

Prêmio Tatobá 2024

Categoria

Relacionamento com
influenciadores

Agência

Temple Comunicação

O BOTICÁRIO

PARÁ,
O AMOR
FLUI AQUI



Legado de amor e conexão com Pará

Em 2023, a **Temple Comunicação** recebeu o pedido do cliente **O Boticário** para pensar uma ação que deixasse um legado para Belém e aproximasse ainda mais a marca dos paraenses, exaltando o amor pela cidade, cultura e culinária do Pará. O desafio era aumentar a visibilidade da marca, combatendo o avanço da concorrência e a consequente queda de market share no estado, gerando conexão com o consumidor local e fluxo para as lojas.

Direcionais da ação

Criar uma conceito regional guarda-chuva para o estado do Pará.

Valorizar e evidenciar a cultura local, conectando a marca com os códigos locais.

Enaltecer a beleza e a diversidade cultural do Pará.

Aumentar a visibilidade e o desejo pela marca e fortalecer o varejo através de apoio aos movimentos culturais.

Uma empresa com história

Inaugurada em Curitiba (PR).

Com 47 anos de história.

Tem um amplo portfólio de itens de perfumaria, maquiagem e cuidados pessoais, nos canais de loja, venda direta e e-commerce.

Presente em 1.650 cidades brasileiras e 15 países.

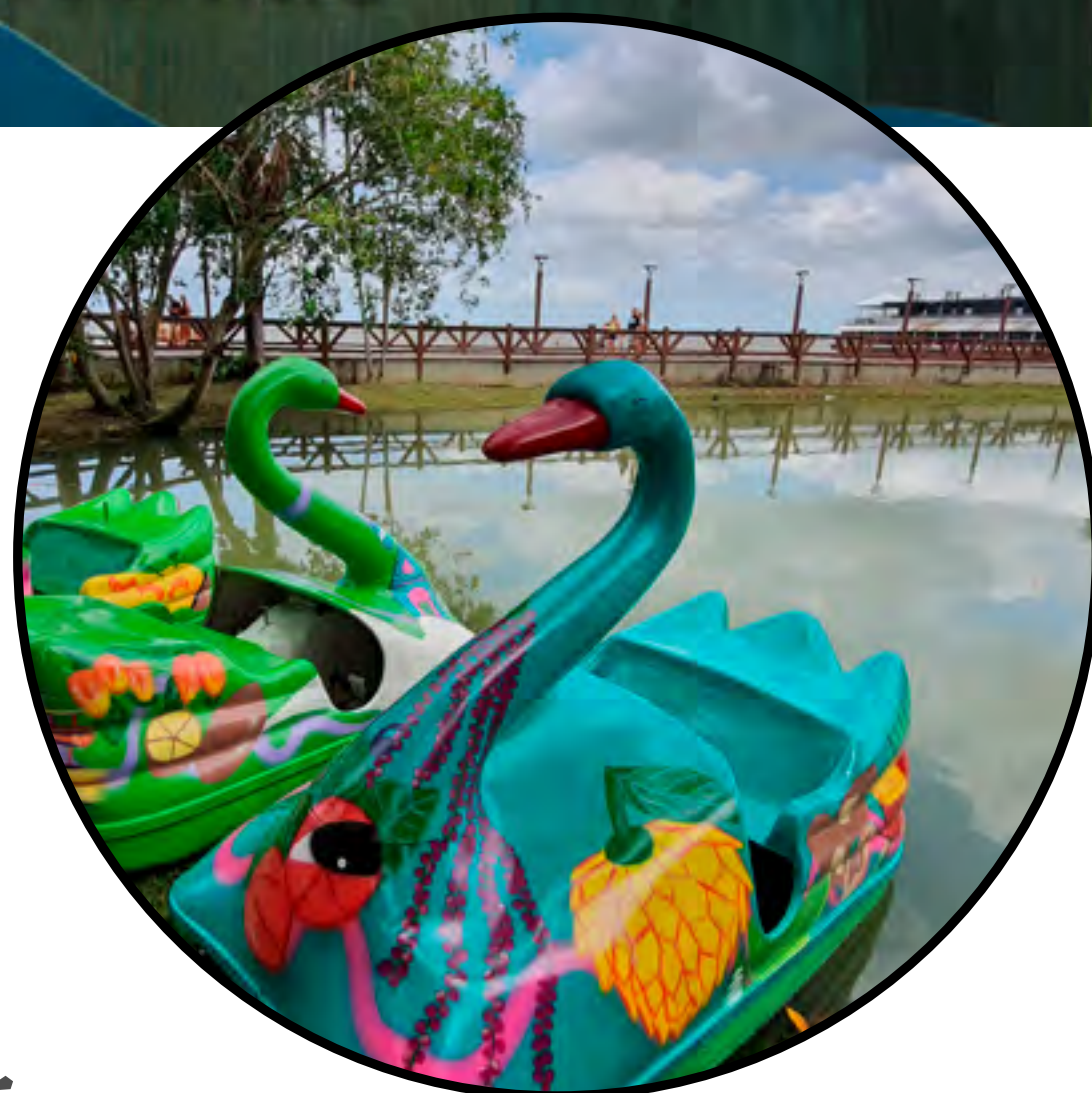
Possui a maior rede de franqueados de Beleza e Bem-estar do Brasil, com 4 mil lojas físicas.



