

ATTITUDE COM

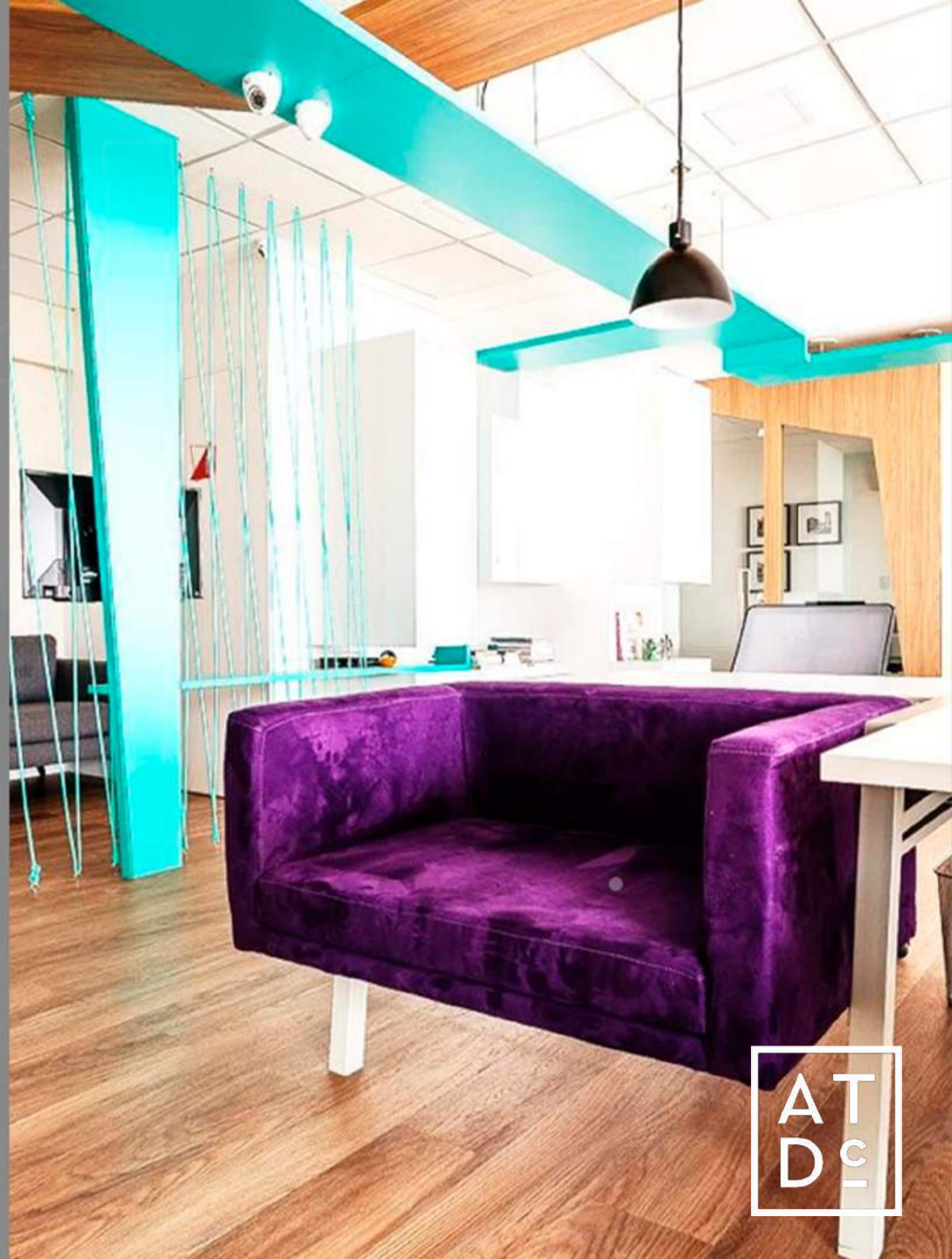
# PRAZER!

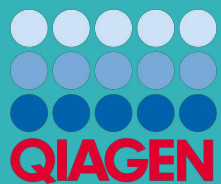
Somos uma agência de comunicação  
com 19 anos de atuação.

Nossa causa é realizar o que a tecnologia não pode: conectar marcas e pessoas, por intermédio do relacionamento genuíno que constrói relações inspiradoras e legítimas.

