

Prêmio Excelência e Inovação em PR

Prêmio Jatobá PR 2024

Brand publishing

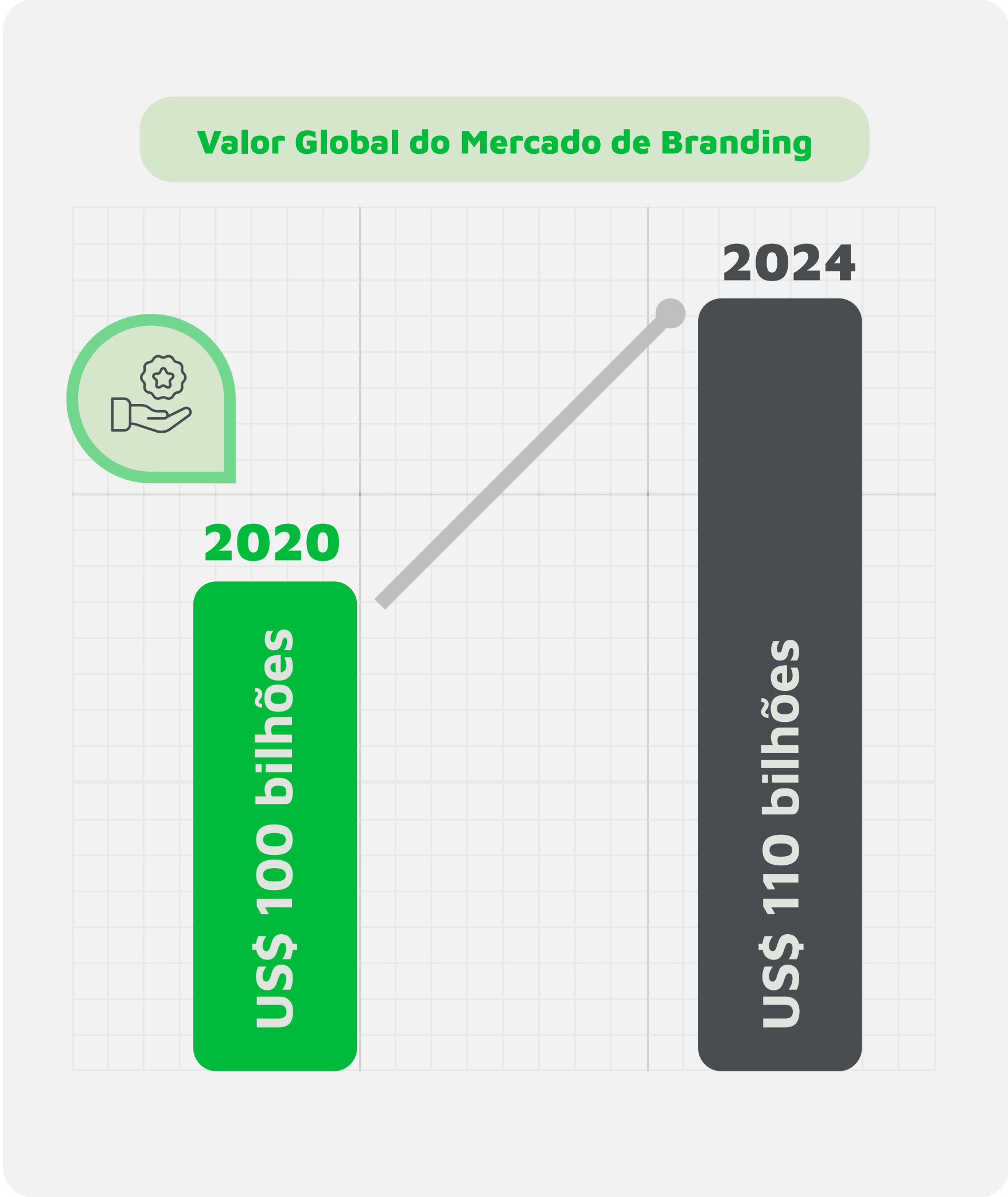
Mídia Proprietárias / Redes Sociais / Relacionamento com Stakeholders

