



Contexto

Para celebrar o 10º aniversário da 99/Didi no Brasil, a Edelman desenvolveu uma campanha reforçando mensagens-chave de hiper cuidado, conectando-se com motoristas e passageiros enquanto alcançava proximidade, emoção e um senso de comunidade.



Solução Criativa

Na correria da vida cotidiana, quando as pessoas entram em um carro da 99, muitas vezes a primeira e única interação entre motorista e passageiro é um rápido e distante contato visual no espelho retrovisor, no início da viagem. A correria diária não nos permite pensar que, por trás desse pequeno reflexo, há muito mais do que a "peça" de alguém: há uma pessoa inteira, com histórias e memórias próprias.

"Gente Por Inteiro" tornou-se a narrativa da marca para a campanha de 10 anos, como título de nosso ativo principal: um documentário de 10 minutos que deu voz aos principais parceiros da 99: seus motoristas, ao retratar as histórias de personagens que personificaram o objetivo da empresa de cuidar de seus usuários.



Execução

O filme foi apresentado em primeira mão no evento oficial de 10 anos da 99 em São Paulo/SP e depois foi transmitido para o público brasileiro nas mídias digitais em www.genteporinteiro.com.br.



Resultados

"Gente Por Inteiro" se tornou uma campanha de 3 meses para consumidores, imprensa e influenciadores, permitindo que a 99 recuperasse memórias positivas de seus 10 anos no Brasil de uma maneira humana e em formatos atrativos para diferentes públicos e ângulos, aproximando as pessoas do lado empático da tecnologia de mobilidade.



600K
visualizações

+300K
usuários alcançados
nas redes sociais

285
resultados na mídia

