

## Case Prêmio Alexa de Acessibilidade por FreshPR para Alexa, Amazon Brasil



A Amazon Brasil anunciou este ano uma iniciativa sem precedentes e inédita em todo o mundo. Por conta do recebimento de feedbacks de usuários, a Amazon percebeu que a inteligência artificial por voz já está melhorando a autonomia e trazendo independência a pessoas com deficiência. Então, surgiu a ideia de motivar desenvolvedores de TI a criarem ainda mais possibilidades com Alexa - a inteligência artificial por voz baseada em nuvem da Amazon - especialmente pensadas para pessoas com deficiência. Por exemplo, hoje, o fato de a Alexa já acender luzes, ligar ar-condicionado e destrancar portas, já são skills que fazem uma enorme diferença na vida de pessoas com deficiência motora.

Skills de leitura de livros ou de realização de contas matemáticas, já são transformadoras para pessoas com deficiência visual.

Até onde a inteligência artificial pode chegar com mais pessoas criando skills para Alexa focando na vida de pessoas com deficiência? Essa é a pergunta que o lançamento do Prêmio Alexa de Acessibilidade quer responder em fevereiro de 2021 - quando o ganhador será anunciado. (As inscrições vão até dezembro de 2020).

Por isso, o anúncio do prêmio precisava de bastante barulho!

### **Desafios:**

- Lançamento de uma iniciativa sem precedentes, da Amazon Brasil, o Prêmio Alexa de Acessibilidade, que abre inscrições para um prêmio, que incentiva desenvolvedores de aplicativos de Alexa, as chamadas Skills, a criarem skills especialmente pensando na melhoria da vida de pessoas com deficiência.
- Comunicar um projeto inédito para pessoas com deficiência de forma consciente e correta.
- Comunicar o prêmio para pessoas com deficiência e para desenvolvedores de tecnologia.

### **Objetivos**

- Levar ao conhecimento dos brasileiros a abertura das inscrições do Prêmio Alexa de Acessibilidade;
- Engajar comunidades na causa das pessoas com deficiência, por meio da tecnologia;
- Atrair desenvolvedores de TI a participarem do prêmio.

## Como fizemos e resultados

### Mailing e embargo

Selecionamos um mailing de jornalistas de tecnologia - o principal core ao falarmos de Alexa - porém ampliamos o escopo para comportamento. O objetivo com o envio do release por antecipação, era conseguir o maior número de entrevistas prévias possível, para que no dia do anúncio, houvesse matérias em veículos tier 1. A antecipação foi mediante embargo.

- Enviamos pedidos de embargo para toda a lista, para que concordassem em não compartilhar as notícias que enviaríamos até a data do dia 25 de agosto.
- Colhidos os acordos de embargo, enviamos os releases e os horários disponíveis da porta-voz do prêmio, Thais Cunha, para agendamento de entrevistas.

Foram agendadas **8 entrevistas pré-lançamento**, feitas por chamada de vídeo e claro, renderam matérias no dia do anúncio: [O Estado de São Paulo](#), [O Globo](#), [Exame.com](#), [CanalTech](#), [Tecnoblog](#), [TecMundo](#), [Olhar Digital](#), e [Showmetech](#).

Com o envio do release sob embargo, no dia 25 de agosto, o Prêmio Alexa de Acessibilidade saiu massivamente na imprensa, em um total de **89 matérias na imprensa**.

### Criação de um vídeo incrível

Tanto para a comunicação com a imprensa, quanto para a comunicação em redes sociais, o time de PR da Fresh entendeu que seria necessária a criação de um vídeo curto, mas que contasse a história do Prêmio Alexa de Acessibilidade e fosse capaz de engajar, tanto público externo quanto interno, e ao mesmo tempo, informar sobre o prêmio de forma assertiva.

- Preparamos o roteiro primeiro internamente na Fresh PR.
- Seguimos com o roteiro para a organização da produtora parceira PhonoXXI
- A primeira versão foi compartilhada com a Amazon, que colocou todo o seu know how sobre o prêmio, inclusive contando com as experiências adquiridas durante as imersões nas ONGs parceiras, AACD, Instituto Jô Clemente e Fundação Dorina Nowill.
- A versão final, aprovada pela Amazon foi colocada em prática.
- Escolhemos atores que realmente possuem os tipos de deficiência mostrados no vídeo.
- O cuidado na concepção e produção foi total, tendo sido respeitadas todas as regras de equipe reduzida, distanciamento e higienização.
- [O vídeo está disponível aqui](#).

### Embaixadores nas mídias sociais

Era necessário levar a conversa para as redes sociais, porém, por meio de vozes potentes que vivem o dia a dia das limitações motoras, visuais e intelectuais. Depois de minuciosa pesquisa, muitos contatos, análise de números e muitos debates internos, selecionamos três nomes entre mega-influenciadores e micro- influenciadores: **Laís Souza**, ex-ginasta olímpica, que se acidentou durante os treinos para as Olimpíadas e Inverno de Sochi, e ficou tetraplégica; **Sara Bentes**, atriz e escritora com deficiência visual; e **Marcos Mion**, apresentador e atuante na causa autista.

- **Marcos Mion** ([@marcosmion](#)): **12M** de seguidores / São Paulo, BR
- **Laís Souza** ([@lalikasouza](#)): **733K** de seguidores / Espírito Santo, BR

➤ **Sara Bentes** ([@sarabentesoficial](#)): **2.1K** de seguidores / São Paulo, BR

Todos eles se engajaram na divulgação do Prêmio Alexa de Acessibilidade! Marcos Mion postou um IG TV, contando tudo sobre o prêmio. Laís fez um post no feed usando o vídeo criado por nós, mais stories chamando para o link do prêmio, e Sara fez também posts no Facebook e Instagram. Lembrando que não se trata de embaixadores só para o dia do lançamento! Eles divulgam conteúdos mesmo após o dia da abertura, falando de Alexa, mostrando como ela melhora as vidas de pessoas com deficiência e chamando o pessoal da TI para se inscreverem no prêmio.

Com as postagens dos nossos embaixadores temos até agora **1,150,400 pessoas impactadas.**

#### **Engajamento dos próprios "amazonians"**

Sugerimos ao Country Manager mandar um email para todos os funcionários da Amazon Brasil, contando sobre a iniciativa, compartilhando o vídeo e sugerindo as Hashtags, motivando todos os amazonians a compartilharem a notícia em suas próprias redes. Somente no LinkedIn, ultrapassamos as **30 mil visualizações** do vídeo somente via LinkedIn de amazonians. A ideia era engajar o time interno da Amazon nessa iniciativa totalmente inédita na Amazon.