

DAHUA TECHNOLOGY: ESTRATÉGIAS LOCAIS PARA INICIATIVA LATAM DE PR E REDES SOCIAIS

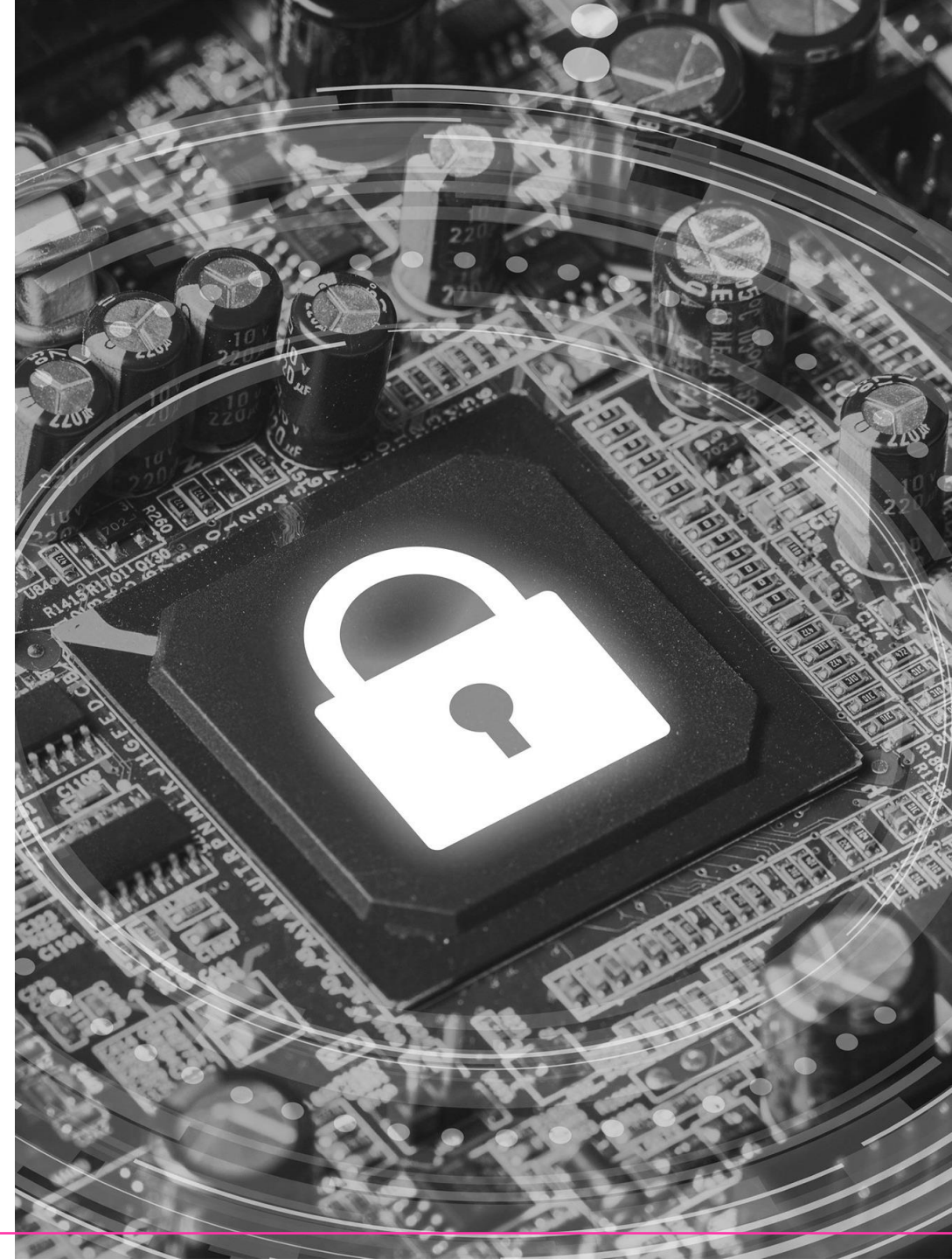
Categoria:
PR Internacional

Estratégias locais para uma Atuação regional pela América Latina

Projeto de Relações Públicas e Marketing Digital na América Latina para a Dahua Technology ampliou a percepção sobre os benefícios da segurança eletrônica, como o videomonitoramento de ambientes sensíveis, e gerou conscientização sobre possíveis ameaças para a sociedade.