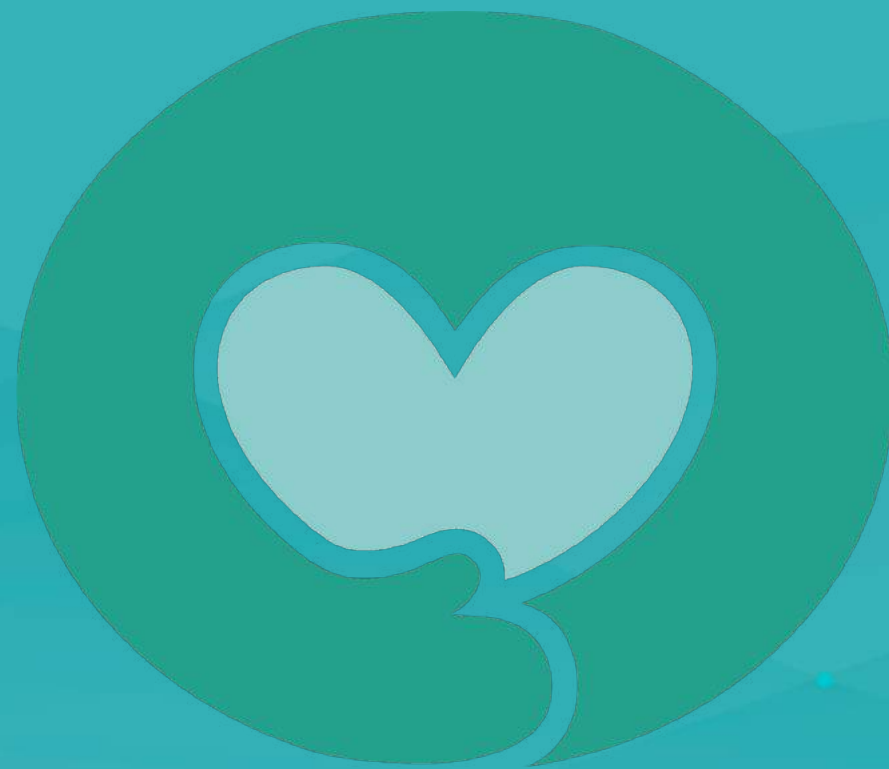
Em um mundo acelerado e imprevisível, e com abundância de informações, o que buscamos é a transformação pelo poder do compartilhamento com conhecimento. Nossa missão é criar vínculos neste ambiente que não se aquieta, privilegiando ações genuínas que geram empatia, interesse mútuo, afeto e respeito às diversidades.

Para que isso seja possível, entendemos que é preciso estar próximo e sentir a mesma emoção que permeia a construção de marcas por seus idealizadores, fundadores e curadores, e desenvolver soluções que atendam seus interesses, superando obstáculos e adversidades e sugerindo ações que surpreendam sempre que possível.





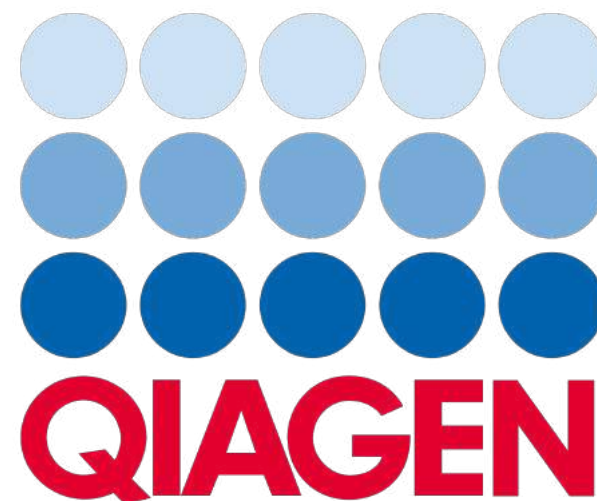
# Case A VIDA PEDE COLO



# CLIENTE: QIAGEN

A QIAGEN é uma multinacional alemã, especialista em tecnologia para diagnósticos moleculares. Com mais de 5.200 colaboradores distribuídos em 25 países, a empresa oferece um portfólio de mais de 500 produtos entre kits consumíveis, instrumentos e bioinformática, que atendem às diversas necessidades globais, desde pesquisas acadêmicas a aplicações de saúde de rotina.

