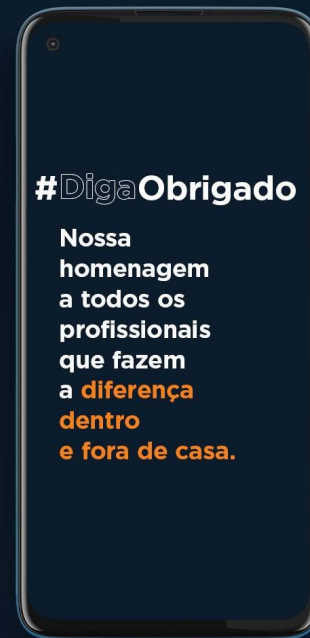
Estratégia e desenvolvimento: Março de 2020

Fase 1: Abril de 2020

Fase 2: Maio/ Junho de 202

Investimento:

Não divulgado





THANK YOU