O aumento de exposição da marca por meio do relacionamento da empresa com a imprensa e do uso das redes sociais tinha diferentes focos por país: Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México, Panamá e Peru.

Cada país tinha um foco comercial, como os segmentos B2B e B2C, e determinados mercados: financeiro, hospitalareiro, saúde, varejo, entre outros.



INTRODUÇÃO

Diferentes ameaças para a segurança tiram a nossa tranquilidade. Locais pouco frequentados e muito escuros, por exemplo, nos deixam com os “dois pés atrás”. Outros exemplos de necessidade de maior segurança são serviços essenciais e locais sensíveis, como presídios, hospitais e órgãos de diplomacia.

Soluções de segurança eletrônica, como câmeras com infravermelho, realidade aumentada e inteligência artificial podem ser parte de um programa de segurança municipal, estadual ou federal, o que pode auxiliar as forças policiais a encontrarem suspeitos ou pessoas desaparecidas, por exemplo, muito mais rapidamente.

Tais tecnologias podem também ser aplicadas em organizações privadas, como bancos e supermercados. No entanto, as soluções de videomonitoramento não servem apenas para a segurança destes ambientes.

Elas podem também ser aplicadas para auxiliar o segmento de varejo. Determinadas câmeras captam o calor humano, o que mostra, por exemplo, o tamanho de uma fila em um mercado e a necessidade de abrir novos pontos de venda.

OBJETIVOS

Desenvolver uma campanha de RP e Marketing Digital na América Latina com os seguintes pilares:

01. Ampliar a percepção sobre ameaças para a sociedade que podem ser combatidas com o uso da tecnologia;
02. Gerar reconhecimento sobre os benefícios e as vantagens de soluções de videomonitoramento;
03. Reforçar a liderança da Dahua Technology como empresa 100% privada neste mercado;
04. Consolidar a marca como fonte de informação e desenvolvedora de tecnologias de ponta.



INSPIRAÇÃO E IDEIAS CENTRAIS

- Identificar as diferentes ameaças para a nossa segurança que podem ser resolvidas com a tecnologia;
- Desconstrução de uma visão negativa sobre tecnologias chinesas no mercado latinoamericano;
- Desenvolvimento de uma cultura de videomonitoramento;
- Foco em um planejamento robusto, específico para as demandas de cada país em que tivemos atuação: Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México, Panamá e Peru;
- Benefícios e vantagens das soluções de videomonitoramento não apenas para a segurança, mas também para finanças, setor hospitaleiro e varejo;
- Criatividade para adaptar conteúdos globais para a América Latina e desenvolver materiais para o relacionamento com a imprensa e as redes sociais;
- Velocidade na tradução, interpretação, desenvolvimento de conteúdos e planejamento.

ESTRATÉGIA

Para executar a campanha, a VIANEWS optou por uma estratégia de sucesso, composta por cinco pilares:

✓ **Conteúdo relevante**

Gerar e gerenciar conteúdos relevantes para a mídia e que apoiem a abertura de espaço positivo junto aos influenciadores.

✓ **Conteúdo para os diferentes canais**

Criação de materiais para cada canal utilizado (imprensa e redes sociais).

✓ **Relacionamento com a mídia**

Aproximação entre os porta-vozes da Dahua Technology e as mídias regionais e locais.

✓ **Constância e ritmo**

Plano com contato constante com a mídia e resultados frequentes.

✓ **Procedimentos – Vantagens das soluções**

Estabelecemos um relacionamento duradouro com os stakeholders, apresentando os benefícios das soluções de videomonitoramento.



