

O.U.i

ORIGINAL UNIQUE INDIVIDUEL

P A R I S

APRESENTA:

"Natal O.U.i, original comme toi"

Nosso *desafio*

Para consolidar a imagem de O.U.i Paris como uma marca de alta perfumaria criada da França, deveríamos dar continuidade à construção de suas credenciais, **destacando sua origem francesa**, além de **associar a marca ao conceito de “presentear francês”**, evitando abordagens literais. Além disso, precisávamos **gerar um alto desejo pelos produtos**, criando uma **conexão genuína com influenciadores** e celebridades que transmitissem a personalidade da marca: autoconfiança, elegância, informalidade, bon-vivant e espontaneidade.



COMO RESOLVEMOS ISSO?

**Fazendo barulho para chamar a atenção
do público e da mídia,**

***com muita criatividade e em um momento de fragilidade
das redes sociais no Brasil.***

A IDEIA:

Uma situação inusitada + paparazzi + Chay Suede

=

viralização

Essa matemática sempre funcionou no mundo atual e acreditávamos que esse conceito teria potencial para conquistar a atenção que procurávamos.

Tínhamos um sonho e um conceito: queríamos hackear o sistema e fugir dos formatos habituais de #publis que todos estão acostumados a ser bombardeados diariamente.

Mas, como mostraríamos o Chay sendo capturado com a fragrância nas mãos se a Banca Digital estava enfrentando um momento delicado?



Internautas pedem fim da Choquei após morte de jovem, e página interrompe postagens

Internautas estão fazendo uma campanha pelo fim da página de fofocas Choquei, fenômeno no Instagram e no X (antigo Twitter).



Choquei é alvo de campanha por exclusão de página e suspende publicações

Usuários do Instagram pedem a remoção da página Choquei, administrada por Raphael Sousa, após o perfil compartilhar notícias falsas.

A outra estrela da campanha

A solução que encontramos para reverberar organicamente a imagem na imprensa foi contratando uma paparazzi para capturar o momento, trazendo a sensação do ator ser “gente como a gente”.

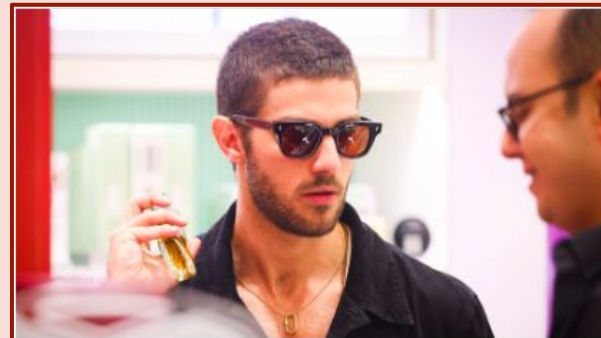
Com tudo pronto, era só colocar a ação em prática, esperar e torcer para a ideia repercutir.



Em menos de 30 minutos tivemos os primeiros resultados! O factóide viralizou na mídia, com muitos comentários de pessoas curiosas para saber qual era a fragrância que deixou o Chay tão “**Chay-rosa**” para encontrar a Laura Neiva, fazendo com que a marca atingisse o **maior pico de interesse no ano e a melhor posição no ranking de perfumaria do portal Beleza na Web***.

Chay Suede é visto passando fragrância em loja e saindo sem levar nada

O ator e cantor, que está escalado para “Mania de Você”, próxima trama de João Emanuel Carneiro, estava vestindo jaqueta e calça jeans pretas e uma blusa branca

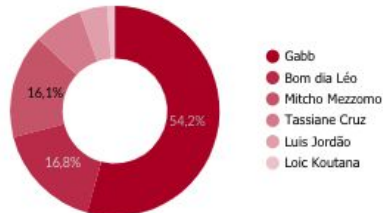


Divulgação/Index
Chay Suede

Nas redes, nosso squad de influenciadores foram responsáveis por ajudar a propagar ainda mais a conversa, gerando interesse e engajamento nos comentários e visualizações. Além de revelar ao público de uma forma orgânica e despretensiosa qual era a fragrância misteriosa.



ENGAJAMENTO RESULTADO POR INFLUENCIADOR

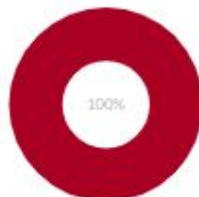


Likes
34 mil

Saves
2 mil

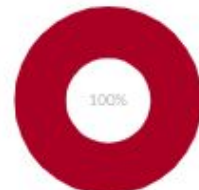
Shares
969

Comments
487



● Campanha de Natal 2023

IMPACTO
6 mi



● Campanha de Natal 2023

ENGAJAMENTO
79 mil

A AÇÃO EM NÚMEROS

- **394 MENÇÕES POSITIVAS** (maior número desde 2022)
- **23 MATÉRIAS ORGÂNICAS SOBRE A CAMPANHA**
- **259.1M DE IMPRESSÕES DA CAMPANHA**
- **+29.36M EM ALCANCE**
- **+R\$915.812,66 DE PR VALUATION**



Nós fizemos
história.
Ou melhor,

Nous avons
marqué
l'histoire!

Merci!

O.U.i

ORIGINAL UNIQUE INDIVIDUEL

P A R I S