Região Sul

Contexto

O branding pode ser definido como um conjunto de ações que visam construir e fortalecer a imagem de uma empresa, tornando-a mais conhecida e valorizada pelos consumidores. **Investir em *branding* é uma estratégia eficaz para as marcas que buscam aumentar suas vendas, fortalecer a presença digital, atrair mais clientes, reter o maior número possível de consumidores para seus produtos ou serviços e melhorar sua imagem e reputação no mercado.**

Nos últimos anos, o mercado de branding tem crescido significativamente e se tornado cada vez mais relevante para as empresas que buscam se destacar em meio à concorrência. Segundo dados da consultoria de pesquisa de mercado Statista, o valor global do mercado de *branding* atingiu US\$ 100 bilhões em 2020, com previsão de crescimento para US\$ 110 bilhões até 2024. Além disso, um estudo realizado pelo Content Marketing Institute em 2020 revelou que 86% das empresas já utilizam *branded content* em suas estratégias de *marketing*. As empresas que adotam essa prática afirmam que ela é extremamente eficaz na construção da imagem da marca e na fidelização de clientes.





A Valmet é líder mundial no desenvolvimento e fornecimento de tecnologia, automação, soluções em válvulas e controle de fluxo, além de serviços para as indústrias de celulose, papel e energia.

Com mais de 19 mil profissionais em todo o mundo, a empresa tem sede em Espoo, na Finlândia.

A Valmet América do Sul opera com unidades em:

- | | |
|---------------------|---------------------|
| Araucária PR | Concepción Chile |
| Sorocaba SP | Antofagasta Chile |
| Belo Horizonte MG | Santiago Chile |
| Imperatriz MA | |
| Joinville SC | |
| Guarulhos SP | |
| Novo Hamburgo RS | |
| Portão RS | |



Em seu core business, a Valmet oferece soluções de automação e controle de fluxo, atendendo uma ampla base de indústrias de processo. Seus serviços e soluções de automação aumentam a confiabilidade e o desempenho dos processos, aprimoram a utilização de matérias-primas e reduzem o consumo de energia.

Com uma oferta ampla e integrada de serviços e soluções, a Valmet tem como um de seus principais objetivos de Marketing e Comunicação promover as últimas tecnologias e melhores práticas aplicadas nas fábricas de seus clientes. Essa promoção é realizada por meio de diversos canais, como LinkedIn e outras plataformas sociais, a *newsletter* Fast Forward, que compila trimestralmente os principais destaques editoriais da América do Sul, além de *webinars*, participação em eventos, redação de artigos e reportagens, criação de *landing pages*, séries de podcasts e vídeos institucionais. O departamento de *branded content* da Valmet também adotou a estratégia de comunicação editorial proprietária, tanto digital quanto impressa, com a publicação da revista corporativa Forward (Valmet's Customer Magazine).

O periódico abrange uma vasta gama de assuntos, incluindo tecnologia, investimentos, papel, celulose, energia e *flow control*. Ele desempenha um papel fundamental na estratégia da Valmet ao reunir cases, chamados também de referências, de sucesso de diversas indústrias e países, destacando desafios, entregas, projetos e parcerias estabelecidas ao longo dos anos. Além disso, o periódico evidencia o compromisso e a visão da multinacional finlandesa, cuja meta é ser pioneira global no atendimento aos clientes.

Estratégias de investimento em *marketing* de conteúdo

A revista Forward foi criada em 2014 e, desde então, tem promovido as principais tecnologias e entregas da empresa para clientes em todo o mundo. O nome está alinhado com a estratégia e o branding da Valmet. “Forward” é o customer promise da marca e reflete o posicionamento “promessa ao cliente” (em tradução livre) da empresa, ou seja, é a experiência que os clientes de uma empresa podem esperar receber consistentemente quando interagem com ela. O nome não apenas representa esse comprometimento da Valmet, mas também a dos seus clientes, que desejam estar constantemente avançando.





