



+



combatendo o tradicionalismo

como reinventamos o Media Training e
impulsionamos negócios de inovação
através da imprensa



contexto

metodologias de media training são amplamente utilizadas, mas, historicamente, costumam ter um foco de **direcionar a comunicação para perigos e armadilhas** que podem surgir no momento que o porta-voz concede uma entrevista à imprensa, além de trazer um viés para a comunicação a fim de **prevenir crises e fazer contenção de danos de imagem**.

combatendo o tradicionalismo:



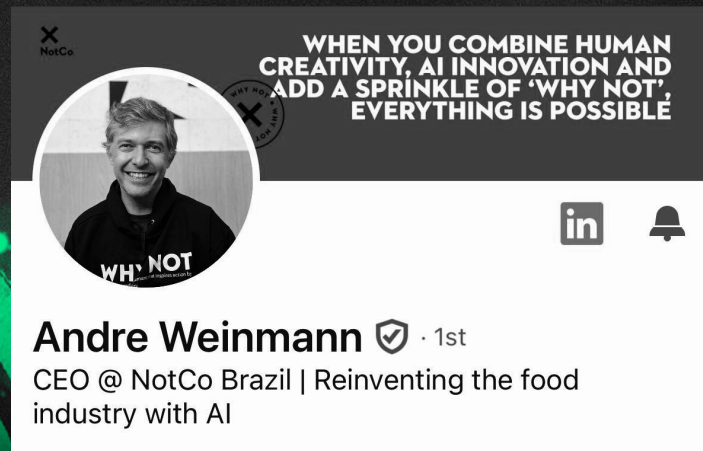
isso porque a imprensa antiga costumava encurralar porta-vozes a fim de buscar furos que podem trazer uma repercussão maior para matérias. mas, será que essa é a realidade que **ainda se aplica hoje em dia?** os objetivos das marcas, ao conceder entrevistas à imprensa, **são sempre os mesmos?**

apesar de ter um lado bom de ensinar um pouco de cautela, **esse modelo não se alinha mais com as necessidades das empresas de inovação e startups**. esse tipo de empresa busca muito mais do que apenas evitar crises, pois utilizam da imprensa para **capitalizar as oportunidades e contar uma história autêntica** para o público-alvo desejado.

como reinventamos o media training e impulsionamos negócios de inovação através da imprensa

desafio

no início de 2024, a NotCo, empresa de tecnologia que utiliza inteligência artificial própria para melhorar experiências alimentares, passou por um desafio com a chegada do novo CEO, André Weinmann.



combatendo o tradicionalismo:



o currículo do André, preenchido por experiências em empresas mais tradicionais e 10 anos na **indústria tabagista**, direcionava-o para uma postura mais conservadora em relação à imprensa, bastante contrária do que a NotCo costuma aplicar em seus espaços com a imprensa.

nosso desafio foi criar uma nova perspectiva sobre a imprensa com André e **prepará-lo para lidar de outra forma com as oportunidades de aparição na imprensa.**

como reinventamos o media training e impulsionamos negócios de inovação através da imprensa

portanto,

se o mercado vive uma revolução pautada pela inovação, então o relacionamento das empresas com a imprensa também precisa se reinventar.



XXXXX

assim nasce a metodologia
de media training da MOTIM.



o jeito MOTIM de treinar porta-vozes



a estratégia de media training da MOTIM **posiciona essas figuras como protagonistas e líderes de conversas**, além de enxergar a imprensa com outros olhos.

nosso foco não é apenas preparar porta-vozes para evitar erros, mas sim capacitá-los a entender e aproveitar o potencial transformador de uma comunicação estratégica com a imprensa, os benefícios duradouros de criar e fortalecer relacionamentos.

a imprensa atual é formada por profissionais cada vez mais colaborativos como pilares para um jornalismo mais **inspirador e transformador**, além de estarem sempre em busca de histórias autênticas.

metodologia



1º dia: aprofundamento

- como a imprensa atual se comporta
- o perfil do jornalista
- como e onde o brasileiro consome notícias
- direcionamento da história que está sendo contada, explorando conceitos de clickbait
- pleno entendimento da narrativa e conceitos de storytelling, considerando o engajamento da audiência
- preparação técnica para a entrevista em diferentes formatos
- postura e comunicação corporal
- como é o relacionamento ideal entre porta-voz, equipe de relações públicas e jornalista.
- e os deveres enquanto representante da empresa

2º dia: prática

simulação de uma entrevista com um jornalista do mercado, dentro do perfil atual.

- em vídeo
- em áudio

resultados

com a nova postura de André, de **confiança e entusiasmo**, as oportunidades de entrevista que foram conquistadas após o treinamento conseguiram retratar uma história clara e envolvente, gerando resultados em veículos como Estadão, Valor Econômico e a Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios.



Valor Marketing

NotCo reposiciona marca com novo produto e campanha que ironiza 'shakes' da concorrência

Após crescimento de faturamento de 10% no semestre, foodtech abandona linha de congelados e reforça presença no mercado de bebidas proteicas com novo presidente

Por Luana Dandara, Valor — São Paulo
04/05/2024 12h47 • Atualizado há 2 semanas

"Hoje, entre as 35 principais opções de bebidas proteicas no mercado, mais da metade têm mais carboidratos do que proteínas. Nossa meta é dar transparência a essas composições e mostrar que estamos rompendo padrões com um produto equilibrado", afirma o presidente da NotCo no Brasil, André Weinmann.

André Weinmann assumeu a gerência da operação brasileira da NotCo em abril — Foto: Divulgação

De acordo com ele, o produto, substituto do NotMilk High Protein, é a grande aposta do ano para o negócio. A formulação foi feita com auxílio da inteligência artificial proprietária da empresa, nomeada Giuseppe. A IA generativa é âncora do negócio desde a sua fundação em 2015, no Chile, para identificação de ingredientes de origem vegetal e criação de produtos. A empresa desembarcou no Brasil em 2019.

ESTADÃO

Notícia • Estadão / Economia / Negócios

Conheça a empresa que ajuda gigantes da alimentação a tornar seus produtos mais saudáveis

Foodtech chilena NotCo criou uma joint venture com a Kraft Heinz; parcerias com grandes empresas aceleram o desenvolvimento de versões vegetais de produtos tradicionais, como creme de leite, whey protein e creme de queijo

Buscar

Empresas & Negócios | Startups

NotCo busca o breakeven e expande operação brasileira para crescer fora de São Paulo

André Weinmann assumiu como CEO do unicórnio no Brasil em momento em que o mercado para produtos à base de plantas parece ter desaquecido globalmente

resultados

(em 1 mês)

alcance:

43 milhões

de pessoas

ad value:

R\$1.029.901,00

3 veículos top tier

1 podcast

1 evento

foco em novos formatos

André também concedeu uma entrevista de 1h para o podcast Mentes em Foco e deu uma palestra para 40 líderes em um evento da Casa ORACLE.



e no final das contas, é tudo sobre a narrativa!

o trabalho com a NotCo busca reforçá-los como referência em inovação para liderar o setor de alimentos plant-based, principalmente agora que enfrentam um momento de reposicionamento global.

**ter a imagem do CEO como mais um ativo
nessa construção dá ainda mais força para
NotCo atingir seus objetivos de negócio.**

XXXXX





MOTIM

a primeira aceleradora de reputação e gestora de
posicionamento do mundo.

