Bookcase

LIFE'S GOOD — A VIDA É BOA



Life's Good.



Contexto

Cenário

A LG se desafia constantemente a desenvolver tecnologias para inspirar as pessoas a criarem **uma vida cada vez mais feliz e melhor**, utilizando o tempo livre para fazer outras atividades mais prazerosas com sua família e amigos, ou até dedicar um tempo para si. Por isso, a empresa adotou um novo posicionamento global - **“Life’s Good — A Vida é Boa”.**





Desafio

A LG Eletronics Brasil precisava **apresentar para o público brasileiro o novo posicionamento global da marca “Life’s Good”.** Era preciso criar também experiências para os jornalistas, mapear influenciadores adequados e gerar conteúdo para reforçar o novo conceito para o público-alvo, dentro do orçamento estipulado e garantindo alinhamento à identidade da campanha global.



Solução

Para ampliar o awareness da nova marca, criamos um **plano de comunicação 360°**, envolvendo todos os canais digitais da empresa, soluções de PR e influência, com impacto surpreendente nas redes sociais e na imprensa.





Estratégia de PR

Estratégia de PR

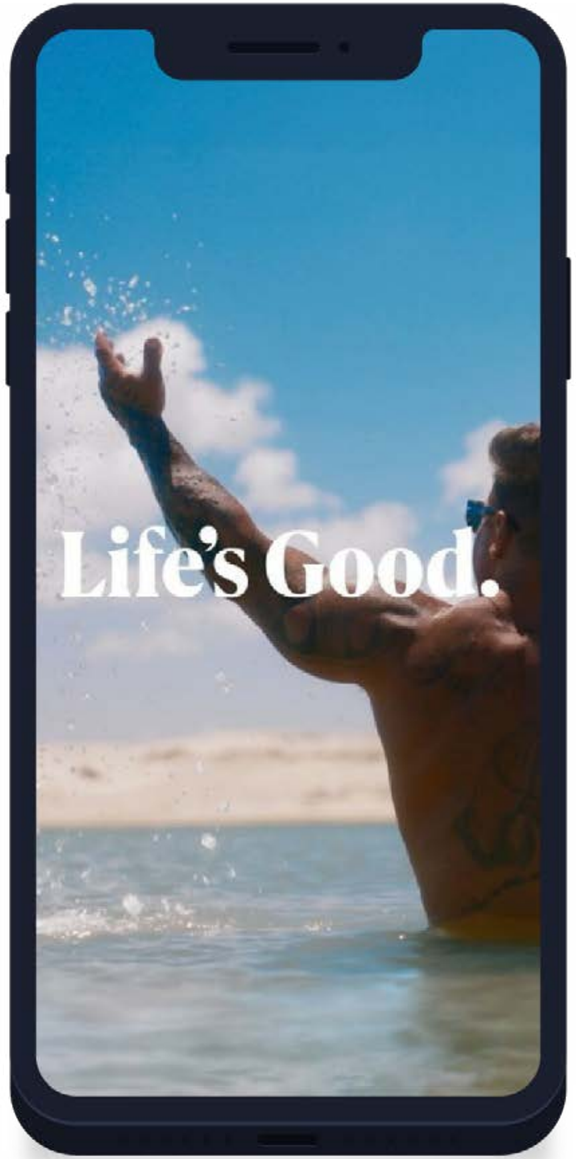
Organizamos entrevistas exclusivas com a Head de Marketing da LG no Brasil, Sonah Lee, em veículos nacionais significantes: Estadão, Meio & Mensagem, Terra, Projeto Draft e Propmark.

