

Prêmio Jatobá 2021

A EVOLUÇÃO DOS **RESULTADOS DIGITAIS** DA GERDAU DURANTE A PANDEMIA

A Gerdau

A Gerdau é a maior empresa brasileira produtora de aço e uma das principais fornecedoras de aços no mundo. Aos 120 anos de existência, a companhia de capital aberto, possui operações nas Américas, Europa e Ásia, está presente em 10 países e detém mais de 28 mil colaboradores.

GERDAU EM NÚMEROS

32 **unidades** produtoras de aço

2 **minas** de minério de ferro

250 mil **hectares de base florestal**,
entre plantios de eucalipto e áreas de
preservação

Presença em 10 **países**

75 **lojas** da Comercial Gerdau

**Maior recicladora de sucata ferrosa
da América Latina:** transforma
anualmente 11 milhões de
toneladas de sucata em aço

Ações negociadas na Bolsa de Valores:
de São Paulo, Nova York e Madri

Indicadores

Para a Gerdau, os indicadores funcionam como a principal maneira de criar metas e avaliar os resultados da empresa. Além de reunir e organizar informações importantes, faz com que esses dados se tornem estratégicos ao avaliar a performance de suas campanhas e projetos de comunicação.

Diante de um momento conturbado mundialmente, ocasionadas pela Covid-19, a convergência para a comunicação digital tornou-se fundamental para que a companhia pudesse posicionar sua marca institucional no momento exato e se adequasse rapidamente, de forma a acelerar sua performance nas redes sociais e gerar frutos positivos para sua imagem e reputação.

O presente case destaca os resultados digitais da marca Gerdau alcançados durante o período da Covid-19.

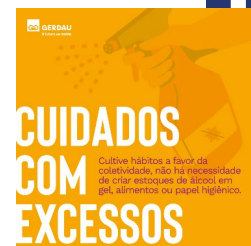


Novo cenário e desafios para as marcas







Durante a pandemia, foi necessário repensar a sustentabilidade e como ela devia ser incorporada à proposta de valor de marcas e negócios. O anseio da população era por marcas que desempenhavam um papel adicional ao negócio perante a sociedade. Logo, as marcas deveriam engajar seu público com clareza em causas, com ações contundentes e que denotassem um lado claro em questões relevantes para seu público.

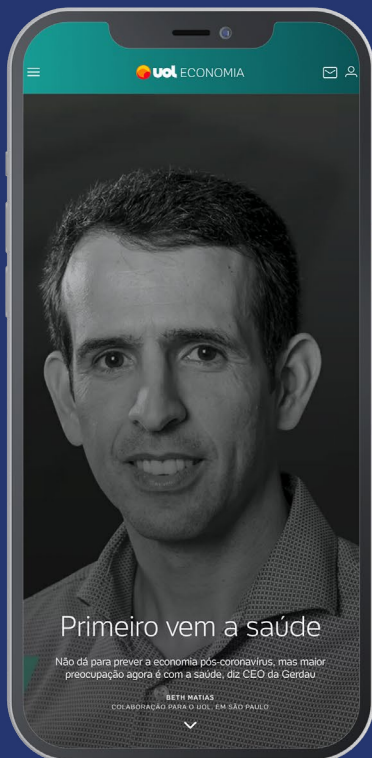
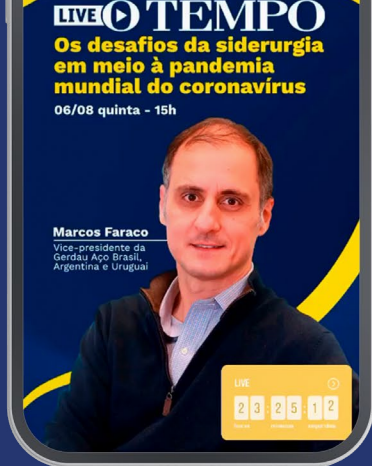
Entreter + informar + sensibilizar + apoiar a sociedade

Além da construção de uma boa narrativa, criar uma marca institucional forte envolve viver a história. Todas suas ações de prevenção e combate ao coronavírus foram comunicadas via redes sociais.



AÇO MOLDA A ESPERANÇA DURANTE A PANDEMIA

-  **3 hospitais** construídos
-  **8 hospitais** reformados
-  **200 leitos** hospitalares
-  **R\$15 milhões** em **doação**
-  Doação de dezenas de **protetores faciais e kits de máscaras cirúrgicas**
-  Produção de milhares de **litros de álcool 70%**



De eventos presenciais para eventos e ações digitais

Com o início da pandemia, as atividades de comunicação foram majoritariamente convertidas para as plataformas digitais **Facebook**, **Instagram**, **Twitter**, **LinkedIn** e **Youtube**, que se mostram ser a melhor forma de relacionamento com a comunidade, clientes, colaboradores e parceiros de negócio, independente de ontem estivessem.

Participação e promoção de eventos digitais, além da concretização de uma série de parcerias online com a imprensa.

Difusão e produção de conteúdo audiovisual

O elemento-chave da estratégia desenvolvida foi aliar interação e a informação, com publicações que levassem em consideração a relevância, consistência, frequência e capacidade de interação dos usuários com as publicações.



