

Luminous White Glow

Campanha de Comunicação:
Estratégia de Lançamento
e Comunicação de Sucesso

Prêmio Jatobá 2023
Grande Agência: BCW
Categoria: Campanha de Comunicação
Cliente: Colgate Palmolive



CONTEXTO

O Colgate Luminous White Glow é um dos maiores lançamentos do ano no mercado de higiene bucal.

Com tecnologia inovadora e preço acessível, a nova pasta elimina mais de 10 anos de manchas nos dentes.

Solução revolucionária para um desejo comum entre os consumidores: **dentes mais brancos e sorrisos brilhantes.**



- **Sua eficácia é comprovada clinicamente** e esse grande diferencial se deve à sua **composição exclusiva**. É a única que inclui 3% de peróxido de hidrogênio, amplamente **reconhecido e utilizado em clareamentos dentais profissionais**.
- Um produto com essas credenciais precisava de uma estratégia de comunicação e divulgação à altura, não só para **colocá-lo em evidência na mídia**, mas também para **afastar possíveis ruídos em seu lançamento**.

DESAFIOS



Ganhar **credibilidade técnica** junto aos **stakeholders**, de modo a evitar crises e ruídos de comunicação



Ganhar **visibilidade e conquistar repercussão positiva** no momento de **lançamento**, que aconteceu em meio ao Carnaval, quando diversas marcas fazem grandes investimentos.



Sustentar a comunicação no **segundo semestre**, reforçando o posicionamento do produto junto ao seu público-alvo.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO



Pensada em parceria com as agências VMLY&R e BCW, a Colgate-Palmolive apostou em uma estratégia integrada. **Entregar experiência de marca foi o direcional de toda a campanha.**

O plano focou em impactar o público-alvo prioritário do produto de forma **multiplataforma**, buscando **estar presente em diversos pontos de contato com o cliente.**

A estratégia para a Campanha de Comunicação levou em conta as seguintes frentes:

- Mídia programática;
- Relações Públicas;
- Marketing de influência;
- CRM;
- Mídias Sociais.

A estratégia contou com **três ondas de comunicação:**

- Sensibilização de influenciadores técnicos (dentistas)
- Ativação de lançamento (Carnaval na Sapucaí)
- Ativação de sustentação (The Town)

DESAFIO INICIAL DE COMUNICAÇÃO

Sensibilização de influenciadores técnicos

Dentistas são autoridades no que diz respeito à saúde bucal da população.

Tradicionalmente, **eles se posicionam com ceticismo** em relação a produtos que prometem tratamento caseiro de clareamento dental.



- **Conquistar a confiança desses profissionais era essencial na estratégia de comunicação**, pois sua opinião poderia influenciar significativamente a aceitação do Colgate Luminous White Glow pelo público geral.
- Era imperativo **evitar qualquer tipo de crise de imagem** relacionada a uma eventual resistência dos dentistas, pois isso poderia prejudicar severamente o lançamento do produto.
- Para superar esse desafio, foi implementada uma **estratégia de relacionamento** com dentistas influenciadores, que envolveu várias etapas essenciais.

RELACIONAMENTO COM DENTISTAS

Estratégia

Seleção Estratégica de Influenciadores

- Identificação de **dentistas influenciadores** com base em critérios como: reputação, credibilidade, presença nas redes sociais e capacidade de comunicação eficaz.
- A escolha criteriosa visava garantir a transmissão de uma mensagem positiva e confiável sobre o produto.

Kits

- Envio de kits com conteúdos relevantes sobre o produto.
- Isso incluiu estudos clínicos que comprovavam a eficácia do produto, informações sobre a fórmula inovadora com 3% de peróxido de hidrogênio e amostras do creme dental para que os dentistas influenciadores pudessem experimentá-lo pessoalmente.

