

CONEXÃO

John Deere



Debates aprofundados e comunicação humanizada: Estimulando a confiança no agronegócio e na infraestrutura com a Série de lives Conexão John Deere

Equipe CDI: Rodrigo Bifani, William Gimenes, Mayara Baptista, Dado Carvalho, Monica Giacomini, Graziela Voltarelli, Andressa Monteiro, Beto Tercette, Bruno Almeida, Rodrigo Santos e Bruno Pitton.

Equipe John Deere: Alfredo Miguel Neto, Guilherme Sierra, Elisa Azevedo, Silvana Arend, Fabrício Costa, Beatriz Ongaro e Ana Silva

Desafio

Conexão John Deere

O início da pandemia da Covid-19 no Brasil reforçou a importância das empresas se posicionarem sobre os temas relevantes e estratégicos, não somente para o negócio, mas também para o País e o mundo. Além disso, o isolamento social fez muitas empresas repensarem as formas de relacionamento, seja com jornalistas, formadores de opinião, influenciadores digitais, academia, clientes, concessionários, entre muitos outros. A John Deere Brasil, líder mundial em máquinas agrícolas e com soluções para os mercados de Construção e Florestal, decidiu se comunicar de forma eficaz e levar suas mensagens a seus stakeholders diante do momento sensível por meio de uma comunicação humanizada. No intuito de explorar mais a tecnologia, surgiu a série de lives Conexão John Deere, e várias ações de apoio para potencializar a visibilidade de cada um dos encontros virtuais.

O desafio era tornar as lives proprietárias da John Deere atrativas ao público, em meio a vários outros eventos realizados tanto por empresas, imprensa, instituições etc. Nesse sentido, além da escolha dos convidados, a seleção dos temas e o processo de convite e divulgação foram fundamentais.

Estratégia

Conexão John Deere

1 Reforçar o Thought Leadership (influência da marca) e a confiança dos consumidores

2 Se diferenciar das demais lives realizadas por outras empresas, trazendo conteúdos de peso e relevância

Partindo da estrutura e dos avanços da comunicação integrada, no qual a companhia vem trabalhando há anos, com o intuito de gerar influência através de narrativas e ser reconhecida pela sociedade como gerador de confiança, a série de lives foi um esforço integrado do time de comunicação e agência, que atuaram desde a concepção do projeto, passando pela viabilização tecnológica, orientações aos convidados palestrantes, convites aos públicos estratégicos, mediação de perguntas do público, além das divulgações pré e pós-evento. Trabalhamos a divulgação das lives no formato 360º.

Para potencializar ainda mais o alcance desse conteúdo, transformamos alguns trechos das lives em áudios no formato MP3 e enviamos as 'pílulas' para rádios de todo o País. Os áudios também foram divulgados nas mídias sociais do cliente, estimulando novas conversas sobre o tema discutido nas lives entre funcionários da empresa, clientes, concessionários e imprensa.

Tático

Pré-live

- Definição do tema e dos convidados
- Alinhamento das mensagens-chave e documento de perguntas e respostas
- Reuniões para teste da tecnologia e alinhamentos internos e com os convidados
- Mailing estratégico com academia e mídia direcionada ao tema debatido
- Produção das peças para divulgação e convite para stakeholders

Live

- Acompanhamento do encontro virtual
- Análise e moderação das perguntas
- Técnica da live e transmissão no Facebook da companhia
- Seleção de pontos para edição em áudio

Pós-live

- Decupagem do programa
- Divulgação de release pós-evento e texto para comunicação interna
- Edição do episódio e spots para rádios
- Aprovação pela Comunicação Corporativa

Manutenção

- Upload de spots no Youtube
- Divulgação de spots para rádios
- Envio para mailing estratégico de stakeholders
- Manutenção do conteúdo no Yammer e Kaizala (interna)

Lives

Live 1 - "Produzir e preservar é possível"

Cléber Soares, diretor de inovação do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento

Renato Rodrigues, presidente do Conselho Gestor Associação Rede ILPF

Evandro Gussi, diretor-presidente União da Indústria de Cana-de-Açúcar

João Pontes, diretor de Experiência e Suporte ao Cliente da John Deere para a América Latina

Live 2 - "A realidade é tech... mas quem aperta o botão?"

