

CASE CHANTILLY DA NORCAU



Promovendo conversas entre fãs para apresentar o novo Norcau Chantilly

Contexto

A Norcau é uma marca da Puratos Brasil, composta por soluções para confeitadeiras e boleiras, que possui um portfólio de Chantilly, Chocolate, Recheios e Misturas para Bolos. O Chantilly, principal produto da Norcau, é reconhecido como um dos melhores do mercado, com muitos fãs pelo Brasil, que se manifestam e interagem ativamente de forma espontânea com a marca em suas redes sociais.

Desafio

No segundo semestre de 2022 a Puratos tinha um grande desafio pela frente: lançar três novas fórmulas do seu Chantilly. Esse produto, tão querido pelas confeitadeiras brasileiras, sofreria alterações na fórmula e novo modo de usar, se não bem comunicado, poderia causar estranhamento e até certa rejeição.

Ideia

Para fortalecer a comunicação da mudança, a Marqueterie recorreu à credibilidade e influência dos ‘Embaixadores Norcau’, programa de relacionamento com influenciadores criado pela Marqueterie para a marca em junho de 2020. Convidou eles, apaixonados por Norcau, para ajudar a contar as novidades para os fãs da marca, tornando fácil (e gostoso) entender as mudanças no produto.

Como

Promoveu em junho a ‘Experiência Norcau’, primeiro encontro presencial dos Embaixadores Norcau. Na ocasião a Puratos apresentou em primeira mão as

novas fórmulas de Norcau Chantilly e a Marqueterie promoveu um alinhamento de comunicação.

A imersão de 2 dias aconteceu no Inspiration Center da Puratos em São Paulo e reuniu 14 dos 16 embaixadores da marca, que vieram de várias regiões do Brasil. O encontro tinha como objetivo fortalecer o relacionamento, engajá-los e capacitá-los para produzir conteúdo qualificado após experiências e treinamentos fornecidos pela equipe técnica de Pesquisa & Desenvolvimento e Marketing.

A partir de setembro, quando o novo Norcau Chantilly chegou ao mercado, os embaixadores começaram as publicações, estimulando conversas e ensinando os consumidores a usarem da forma correta, aproveitando assim todas as inovações que a nova fórmula traz.

Conforme as dúvidas dos consumidores foram surgindo nas redes sociais de Norcau, outros formatos de ações em parceria com os Embaixadores foram adicionados, como a Live ‘Aprenda a ter o chantilly perfeito com Norcau Nova Fórmula’ com a embaixadora @gislaine_ricci e o Chef Abner Colombati da Puratos, e as pílulas informativas ‘Dicas com Dany Bolos, com a embaixadora @danybolos’, conteúdo que também alimenta a TV Norcau no site da marca.



RESULTADOS

JUNHO • EXPERIÊNCIA NORCAU

Nas redes dos Embaixadores 2 Dias de Evento

825

+ de 825 Stories e publicações

66 MIL

+ de 66 mil interações com o conteúdo publicado pelos Embaixadores Norcau

1.4 MILHÕES

+ de 1.4 milhões de seguidores impactados positivamente com os conteúdos sobre a #EXPERIENCIANORCAU

No Instagram da Norcau Destaques



Norcau alcança a marca de 70k com um crescimento de + 2,04% de seguidores



Alcance cresce + 217%*



Interações com + 55,6%



Impressões em + 585,9%*

SETEMBRO/OUTUBRO • LANÇAMENTO NORCAU CHANTY NOVA FÓRMULA

Nas redes dos Embaixadores

725

+ de 725 Stories e publicações

114 MIL

+ 114 milhões de interações com o conteúdo publicado pelos Embaixadores Norcau

9 MILHÕES

+ 9 milhões de seguidores impactados positivamente com os conteúdos sobre a nova fórmula de Norcau

No Instagram da Norcau Destaques



Crescimento da base de seguidores em + 3,02%



Alcance em + 22,3%*



Mais de 16mil interações com os conteúdos



Mais de 5 milhões de impressões*

MARQUETERIE
AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

Norcau

puratos
Food Innovation for Good

Mais que números: credibilidade! [Clique aqui e conheça o Case completo:](#)

(* Mídia paga + orgânico)