Encontros de Relacionamento

- Durante os encontros, foram realizadas apresentações de detalhes adicionais sobre o produto e esclarecimento de dúvidas.
- Esses encontros foram fundamentais para estabelecer um diálogo aberto e construtivo.

Aliado dos profissionais

Um dos pontos-chave da estratégia foi posicionar o produto como um aliado para a manutenção e continuação dos tratamentos odontológicos. Isso enfatizou que o creme dental não era uma ameaça aos dentistas, mas sim uma extensão de seus serviços, proporcionando resultados de clareamento de alta qualidade.

RELACIONAMENTO COM DENTISTAS

O resultado dessa estratégia foi extremamente positivo. A Colgate não enfrentou reações negativas por parte dos dentistas influenciadores, o que **ajudou a evitar ruídos** no momento do lançamento para o público geral.

A **confiança da classe odontológica** estabeleceu uma base sólida para o sucesso do lançamento do Colgate Luminous White Glow, que foi fundamental na jornada deste produto inovador no mercado de higiene bucal.



[Dra Lais Lara](#)



[Dr Pablo Beck](#)



[Dra Bruna Conde](#)



Glow na Sapucaí

Ativação de lançamento

bcw

CARNAVAL SAPUCAÍ

Após a bem sucedida estratégia de pré-lançamento com o público de especialistas, havia chegado o momento para uma **exposição mais abrangente** do lançamento do produto.

A estratégia de comunicação para o lançamento do Colgate Luminous White Glow no Carnaval da Sapucaí envolveu uma **abordagem integrada**. A estratégia incluiu:

Nosso Camarote

Patrocínio a um dos maiores camarotes do sambódromo carioca, o Nosso Camarote. Isso proporcionou uma presença de destaque durante o Carnaval da Sapucaí.

Palco Colgate Luminous White Glow

A marca instalou um palco dentro do camarote, apresentando performances de artistas durante os intervalos das escolas de samba. Isso proporcionou exposição contínua durante todo o evento.

Celebridades Embaixadoras

Nomes de peso, como Sabrina Sato, Grazi Massafera, Ágatha Moreira e Rodrigo Simas, atuaram como embaixadores do produto. A participação dessas personalidades nas ativações contribuiu para amplificar a mensagem e gerar grande visibilidade.

Cobertura nas redes sociais

O influenciador Bruno Rocha (Hugo Gloss) fez a cobertura do evento em tempo real, compartilhando as principais novidades e entrevistas com famosos em seu perfil do Instagram.

CARNAVAL SAPUCAÍ

Colgate

LUMINOUS
WHITE
GLOW

Squad de Influenciadores Diversificado

Time com influenciadores de lifestyle, beleza, humor, games, entreterimento, entre outros. Entre os nomes que estiveram presentes e contribuíram com posts estrategicamente orientados nas redes sociais destacam-se: Luca Scarpelli, Diana Zambrozuski, Valentina Bandeira, Thiago Oliveira, entre outros.

Press Release

Divulgações para imprensa antes, durante e depois do carnaval. Além dos materiais de divulgação do Colgate Luminous White Glow em si, as ações com presença de famosos também geraram muita exposição espontânea da marca.

Experiências interativas

Momento Glow, com bolhas de sabão, e um photobooth especial, para o público participar e compartilhar nas redes sociais, aumentando o alcance da campanha.

Colgate

LUMINOUS⁺
WHITE
GLOW

LUMINOUS
WHITE

#DêUmGlow

Remove mais de 10 anos de manchas*

Glow no The Town

Ativação de sustentação

GLOW



bcw

e realmente táva

THE TOWN

A participação na primeira edição do festival The Town, em SP, foi **um dos pilares da estratégia da campanha de comunicação** e mostrou-se fundamental para **manter o buzz com recente lançamento do produto**.

A presença no festival, que promove a socialização entre as pessoas, em um momento em que elas estão dispostas a mostrar sua melhor versão, tem **tudo a ver com o posicionamento da marca**.