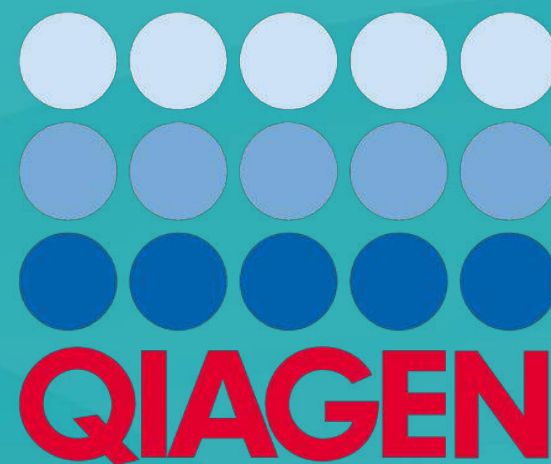
Para mais informações, acesse:  
<https://www.qiagen.com/us/>



## DESAFIO:

Tornar mais conhecido o exame que pode salvar milhares de vida de mulheres acometidas anualmente pelo câncer de colo de útero

KPI: Awareness



## 50 influencers de forma orgânica

## Contexto



O câncer de colo do útero é o quarto tipo mais comum da doença entre as mulheres, em todo o mundo. Anualmente, são diagnosticados aproximadamente 570 mil novos casos, levando a 311 mil mortes. No Brasil, estima-se que haja mais de 16 mil novos casos e 8 mil mortes a cada ano.

Entre as medidas previstas pela estratégia global da OMS para erradicar a doença no mundo, estão a vacinação contra o HPV (principal agente causador desse tipo de câncer), o rastreamento com exames preventivos e a disponibilização de tratamento para todas as mulheres.

Além da vacina, outra medida importante para conter a incidência desse tipo de câncer é a realização dos exames preventivos, que devem ser feitos regularmente pelas mulheres. Embora o Papanicolau – ou citologia oncológica – seja o mais pedido pelos médicos no Brasil, sua eficácia da detecção precoce tem sido questionada quando comparada à de outros métodos de testagem molecular, como a Captura Híbrida. Porém, o exame Captura Híbrida e suas vantagens são pouco conhecidos da população brasileira e ainda não é coberto pelo SUS.

O desafio da Qiagen proposto à AtitudeCom foi tornar o exame mais conhecido e popular entre os médicos e as mulheres acima de 25 anos, por meio de ativações com influenciadores digitais.



Para conquistar mais awareness sobre o assunto e a importância do exame Captura Híbrida como um aliado ao controle e erradicação do câncer de colo de útero, a AtitudeCom propôs trabalhar com uma ação voltada para o relacionamento com influenciadores digitais de diferentes segmentos e portes nas redes sociais: perfis de mulheres que constroem conteúdo sobre saúde, life style e família, e também perfis de médicos ginecologistas. A data escolhida foi a última semana do mês de janeiro/2020, quando se comemora o Janeiro Verde – Mês de Conscientização e Combate ao Câncer do Colo de Útero.

Pela importância do tema, a equipe acabou se motivando muito mais e se propôs a criar uma campanha com maior escopo emocional. Foi desta maneira que apresentamos à diretoria da Qiagen no Brasil, a ideia da criação de uma identidade visual exclusiva e que pudesse verdadeiramente chamar atenção por meio de uma mensagem motivacional e com mais personalidade, acompanhada de um mote e hashtag, possibilitando amplificar o tema nas redes sociais e entre os públicos de interesse.

Para dar escopo na construção de conteúdo, optamos por desenvolver um Gift Box com a camiseta da Campanha e outros brindes com a identidade visual e hastag. Como complemento da ação com influenciadores, incluímos ainda, a participação do maior número possível de médicos ginecologistas no Brasil - principalmente aqueles que têm maior resistência em aderir a novas tecnologias - enviando para cada um deles o mesmo Gift Box com os brindes para que pudessem usar no dia a dia e se lembrar da importância de sugerir o exame a suas clientes.

O resultado final foi um alcance expressivo e bastante interessante com os públicos que de fato interessam para a marca conversar, criando um elo maior de confiança. Além disso, a campanha colaborou para conscientizar as mulheres sobre a importância da realização de exames preventivos para evitar a doença e sanando as dúvidas da maioria sobre as diferenças entre o Papa Nicolau e o Captura híbrida.