Déa Machado, gerente de Gestão de Pessoas da SLC Agrícola

Ângela Pêgas, sócia da Egon Zehnder

Wellington Silvério, Diretor de Recursos Humanos da John Deere para América Latina

Live 3 - "A força do Campo: A conjuntura da cadeia do agronegócio brasileiro"

Guilherme Bastos, presidente da Conab

Norma Gatto, produtora rural

Cristiano Correia, diretor de Marketing da John Deere

Live 4 - "Da nuvem para o bolso: o valor da tecnologia no campo"

Silvia Massruhá, Chefe- Geral Embrapa Informática

Rogério Ferrarin, Diretor Executivo GGF

Manoela Bertagnolli, Diretora da Sementes Butiá

Rodrigo Bonato, Diretor de Marketing de Produto e ISG

(Grupo de Soluções Inteligentes) da John Deere para América Latina

Live 5 - "De Geração a Geração: a importância do processo sucessório para o futuro das empresa"

Virginia Lyra, vice-presidente da Delta Sucoenergia

Walter Horita, proprietário do Grupo Horita

Thiago Salgado, fundador do FAMILIA S.A.

Marcelo Lopes, diretor de Vendas da John Deere no Brasil

Estratégia de Divulgação

5 conteúdos internos para divulgação do encontro virtual

5 Posts impulsionados nos canais proprietários da John Deere, com baixo investimento.

+ 60 veículos de imprensa impactados ativamente

+ 60 cooperativas, associações e universidades impactadas pela divulgação

+1,9 MI de pessoas foram impactadas pelas divulgações dos episódios.



CONEXÃO
John Deere

DA NUVEM PARA O BOLSO: O VALOR DA TECNOLOGIA NO CAMPO
02 de setembro, às 17h
No facebook.com/JohnDeere

PARTICIPANTES

- **Manoela Bertagnolli**
Diretora Sementes Butiá
- **Rodrigo Bonato**
Diretor de Marketing de Produto e Agricultura de Precisão
John Deere
- **Silvia Massruhá**
Chefe-Geral Embrapa Informática Agropecuária
- **Rogério Ferrarin**
Diretor Executivo
GGF



CONEXÃO
John Deere

DE GERAÇÃO A GERAÇÃO: A IMPORTÂNCIA DO PROCESSO SUCESSÓRIO PARA O FUTURO DAS EMPRESAS
16 de setembro, às 17h
No facebook.com/JohnDeere

PARTICIPANTES

- **Thiago Salgado**
Co-fundador da Família S.A.
- **Marcelo Lopes**
Diretor de Vendas da John Deere
- **Virgínia Lyra**
Vice-presidente da Delta Sucroenergia
- **Walter Horita**
Diretor do Grupo Horita

Jornada de Performance



Metrics	Live 1		Live 2		Live 3		Live 4		Live 5
Pessoas alcançadas	27.552	(+27%)	35.180	(+10%)	38.874	(+71%)	66.582	(-48%)	34.451
Engajamento	1100	(+40%)	1550	(+48%)	2.304	(+162%)	6.048	(-43%)	3.412
Comentários	121	(+37%)	166	(-25%)	124	(+227%)	406	(-62%)	154
Compartilhamento	34	(-26%)	25	(+3%)	26	(+238%)	88	(-76%)	21
Views	4,9 mil	(+36%)	6,7 mil	(+13%)	7,6 mil	(+92%)	14,6 mil	(-58%)	6,1 mil
Pico de acesso	164	(+6%)	175	(-39%)	106	(+302%)	427	(-60%)	169

RESULTADOS

47 resultados na mídia Tier 1 regional.

22 spots produzidos e editados com conteúdos provenientes das lives e negociados com rádios regionais e envio aos dealers.

10 materiais preparatórios desenvolvidos aos speakers.

5 releases divulgados para a mídia.