Essa estratégia no The Town **buscou apresentar o Colgate Luminous White Glow** enquanto envolvia o público por meio de experiências interativas e parcerias com influenciadores.

Press kits

O pré-evento teve um destaque especial. Mais de 100 press kits foram enviados para imprensa e para influenciadores.

Isso gerou buzz em torno do produto, com narrativas exclusivas criadas para que cada integrante do squad estimulasse a "#DeUmGlow" para o festival.

Engajamento com influenciadores

A estratégia envolveu uma equipe diversificada de influenciadores, como Agatha Moreira, Valentina Bandeira, entre outros. Eles participaram da "preparação do sorriso" com o produto, incentivando a audiência a fazer o mesmo.

Lívian Aragão

A atriz foi a apresentadora do estande. A escolha estratégica proporcionou uma exposição histórica para a marca: mais de 8 minutos na capa do portal UOL, com uma entrevista ao vivo na qual ela falou sobre sua preparação o festival e sobre o novo produto.

Convidados VIP

A estratégia de escolha de nomes com apelo midiático deu certo. As celebridades garantiram diversas publicações em galerias de fotos e 10 minutos de exposição da marca em programas de TV.

THE TOWN

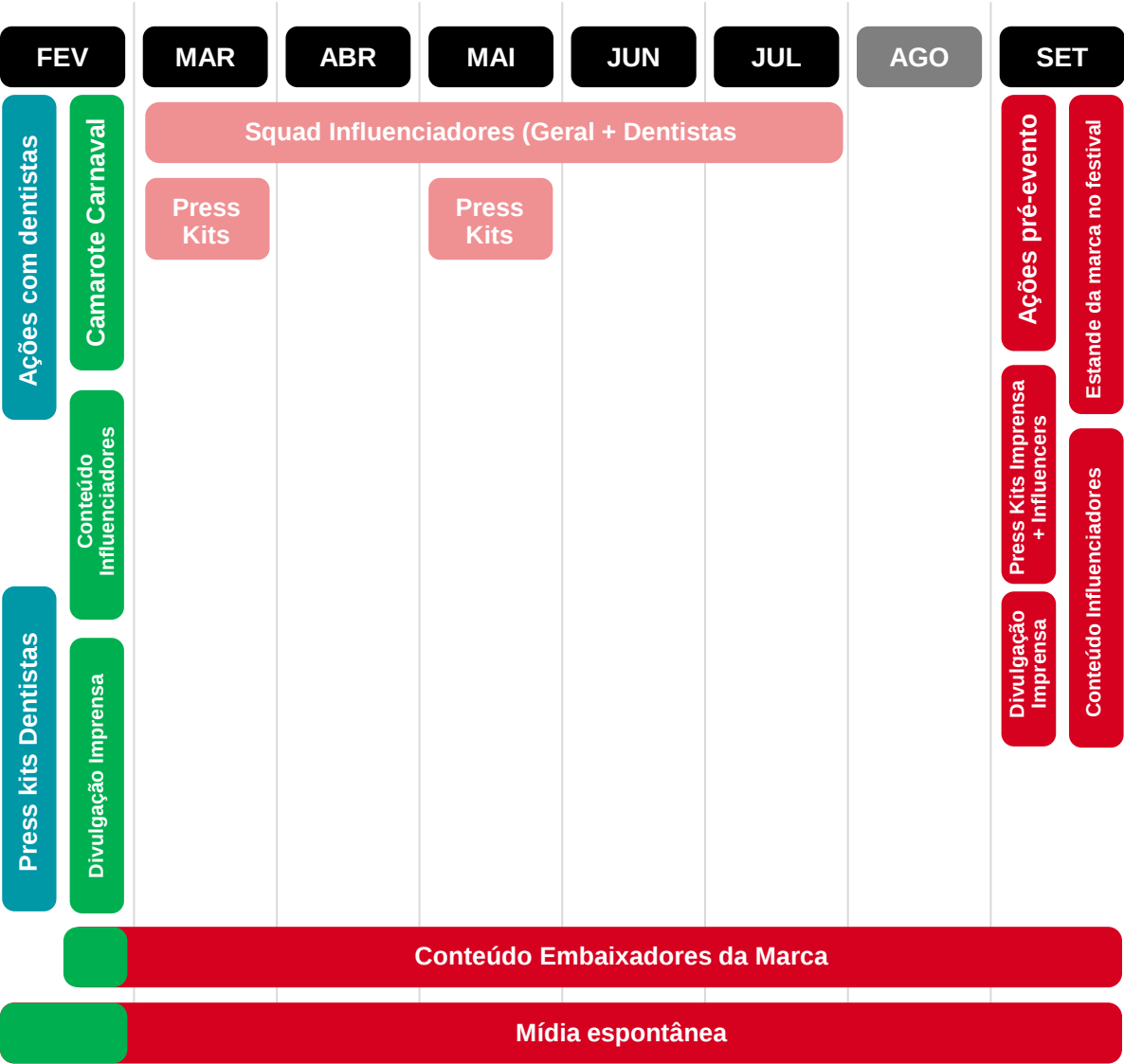
Experiências Instagramáveis

A marca criou dois estandes com ativações Instagramáveis, incentivando os participantes a compartilhar conteúdo nas redes sociais. Isso envolveu direção de cena para produção de vídeos e fotos, ampliando o alcance da campanha.

Comunicação Multicanal

A estratégia se estendeu às redes sociais, com posts sobre a preparação do sorriso para o festival, além de captação de dados para estratégias de CRM e amostragem para experimentação do produto.

CRONOGRAMA



Onda 1
Sensibilização de influenciadores técnicos

Onda 2
Ativação de lançamento

Onda 3
Ativação de sustentação

RESULTADOS

117