# Cronograma da ação



# Cronograma

|                        |                                                  |                                               |                                               |                        |                                   |                  |              |                             |
|------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------|-----------------------------------|------------------|--------------|-----------------------------|
| Briefing com o cliente | Apresentação da Concepção da campanha ao cliente | Compras e Definição do Mailing de Influencers | Montagem do Press Kit e elaboração das cartas | Montagem dos presskits | Relacionamento com 55 Influencers | Envio do GiftBox | Postagens    | Análise Relatórios Insights |
| Setembro 2020          | Outubro 2020                                     | Novembro e Dezembro 2020                      | Dezembro 2020                                 | Janeiro 2021           | Janeiro 2021                      | Janeiro 2021     | Janeiro 2021 | Fevereiro 2021              |

# EQUIPE

# Equipe



Leonardo Messias  
Coordenador de Campanhas  
Relacionamento



Augusto Rodrigues Santos  
Designer



Concepção e Direção  
Damaris Lago  
Diretora Executiva



Giovanna Feltrin  
Analista de Marketing  
de Influência



Laís Jimenez  
Redatora

# CONCEITO

# Identidade Visual

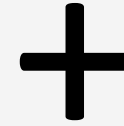
# Raciocínio da construção de marca



Vida



Colo do  
útero



Colo  
Proteção

# Logo Original



SE AME, FAÇA A

*captura*

#AVIDAPEDECOLO



**Logo sempre  
protegendo**



ame  
#EACAPTURAHÍBRIDA



COMBATE AO CÂNCER  
DE COLO DE ÚTERO

A VIDA   
PEDE COLO

#FAÇACAPITURAHIBRIDA



EcoBags







# Público envolvido

- ➔ Instagram
- ➔ 50 Influenciadores digitais: Criadores de conteúdo sobre saúde, família, life style e médicos ginecologistas
- ➔ 300 médicos ginecologistas em todo o Brasil

# Resultado Geral

## Influenciadores orgânicos

### Stories



Total de stores publicados no Instagram.

### Feed + Vídeos



Total de post no Feed + Reels + IGTV + Youtube da campanha.

### Comentários



Total de interações de todas as publicações.

### Curtidas



Total de Likes nos posts da campanha.

# OVERVIEW

## Potencial Impacto

6.609.737



34 Publicações



26.686 Interações

## Valoração

R\$ 247.500,00





# FEED

orgânico



# FEED orgânico



drbrunojacob • Seguir

drbrunojacob #avidapedecolo  
#facaacapturahibrida  
Janeiro verde, mês para conscientizar  
sobre o câncer de colo do útero e o  
exame de captura híbrida!  
Já fez seus exames esse ano?

11 sem

iliadasoriano 🌟🌟🌟🌟🌟

11 sem Responder

carladavi.futura\_enfermeira  
@drbrunojacob tenho 31 anos, a  
partir de quantos anos devo



Curtido por atitudecom e  
outras 973 pessoas

19 DE JANEIRO

Adicione um comentário... [Publicar](#)



maeblogger • Seguir  
Alessia Cara • Scars To Your Beautiful

maeblogger Compartilhe e ajuda  
uma amiga a saber a importância de  
fazer os exames de prevenção!  
#facaacapturahibrida #avidapedecolo  
@atitudecom

#mulher #mulhermaravilha #mae  
#examesderotina  
#examesdeprevenção  
#cancerdecolo de utero  
#reelsinstagram

10 sem



Curtido por atitudecom e  
outras 444 pessoas

22 DE JANEIRO

Adicione um comentário... [Publicar](#)

# FEED

orgânico



 draanacarolina\_clinicafada • Seguir ...  
São José dos Campos

 draanacarolina\_clinicafada • Você sabe para que serve o preventivo( #papanicolaou #citologiaoncologica )?

#gestante pode fazer rastreio para cancer de colo do útero.

Caso seu exame de HPV tenha sido negativo e não exista alteração nas células avaliadas você tem possibilidade de aguardar 3-5 anos para nova coleta.

Mas se você fez exame simples e não foi avaliado o vírus, você necessita repeti-lo anualmente(se estiver ok).

#clinicafada  
#draanacarolinaluiciopereira  
#medicinaesocialista



 Curtido por atitudedem e outras 236 pessoas

19 DE JANEIRO

Os comentários nesta publicação foram limitados.



 tailyandrade • Seguir ...  
Santo André, Brazil

 tailyandrade ⚠️ IMPORTANTE ⚠️  
Janeiro acontece a campanha: JANEIRO VERDE, que alerta para a conscientização do câncer de colo do útero!

