

## CASE HERMAN MILLER GAMING CAMPAIGN

A Herman Miller é uma empresa de mais de 100 anos que atribui grande importância ao design, meio ambiente, saúde e bem-estar. O design de mobiliário inspirador e suas inovações tecnológicas podem ser encontradas em todo o mundo e até em coleções permanentes de museus.

Em 2020, essa empresa centenária adentrou ao universo gamer, lançando a linha Gaming das suas cadeiras icônicas: Aeron, Embody e Sayl. O **foco é proporcionar conforto** durante longas horas, melhorar o **bem-estar físico, desempenho cognitivo e saúde mental** dos jogadores.

Para contar essa novidade foram escolhidos **10 Streamers e Jogadores**, que compartilham suas rotinas em plataformas como Instagram, Facebook, YouTube, BOOYAH! e Twitch. Eles ganharam as cadeiras, testaram e endossaram os produtos, fazendo da **Herman Miller Gaming Campaign** um buzz digital multiplataforma.

Entre novembro de 2020 e junho de 2021, atributos como *‘Produto onde o alto desempenho e a ergonomia encontram o design icônico’; Performance e conforto durante longas horas’*, teve um potencial de audiência de mais de 26 milhões de espectadores, 1.2 milhão de visualizações, 500mil likes e 4mil comentários.

E o melhor, foram narrados por quem estava no jogo!

### Orçamento

O orçamento desta campanha foi definido por meio de produto, ou seja, a agência teve 10 produtos para fazer em formato de permuta aos Streamers. Foram:

- 5 Embody Gaming – R\$ 15.275,00 cada cadeira, valor de venda retail;
- 2 Aeron Gaming - R\$ 14.310,00 cada cadeira, valor de venda retail;
- 3 Sayl Gaming - R\$ 8.805,00 cada cadeira, valor de venda retail.

Total: R\$ 131.410,00 (cento e trinta e mil quatrocentos e dez reais).

## Número de pessoas que atuaram no projeto.

De forma direta, na agência atuaram 3 pessoas do núcleo de PR: Teresa Westin, Account Director; Victoria Baptista, Account Executive; e Jordana Pironti, Intern. Já no cliente, Herman Miller, atuaram 3 pessoas: Carla Barbosa, Head de Retail LAC; Mônica Scarpin, E-commerce Coordinator e Bruno Dantas, Social Media LAC.

## Detalhamento da equipe, com os nomes e as respectivas funções

### Time PR - Agência Marqueterie:

- 1. Teresa Westin, Account Director.**
  - Desenvolvimento da estratégia macro da campanha.
  - Definição junto com o cliente nos nomes a serem trabalhados na campanha.
  - Auxílio na definição das entregas a serem realizadas pelos Streamers.
- 2. Victoria Batista, Account Executive.**
  - Desenvolvimento da estratégia macro da campanha.
  - Definição junto com o cliente nos nomes a serem trabalhados na campanha.
  - Negociação com os representantes dos Streamers.
  - Definição das entregas a serem realizadas pelos Streamers.
  - Acompanhamento de entrega do produto e primeira análise dos convidados para a campanha.
  - Acompanhamento de todas as entregas realizadas pelos Streamers.
  - Análise de dados e entregas.
  - Desenvolvimento de relatório final.
- 3. Jordana Pironti, Intern.**
  - Auxílio no acompanhamento de todas as entregas realizadas pelos Streamers.
  - Organização de dados enviados pelos representantes dos Streamers.
  - Auxílio no desenvolvimento de relatório final.

### Vídeo-Case

[https://vimeo.com/756928818?utm\\_source=email&utm\\_medium=vimeo-cliptranscode-201504&utm\\_campaign=29220](https://vimeo.com/756928818?utm_source=email&utm_medium=vimeo-cliptranscode-201504&utm_campaign=29220)

### Materiais Adicionais

1. Case Gaming Herman Miller \_ influenciador
2. Cronograma e Check PR