TÁTICA E TÉCNICA

Para realização da campanha a agência utilizou-se das seguintes técnicas:

- Estabelecimento de uma central da campanha no Brasil, hub responsável por definições estratégicas, monitoramento de resultados e objetivos, produção de conteúdos e materiais;
- México e Colômbia, como pontos de apoio para o desenvolvimento das atividades nos países de língua espanhola, ganhando agilidade na atuação regional;
- Conteúdos – Press releases, artigos, relatórios e sugestões de pauta;
- Apesar de termos uma atuação regional, desenvolvemos sugestões personalizadas focadas por país e por mercados específicos;
- Encontros de relacionamento e entrevistas com mídias do trade (TI e Segurança Eletrônica) e da grande imprensa;
- Programa Top 50 na América Latina. Estabelecimento de mídia target na região;
- Comunicação focada em geolocalização nas redes sociais da Dahua Technology (Facebook e LinkedIn);
- Estratégia e cronograma de posts nas redes sociais.

PLANEJAMENTO E CRONOGRAMA

Na fase de planejamento foram realizados os seguintes passos:

- Definição de estratégias e táticas de comunicação, com mensagens-chave e posicionamento;
- Estratégia por canais de comunicação: imprensa e redes sociais;
- Construção de mailings estratégicos locais e regional, para as ações com a imprensa;
- Veículos e jornalistas target + Plano de campanhas em redes sociais.

Cronograma do projeto:

- **Jun/19** – Concepção e planejamento de RP e Marketing Digital;
- **Jul/19** – Ativação da campanha, com primeiros contatos com os veículos do trade (Segurança e TI) e com a grande imprensa, além de execução dos primeiros posts para as redes sociais;
- **Ago/19 a Dez/19** – Sugestões de pauta personalizadas focadas em videomonitoramento, encontros de relacionamento, entrevistas e resultados de mídia. Campanhas em redes sociais, com foco regional e por mercados locais, por país.



EXECUÇÃO

A execução levou em conta as demandas locais (por país), apesar de o projeto ser regional, com foco na América Latina. A Dahua Technology ainda não era conhecida por grande parte da grande imprensa e dos veículos de negócios da América Latina. Apesar de reconhecida por veículos do setor, de TI e Segurança, era necessário estreitar o relacionamento dos porta-vozes da empresa com estes veículos também.

Com muitos conteúdos desenvolvidos globalmente, precisávamos adaptar os textos e materiais ricos (ebooks e whitepapers), com o apoio de nossos parceiros no México e na Colômbia. Exploramos temas quentes dos mercados locais (Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México, Panamá e Peru) e formas criativas de usar os ângulos regionais e locais para trazer a atenção especialmente da grande imprensa e dos veículos de negócios. Tivemos entrevistas e matérias publicadas por respeitados veículos, como Folha de S. Paulo (Brasil), Diario La República (Peru), El Tiempo (Colombia), El Financiero (Mexico), entre outros.

Também utilizamos as redes sociais para uma grande campanha regional, com o objetivo de interagir com os nossos seguidores e fazer com que eles mostrassem, por meio de vídeos tutoriais, como a solução Dahua Technology é simples de ser configurada e implantada. Seguimos atuando com o nosso plano e cronogramas locais, fazendo postagens nacionais por geolocalização.

Conseguimos alcançar a percepção de marca da organização pela América Latina e ajudamos a empresa a atingir seus focos comerciais em cada país.