Um legado para Belém

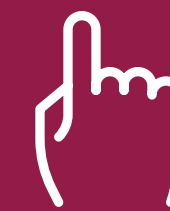
Promovemos uma ação para deixar um legado para a cidade, enaltecendo o amor do paraense por suas raízes. Nasceu assim a campanha **“Pará. O Amor Flui Aqui”**, que propôs a revitalização dos **6 pedalinhos do Complexo Ver-o-rio**. O espaço turístico é uma janela para o rio, localizada às margens da Baía do Guajará, na capital paraense, onde os moradores aproveitam momentos de lazer e contemplam o pôr do sol.

O ponto alto da ação foi oferecer à população passeios gratuitos nos pedalinhos revitalizados, durante dois finais de semana em outubro de 2023, além de um quiosque para experimentação de fragrâncias, distribuição de brindes personalizados, espaço instagramável e apresentação de DJ com músicas regionais.

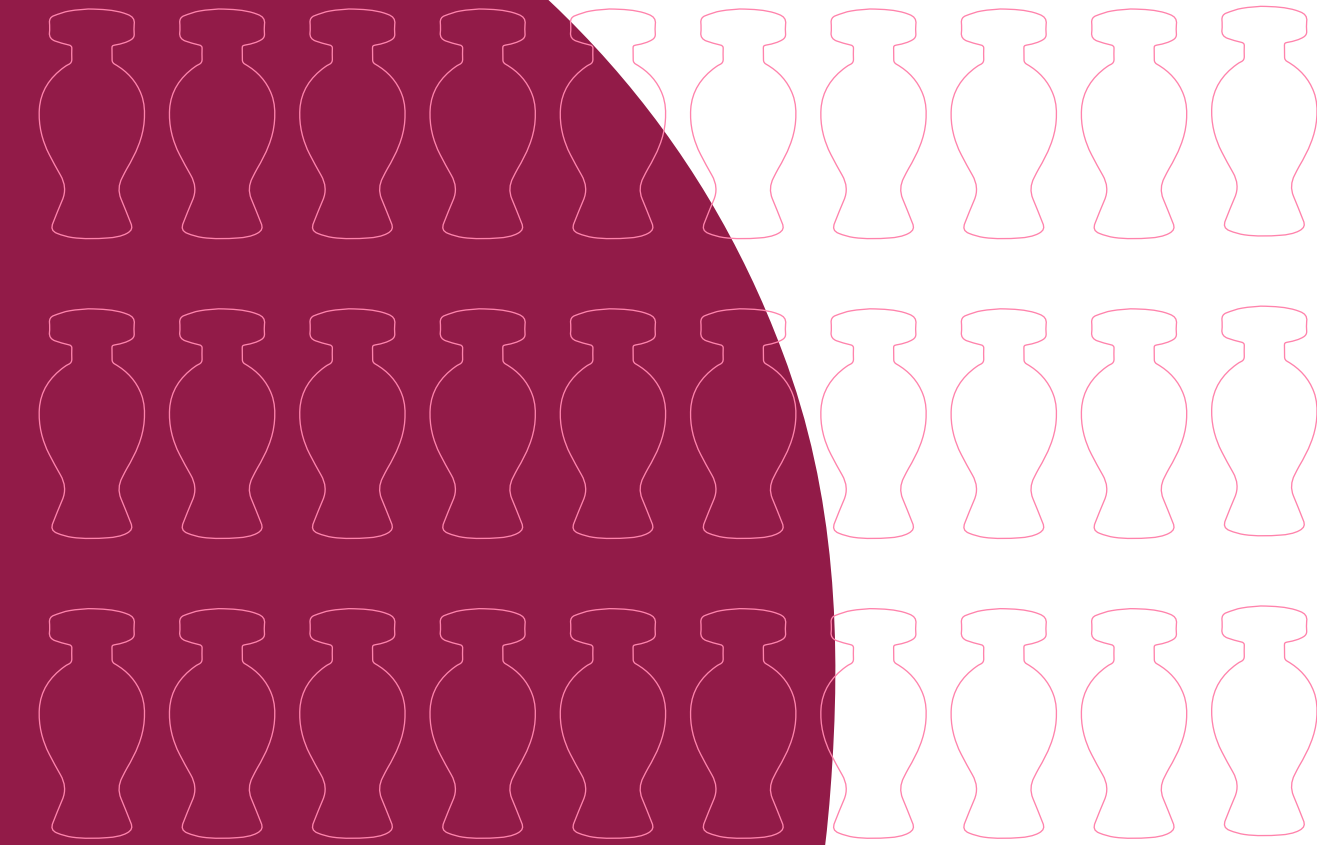


Enaltecendo os artistas locais

Para revitalizar os **pedalinhos do Complexo Ver-o-rio**, convidamos três artistas mulheres e amazônidas: **Renata Segtowitz, Thay Petit e Julia Leão**, que expressaram em arte todo o orgulho de ser paraense, imprimindo símbolos que são a cara do Pará e da nossa cultura.



Clique na imagem e conheça um pouco mais sobre o envolvimento das artistas e a reverberação da ação.



Estratégia geral de conteúdo

A estratégia de conteúdo foi manter uma presença abrangente nas **redes sociais**, com expectativa antecipada, durante e posterior ao evento. O conteúdo nas redes revelaria os detalhes da programação do evento, proporcionando à audiência uma visão envolvente do que estava por vir. A colaboração com os **influenciadores** objetivou a ampliação do alcance e o fortalecimento da iniciativa, garantindo uma conexão com um público diversificado.

