



join+US

juntos com você :)

Prêmio Jatobá
Case | A Virada de Chave
ABIMO | Join+Us



Case: A Virada de Chave

Como a ABIMO se tornou referência nos temas ligados à indústria de saúde durante a pandemia do novo coronavírus

Sobre a Join+Us

A Join+Us é uma agência de comunicação integrada que acredita que quando as pessoas se juntam para construir um trabalho efetivo de comunicação e marketing, pautado por conhecimento técnico, paixão e vontade de fazer acontecer, o resultado só pode ser sucesso e objetivos alcançados.

A agência tem como premissa oferecer um trabalho integrado para que os clientes possam contar com o olhar de especialista, porém com uma visão uniforme e integrada que gere resultados efetivos.

Em um mundo que exige cada vez mais imediatismo, inteligência, flexibilidade e sensibilidade, a Join+Us quer ajudar as marcas a se comunicarem de uma maneira clara, eficaz e diferente.

Equipe dedicada à ABIMO

- Raquel D'Alpino – Diretora de Operações
- Karina Kroiss – Gerente de Conteúdo
- Mirella Gutierrez – Gerente de PR
- Letícia Gomes – Atendimento Pleno

Direção geral

- Marina Miranda – Sócia e *head* de PR
- Núbia Tavares – Sócia e *head* de Novos Negócios

Sobre a ABIMO

A Associação Brasileira da Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos, Odontológicos, Hospitalares e de Laboratórios (ABIMO) é a entidade representante da indústria brasileira de produtos para a saúde que promove o crescimento sustentável do setor no mercado nacional e internacional. É a mais antiga entidade representativa do segmento – foi fundada em 1962 – e possui associados em todo o país. O setor é responsável pela geração de quase 60 mil empregos diretos.

A ABIMO tem como missão representar e promover o crescimento sustentável da indústria brasileira de produtos para a saúde no mercado nacional e internacional. A partir disso, ser a entidade representante da indústria brasileira de produtos para a saúde, tornando-a referência mundial em: tecnologia acessível, qualidade e conformidade aos padrões do mercado e competitividade.

O desafio da comunicação

Apesar da sua importância para a indústria do setor médico, hospitalar, odontológico e diagnóstico, a ABIMO não era vista com representatividade junto à imprensa e, portanto, pouco procurada pelos veículos de comunicação e, conseqüentemente, os associados cobravam isso da entidade. A Join+Us assumiu a estratégia de PR da ABIMO com a missão de fortalecer a imagem da associação e torná-la referência em comunicação para o setor, representando seus associados de forma proativa e eficiente.

O que deveria ser um processo em três níveis: curto, médio e longo prazos, acabou se tornando um case de comunicação, pela forma ágil e competente como foi feito.

Um mês após assumir a comunicação, a Organização Mundial da Saúde (OMS) decreta a pandemia da Covid-19. A partir deste momento, e concomitantemente com os seguidos anúncios de quarentena Brasil afora, a ABIMO se vê diante de um dos maiores desafios ao longo de quase 60 anos de instituição. Se por um lado, a missão exigiu esforços para além do imaginável, por outro, começava aqui a esperada virada de chave.

Estratégia pré-pandemia

Linha de Trabalho:

- Desenvolver uma estratégia de relacionamento com a imprensa para a ABIMO com um olhar multidisciplinar para cada ação/evento/tema, abordando diferentes editorias, de maneira planejada e com KPI's de mensuração bem definidos, assim como fortalecer a marca/reputação da ABIMO por meio da geração de conteúdo de qualidade para a imprensa, posicionando a entidade como referência no segmento industrial médico-hospitalar.

Estratégia:

- Produzir planejamentos anual e táticos trimestrais para maior controle e eficiência das entregas
- Tendo uma agenda de relacionamento proativa com jornalistas de diferentes veículos e editorias para aumentar a visibilidade da ABIMO como fonte e referência no setor.
- Criando mini planos para cada um dos assuntos-chave, especificando o tipo de ação a ser executada e os objetivos e resultados esperados.
- Gerando *buzz* por meio de ações noticiáveis
- Desenvolvendo publicações, indicadores e índices que tragam dados sobre o setor para a imprensa no geral. Buscando e implementando parcerias que possam trazer ainda mais visibilidade para a ABIMO e fortalecendo as demandas-chave da entidade.
- Integrando a comunicação, ressaltando os temas de interesses nas diferentes plataformas de comunicação, com foco em uma estratégia 360

Resultados almejados:

- Aumentar a visibilidade da ABIMO na imprensa (quali e quanti)
- Construir e consolidar reputação positiva da ABIMO
- Contribuir com as metas da entidade, fazendo com que os filiados valorizem a área e enxerguem o trabalho da ABIMO como fundamental e imprescindível para o setor.

