

PRÊMIO JATOBÁ 2020

onono

Centro de Experiências Científicas e Digitais da BASF

Categoria: Evento de Comunicação

 **MÁQUINA**
cohn&wolfe

SETEMBRO/2020

SUMÁRIO

Inovação no DNA da BASF

Estratégia de comunicação do onono

Ações de relacionamento e destaque do ano

Investimento, evidências e impactos do onono

Sobre a BASF

O onono em detalhes

Anexos

Vídeo Inscrição



Inovação no DNA da BASF

A inovação é um dos pilares estratégicos definidos pela empresa química BASF. Há 155 anos no mundo e há mais de 100 no Brasil, as inovações da companhia têm dado importantes contribuições para melhorar o mundo em que vivemos.

Líder em inovação no setor químico, cerca de um em cada 10 colaboradores globalmente atua exclusivamente em inovação. Ao todo, são mais de 11 mil colaboradores no mundo dedicados à Pesquisa e Desenvolvimento.

É nesse contexto que nasceu em São Paulo (SP), o onono, Centro de Experiências Científicas e Digitais, como parte de uma série de iniciativas que reforçam a estratégia. Localizado na sede da empresa, no bairro do Morumbi, o espaço foi criado para conectar todo o ecossistema da transformação digital, promover a geração de negócios e inspirar ações de impacto socioambiental.

Projetado para responder de maneira ágil às demandas do mercado, o espaço, de 500m², foi inaugurado em março de 2019 com objetivo de conectar e aproximar clientes, fornecedores, startups, colaboradores e universidades. Para isso, conta com áreas de convivência, criação, coworking, interatividade e conexão e abriga também os laboratórios sensoriais e de aplicação de Care Chemicals (incluindo um salão de testes de produtos para cabelos), uma equipe da plataforma digital Shop@BASF e o time de transformação digital.

Para conectar o espaço físico com o digital, o onono conta, ainda, com uma plataforma de streaming e uma equipe de gravação e edição de conteúdo, que tornam possível transmitir ao vivo a intensa programação de eventos, palestras, workshops e discussões, bem como registrar os conteúdos para que os públicos interno e externo assistam posteriormente pelo site do espaço – plus.onono.com.br.

Por isso, alinhado à estratégia da BASF, o onono se posiciona como um catalisador de inovação, agregando interesses de diferentes públicos, e é uma das iniciativas da companhia para criar química para um futuro sustentável.



onono

Mais do que um centro de inovação...



Estratégia de comunicação do onono

A estratégia de comunicação e marca do onono foi desenvolvida desde sua concepção. Começando com a aplicação de todo o conceito da marca BASF, regras e princípios no projeto de arquitetura para conectar o espaço e a experiência dos visitantes aos valores da BASF.

O nome do espaço foi desenvolvido em sessões de design thinking realizadas pela equipe envolvida no projeto. Assim, nasceu o nome que, além de estar relacionado ao nono andar, onde o espaço está localizado, está conectado principalmente com as palavras em inglês que representam os objetivos do novo local: innovatiON, transformatiON, cocriatiON e collaboratiON.

Antes da abertura do espaço para o público externo, os colaboradores da BASF foram envolvidos para atuarem como embaixadoras da inovação e da tecnologia na empresa. Por isso, foi criado um teaser com o nome do espaço e abertas inscrições para os colaboradores interessados em participar da inauguração.

O lançamento, realizado em 28 de março de 2019, reuniu os públicos de interesse previamente mapeados pela empresa: clientes, autoridades, jornalistas, membros de organizações não-governamentais, além de representantes da BASF.

A Máquina Cohn & Wolfe, maior agência de clientes privados do Brasil e agência de Relações Públicas da indústria química BASF, fez o lançamento do onono, o Centro de Experiências Científicas e Digitais, em março de 2019. O onono é um ambiente criado pela BASF para conectar o ecossistema de transformação digital e aproximar a companhia dos mais diferentes públicos.

