



Como gerar awareness regional e vendas

REALIZADO POR: RPMA

Resumo

Com a pandemia do novo coronavírus, a líder no segmento de *candies* no Brasil, a Fini, viu o faturamento de suas franquias - um de seus importantes canais de vendas e todas localizadas em shopping centers - cair drasticamente. E diante desse cenário, a marca deu início a uma série de ações alternativas para gerar vendas para seus franqueados.

Após algumas reuniões de alinhamento com a RPMA e diversas ideias em brainstorm (que incluía parceria com apps de entregas), o cliente fechou com o app Ifood uma ação para ativar as vendas e suprir parte da receita das franquias, o Fini Livery. a Ação visava potencializar a busca do consumidor pela compra de indulgência. A RPMA sugeriu uma ação com influenciadores digitais, que abarcou cinco regiões brasileiras onde o serviço estava disponível. Para cada franquias um perfil de influenciador foi ativado.

Resumo

A migração do negócio físico para o virtual foi desenvolvida em menos de um mês, com a participação da agência, que, em ação inédita para o cliente, sugeriu uma alternativa de vendas efetivas por meio do IFood e de parcerias com influenciadores de forte impacto dos consumidores locais de cada franquias.

A primeira etapa do projeto ocorreu em maio e junho e foram ativados 27 influenciadores. Com os resultados alcançados o cliente já programou uma segunda etapa que vai ser implementada em outubro de 2020.



Objetivos

- Comunicar a entrada da Fini nos aplicativos de delivery;
- Por meio de micro influenciadores regionais garantir a efetividade da divulgação da novidade de determinada franquia;
- Gerar vendas para os franqueados;
- Gerar awareness da novidade;
- Promover a novidade da marca de forma divertida e disruptiva a partir de uma ação de baixo custo por influenciador, com conteúdo de qualidade.



Desafios

- Ação de comunicação para sustentar os negócios de um dos importantes canais de vendas da marca;
- Projeto de comunicação implantado em um curto espaço de tempo para criar call-to-action de produtos (todos a granel) dos franqueados Fini;
- Criar uma comunicação voltada exclusivamente para o negócio das franquias;
- Dar conhecido ao cliente final ao novo serviço da Fini.



Estratégia

Para viabilizar a continuidade da operação dos franqueados no cenário de pandemia e criar um call to action à cada uma das franquias Fini, a RPMA criou uma mecânica de ativação de influenciadores, em **cinco** regiões brasileiras, nos locais onde o delivery estava disponível.

Foram mapeados micro influenciadores com sinergia com a marca e geolocalização, que impactavam diretamente o público do determinado shopping e região da franquia. Então, foi estabelecido um acordo comercial entre a assessoria-influenciador para a sequência mínima de **5 stories + 1 post no feed** apresentando a novidade da marca e promover a loja franqueada mais próxima.

Foi gerado um cupom de R\$ 10 de desconto para os seguidores dos influenciadores utilizarem. Além de divulgar o cupom, o influenciador precisava marcar a Fini Brasil e o perfil do franqueado.

O roteiro de postagens e conteúdos foram aprovados previamente pela agência e pelo cliente. Isso garantiu que a mensagem planejada para a ação chegasse aos consumidores.

Ações

- Mapeamento de **27** micro influenciadores (1ª onda) para cada uma das franquias, em diferentes regiões do País;
- Estabelecimento de contrato, cadastro dos influenciadores para pagamentos via plataforma do cliente, negociação de valores, de conteúdo, discurso e demais entregáveis;
- Gerenciamento de todo o conteúdo de postagens e acompanhamento dos resultados;
- Duração de **14 dias**
 - A Mecânica: Foram enviados **27 kits** de produtos ;
 - Contrapartidas: mínimo de 5 stories + 1 post no feed apresentando a novidade da marca e seus franqueados.



Resultados - Maio e junho 2020 (1ª onda)

Investimento total na ação: R\$ 30 mil

302 publicações no Instagram
(271 stories + 28 posts no feed)

Aumento de 180% no tíquete médio das vendas pelas franquias por meio do delivery.

*dados fornecidos pelo cliente



Cerca de **1,8 milhão** de impressões

*quantidade de vezes que as publicações foram exibidas

70% de publicações superiores ao contratado

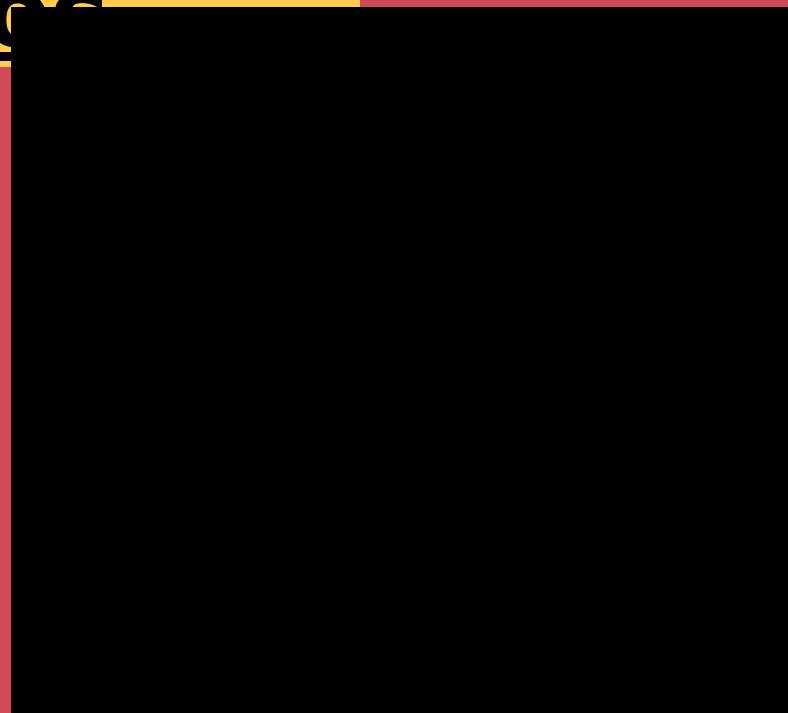
Audiência total de **2,5 milhões**

*Soma do número de seguidores dos influenciadores

Alguns resultados



@pripoka23 - 180k



@marcelladidona to - 352k



@lorraine_stoodley - 192k



@dienetoscano - 235k



De acordo com dados da plataforma Airfluencer, durante o período da ação, a página oficial da Fini obteve um aumento na interação e engajamento com o público e contou com mais de **20 mil** curtidas e **30 mil** visualizações em suas publicações gerais.

RPMA

rpmacomunicacao.com.br



CENU Torre Oeste
Av. Nações Unidas, 12901, Brooklin
São Paulo -SP



11 5501-4655

RPMA