

PRÊMIO JATOBÁ 2024 | FICHA TÉCNICA
ORGANIZAÇÃO: LEMA

1. Tipo de Organização:

Agência Boutique

2. Título do Case:

Spotify no Verão: dados de streaming para surfar nos assuntos mais quentes da estação

3. Sinopse e estrutura do Case:

SINOPSE

Durante o verão, o Spotify aproveitou sua capacidade de análise de dados de streaming para surfar nos principais assuntos culturais da estação, como Big Brother Brasil e Carnaval. Utilizando social listening e dados de consumo de áudio, a marca forneceu insights valiosos para a mídia, destacando tendências e comportamentos do público. Assim, reforçamos a relevância cultural do Spotify e ampliamos sua visibilidade nos temas mais discutidos da temporada.

CENÁRIO

No Brasil, o verão é a época mais esperada do ano. É um momento regado de celebrações e música. O Spotify está conectado no dia a dia dos brasileiros durante sua estação favorita.

DESAFIO

Pautar a mídia e reforçar a relevância cultural do Spotify.

INSIGHT ESTRATÉGICO

Usar o comportamento do público como um ativo valioso para pautar a mídia, transformando a plataforma em uma referência de tendências culturais e, assim, reforçando sua conexão com os interesses do público durante um período de alta relevância social.

BIG IDEA

Pautar os principais formadores de opinião, tanto na imprensa quanto no marketing de influência, a partir de social listening e cruzamento com dados de streaming do Spotify para amplificar e enriquecer as conversas culturais mais quentes do verão

MECÂNICA

1. Divulgação de previsões de músicas que tem tudo para bombar no verão junto a veículos de imprensa de editorias musicais e comportamentais.

2. Exploração de momentos culturais:

BBB - a partir de dados da plataforma sobre aumentos de streams que aconteciam de acordo com artistas convidados para as diferentes festas no reality, e a introdução de participantes ao longo do programa, ativamos mailings de editorias musicais para mostrar o impacto da programação do reality nos comportamentos de consumo musical do brasileiro.

Carnaval - novamente utilizando dados de streams da plataforma, desta vez durante os dias do carnaval, apontamos como contextos culturais altamente relevantes impactam o comportamento de consumo musical do país e assim conquistamos ampla divulgação nas editorias de comportamento e música.

3. Desenvolvimento de um PR Kit igualmente conectado com as conversas em alta. Quando o verão atingiu seu pico de calor e o assunto dominou as redes, mapeamos influenciadores conectados com a Geração Z e enviamos itens para curtir o verão dentro de um cubo de gelo gerando uma taxa de conversão de quase 50%.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Imprensa

Publicações: 356 (334 em veículos, 22 inserções em redes sociais dos veículos)

Impressões: + 84.000.000 (referente às 334 publicações em veículos)

Alcance: 41.000.000 (referente às 22 inserções em redes sociais dos veículos)

Comunidade e influência

Envios: 15

Perfis que postaram: 07

Aproveitamento: 47%

Publicações: 24

CONCLUSÃO

A estratégia para divulgação do verão do Spotify foi um sucesso. Trabalhamos um momento relevante para a marca, combinando dados e trendjacking sobre temas culturalmente relevantes no verão, como Big Brother Brasil e Carnaval, gerando milhões de impactos na imprensa e engajando influenciadores macro com um seeding altamente disruptivo.

Concluimos a ação com resultados notáveis, alcançando 47% de aproveitamento nos envios realizados, com mais de 28 milhões de alcance. Em imprensa, tivemos um total de 334 matérias, com uma porcentagem significativa de categorias Tier 1(18%) e Tier 2 (14%) , atingindo mais de 70 milhões de visualizações. Esses resultados foram 100% orgânicos, destacando ainda mais o sucesso da ação e o engajamento genuíno do público e influenciadores.

4. Cronograma do Case:

Novembro e dezembro

- Criação do Press Kit e planejamento do projeto

Janeiro:

- Desenvolvimento do press-kit
- Divulgação sobre o crescimento de stream dos artistas que se apresentaram e participaram do BBB24, como: Belo, Ludmilla, Léo Santana e mais.

Fevereiro:

- Produção de press-kit
- Divulgação da pauta: Escolha seu verão
- Divulgação de volta às aulas - com playlists e podcasts para ajudar nos estudos
- Divulgação sobre as músicas mais ouvidas durante o Carnaval 2024 no Brasil
- Amplificação da campanha “Escolha o seu verão” e do Hub de verão do Spotify
- As músicas de Carnaval mais exportadas após o feriado nacional

Março:

- Envio do press-kit
- Revelação - As músicas mais escutadas no verão 2024 no Spotify

5. Orçamento do Case:

R\$ 100.901,66 (apenas referente à produção e envio de PR Kit)

6. Número de pessoas que atuaram no Case:

20

7. Detalhamento de equipe:

- Leandro Matulja | CO-Founder & CEO
- Leticia Zioni | CO-Founder & COO
- Guilherme Maia | Partner & CCO
- Luís Dolci | PR Manager
- Carla Farias | Senior PR & Account Manager
- Letícia Saraiva | Senior PR
- Mariana Pastorello | Press Officer
- Mariana Gregório | Press Officer
- Marcos Ramos | Press Assistant
- Izabella Battonyai | Coordenadora de Comunidades & Influência
- Lucas Martins | Especialista em Comunidades & Influência
- Felipe Vaistman | Creative Strategy Manager
- Sidney Oliveira | Creative Strategy Coordinator
- Luis Sorroche | Data Strategy Leader
- Paulo Rob Leal | Data Strategist
- Keytyane Medeiros | Creative Copywriter
- Gabriela D'Avilla | Creative Art Director

- Magda Castagna | Production Manager
- Fernanda Lopes | Executive Production
- Mariana Telecki | Spotify Communications Lead