



**“Uma  
experiência  
de páscoa”**

**REALIZADO POR:**

**RPMA**

## **Resumo:**



Todos os anos a Cacau Show inova ao apresentar sua linha de produtos para a Páscoa. No entanto, a decisão de fazer eventos para gerar awareness sobre a data e as novidades sempre é tomada com um curto prazo para execução. Um grande desafio para todos. Em 2020, não foi diferente. Para oferecer uma experiência completa para jornalistas e influenciadores, foi realizado um encontro, onde os convidados tiveram uma experiência imersiva com os lançamentos e toda a linha desenvolvida para comemorar a Páscoa. Para tanto, cliente e agência fizeram alinhamentos para definição da estratégia para uma manhã de degustações na Mega Loja do Shopping Morumbi, em São Paulo.

Foram 13 dias corridos, da definição ao dia do evento.

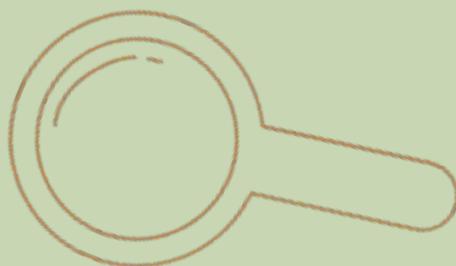
## Objetivos



- Transportar os convidados para o mundo Cacau Show, da experiência de loja até a degustação de produtos;
- Gerar *buzz* sobre os lançamentos;
- Criar uma experiência imersiva para os convidados;
- Dar start nas divulgações sobre a Páscoa de forma a trazer uma explosão de publicações e depois manter a frequência de resultados;
- Attingir os KPIs de valorização da marca e de seus produtos, gerar desejo ao consumidor final por meio da imprensa e influenciadores e awareness para uma marca que tem inovação em seu DNA.

## Oportunidades identificadas

- A loja oferece um cenário extremamente criativo para imagens em fotos e vídeos, o que colabora para ampliação dos resultados;
- Uma das linhas foi desenvolvida com o licenciamento dos personagens Looney Tunes, e eles se tornaram a grande atração da manhã, surpreendendo os convidados ao entrar durante a apresentação de Alê Costa, presidente da empresa, que sempre agrega muito valor e desperta interesse dos convidados.



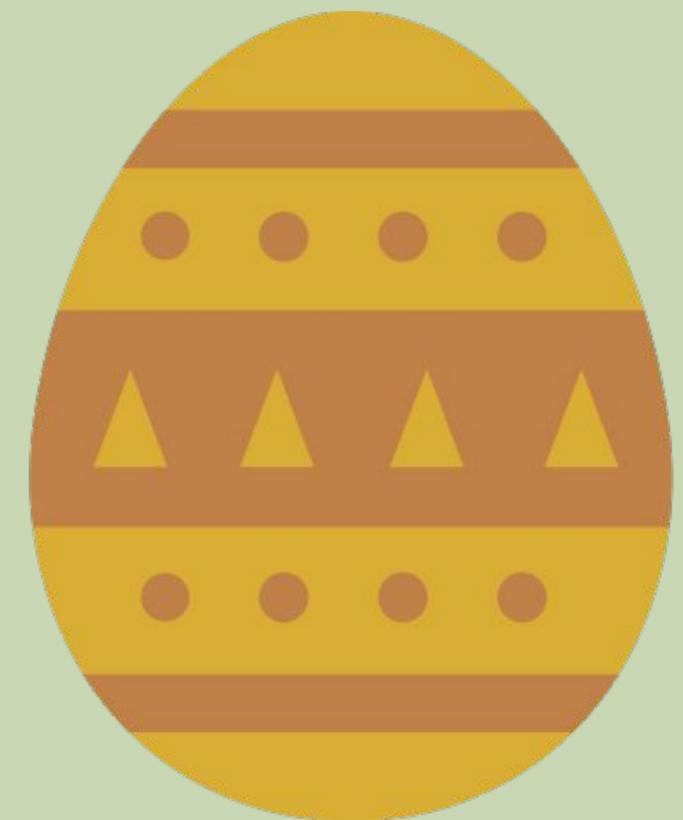
# QUANDO?

