



CASE: MAM e RPMA
“MAM Orgulho de Ser Uma
Família #LGBTGIAP”



Categoria: “Relacionamento com
Influenciadores”



Resumo



A MAM Baby desenvolve produtos de qualidade para que os pais vivam a **alegria de ser uma família**, que é o centro de tudo o que a MAM faz, além de ser a principal instituição da sociedade.

E para a empresa, o que define família é o amor, não padrões. Assim, enaltecendo a beleza de um mundo melhor, mais justo e sem discriminações, pelo segundo ano seguido, em junho, mês do **Orgulho LGBTQIAPN+**, a empresa trabalhou a campanha “**Orgulho de ser uma família**”. Em conjunto com a RPMA, foram ativados, de forma orgânica e diferenciada, influenciadores identificados com a causa, gerando uma grande onda de amor nas redes.

Não é apenas de uma ação de awareness. É, acima de tudo, um reconhecimento da singularidade e do valor da família, principalmente as formadas por pessoas que, por muito tempo, tiveram negado esse direito.

Desafio

Enaltecer a singularidade de família e evidenciar a existência LGBTQIAPN+ em sua formação.

Como desdobramento, em conjunto com a RPMA Comunicação, desenvolver uma estratégia capaz de fortalecer a campanha “Orgulho de ser uma Família” de forma ampla, com a ativação de influenciadores orgânicos, com abordagem diferenciada e personalizada.



Estratégia

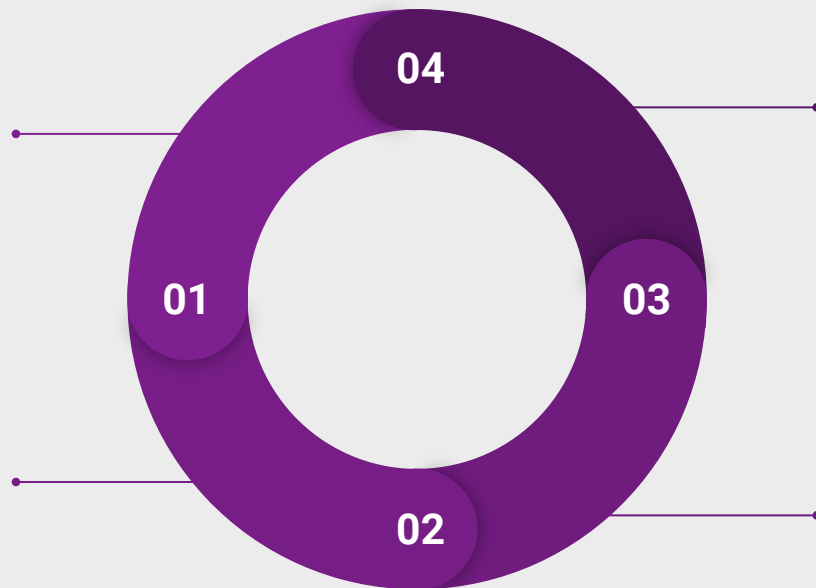


Mapeamento

Pensando no tom de voz, mensagens e consumidores da MAM Baby, a RPMA mapeou as famílias de influenciadores para a campanha

Perfil selecionado

Foram identificado 31 influenciadores dos territórios de maternidade/paternidade e lifestyle, com filhos de até 3 anos de idade



Publicação

Ativação orgânica, com distribuição dividida em dois momentos: junho de 2022 e junho de 2023. Sugestão de publicação com as hashtags #OrgulhodeserFamília #WeLoveBabies

Desenvolvimento de kits

Desenvolvimento de kits personalizados para serem distribuídos ao mailing estratégico

Ações



Fase 1 - JUNHO de 2022

12 influenciadores LGBTQIAPN+
Kit personalizado, com produtos da MAM, e dois bastidores artesanais para cada família (com foto da família impressa, pintada e bordada e com a mensagem da marca).



Fase 2 - JUNHO de 2023

19 influenciadores LGBTQIAPN+
Kit personalizado com produtos da MAM e quadro com arte exclusiva, retratando cada família, assinado pelo ilustrador e designer Marcel Melfium.



Resultados

FASE 1 (Junho/22)

10

influenciadores publicaram
conteúdos
(de 12 que receberam o Kit)

67

publicações no total

889 mil

alcance potencial

FASE 2 (Junho/23)

15

influenciadores publicaram
conteúdos
(de 19 que receberam o Kit)

50

publicações no total

mais de
1 milhão

alcance potencial

TOTAL RESULTADOS

15

influenciadores publicaram
conteúdos
(de 19 que receberam o Kit)

50

publicações no total

mais de
1 milhão

alcance potencial



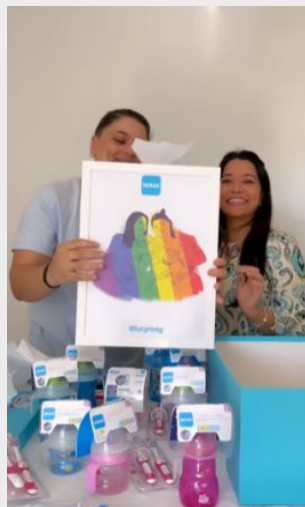
Resultados

Fase 1 (2022)



Resultados

Fase 2 (2023)



Legado

A MAM Brasil fortaleceu seu propósito e DNA de alegria de ser família, além de dar visibilidade e apoiar a causa da comunidade LGBTQIAPN+ no desenvolvimento desta instituição tão importante da sociedade, a família.

Em junho, mês em que o mundo ganha cores vibrantes e abraça a diversidade, a marca celebra o amor e a inclusão de forma ainda mais intensa, enaltecendo a beleza de uma sociedade melhor, mais justa e sem discriminações.





rpmacomunicacao.com.br

CENU Torre Oeste
Av. Nações Unidas, 12901, 14o andar
Brooklin
São Paulo -SP

11 5501-4655