A revista Forward é publicada três vezes ao ano e está dividida em três categorias:

Voz do Cliente

Voz da Inovação

Voz dos Especialistas

Cada edição oferece conteúdos valiosos, com pelo menos uma matéria sobre o mercado sul-americano, que tem se destacado nos últimos anos devido ao forte crescimento do setor de celulose e papel. As matérias destacam principalmente a colaboração entre a Valmet e seus clientes, além de ressaltar a importância do trabalho em equipe e o conhecimento dos profissionais envolvidos em projetos desafiadores.

A revista, produzida em inglês, já conquistou vários reconhecimentos e prêmios, e está disponível em suplementos nos idiomas português, alemão, japonês, chinês, sueco e finlandês, aproximando a empresa de seus parceiros.



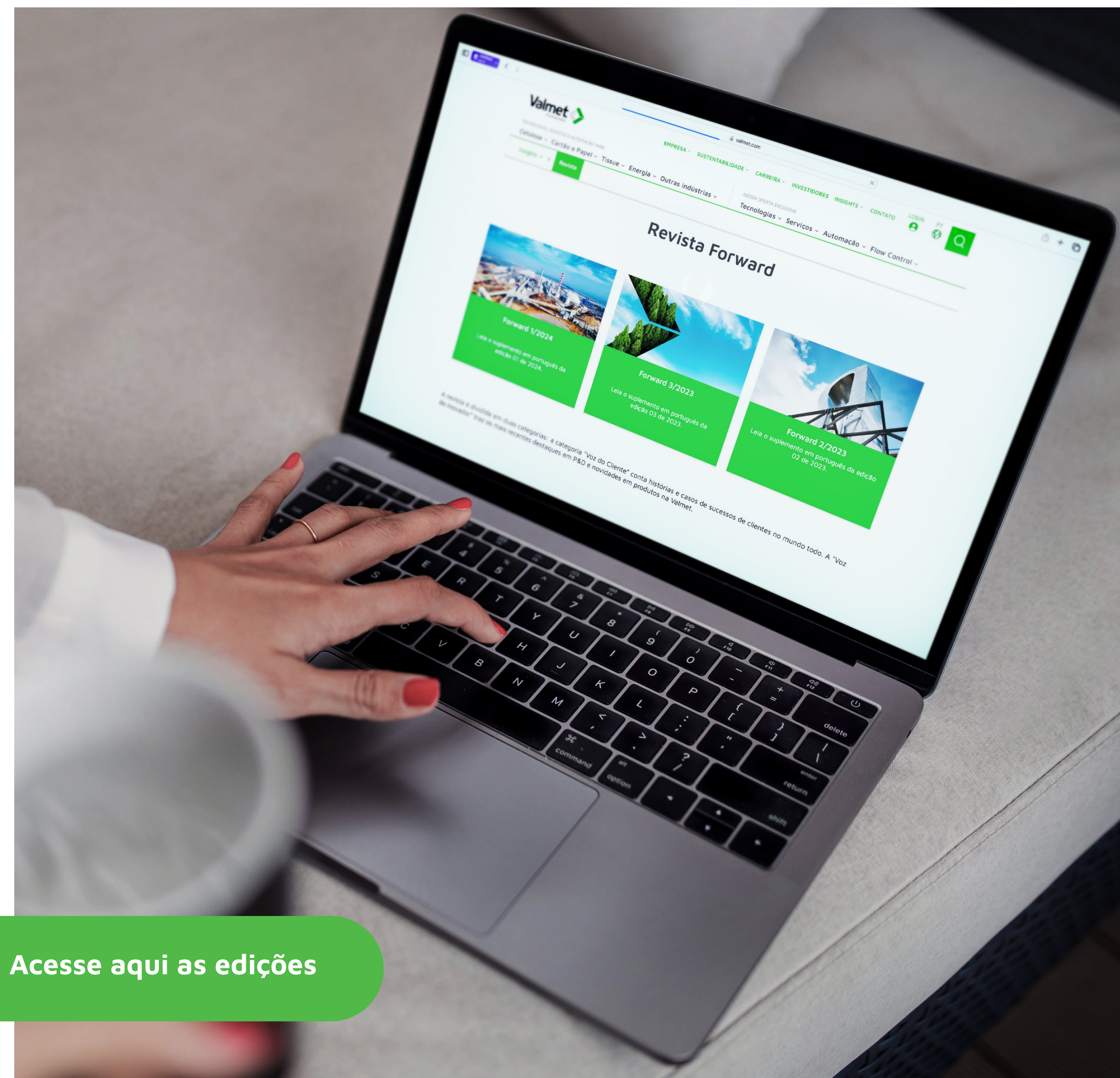
A distribuição é centralizada na Finlândia, com as revistas sendo enviadas diretamente aos clientes inscritos na base de dados. Além disso, todas as unidades da Valmet ao redor do mundo — a empresa mantém operações em mais de 40 países — recebem exemplares. Os suplementos incluem as matérias mais relevantes no idioma local dos leitores, fortalecendo o relacionamento com a Valmet.