PRÉ 25 de set a 04 de outubro		DIA D Ação do Pedalinho (12,13,14,15, 20,21, 22 e 23/10)		SUSTENTAÇÃO Squad Capital A partir do dia 11/10		SUSTENTAÇÃO SQUAD INTERIOR A partir do dia 12/10	
	25/09 - BIG NAME convida os paraenses a declararem seu amor pela região.		Dias da ação no complexo Ver-o-rio com a presença de influenciadores, imprensa, franquistas e população local.		Influenciadores visitam lojas para reverberar ação do pedalinho.		Divulgação da campanha Amor Pelo Pará com influenciadores de Santarém, Parauapebas, Marabá e Castanhal
	25/09 - Lançamento geral de release com Big Name e ação						
	25/09 - Áudios para força de vendas do Big Name		Mobilizar a imprensa local para a entrega dos pedalinhos revitalizados à população.				
	25-29/09 - Artistas mostram em seu perfil os bastidores das pinturas.						
	27/09 - Influenciadores publicam primeiros conteúdos de perfis ativados para reverberar a campanha		05 a 14/10 - Influenciadores publicam primeiros conteúdos de perfis ativados para reverberar a campanha				
	01/10 - Distribuição de press kits: Influenciadores mobilizam sua audiência para a ação do pedalinho e para as lojas.						



Influenciadores digitais: O poder do engajamento

Na frente de comunicação, O Boticário relaciona-se com **influenciadores** de todo Brasil para conversar e se aproximar do público de forma autêntica, com linguagem, cultura, expressões e características regionais.

Para fortalecer a conexão com o Pará, foram selecionados para a campanha influenciadores que representam a diversidade e a cultura local em duas frentes: um squad de influenciadores contratados e outro de orgânicos.