As redes sociais utilizam o lúdico e, para fazer esta interação acontecer de forma real, foram criados filtros, *sticker*, *quizzes* e muitas *lives* para engajar o público.

A produção audiovisual aumentou significativa como estratégia de engajamento, com pequenas e médias produção, que pudessem viralizar.

Público interno também é digital

O público interno da Gerdau foi priorizado como importante embaixador deste processo. E até a alta liderança e família Gerdau interagiu utilizando as peças produzidas pela comunicação.

Para que todos pudessem aproveitar a melhor forma de utilizar as plataformas, foi lançado o Guia de Redes Sociais e Guia para Participação em Lives.








A série **Manifesto da Marca Gerdau na Pandemia**, com 23 pílulas de vídeo, trouxe histórias individuais dos colaboradores e contou com 23 milhões de acessos.

Crescimento nas mídias digitais

As publicações sobre as iniciativas de combate à COVID-19 contribuíram para que as redes da Gerdau obtivessem seus melhores índices de performance na sua história (alcance, impressões e interações totais).

EVOLUÇÃO POR REDE SOCIAL

	2021	AUMENTO% COM RELAÇÃO A 2019
 LinkedIn	1.507.424	▲ +138%
 Facebook	178.175	▲ +12%
 Instagram	62.805	▲ +157%
 Twitter	18.330	▲ +29%
 Youtube	11.437	▲ +65%

ALCANCE

+ de 75 milhões de **usuários alcançados em 2020** (apenas jan a junho, pico da pandemia). O alcance das publicações do ano de 2020 neste período já era **4X maior** que todo o ano de 2019.






TOTAL

1.778.171

seguidores em 2021

Crescimento de +112%
em relação a 2019

BASE DE SEGUIDORES

	2019	2020	2021
 LinkedIn	632.231	1.227.159	1.507.424
 Facebook	159.257	173.711	178.175
 Instagram	24.450	52.257	62.805
 Twitter	14.251	18.201	18.330
 Youtube	6.940	9.472	11.437
Total	837.219	1.480.800	1.778.171

A evolução da base de seguidores, impressões, alcance e engajamentos podem ser conferidos no material de apoio denominado "Anexo I - Indicadores, Tabelas e Gráficos".

Forte presença na imprensa

A participação em reportagens na tv aberta potencializou o reconhecimento das ações da Gerdau, com uma média de **600 matérias divulgadas** na grande imprensa nacional, entre 2020 e 2021.



CRESCIMENTO POR BUSCAS*

CONSULTAS RELACIONADAS

Presidente da Gerdau

Gustavo Werneck

Gustavo Werneck Gerdau

Dono da Gerdau

EM ASCENSÃO

▲ Mais de 450%

▲ Mais de 300%

▲ Mais de 300%

▲ Mais de 140%

*abril de 2020

EFEITO TV NO GOOGLE

Pico de popularidade no dia 23 de abril, às 21h, quando o Jornal Nacional destacou as ações da Gerdau no combate ao Covid-19.



Reconhecimentos

Graças a efetividade nas mensagens enviadas via redes sociais, a sociedade reconheceu a Gerdau em diversos rankings como sendo uma das empresas mais admiradas durante a pandemia.

A Gerdau foi selecionada, pela primeira vez, para o **Ranking LinkedIn Top Companies 2020**. Hoje a Gerdau possui o maior número de seguidores da cadeia do aço do mundo.

O Facebook divulgou um estudo “hábitos de consumo durante o COVID-19” feito com usuários da Rede. A Gerdau apareceu no ranking como sendo uma das **marcas que se destacaram na crise**.



No ranking da Merco, a Gerdau subiu 4 posições e retornou ao TOP 20. A empresa é **líder no setor e a melhor empresa industrial B2B**.



O Jornal do Comércio destaca a Gerdau como a **Grande Marca Gaúcha do Ano** pela proatividade na pandemia.



A consultoria Croma destacou a Gerdau entre as **100 marcas mais lembradas pelos brasileiros na pandemia da Covid-19**.



Estamos entre as **50 marcas com as melhores ações de responsabilidade social** que contribuíram para tornar a vida das pessoas mais fácil.



Conclusão

Com os esforços de comunicação, a Gerdau conseguiu construir um forte relacionamento com seu público e fortalecer sua marca, obtendo resultados positivos para seu negócio, a companhia destaca-se pelo:

- **TIMING:** foi uma das primeiras empresas do Brasil e divulgar ações de impacto relevante no combate à pandemia.
- **INOVAÇÃO:** atuação na construção de hospitais, com tecnologia inovadora, acelerou o protagonismo da empresa nos temas de inovação e cidadania corporativa.
- **PARCERIAS ESTRATÉGICAS:** união com marcas de grande relevância (Ex. Ambev, Ipiranga e Hospital A. Einstein), contribuiu para potencializar o reconhecimento das ações da Gerdau.
- **TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:** migração rápida da audiência para o digital possibilitou um crescimento exponencial da Gerdau nas mídias digitais

Essa construção bem-sucedida, realizada ao longo de 2020 e 2021, motiva a participação no presente Prêmio Jatobá 2021.

