



MÍDIAS CORPORATIVAS





O JOGO.MISSÃO

=

ENGAJAMENTO

- ✦ O mercado de games já atinge **2,7 BILHÕES** de pessoas no mundo e no Brasil representa um dos 15 maiores mercados, com **84 MILHÕES** de adeptos.
- ✦ Por trás de um setor como este, toda uma indústria de dispositivos tecnológicos se desenvolveu. A Intel também se antecipou à esta evolução por meio das novas gerações de seus conhecidos processadores, desenvolvidos especialmente para atender o público gamer, mais fiel e exigente.
- ✦ O produto em si já havia atingido o nível PRO. Mas e a comunicação? Como aproximar a marca deste público, gerar interesse e engajar com a sua base de mais de **150 MIL SEGUIDORES NO TWITTER**, composta essencialmente de fãs de games?

START

REVÉS = <MODE> ISOLAMENTO SOCIAL

APLICAR A ESTRATÉGIA EM UM PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL TORNOU-SE UM DOS MAIORES DESAFIOS. OS EVENTOS NO SEGMENTO GAMER ERAM GRANDES ATRATIVOS PARA ESTE PÚBLICO. NO ENTANTO, SEM A POSSIBILIDADE DE COBERTURA PRESENCIAL DOS PRINCIPAIS EVENTOS, A SITUAÇÃO SE TRANSFORMOU.

EXPLORE O SEU TERRITÓRIO.

Falar de igual pra igual

Para obter maior engajamento com o público gamer no Twitter da Intel, além de estudar o comportamento da audiência, adaptar o tom de voz e fazer uma Gestão de Comunidades mais ativa, trouxemos as ações de RP para as mídias digitais e aproveitamos para estreitar ainda mais o relacionamento com os influenciadores gamers:



Adaptamos o tom de voz para uma linguagem mais divertida e próxima ao público gamer, sem perder a identidade da marca



Trouxemos conteúdos personalizados e mais relevantes para o público, peças que só a Intel poderia trazer



Interagimos em tempo quase real, fazendo uso de linguagem informal, respondendo às mensagens de modo constante



Nos aproximamos digitalmente dos influenciadores já conquistados pela marca em estratégias de Relações Públicas, tornando-os embaixadores "lovers" da marca

FASE 1

TESTES E APRENDIZADOS

Sabíamos que criar um novo tipo de diálogo, com uma audiência tão específica e que não engajava com tanta facilidade, seria uma tarefa mais complexa.

No primeiro quadrimestre deste ano, iniciamos testes de conteúdo, os quais exigiram uma interação direta com os usuários. A partir disto, foi possível analisar suas motivações quanto ao engajamento.



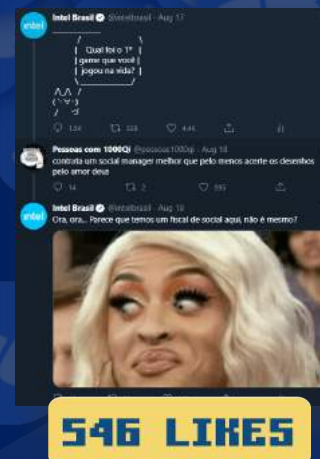
PARECE QUE O JOGO VIROU!

Em maio, já havíamos obtido interações relevantes e conquistado a atenção de alguns influencers-lovers, que passaram a postar e a interagir de modo orgânico em nosso perfil.



AVANCE E CONQUISTE LIKES!

Ao atribuir uma linguagem mais direcionada e exercer um trabalho de CM ativo, conseguimos nos aproximar do público por meio de memes e gifs. Deste modo, algumas interações superaram o engajamento das respostas iniciais de modo totalmente orgânico.



A FORÇA DOS PLAYERS

Por meio das relações estabelecidas com os influenciadores, passamos a interagir ativamente com os influencers gamers e streamers. Isto nos trouxe bons resultados em publicações orgânicas.



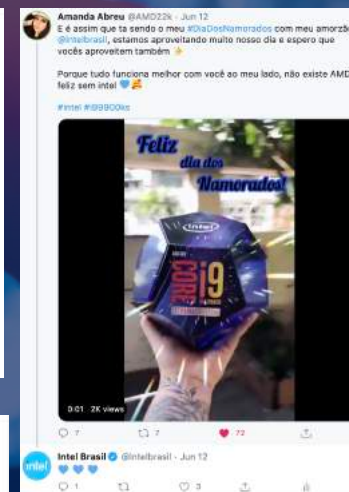
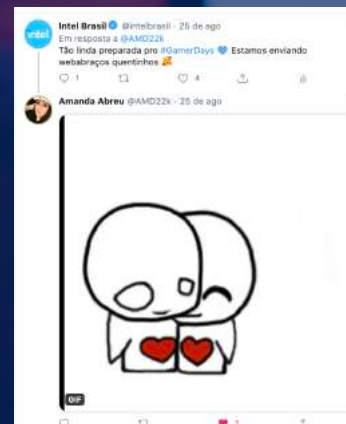
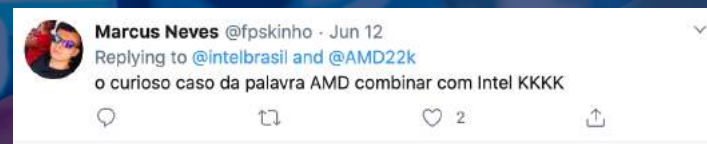
TURNING POINT

Bold e Risk Taking são personalidades da marca. E como traduzimos isso para a realidade do dia-a-dia? Construindo uma parceria genuína com a influenciadora e streamer Amanda Abreu – (@AMD22K), que leva no nome do seu perfil uma das marcas concorrentes no mercado de tecnologia.

Graças ao relacionamento construído por RP desde outubro do ano anterior, foi possível trazer a influenciadora para perto da marca também nas mídias sociais. Foram diversas postagens e retweets, frutos da parceria 100% orgânica.



POSTS
ORGÂNICOS DA
@AMD22K



SCORECARD

FIM DE JOGO

JANEIRO

AGOSTO

Média de engajamento	0,60%	+717%	4,30%
Interações	634	+8.890%	56.364
Menções	303	+4.818%	14.600
Impressões orgânicas	113.626	+587%	666.812
Visitas ao Perfil	2.256	+1.556%	35.100

Conclusão

Após o período de testes e do estudo mais aprofundado sobre a audiência, conseguimos atrair o público gamer e fazê-los engajar em nossas publicações. Deste modo, obtivemos resultados excepcionais de interações no perfil da Intel no Twitter. Atualmente, recebemos comentários e retweets constantes de influencers, bem como publicações espontâneas nos quais falam a respeito da marca. Até então, a página nunca havia atingido tais resultados. Neste período, conquistamos +5,9k novos seguidores, aumentamos em +717% as taxas de engajamento e alcançamos +8.890% em interações. Continuaremos nossa estratégia para atrair cada vez mais gamers e conectá-los ao nosso conteúdo.

[Clique aqui para acessar a página](#)



GAME OVER