Anualmente, são diagnosticados aproximadamente 570 mil novos casos, levando a 311 mil mortes! No Brasil, estima-se mais de 16 mil novos casos e 8 MIL MORTES - SOMENTE NESTE ÚLTIMO ANO DE 2020!  ele é o terceiro TUMOR MALIGNO MAIS FREQUENTE E A QUARTA CAUSA DE MORTE DE MULHERES!

👉 E isso pode ser MUDADO COM



 Curtido por atitudedem e outras 90 pessoas

21 DE JANEIRO

 Adicione um comentário...

Publicar



# FEED

orgânico



 draanacarolina\_clinicafada • Seguir ...  
São José dos Campos

 draanacarolina\_clinicafada • A vida de médica e mãe é sim uma montanha russa, mas no final existe uma terra firme prometida.

Quando recebi este presente, não achava que em tão pouco tempo em precisaria dar um tempo e descansar um pouco. Afinal, colo recupera e revigora - parar também é preciso.

Depois de alguns desconfortos (após minha vacinação) estou um pouco mais disposta; já entrei no modo plena de novo.

Agora mais protegida e resistente estou preparada para mais uma semana de trabalho intenso.



Curtido por nogueira.fredy e outras 227 pessoas

31 DE JANEIRO

Os comentários nesta publicação foram limitados.



 drakarayna • Seguir ...  
Brasil

 drakarayna O câncer do colo do útero mata cerca de 311 mil mulheres todos os anos no mundo. Em 2020 no Brasil tivemos 8 mil mortes, sendo esta a quarta causa de morte em mulheres no Brasil.

Ele também é chamado de câncer cervical, e é causado pela infecção persistente por alguns tipos do Papilomavírus Humano - HPV (chamados de tipos oncogênicos).

A infecção genital por esse vírus é muito frequente e não causa doença na maioria das vezes. Entretanto, em alguns casos, ocorrem alterações celulares que podem evoluir para o câncer. Essas alterações são



Curtido por atitudecom e outras 54 pessoas

7 DE FEVEREIRO

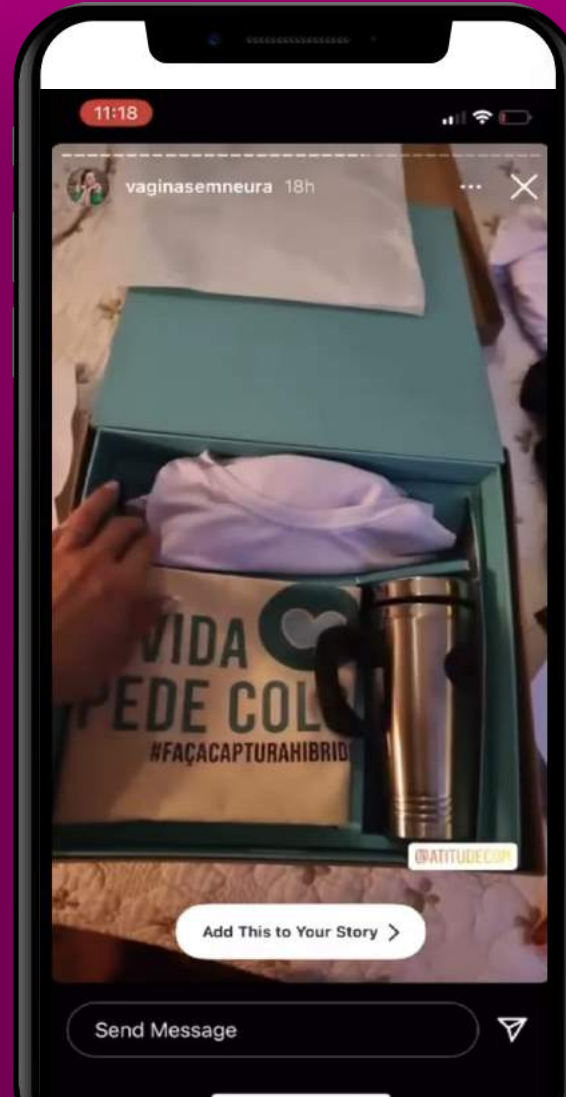
 Adicione um comentário... [Publicar](#)