Com o tema 'Produzir e preservar é possível' a John Deere estreou a série de lives "Conexão John Deere". O encontro digital reuniu Cléber Soares, diretor de inovação do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA); Renato Rodrigues, presidente do Conselho Gestor Associação Rede ILPF; Evandro Gussi, diretor-presidente União da Indústria de Cana-de-Açúcar (UNICA); e João Pontes, diretor de Experiência e Suporte ao Cliente da John Deere para a América Latina.



RESULTADOS

11 conteúdos produzidos para convidar os colaboradores para os encontros virtuais e os materiais provenientes da discussão.

5 e-mails marketing distribuídos para concessionários e jornalistas com pílulas e spots para amplificação do conteúdo produzido nas lives. Os spots também foram disponibilizados numa playlist exclusiva no Youtube da companhia.



Conexão John Deere
18 vídeos • 241 visualizações • Última atualização em 23 de set. de 2020

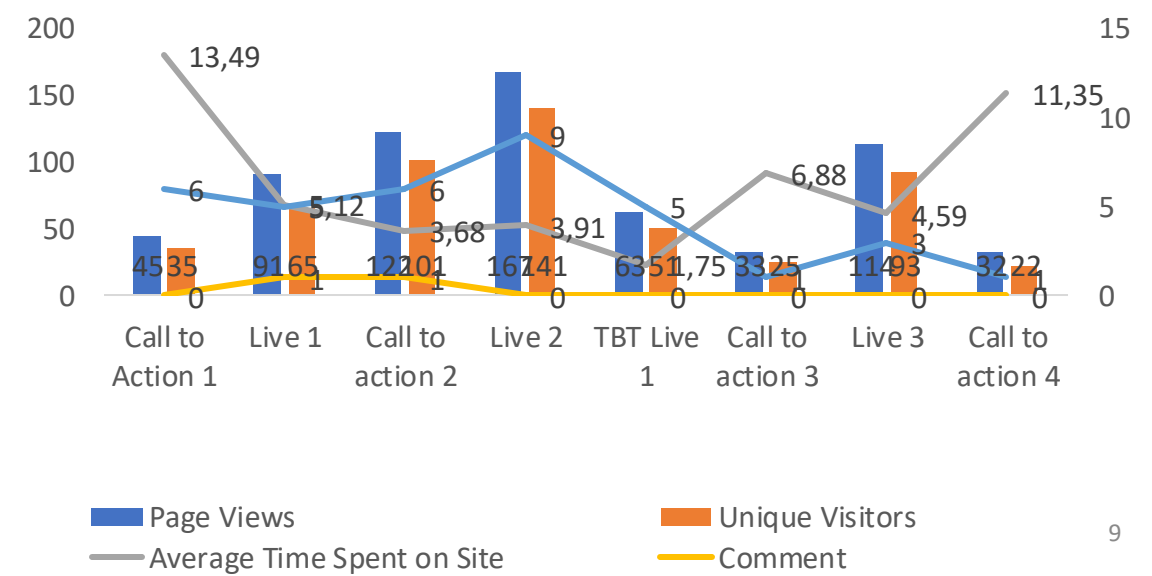
John Deere Brasil **INSCREVER-SE**

- 1 **Produzir e Preservar: A sustentabilidade com o negócio**
John Deere Brasil 1:49
- 2 **Produzir e Preservar: Integração lavoura, pec...**
John Deere Brasil 0:48
- 3 **Produzir e Preservar: Compromissos ambient...**
John Deere Brasil 0:44
- 4 **Produzir e Preservar: Os resultados da Rede ILPF**
John Deere Brasil 1:07
- 5 **Produzir e Preservar: Integração e transfo...**
John Deere Brasil 1:48



Assista aqui Neste trecho, Sérgio fala do novo perfil dos trabalhadores no campo, que é mais digital, seja na operação ou na análise dos dados. Além disso, resalta as melhorias que a tecnologia pode proporcionar ao produtor.

Assista aqui Neste trecho, Sérgio fala do novo perfil dos trabalhadores no campo, que é mais digital, seja na operação ou na análise dos dados. Além disso, resalta as melhorias que a tecnologia pode proporcionar ao produtor.



id cdi

conteúdo
digital
influência