No evento de inauguração do onono recebemos 24 jornalistas de veículos de grande circulação, como Exame, Época Negócios, DCI, Hypheness e Globo Rural e de publicações especializadas de diversas áreas. Trabalhamos com ilhas segmentadas por temas para aproximar os jornalistas dos vários porta-vozes de interesse e conferindo dinamismo à coletiva de imprensa. Até julho de 2020 foram publicadas mais de 230 notícias citando o espaço.

Também fomos responsáveis pela cobertura em real time da inauguração, feita pelo Instagram Stories. Desde a inauguração do espaço até julho de 2020 foram feitas 35 postagens entre Facebook, LinkedIn e Instagram, além de 88 Instagram Stories. O alcance, somado, ultrapassou 240 mil usuários e mais de 100 mil visualizações de Instagram Stories.

Os convidados fizeram um tour no espaço guiados pelo presidente da BASF para América do Sul, Manfredo Rübens, e pelo membro da Junta Diretiva da BASF e responsável pela América do Sul, Markus Kamieth.



Pegada de carbono - A estratégia de comunicação e marca do onono foi desenvolvida desde sua concepção. Começando com a aplicação de todo o conceito da marca BASF, regras e princípios no projeto de arquitetura para conectar o espaço e a experiência dos visitantes aos valores da BASF.

O nome do espaço foi desenvolvido em sessões de design thinking realizadas pela equipe envolvida no projeto. Assim, nasceu o nome que, além de estar relacionado ao nono andar, onde o espaço está localizado, está conectado principalmente com as palavras em inglês que representam os objetivos do novo local: innovatiON, transformatiON, cocriatiON e collaboratiON.

Ações de relacionamento e destaque do ano

O onono é um espaço aberto, onde são pensadas, desenvolvidas e realizadas atividades diversas organizadas pela BASF e seus parceiros. É um espaço dinâmico e propício para as mais variadas ações e, além da infraestrutura oferecida, o time da BASF se disponibiliza para colaborar com a elaboração de experiências exclusivas para cada tipo de evento, público, campanha ou ação.

A agenda pública de eventos pode ser consultada no [portal onono](#). Pelo website, os interessados podem inscrever-se para conhecer o espaço, além de solicitar reservas para a utilização das salas de palestras e eventos, gratuitamente (mediante análise).

O portal conta com chat robotizado, para auxiliar usuários com as dúvidas mais frequentes sobre o espaço e sua utilização.

Assim, em pouco mais de um ano de operação, o onono se concretizou como um espaço para eventos nos quais são apresentadas e desenvolvidas novas ideias. A comunicação para os colaboradores é realizada por meio de newsletters internas e pela TV corporativa. Já para o público externo os canais são as mídias sociais e o website, que também é uma plataforma de conteúdo e transmissões ao vivo com o objetivo de compartilhar conhecimento.

Por isso, em 2020, mesmo diante do cenário de pandemia, o onono mantém uma intensa agenda de lives para clientes e workshops de cocriação virtual, além de oferecer conteúdo online de qualidade, reunindo homens e mulheres no debate de temas importantes que incluem bem-estar, diversidade e sustentabilidade, além de conteúdos técnicos.

Pelo seu significado, o onono também foi escolhido para ser a capa do Relatório Anual 2019 da BASF para a América do Sul.



Investimento, evidências e impactos do onono

Inovação e cocriação são parte do DNA da BASF e esses fatores motivaram a companhia a desenvolver o projeto no Brasil. Foram investidos R\$ 6 milhões no espaço inovador e colaborativo, com soluções digitais que representam um diferencial-chave para geração de negócios. Trata-se da primeira estrutura de cocriação e desenvolvimento de tecnologias da BASF no Brasil. As ações de comunicação no primeiro ano do espaço são estimadas em R\$ 560 mil.

Desde sua inauguração, o onono vem expandindo as portas de relacionamento da BASF com os mais diferentes tipos de público. Em 2019, foram realizadas mais de 500 experiências com 7 mil interações no local, sendo 70% delas originadas de público externo, e 9 mil interações remotas, via streaming. Foram atendidos 120 clientes, 70 startups e 10 universidades.