# Stories

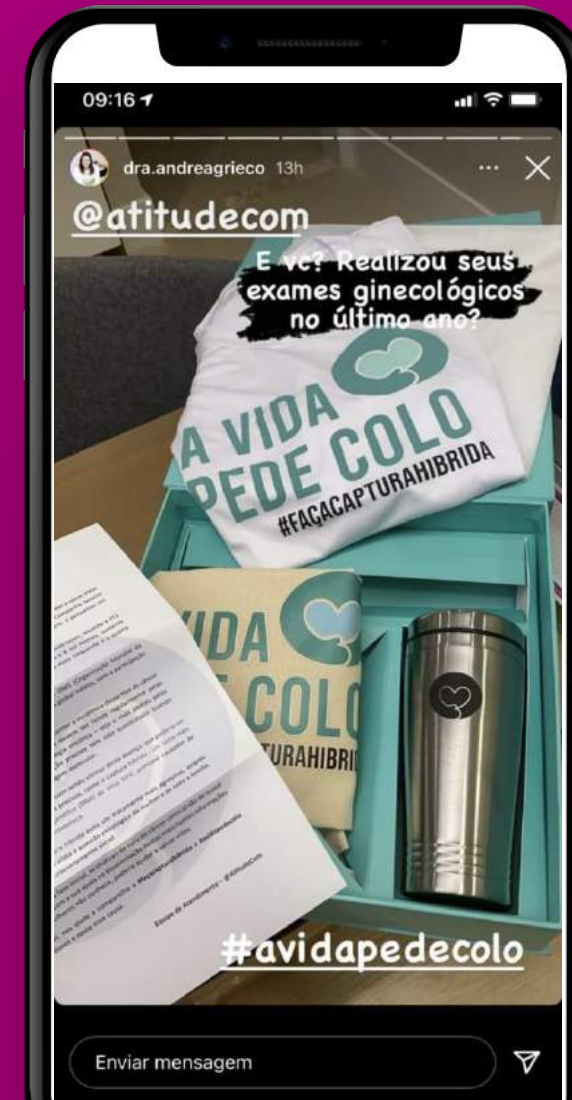
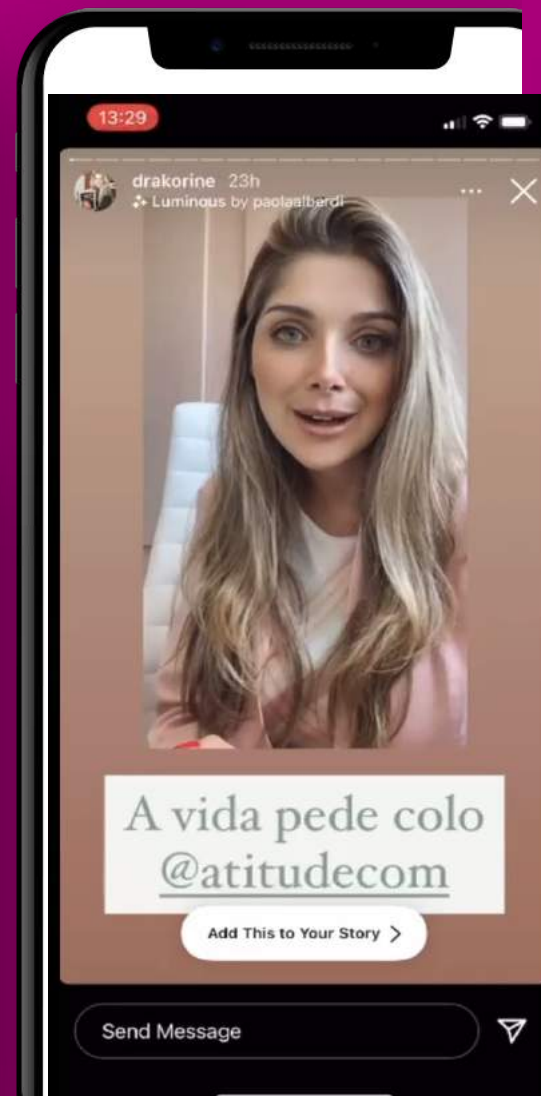
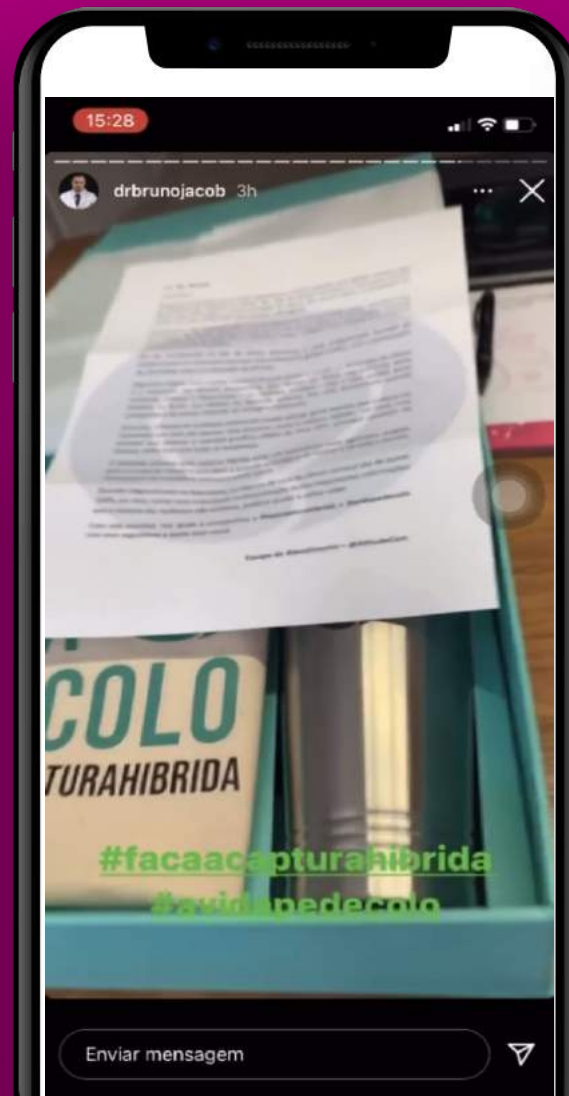