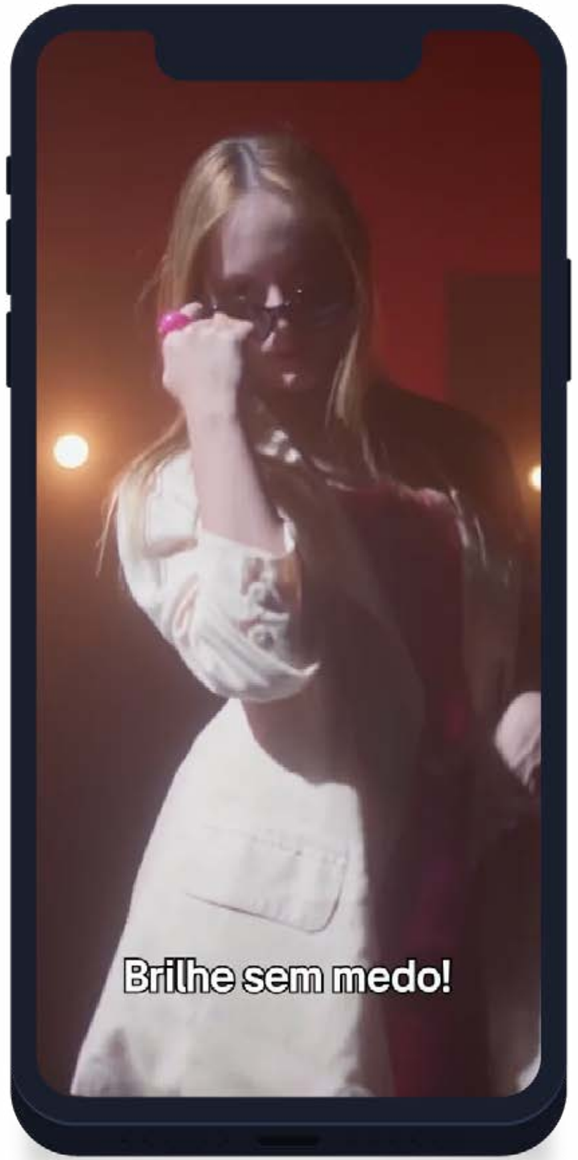


Influência

Contamos com o squad de influenciadores **Fernando Fernandes,** atleta paralímpico e apresentador de TV, e **Maju de Araújo,** modelo e ativista pela inclusão social de pessoas com Síndrome de Down **para contar histórias que refletiam o estilo de vida "A Vida é Boa".**

Foram gravados conteúdos audiovisuais da alta qualidade, em dois estados brasileiros, reforçando os valores de coragem, inclusão e muita positividade.







Resultados

Alcance na Imprensa

PR VALUE DE R$ **11,5M**

175,7%

DA META ATINGIDA

594

MATÉRIAS PUBLICADAS, ENTRE VÍDEOS, MÍDIA ONLINE E IMPRESSA



Alcance nas Redes Sociais

1,9M
DE SEGUIDORES

102,7M
DE IMPRESSÕES

105,6M
DE ENGAJAMENTO



Reconhecimento Mundial

Em parceria com a Hill & Knowlton EUA, participamos de uma publicação internacional sobre toda a campanha “Life’s Good” no The New York Times com as ações desenvolvidas no Brasil.



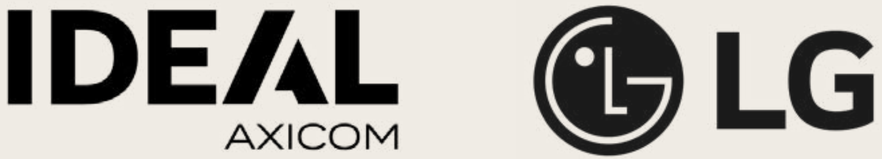
Reconhecimento Mundial

E foi reforçando os valores de inclusão e positividade, garantindo a melhor execução do plano, batendo recordes e gerando buzz positivo, dentro da verba estimada, que a Ideal foi a agência escolhida para liderar a campanha global com estratégia multicanal e sucesso absoluto.

2M
QUASE
DE INVESTIMENTO
TOTAL NA CAMPANHA

Afinal, A Vida é Boa!




IDEAL
AXICOM

LG