R\$ 6 mi
investidos



+500
experiências



+7 mil
interações



sendo 70%
externas



+9 mil
interações
remotas
(streaming)



+de 70
startups



120
clientes

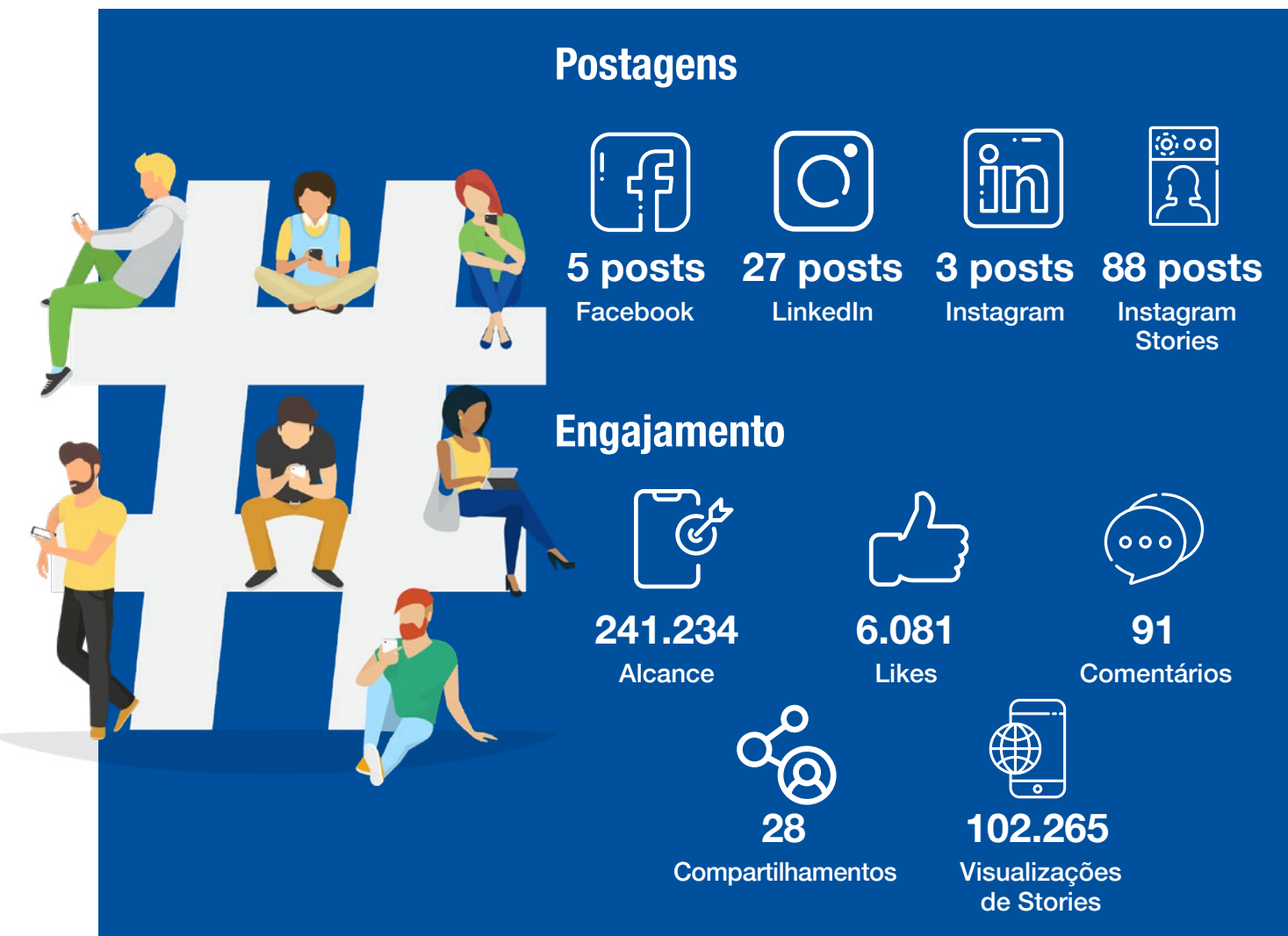


10
universidades

Na imprensa – o evento de inauguração do onono recebeu 24 jornalistas de segmentos diversos da imprensa – de mídias técnicas a veículos de grande circulação como Exame, Época Negócios Online, DCI, Hypheness e Globo Rural, e o lançamento foi notícia em 52 reportagens em veículos da grande imprensa e trade. Desde a inauguração do espaço, em março de 2019, até setembro de 2020, o onono foi citado em 292 matérias.



Nas mídias sociais – O onono marca presença nas páginas da BASF no Facebook, LinkedIn e Instagram. Desde a inauguração do espaço, em março de 2019, até julho de 2020 foram feitas 5 postagens no Facebook, 27 no LinkedIn, 3 no Instagram e 88 Instagram Stories. O alcance, somado, ultrapassou 241 mil usuários, com mais de 6 mil likes, 91 comentários e 284 compartilhamentos, além de mais de 102 mil visualizações de Instagram Stories.



Sobre a BASF

A BASF trabalha visando combinar sucesso econômico com proteção ambiental e responsabilidade social. Inovação e cocriação fazem parte da estratégia da companhia. Os mais de 117 mil colaboradores da companhia no mundo, sendo 4.155 no Brasil, trabalham para contribuir para o sucesso dos clientes em diversos países. O portfólio da BASF é organizado em seis segmentos: Químicos, Materiais, Soluções para Indústria, Tecnologias de Superfície, Nutrição & Cuidados e Soluções para Agricultura. A empresa gerou vendas de 59 bilhões de euros globalmente e 2,8 bilhões de euros no Brasil em 2019. As ações da companhia são comercializadas na bolsa de valores de Frankfurt (BAS) e como American Depositary Receipts (BASFY) nos Estados Unidos.

Por dentro do onono