Atualmente, a revista possui uma tiragem de 10.000 exemplares, distribuídos em mais de 80 países. Na América do Sul, há 600 leitores inscritos para receber a revista na América do Sul, sendo 300 brasileiros.

O time editorial da revista é composto por comunicadores da Valmet de todo o mundo, sendo centralizado na equipe de comunicação externa da matriz, na Finlândia. O conteúdo é desenvolvido pelo time de Marketing e Comunicação da companhia, em colaboração com jornalistas e fotógrafos contratados nos países onde as matérias são produzidas. Mais do que promover a Valmet como fornecedora, o principal objetivo da publicação é destacar como seus clientes superaram desafios e estão evoluindo em seus respectivos mercados, além de ressaltar os bons resultados das parcerias firmadas.

A revista Forward também é disponibilizada em formato *on-line*. No site da Valmet, é possível acessar gratuitamente todas as edições desde o seu lançamento.

A Valmet América do Sul investe anualmente cerca de R\$ 80 mil em viagens às fábricas, contratação de produtoras, jornalistas e de um time de especialistas em Marketing e Comunicação para a produção e revisão das matérias da revista. Os custos de impressão e distribuição são de responsabilidade da matriz da empresa, na Finlândia.



Acesse aqui as edições

Mesmo com o avanço das mídias digitais, a revista impressa continua sendo uma importante ferramenta de comunicação com os clientes na busca de informações e referências em seus mercados. O setor de celulose e papel, em especial, ainda considera os canais de comunicação impressos como um dos principais meios de comunicação e informação, proporcionando comodidade aos leitores. Os projetos de conteúdo da Valmet são elaborados com uma visão de médio e longo prazo, estruturados em diversos canais para entregar conteúdos úteis e interessantes para público *B2B*. A empresa investe em brand publishing e em um processo consistente de criação de conteúdo, o que contribui para sua legitimação e consolidação como uma autoridade no mercado, conectando-se efetivamente com seu público.

A revista Forward estabelece uma comunicação contínua com os leitores por meio de conteúdos relevantes. Os cases de sucesso apresentados na revista ajudam a fortalecer a confiança dos clientes, além de destacar a credibilidade da Valmet e sua atuação inovadora na indústria de celulose e papel brasileira. Essas referências são importantes para um mercado com poucos clientes e longos períodos de consideração e negociação, pois para esse setor, os clientes buscam modelos, ou seja, para um investimento de milhões/bilhões de euros, é importante saber onde a tecnologia já foi implementada, conhecer e analisar exemplos de sucesso.