Estratégia para a pandemia & resultados

PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS

Em março de 2020, a OMS decreta pandemia do novo coronavírus. A partir dessa data, tivemos uma oportunidade única para reposicionar a entidade e mostrar a sua força e representatividade. Imediatamente, foram traçados novos objetivos e, dessa vez, em um período muito menor que aquele projetado inicialmente.

AS ESTRATÉGIAS A PARTIR DA PANDEMIA DA COVID-19

A partir de uma larga imersão com o cliente, a Join+Us identificou todos os pontos convergentes à expertise da ABIMO e, então, foi produzido um material de apoio robusto para atender as demandas naturais do período de crise, sem deixar de colocar o posicionamento da ABIMO de maneira proativa pautando a imprensa.

RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Os porta-vozes da entidade, entre fevereiro e setembro, participaram de mais de 50 encontros de relacionamento e entrevistas com os principais veículos de imprensa do Brasil: Globo, Globonews, CNN, Band, Record, Veja, Exame, Folha de S. Paulo, O Estado de São Paulo, Correio Braziliense, O Globo, Valor Econômico, rádios CBN, Jovem Pan e Bandnews.

NÚMEROS E RESULTADOS: mais de 1,3 mil matérias com a ABIMO | Mais de R\$ 30 milhões em retorno de mídia (até 30 de setembro).

Estratégia para a pandemia & resultados

A ESTRATÉGIA DENTRO DA ESTRATÉGIA

Em agosto, o tema de destaque na imprensa nacional foi a produção e a compra de vacinas do novo coronavírus no país. Em decorrência do assunto, a Join+Us conversou com os porta-vozes da entidade para identificar oportunidades de mídia.

O resultado foi uma sugestão de pauta abordando a necessidade de programação e planejamento para compra de seringas. O objetivo era trabalhar um veículo de abrangência nacional, que repercutisse em todo o país e optamos pela coluna da jornalista Mônica Bergamo, no jornal Folha de S. Paulo.

NÚMEROS E RESULTADOS

Como resultado da estratégia adotada, além da publicação da nota (abre de coluna), a ABIMO, mais uma vez, foi destaque no noticiário de todo o país como porta-voz da indústria. O assunto “seringas” repercutiu em veículos como TVs Globo (Jornal Hoje) e Bandeirantes, rádio Jovem Pan, revista Exame, jornal O Globo, entre outros.

- **231 matérias divulgadas em diversos veículos.**
- **Mais de R\$ 2,5 milhões em retorno de mídia.**

DESDOBRAMENTOS

No dia seguinte à publicação da notícia na coluna de Mônica Bergamo, o Governo Federal marcou consulta pública para a compra das seringas destinadas à campanha de vacinação contra a Covid-19. A atitude é consequência do protagonismo da ABIMO frente aos desafios e necessidades da indústria nacional de artigos médicos, hospitalares, odontológicos e de laboratórios e, conseqüentemente, o impacto que isso traz à população brasileira, bem como à economia nacional.

Vale destacar também que o assunto teve uma repercussão enorme não apenas na imprensa, mas gerando debates e memes nas redes sociais, especialmente no Twitter.

Depoimentos

“A Join+Us trabalha aliada à ABIMO para mostrar à imprensa, sociedade e associados a força da associação na defesa da indústria nacional de saúde. A agência e seus profissionais pensam nos detalhes de cada estratégia com a finalidade de alcançar os objetivos propostos, além de se mostrarem bastante atuantes e disponíveis em um momento conturbado como esse da pandemia do novo coronavírus.”

Rejane Dias, gerente de marketing da ABIMO

“O ano de 2020 ainda não terminou, mas já está marcado na história da ABIMO. 2020 será sempre lembrado, pela humanidade, como o ano da Covid. Para nós, da ABIMO, o ano também representa o começo de uma parceria que já deu certo. A Join+Us tem um time profissional, experiente e dinâmico que nos ajuda sempre a definir a melhor estratégia de comunicação. Um time que traz propostas, busca alternativas, enfim, traz soluções aos seus clientes.”

Franco Pallamolla, presidente da ABIMO

Pós-pandemia

PANORAMA DO SETOR

Graças ao sucesso da estratégia de comunicação adotada pela ABIMO e construída pela Join+Us durante a pandemia do novo coronavírus, em breve, essa história será contada em uma landing page com 30 empresas participantes. Nesse espaço, serão abordadas as ações das indústrias na reconversão (algumas delas transformaram a sua linha produtiva para atender a demanda de insumos durante a pandemia) e no estímulo à tecnologia e inovação.

Chamado de Panorama do Setor, a landing page deve ser lançada em novembro e todo seu conteúdo está sendo produzido pela Join+Us e seus profissionais.