# Stories



# Stories





# Stories



# Stories





# Principais Comentários – Orgânicos

As interações das seguidoras mostraram que o **exame de Captura Híbrida** é muito pouco conhecido pelos públicos atingidos. Com a divulgação motivada pelos influenciadores, estamos seguros que o objetivo principal de awareness foi alcançado por meio da amplitude das postagens, gerando interesse de boa parte dos seguidores dos influencers em conhecer ainda mais sobre o exame e benefícios.

 **baetakeka @vaginasejneura** fala mais dessa caprura híbrida, pf 🙏

 **mari.pante** Preventivo sempre em dia!! Mas nunca ouvi falar desse exame 😞

 **rosileia.nogueira.927** Nunca ouvi falar sobre isso... meu preventivo fiz agora dia 13.01

 **melcabrer** Preventivo em dia, mas nenhuma das ginecologistas que tive na vida mencionou sobre esse exame em específico

 **kellikraeski** Preventivo em dia, no entanto, não sabia que existia a captura híbrida, nenhuma gineco nunca comentou sobre isso, primeira vez que ouço. Vagi, por te acompanhar a algum tempo esse mês decidi deixar o anticoncepcional, estou morrendo de medo pelas espinhas, mas vamos ver se a libido e a lubrificação voltam a ser como eram antes 🙏

 **oliveira.samanta\_** Excelente, Vagi! Fiz como rastreio pela primeira vez este ano. Fiquei curiosa sobre o tema... poderia rolar uma live a respeito né?! 😊😊

 **marilda.martins6** Gostaria de saber como e feito este exame captura híbrida

 **priscilalobo.nutri** Como é esse exame de captura híbrida? É totalmente diferente do papa @ericamantelli ?posso solicitar isso ao meu ginecologista?