Publicações na
imprensa



US\$

37.5M

Centimetragem



291.5M

Alcance de
imprensa



8Min

de entrevista
ao vivo no
Portal UOL



10Min

de exposição
de marca em
programas de
TV



83

Influenciadores



162.2M

Alcance potencial
de
influenciadores



85M21S

Tempo de
exposição



134

Posts



EFFECTIVE
REACH

+ 40M

PRESS KITS
ENVIADOS A
INFLUENCIADORES

185

CONVERSÃO EM
POSTAGENS

80%

AD VALUE

R\$52

MILHÕES

+70M

Impressions

CONCLUSÕES

Superando Desafios

A estratégia de relacionamento com influenciadores odontológicos provou ser eficaz na conquista da confiança dessa comunidade, evitando riscos do ponto de vista da imagem do produto.

Presença em Eventos de Destaque

Estar presente em eventos com perfis alinhados ao target do produto (Carnaval da Sapucaí e o festival The Town) revelou-se estratégica para alcançar um público amplo e diversificado, ressaltando as qualidades do Colgate Luminous White Glow. Além disso, a presença nesses eventos consolidou ainda mais a marca como líder no mercado de higiene bucal, reforçando sua imagem de qualidade e inovação.

Impacto nas Redes Sociais

O envolvimento de influenciadores e as experiências compartilháveis nas redes sociais resultaram em alcance significativo e na criação de conteúdo autêntico, fortalecendo o relacionamento com o público. Além disso, a participação de celebridades como Sabrina Sato, Grazi Massafera e outros influenciadores de renome fortaleceu a mensagem do produto e amplificou sua visibilidade nas redes sociais.

Evolução Constante

O lançamento bem-sucedido do Colgate Luminous White Glow no Carnaval da Sapucaí e no festival The Town marcou o início de uma jornada contínua de inovação e crescimento no mercado de clareamento dental. Tanto que a marca continuou a inovar com o lançamento de produtos complementares, como a Caneta Branqueadora Luminous White.

bcw

