

Fruittella®

O poder do sim

AÇÃO DE RELACIONAMENTO COM INFLUENCIADORES

Fruittella Blueberry & Chia: O Poder do Sim!

A marca Fruittella

A marca Fruittella é fabricada e distribuída pela Perfetti Van Melle, uma das líderes globais do mercado de candies e gomas. A empresa, que também é detentora da marca Mentos, foi fundada em 1946, na Itália. Em 2001, a Perfetti adquiriu a Van Melle, da Holanda. Hoje, a companhia, com sedes na Itália (Lainate - Milão) e na Holanda (Amsterdam), está presente em 150 países da Europa, Américas, Ásia, África e Oriente Médio, empregando mais de 17 mil pessoas no mundo todo. No Brasil, a companhia está sediada em Vinhedo, interior de São Paulo, e emprega cerca de 600 pessoas.

<https://www.fruittella.com.br>

<https://www.instagram.com/fruittellabrasil>



Fruittella® SEMENTE DE CHIA + VITAMINA C

Cenário

Com o mundo voltando aos eixos no pós-pandemia, a marca Fruittella viu a oportunidade de restabelecer a conexão dos consumidores com momentos prazerosos da vida, compartilhados em família, e criou a campanha Poder do Sim. Este foi o mote usado para o lançamento de Fruittella Blueberry e Chia, em campanha com influenciadores, que foram estimulados a contar em suas redes “Qual o seu momento Fruittella?”.

A ideia da campanha era ressaltar a conexão da marca com diversão em família! O **Poder do SIM de Fruittella** é um convite à liberdade de dizer sim a momentos de alegria e prazer, sem qualquer preocupação. Dizer sim àqueles momentos que não são planejados ou aos convites de última hora, sem nem mesmo questionar.



Estratégia

A Conteúdo Comunicação trabalha na construção de relacionamento entre Fruittella e influenciadores, identificando perfis que tenham sinergia com a marca. Desde 2020, com o mote Poder do Sim, em ações orgânicas, foram mais de 787 posts espontâneos de mais de 163 influenciadores, até setembro de 2022.



Criar uma conexão marca vs influenciador - o público quer saber o que tem de novo e se atualiza pelas redes sociais e páginas de influenciadores.

A estratégia foi dividida em três pilares: visibilidade, por meio de um press-kit criativo e bem elaborado; a criação de conversas com influenciadores fãs da marca e a consequente penetração por meio de postagens orgânicas e naturais, que aproximariam a marca do público final. Sempre mantendo o Poder do Sim de Fruittella em evidência.



Clique nas imagens para visualizar as publicações



Andrea Beltran
51.1 mil seguidores



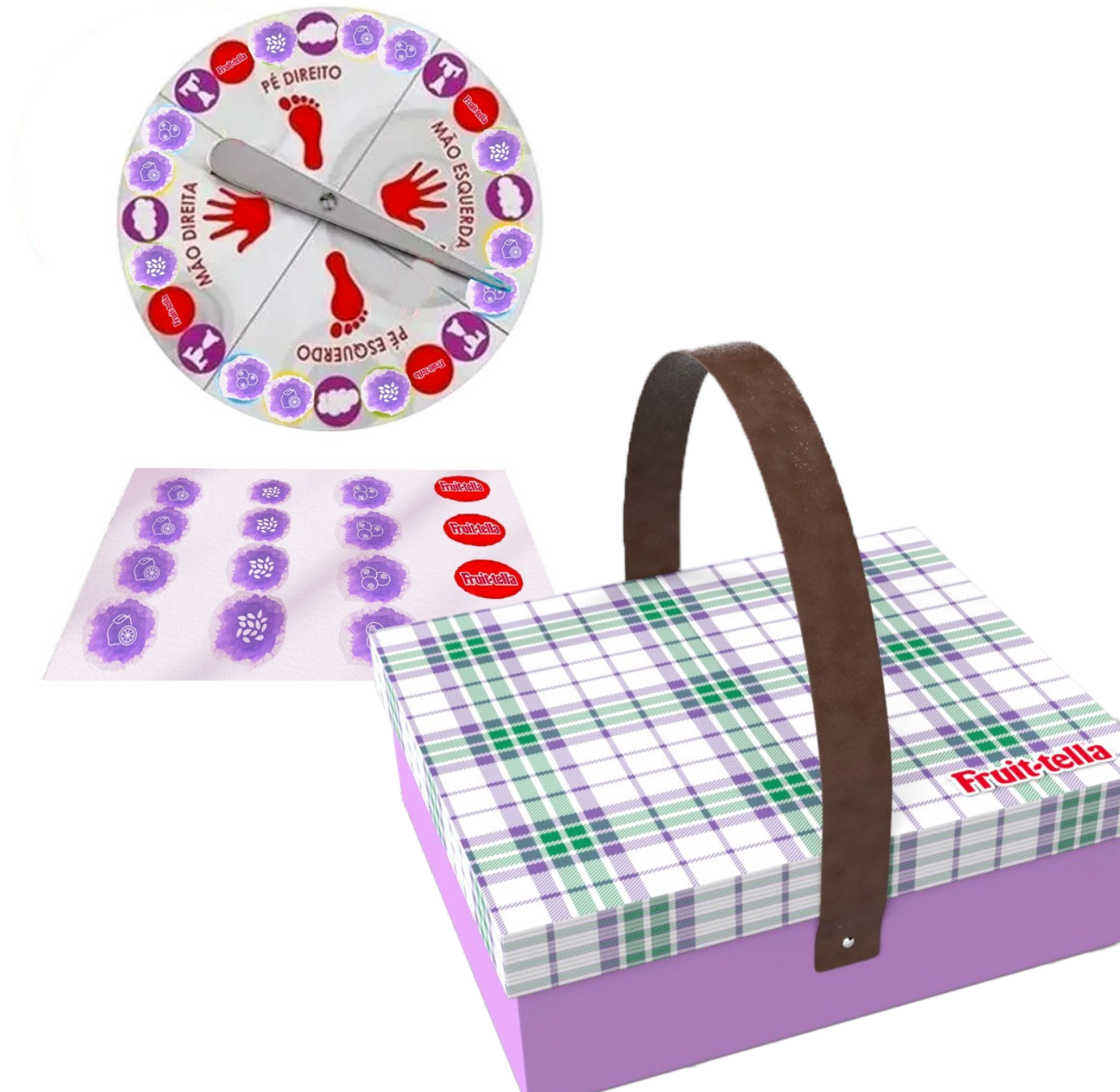
Flavia Kitty
15.8 mil seguidores

Press-Kits

Por conta de todo apelo do sabor frutal do Blueberry (mirtilo) e para destacar a saudabilidade da chia, enviamos 180 press-kits orgânicos em formato de cesta de piquenique para os influenciadores.

Além do produto para degustação, o material continha um jogo para os pais se divertirem com os filhos, fazendo conexão com o Poder do Sim e os momentos em família.

O investimento foi de R\$ 56.384,00 na produção e distribuição dos kits. O material trouxe grande visibilidade para a marca nas redes, mostrando que ações orgânicas bem estruturadas geram resultado.



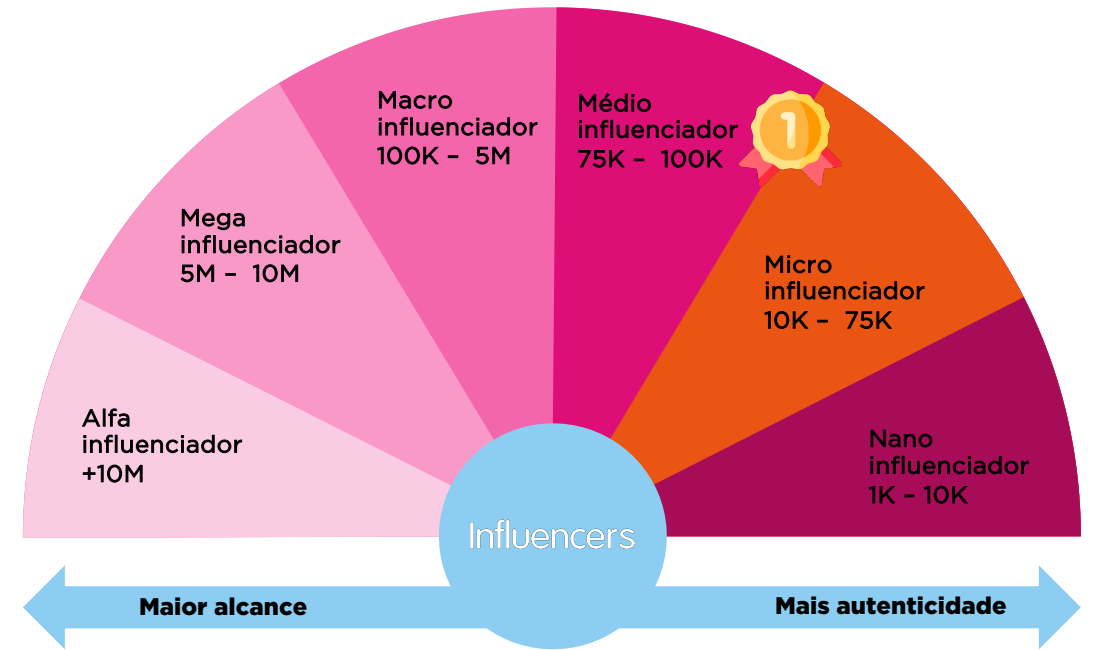
Seleção de Influenciadores

Mega/Alphas: Foco na visibilidade: Aqui entram as celebridades, artistas e os maiores nomes da internet, com milhões de seguidores, que vão nos ajudar a espalhar a novidade.

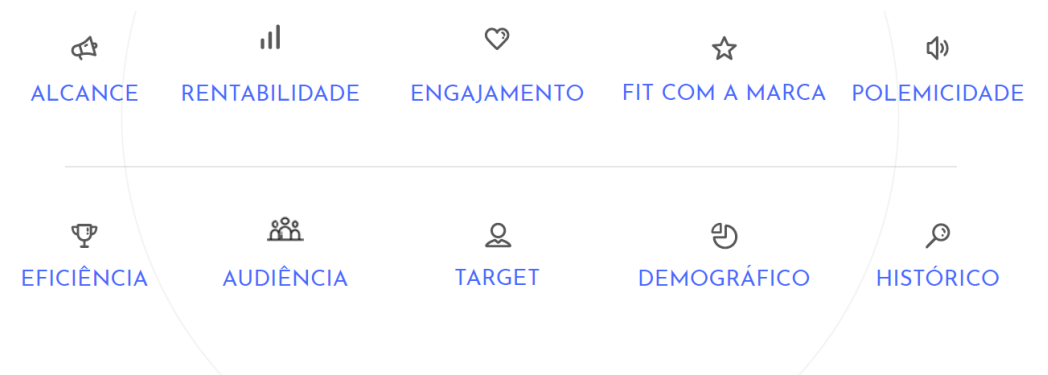
Macro: Também colaboram com uma comunicação massiva: são influenciadores que abordam sobre temas que atraem um grande número de pessoas: lifestyle, humor, cinema, etc.

Médios: Conseguem atingir um número bem maior de pessoas, com uma boa taxa de engajamento. Eles conseguem mesclar profissionalismo, confiabilidade e altos números de visualizações.

Micro/Nano: Bem relacionados com seu público, super fiel. Aqui o foco é engajamento no seu target, com uma alta taxa de conversão. Vão pulverizar a mensagem.

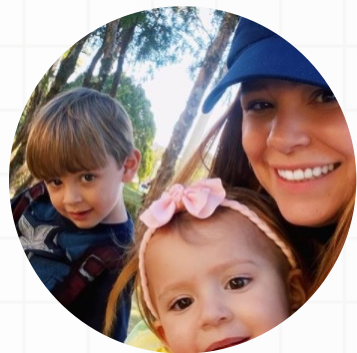


Para gerar conversa focamos em alguns critérios na seleção dos influenciadores:



Influenciadores de destaque

engajados na ação



Mila Cabral

@millacabrall

1,5 milhão de seguidores

1 story

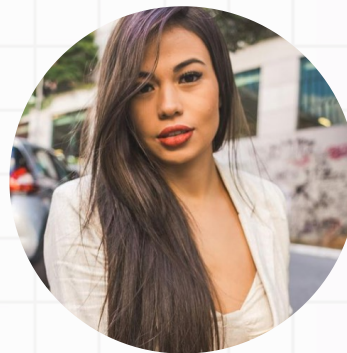


Luma Costa

@lumacostaa

1,4 milhão de seguidores

1 story



Gabi Magsan

@gabimagsan

552 mil seguidores

3 stories



Fernanda Cintra

@gemeasdafer

860 mil seguidores

1 story

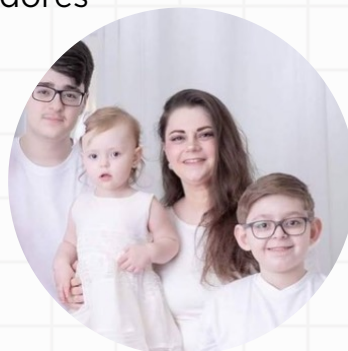


Marcela Mendonça

@umavida especial

90,2 mil seguidores

10 stories

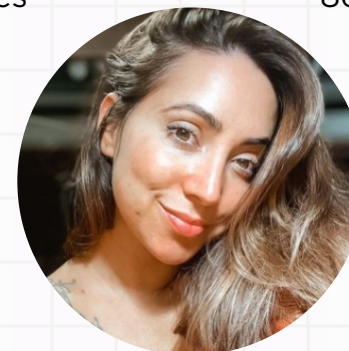


Camila Pagamisse

@baudem menino

29,6 mil seguidores

4 stories



Francielli Rezende

@franrezende

310 mil seguidores

1 story

Resultados

O diferencial desse trabalho é que, pela afinidade que os influenciadores já tinham com a marca e o **relacionamento** de ações anteriores, conseguimos levar a emoção de forma muito transparente e natural desse universo e para o público final.

O press-kit criativo, com design diferenciado, chamou a atenção dos influenciadores na ação orgânica, gerando discursos em suas redes sociais com posts espontâneos sobre a dinâmica da ação, elogios ao kit elaborado, a marca e ao produto em si!

OS KPIs analisados - #Ogânicas:

- Mídia Espontânea
- Engajamento
- Exposição x alinhamento de mensagem
- Tipo de influencer
- Possível impacto
- Quantidade de posts
- Qualificação
- Taxa de conversão do envio dos kits



Clique na imagem para visualizar a publicação



Dicas & Resenhas
200 mil seguidores

Resultados



219

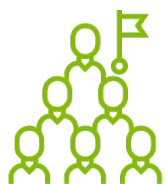
Publicações nas redes sociais de 62 influenciadores

*melhor resultado em uma campanha de Fruittella com influenciadores orgânicos



10,96%

De Quality Message



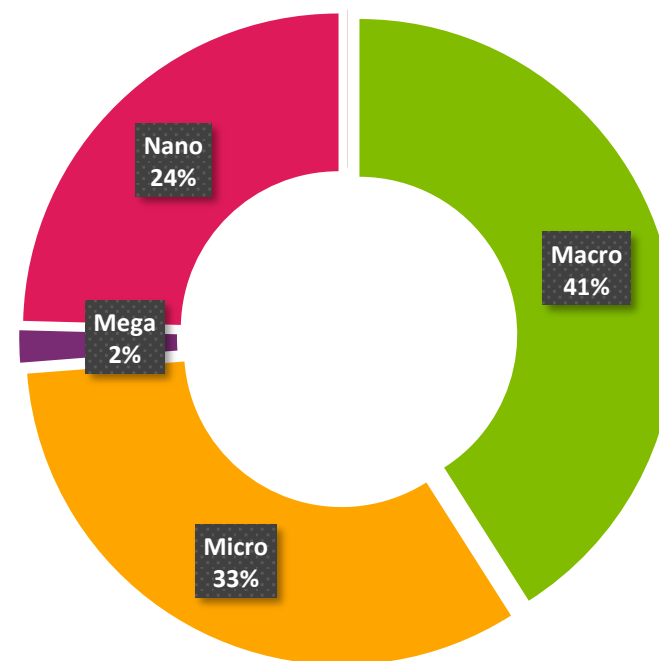
Audiência com
+ de 27.8 Mi
de seguidores



R\$ 600.500,00

em mídia espontânea nas redes sociais**

**tendo como base post simples de 3 stories



41% dos posts foram feitos por influencers macro, 33% influenciadores micro, 24% nano e 2% mega

Considerações Finais

O que a Conteúdo Comunicação realizou com essa campanha com influenciadores foi uma imersão no propósito da marca e a criação de um material autêntico para sensibilizar o mailing e criar conexão com a marca. Além de reforçar a importância do território familiar, ativo extremamente importante para a marca, e criar uma narrativa verdadeira e de compartilhamento de momentos inesquecíveis, Fruittella estabeleceu um forte relacionamento com influenciadores de massa e de nicho. A nova dinâmica da comunicação não é mais apenas sobre audiência, é sobre parte da conversa de uma comunidade e geração de valor.

Com o resultado da ação orgânica e o relacionamento genuíno com os influenciadores e entendimento dos perfis, a ativação ganhou ainda mais força, saindo do território de divulgação, entrando na rotina das pessoas e fazendo com que o público tivesse interesse em criar momentos de lazer e com pessoas que os cercam, agregando valor para a campanha e maior interesse para a marca.

Além dos influenciadores orgânicos, nós contratamos 03 *creatos*, que geraram mais de 37 posts no Stories, Feed e Reels do Instagram, além de uma entrada no Youtube, de maneira irreverente e criativa. A ação atingiu +421K impressões, sustentando mais de 137k de visualizações e uma alta taxa de engajamento de 10% (a média do mercado é de 2,5%) e favorabilidade de 43,72%.



TACIELE ALCOLEA
[@tacielealcolea](https://www.instagram.com/tacielealcolea)
5.9 milhões de seguidores



JOANA RODRIGUES
[@joanarodrigues2](https://www.instagram.com/joanarodrigues2)
+ de 99 mil seguidores



CANAL VALE A PENA
[@valeapena.oficial](https://www.instagram.com/valeapena.oficial)
+ de 73.7 mil seguidores

CONTEÚDO

C O M U N I C A Ç Ã O