— Ocultar respostas

 **paivathaty2018** Também gostaria de saber como é ?? ❤️

 **kellynascimento @priscilalobo.nutri** tbm gostaria de saber.

## Lista Geral



| Perfil             | Link                              | Potencial Impacto | Valoração     |
|--------------------|-----------------------------------|-------------------|---------------|
| Dra Erica Mantelli | <a href="#">Instagram Stories</a> | 879.000           | R\$ 30.000,00 |
| Dra Erica Mantelli | <a href="#">Instagram Stories</a> | 879.000           | R\$ 30.000,00 |
| Dra Erica Mantelli | <a href="#">Instagram Feed</a>    | 879.000           | R\$ 40.000,00 |
| Vagina Sem Neura   | <a href="#">Instagram Stories</a> | 658.000           | R\$ 20.000,00 |
| Vagina Sem Neura   | <a href="#">Instagram Feed</a>    | 658.000           | R\$ 20.000,00 |
| Dr. Bruno Jacob    | <a href="#">Instagram Stories</a> | 349.000           | R\$ 9.000,00  |
| Dr. Bruno Jacob    | <a href="#">Instagram Feed</a>    | 349.000           | R\$ 9.000,00  |
| Carol Birk         | <a href="#">Instagram Stories</a> | 206.000           | R\$ 5.500,00  |
| Dra Ana Carolina   | <a href="#">Instagram Stories</a> | 153.000           | R\$ 5.500,00  |
| Dra Ana Carolina   | <a href="#">Instagram Feed</a>    | 153.000           | R\$ 5.500,00  |

## Lista Geral



| Perfil                 | Link                              | Potencial Impacto | Valoração    |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------|--------------|
| Dra Ana Carolina       | <a href="#">Instagram Feed</a>    | 153.000           | R\$ 5.500,00 |
| Alexandra Evangelista  | <a href="#">Instagram Stories</a> | 100.000           | R\$ 5.500,00 |
| Renata Bozzy           | <a href="#">Instagram Stories</a> | 86.900            | R\$ 4.500,00 |
| Ariane Ferrari         | <a href="#">Instagram Stories</a> | 83.000            | R\$ 4.500,00 |
| Vida de Mamãe          | <a href="#">Instagram Stories</a> | 71.300            | R\$ 4.000,00 |
| Dra. Andrea Grieco     | <a href="#">Instagram Stories</a> | 66.900            | R\$ 4.000,00 |
| Dra. Luciana Taliberti | <a href="#">Instagram Stories</a> | 58.800            | R\$ 4.000,00 |
| Claudia Aloia          | <a href="#">Instagram Stories</a> | 55.800            | R\$ 4.000,00 |
| Taily Andrade          | <a href="#">Instagram Stories</a> | 55.100            | R\$ 4.000,00 |
| Taily Andrade          | <a href="#">Instagram Stories</a> | 55.100            | R\$ 4.000,00 |



## Lista Geral



| Perfil                 | Link                              | Potencial Impacto | Valoração    |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------|--------------|
| Taily Andrade          | <a href="#">Instagram Feed</a>    | 55.100            | R\$ 4.000,00 |
| Camilla Stoian         | <a href="#">Instagram Stories</a> | 45.200            | R\$ 3.500,00 |
| Dra. Karina Cavalcanti | <a href="#">Instagram Stories</a> | 45.200            | R\$ 3.500,00 |
| Janaína Almeida        | <a href="#">Instagram Stories</a> | 32.300            | R\$ 3.500,00 |
| Dra Karayna            | <a href="#">Instagram Feed</a>    | 29.800            | R\$ 3.000,00 |
| Michele Santiago       | <a href="#">Instagram Stories</a> | 24.700            | R\$ 3.000,00 |
| Michele Santiago       | <a href="#">Instagram Reels</a>   | 24.700            | R\$ 3.000,00 |
| Dra Korine             | <a href="#">Instagram Stories</a> | 24.200            | R\$ 3.000,00 |
| Dra. Ana Sicilia       | <a href="#">Instagram Stories</a> | 17.000            | R\$ 2.500,00 |

## Equipe:

Concepção: Damaris Lago

Redação: Laís Jimenez

Relacionamento com Influenciadores: Leonardo Messias

Suporte de Atendimento: Giovanna Feltrin

Designer: Augusto Rodrigues Santos

Contribuição: Milena Nogueira

Diretora de Marketing Qiagen: Nathália Silo

OBRIGADA!



## Damaris Lago

damaris@atitudecom.com.br



damaris.lago1



damarislago

Jornalista com registro  
MTB: 21.415

+55 (11) 4226-2904

+55 (11) 9 9985-1553

Escritório SP: Avenida Brigadeiro Faria Lima,  
4221 – 1º Andar – Itaim Bibi / SP

Sede: Alameda Terracota, 215 – Conj. 1124  
São Caetano do Sul / SP

