

Case: Alexa estrela de cinema

Contexto e Cenário

Alexa, a assistente virtual da Amazon, cliente da Fresh PR desde 2020, é uma tecnologia totalmente adaptada à Cultura brasileira. Alexa canta samba, adora Carnaval, tem uma versão sertaneja só sua, imita o Silvío Santos, o Galvão Bueno, sabe tudo sobre futebol, e muito mais. Consolidando essa presença nacional da assistente de voz, o time de Conteúdo de Alexa no Brasil, trabalhou durante um ano junto à Warner para integrar Alexa ao filme “Evidências do Amor”. Filme baseado no “hino” “Evidências” (famoso hit interpretado por Chitãozinho e Xororó) e estrelado por Sandy e Fábio Porchat, o longa se tornou uma grande oportunidade para Alexa se aproximar ainda mais do público brasileiro, inserida em sua cultura.

Após assistirem ao filme antes das pré-estreias, o time de Alexa, liderado por Laura Ancona, head de Conteúdo, percebeu que a participação de Alexa foi muito grande e a assistente se tornou uma personagem crucial na trama.

Foi quando o time decidiu chamar a Fresh PR para dar ainda mais visibilidade à essa participação, com o desafio de transformar a Alexa em uma verdadeira estrela de cinema também fora das telas, aproveitando o momento de estreia e grande cobertura sobre o filme.

Desafio

Com um prazo apertado de apenas uma semana antes da estreia do filme, a FreshPR precisava:

- 1) conceber a ideia de comunicação mais eficaz e factível dentre as datas dos eventos de tapetes-vermelhos do filme;
- 2) Alinhar a comunicação com a Warner e a CDN para “pegar carona” de forma ética, transparente e consistente;
- 3) Aprovar e executar o plano em tempo recorde junto a fornecedores e parceiros.

Estratégia

A Fresh PR e Amazon decidiram pegar carona no tapete vermelho em São Paulo, no Shopping Eldorado, no início de abril, e também na coletiva de imprensa organizada pelo PR do filme. O objetivo: posicionar Alexa junto às outras estrelas de “Evidências do Amor”, levando a assistente para o tapete, com grande destaque.

Apostamos em uma abordagem ousada e inovadora para gerar impacto. Inspiradas na ideia de “Alexa, estrela de cinema”, a estratégia foi desenhada para maximizar a presença da assistente de voz na pré-estreia do filme, e também ao longo de sua divulgação.

1. A equipe negociou com a Warner um espaço estratégico no tapete vermelho e instalou uma réplica gigante de um Amazon Echo, bem ao lado do corredor dos talentos, onde estaria toda a imprensa.
2. A equipe elaborou um Release com mote “Alexa, estrela de cinema”, evidenciando não só a participação de Alexa no filme “Evidências do Amor”, como também,

divulgando as interações especiais que o time Alexa criou especialmente para a ocasião, como: a) *“Alexa, qual a pré-estreia mais legal do ano?”*; b) *“Alexa, quando estreia Evidências do Amor?”*; c) as já existentes *“Alexa, e nessa loucura...”*; e d) *“Alexa, toque Evidências”*.

3. A equipe alinhou com a CDN a presença do time de PR de Alexa na coletiva que antecedeu o evento no cinema, onde pudemos distribuir nosso material e ainda demonstrar dispositivos Amazon com Alexa.
4. A equipe desenvolveu plaquinhas divertidas para distribuir no dia da pré-estreia, com as frases acima escritas. A distribuição foi totalmente gratuita.
5. A equipe alinhou com a Warner o sorteio de um Echo Dot por sala de cinema no evento, eram mais de 6 salas simultâneas.
6. Garantimos a presença de um videomaker da Fresh PR para captar entrevistas e termos conteúdo proprietário nas redes. Durante as entrevistas, ele entregava um Echo Dot na mão dos talentos, garantindo menção sobre Alexa em todas as sonoras.
7. Enviamos um Seeding de Echo Dots, logo após o evento para diversos influenciadores, evidenciando a estreia do longa.

Resultado

A campanha de comunicação “Alexa, estrela de cinema” foi um sucesso absoluto, gerando mais de 1,7 milhão de impressões, 310 mil interações e alcançando mais de 640 mil pessoas. Além disso, 20 matérias na imprensa destacaram exclusivamente a presença de Alexa no filme "Evidências do Amor", com alcance de audiência de 15.851.530.

Após a pré-estreia, o seeding estratégico ampliou ainda mais o alcance da campanha para 600 mil pessoas.

Foram distribuídas mais de 700 plaquinhas com os comandos de Alexa.

Conclusão

A integração da Alexa no filme "Evidências do Amor" foi uma oportunidade única que a FreshPR soube capitalizar de forma criativa e estratégica. Com a combinação de eventos inovadores, interações memoráveis e uma cobertura midiática significativa, principalmente com apenas 1 semana, a assistente de voz da Amazon foi promovida de forma eficaz, consolidando sua imagem como uma verdadeira estrela de cinema.

Os convidados do evento saíram das salas de cinema apaixonados por Alexa, e muitos que não haviam interagido com o Echo gigante, foram fazê-lo após a sessão, tendo maior compreensão do porquê estávamos ali.

Laura Ancona, head de conteúdo da Alexa Brasil, resumiu o sucesso da campanha: “Sabíamos que tínhamos uma oportunidade de ouro nas mãos, mas a limitação de tempo foi um grande desafio. O resultado foi incrível, e muito disso se deve à execução inovadora da FreshPR, que transformou Alexa em uma verdadeira estrela.”