**DATA: 19 de fevereiro de 2020**

**HORÁRIO: 10h às 12h**

**LOCAL: Mega Store Shopping Morumbi**

**PÚBLICO: 60 influenciadores e jornalistas**



## Roteiro do Evento

- 10h** - Abertura do Shopping e da loja
  - Recepção dos convidados + Coffee - 45 min
- 10h45** - Boas Vindas e Apresentação: Alê Costa
  - Entrada surpresa dos personagens
- 11h15** - Degustação de produtos e entrevistas one by one para imprensa presente
- 12h** - Encerramento com entrega de gifts



## Desafio



**CRIAR**  
**ELABORAR**  
**DESENVOLVER**

um evento exclusivo e diferenciado, em **13 dias** corridos, e gerar uma experiência imersiva no mundo da Páscoa Cacau Show.

## Estratégia



Realização de um evento único e diferenciado para 60 convidados, oferecendo um cenário para geração de conteúdo de qualidade, mas mais do que isso, proporcionando uma experiência sensorial com a degustação das novidades para gerar buzz inicial da Páscoa Cacau Show - pelo período de duas horas de evento.

# **RESULTADOS**

\*em duas horas de evento



Mais de **10 matérias**  
**qualificadas e**  
**17,887,696** possíveis  
impactos



**468 Stories**

Mais de **6 milhões** de audiência e  
**673,180** possíveis impactos



**12 posts** na timeline + 1 vídeo no Youtube

Mais de **9 milhões** de audiência e  
**939.700** possíveis impactos

# RESULTADOS

## PROPMARK

### Cacau Show vai investir R\$ 35 milhões na Páscoa 2020

Marca apresenta 50 opções de produtos e elege o ator Caio Castro como o seu novo garoto-propaganda

Por Alisson Fernández | 19 de fevereiro de 2020 | 16:23 | 0



Marca apresentou 50 novas opções de produtos para a Páscoa (Créditos: Alisson Fernández)

A Páscoa, sem dúvidas, é a época mais importante para as empresas fabricantes de chocolate. Com a proximidade da data, a Cacau Show anunciou nesta quarta-feira (19), em sua mega store do Morumbi Shopping, em São Paulo, 50 novas opções de produtos. Em entrevista exclusiva ao PROPMARK, Alexandre Costa, fundador da Cacau Show, revela um investimento de R\$ 35 milhões para a Páscoa e um crescimento de dois dígitos para o ano de 2020. Números totalmente fora da curva quando analisamos os dados econômicos do país mas, segundo o executivo, o desafio da marca é oferecer produtos de qualidade e preços acessíveis para todas as pessoas.

## Valor | Empresas

Redes especializadas, como Kopenhagen e **Cacau Show**, que estão com suas lojas fechadas, têm buscado supermercados para tentar desovar algumas de suas marcas. Mas os varejistas respondem que os estoques estão altos e a demanda, fraca. Nos supermercados, o consumidor tem preferido comprar itens básicos..

## veja Rio

### Cacau Show

Na **loja virtual da marca**, é possível comprar itens de Páscoa com 30% de desconto. Vigora ainda a promoção "compre um e leve dois". Nessa categoria, encontra-se, por exemplo, o ovo La Creme mezzo recheado (400 gramas) por 69,90 reais. Frete sob consulta.



## CNN BUSINESS



A Páscoa será comemorada no domingo (12), mas a pandemia do novo coronavírus fez as fábricas fecharem mais cedo. A necessidade de isolamento provocou sumiço dos clientes e os comerciantes já contam os prejuízos.

Para uma das maiores fábricas de chocolate do país, antes das medidas de isolamento, havia uma estimativa de crescimento de 15% nas vendas.

"No atual cenário do Brasil e do mundo, é impossível prever como serão nossas vendas de páscoa. Nossa orientação para todos os nossos franqueados no país é que mantenhamos a calma. Então nós estamos implantando uma série de estratégias como delivery, drive thru, para que a gente possa passar por esse momento tão difícil da maneira mais suave possível", diz Alexandre Costa, CEO da Cacau Show.

## FOLHA DE S.PAULO

Para a **Cacau Show**, que vende principalmente em lojas próprias, o impacto será grande, já que a Páscoa representa 30% de seu faturamento anual.

"Os ovos já estão fabricados e em estoque, mas as lojas estão fechadas. Isso é muito danoso. Ampliamos o delivery e estudando implementar um drive thru até a Páscoa. Mas isso não fará frente à demanda de anos anteriores", disse o presidente da empresa, Alexandre Costa.

RPMA

# RESULTADOS



[Kitchen for Dummies](#) – 128 mil seguidores



[Geek Publicitário](#) – 67,5 mil seguidores



[Carol Birk](#) – 205 mil seguidores



[Capricho](#) – 4,2 milhões seguidores

[Experimenta Isso](#) – 82 mil seguidores – 26 stories