Túnel de LED – A experiência imersiva começa em um túnel de espelhos equipado com um painel gigante de LED de altíssima resolução e sonorização espacial. O conteúdo é programável e propicia fotos incríveis para postar nas redes sociais.



Aquário de Cocriação – Desenhado para receber atividades colaborativas e criativas, propício para design thinking e o que mais a criatividade mandar, comporta até 20 pessoas e é equipado com mesas, cadeiras e sistemas de áudio e vídeo, sincronizados por automação.



Co-Working 1 – Área de livre utilização, em espaço aberto para permitir conexão com o ambiente. Comporta até 10 pessoas.

Co-Working 2 – Com capacidade para até 16 pessoas a área, de livre utilização, destina-se preferencialmente à equipe operacional do laboratório de Care Chemicals. Equipada com recursos audiovisuais, sua utilização em eventos está sujeita à disponibilidade da equipe.



Café Bar – Área de convivência e conveniência, equipada com filtro de água, máquina automática de café e micro-ondas. Também é um ponto de apoio para montagem de alimentos e bebidas, que podem ser contratados para eventos que necessitem desses serviços.



Arquibancada – Área de convivência e descontração, que também faz vezes de plateia para atividades que acontecem pelo espaço. Possui pontos de energia e entradas USB espalhadas pela sua extensão e comporta até 30 pessoas sentadas. Nas arquibancadas há também algumas plantinhas, mantidas pelo time da Fundação Espaço ECO®.



Colmeia Interativa – Um dos espaços mais versáteis do onono, tem formato hexagonal que lembra o favo de uma colmeia, e inspira bastante trabalho e criatividade. Com fechamento em cortina, possibilita momentos mais reservados, e também se conecta com a área da arquibancada. Cenário ideal para apresentações, talk shows, peças de teatro e truques de ilusionismo.



Lounge – Área de convivência e pequenas interações. Próxima da Colmeia, pode funcionar como extensão da arquibancada, se necessário.