RESULTADOS RELAÇÕES PÚBLICAS LATAM

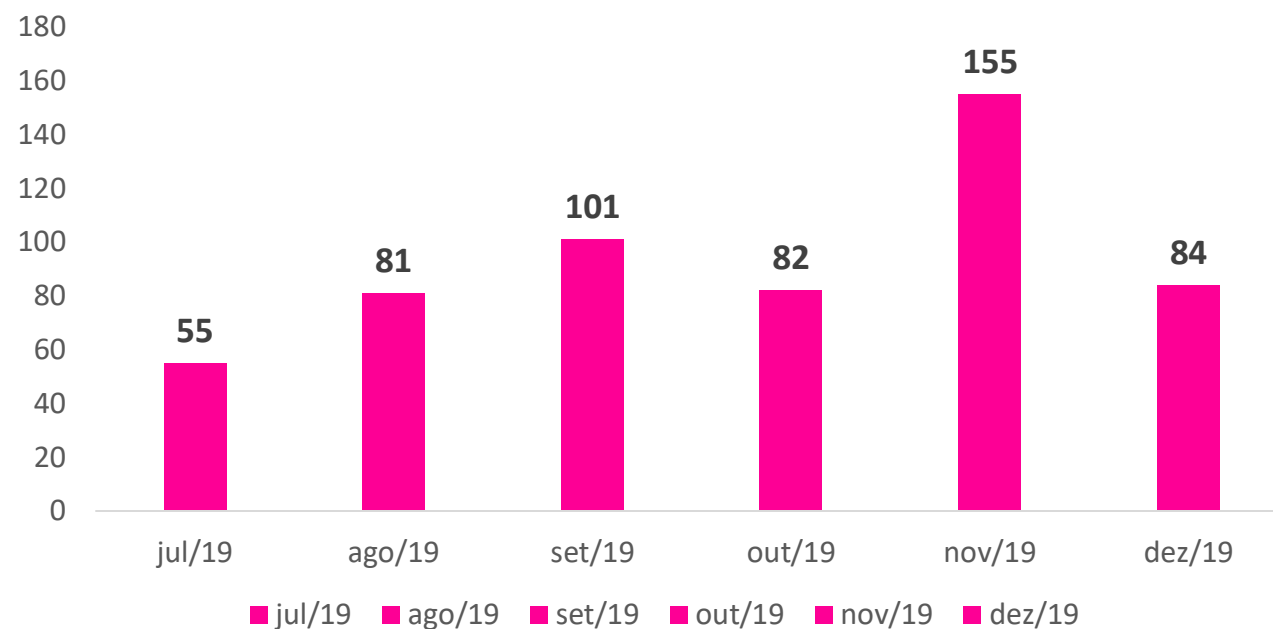
558

resultados de média na
América Latina

93

média de resultados por
mês

RESULTADOS DE MÉDIA



TOP RESULTS:

FOLHA DE S.PAULO
★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL



EL TIEMPO

 **EL FINANCIERO**

CIO



RESULTADOS MARKETING DIGITAL LATAM



LinkedIn

9,37%

Taxa de engajamento orgânica

5,68%

Taxa de engajamento total



Facebook

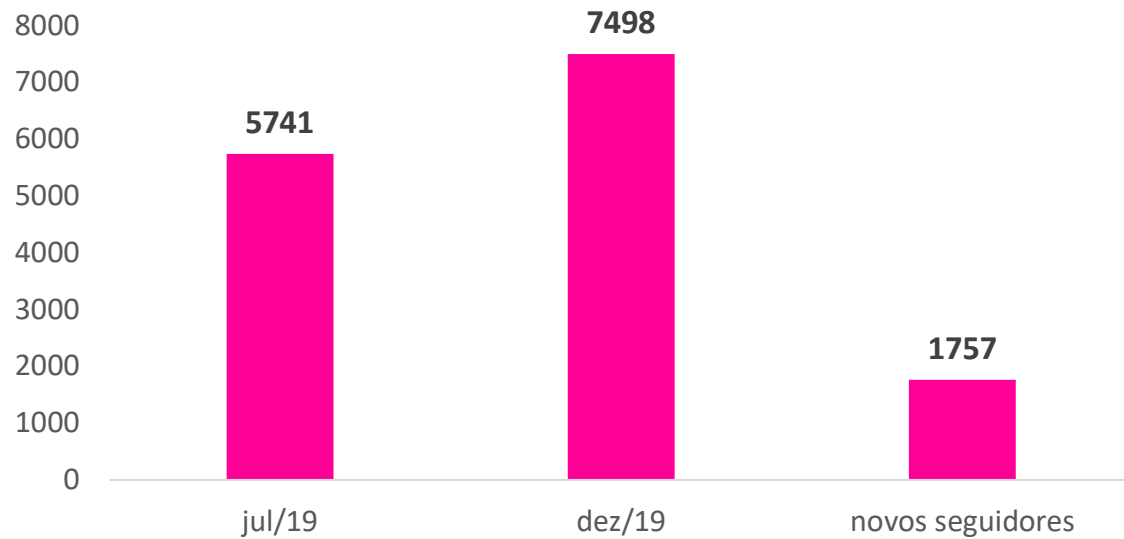
25,03%

Taxa de engajamento orgânica

1,50%

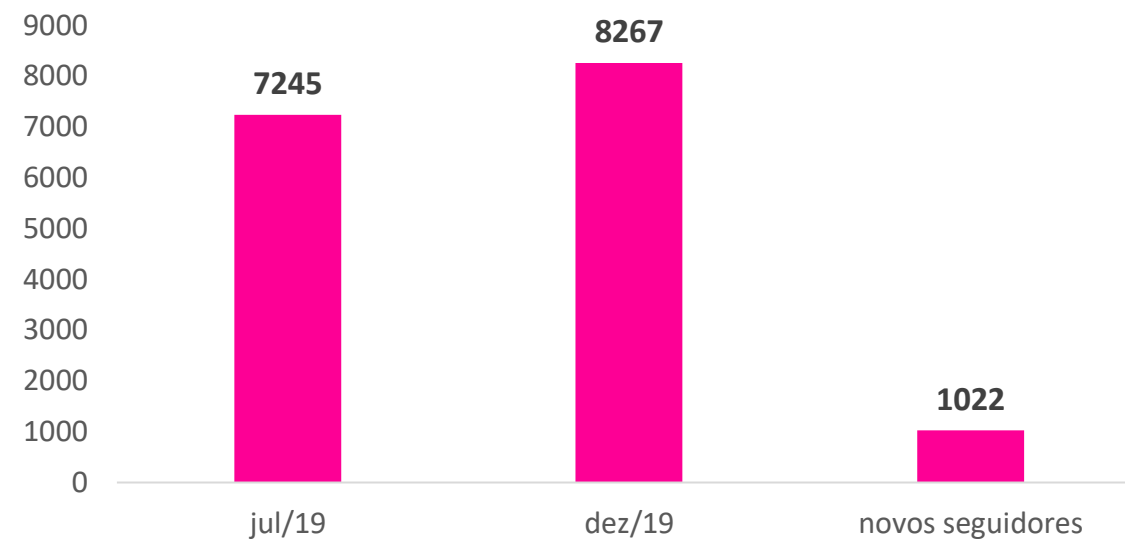
Taxa de engajamento total

SEGUIDORES LINKEDIN



■ Seguidores LinkedIn

SEGUIDORES FACEBOOK



■ Seguidores Facebook



EQUIPE E ORÇAMENTO

Número de participantes: 8 (oito)

Pedro Cadina – Diretor sênior counsel

Ricardo Gonçalves – Gerente sênior: concepção, desenvolvimento, entrega do projeto e coordenação do trabalho executado na América Latina

Bruna Kalaes – Executiva de contas sênior: planejamento e execução das atividades operacionais e contato com agências parceiras

Raquel Cruz – Executiva de contas pleno: planejamento e execução das atividades operacionais

Dothy Peña – Diretora para atuação na Colômbia

Angel Sánchez – Diretor para os outros países de língua espanhola

Jorge Rangel – Executivo de conta sênior para países de língua espanhola

Jorge Morales – Assistente de conta para países de língua espanhola

“A VIANEWS foi uma parceira verdadeiramente estratégica para a Dahua Technology para fazer acontecer a campanha de PR e Marketing Digital na América Latina. Ficamos muito satisfeitos com o trabalho, o comprometimento e expertise da equipe e os resultados conquistados na região”.

Martin Otazua,

Gerente de Marketing LATAM da Dahua Technology





OBRIGADO!

+55 11 3868 0188

R. LINCOLN DE ALBUQUERQUE, 259 • CJ 91
PERDIZES • SÃO PAULO • BRASIL • 05004-010

ATENDIMENTO@VIANEWS.COM.BR

VIANEWS.COM.BR

VIANEWS
LATAM COMMUNICATIONS AGENCY

Partnering With
HOTWIRE
THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY