

CASE ARCHTRENDS PORTOBELLO

Criada em 2017 a plataforma Archtrends, da empresa Portobello, se consolidou como fonte autoral de conteúdo e referências de arquitetura, design e lifestyle. A principal fabricante de revestimentos cerâmicos do país e líder no varejo, posiciona-se como um importante hub de comunicação, ao apostar em marketing digital, canais próprios e eventos para gerar conteúdo original para arquitetos, designers de interiores, engenheiros e paisagistas - e estudantes dessas áreas.

Em setembro de 2022 a Portobello reestruturou o Archtrends. Mais tecnologia, ambiente digital mais intuitivo, novo (e melhor) time de colunistas, novo layout e funcionalidades inspiradas em redes sociais como Pinterest e Instagram, porém com foco exclusivo em arquitetura, foram os principais investimentos.

A Portobello escolheu seu principal evento para fazer o relançamento da plataforma. A 5ª edição Archtrends Summit aconteceu no dia 8/9 sob o tema “Me Is We – Nossa natureza é coletiva”. O ciclo de palestras foi a materialização do conteúdo do Archtrends e contou com a participação de grandes nomes do design, arquitetura e outras áreas criativas. O evento, presencial para convidados 700 convidados, tinha transmissão online gratuita.

A comunicação atuou em diversas frentes para impactar jornalistas, influenciadores, profissionais e estudantes, e gerar interesse pelo novo Archtrends. Esforços de relações com a mídia e influenciadores, marketing de influência e mídia paga foram importantes ferramentas.

Os primeiros bons resultados puderam ser medidos já na primeira quinzena de setembro.

a) Cronograma, assinalando as etapas básicas planejadas e cumpridas:

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO FORAM REALIZADAS EM 3 FASES:

PRÉ EVENTO – 22/07/2022 até 07/09/2022

1. Desenvolvimento e apresentação do cronograma de ações realizadas pela Marqueterie para o relançamento da plataforma Archtrends e a 5ª edição do Archtrends Summit;
2. Produção do release do evento e divulgação para os mailings de Arq/Dsg, Agenda e Prop&Mkt e follow-up ativo;

3. Mapeamento e contato com as sete principais universidades de Arquitetura e Design de São Paulo convidando os coordenadores e 2 alunos para participação presencial no evento;
4. Sugestão de mailing e atualização de endereços de 75 jornalistas e influenciadores de São Paulo para envio do kit com os pães de mel produzidos pelo Alex Atala e produção de conteúdo da carta para acompanhar os gifts. Compra das embalagens, manuseio e envio dos kits;
5. Convite Archtrends Summit e follow up para jornalistas e influenciadores;
6. Criação de perfil no site da Uber para a geração de 30 vouchers oferecidos para o deslocamento dos jornalistas e influenciadores até o evento.
7. Desenvolvimento de estratégia de branded content para visibilidade do Archtrends Summit;
8. Desenvolvimento de estratégia para os influenciadores pagos;

DURANTE EVENTO – 08/09/2022

9. Alinhamento e acompanhamento da transmissão online do Summit para 50 estudantes na faculdade Belas Artes. Cotação de orçamentos e organização do coffee oferecido aos alunos;
10. Contato com jornalistas e influenciadores convidando para o presencial no Summit. Follow-up ativo com os 26 confirmados, envio do link de inscrição e voucher para o deslocamento até o evento;
11. Participação presencial do time de PR nos eventos das lojas Portobello Shop Gabriel e Vila Olímpia;
12. Participação presencial do time de PR no Summit e atendimento dos jornalistas e influenciadores presentes.

PÓS-EVENTO – 09/10/2022 até 30/09/2022

1. Contato de agradecimento com todos os participantes convidados via Marqueterie;
2. Divulgação se manteve, com foco na nova plataforma Archtrends.
3. Organização dos dados e resultados para os relatórios.

Número de pessoas que atuaram no projeto.

De forma direta, na agência atuaram 5 pessoas

3 pessoas do núcleo de PR e 2 pessoas do núcleo de Marketing de Influência & Mídia

Detalhamento da equipe, com os nomes e as respectivas funções

Time PR - Agência Marqueterie:

1. Gabriela Genova, Account Coordinator.

- Desenvolvimento da estratégia macro do relançamento da plataforma/ evento Archtrends Summit.
- Definição junto com o cliente dos materiais, mailings e influenciadores orgânicos a serem trabalhados no relançamento da plataforma / evento Archtrends Summit.
- Suporte na definição das entregas a serem realizadas pelos Influenciadores e veículos de mídia contratados.

2. Rogério Santos, Account Executive.

- Participação no desenvolvimento da estratégia macro da campanha.
- Suporte na Definição junto com o cliente dos materiais, mailings e influenciadores orgânicos a serem trabalhados no relançamento da plataforma / evento Archtrends Summit.
- Desenvolvimento de textos e notas sobre as ações;
- Divulgações e follow ups.
- Convites e follow ups.
- Análise de dados e entregas.
- Desenvolvimento de relatório final.

3. Luciana Saraiva, Intern.

- Auxílio no acompanhamento de todas as entregas realizadas.
- Organização de dados enviados pelos representantes dos Streamers.
- Auxílio no desenvolvimento de relatório final.

Time Marketing de Influência & Mídia - Agência Marqueterie:

1. Lucas Soares, Influence Marketing & Media Coordinator.

- Desenvolvimento da estratégia com influenciadores e imprensa pré e durante o evento Archtrends Summit.
- Acompanhamento e coordenação da ação com imprensa e influenciadores antes e durante o evento.
- Análise de dados e entregas.
- Elaboração do relatório.

2. Stefano Calçada, Intern.

- Participação no desenvolvimento da estratégia para a divulgação de influenciadores e mídia.
- Auxílio no desenvolvimento de relatório final.
- Convites e follow ups dos influenciadores.
- Apoio no desenvolvimento de relatório final.

Vídeo-Case

https://vimeo.com/756894425?utm_source=email&utm_medium=vimeo-cliptranscode-201504&utm_campaign=29220

Materiais Adicionais

Case Relançamento Archtrends + Relatório

Release do Evento Relançamento Archtrends