Um **Big Name** foi selecionado como embaixador da campanha: o renomado chef de cozinha paraense **Thiago Castanho**.

Reconhecido por enaltecer a culinária do Pará, Thiago trouxe um protagonismo que resultou em um expressivo engajamento para a ação.



Henrique Franco

[Link da postagem](#)



Marlon Marques

[Link da postagem](#)



Júlia Passos

[Link da postagem](#)



Tiane Melo

[Link da postagem](#)



Palloma

[Link da postagem](#)



Big Name

A estratégia em sugerir o nome do **chef Thiago Castanho** mostra o compromisso de **O Boticário** com a valorização cultural. O engajamento e a paixão de Thiago pelo Pará gerou muitas interações com o público.

+16.500

Contas Alcançadas

+ 5.7%

Engajamento

+2.500

Interações

+3.000

Impressões

Thiago

Castanho

*Chef de cozinha
e embaixador
da campanha*



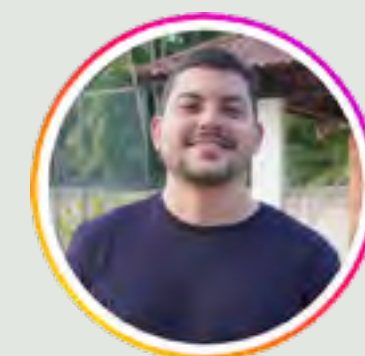
*Clique na
imagem
para ver
o vídeo*

Squad diverso com a cara e o jeito de ser paraense

32
influenciadores
ativados

Para ampliar a visibilidade da ação, foi selecionado um grupo de **32 influenciadores**, sendo **12 contratados** e o restante orgânicos, abrangendo a capital e mais quatro municípios polo do Estado (Castanhal, Parauapebas, Santarém e Marabá).

A marca apostou em uma abordagem onde os influenciadores expressaram o orgulho de suas raízes, agregando identidade e regionalidade e gerando conversas orgânicas, com o jeito paraense de ser.



@_guiabelem
154 k



@ajuliapassos
46,5 k



@giovannacristinne
31,6 k



@Lupitamaravilha
236 k



@Mangapoetica
135 k



@Palloma_
120 k



@tainaaire
80,2 mil



@cleyre_Walfredo
23,4 k



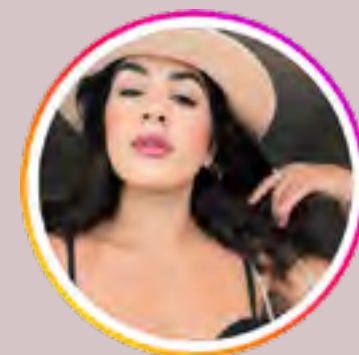
Santarém



Belém



Castanhal



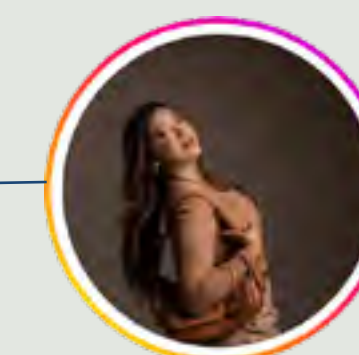
@tudodajessica
45,5 k



Parauapebas



Marabá



@roselaineandradee
108 k



@Leticiamleite
36,8 k



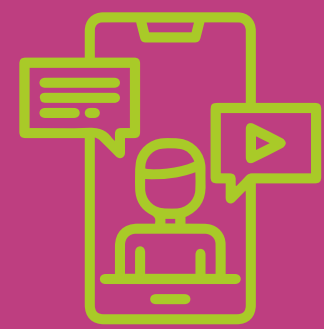
@Henriquefrancoo
60,5 k



Resultado recorde:

Influenciadores e perfil regional da marca alcançam novos patamares

A ação alcançou resultados expressivos no engajamento dos influenciadores, inclusive impulsionando o perfil regional da marca. **Veja os números:**



Influenciadores

32

Influenciadores

360

Publicações

266

Telas

01:32:09

Tempo de exposição

100%

Engajamento



@Boticário_Belém

16 k

+2 mil

Novos seguidores

699.185

Impressões

167.097

Contas alcançadas

1.19

Visitas ao perfil



Sucesso e transformação econômica

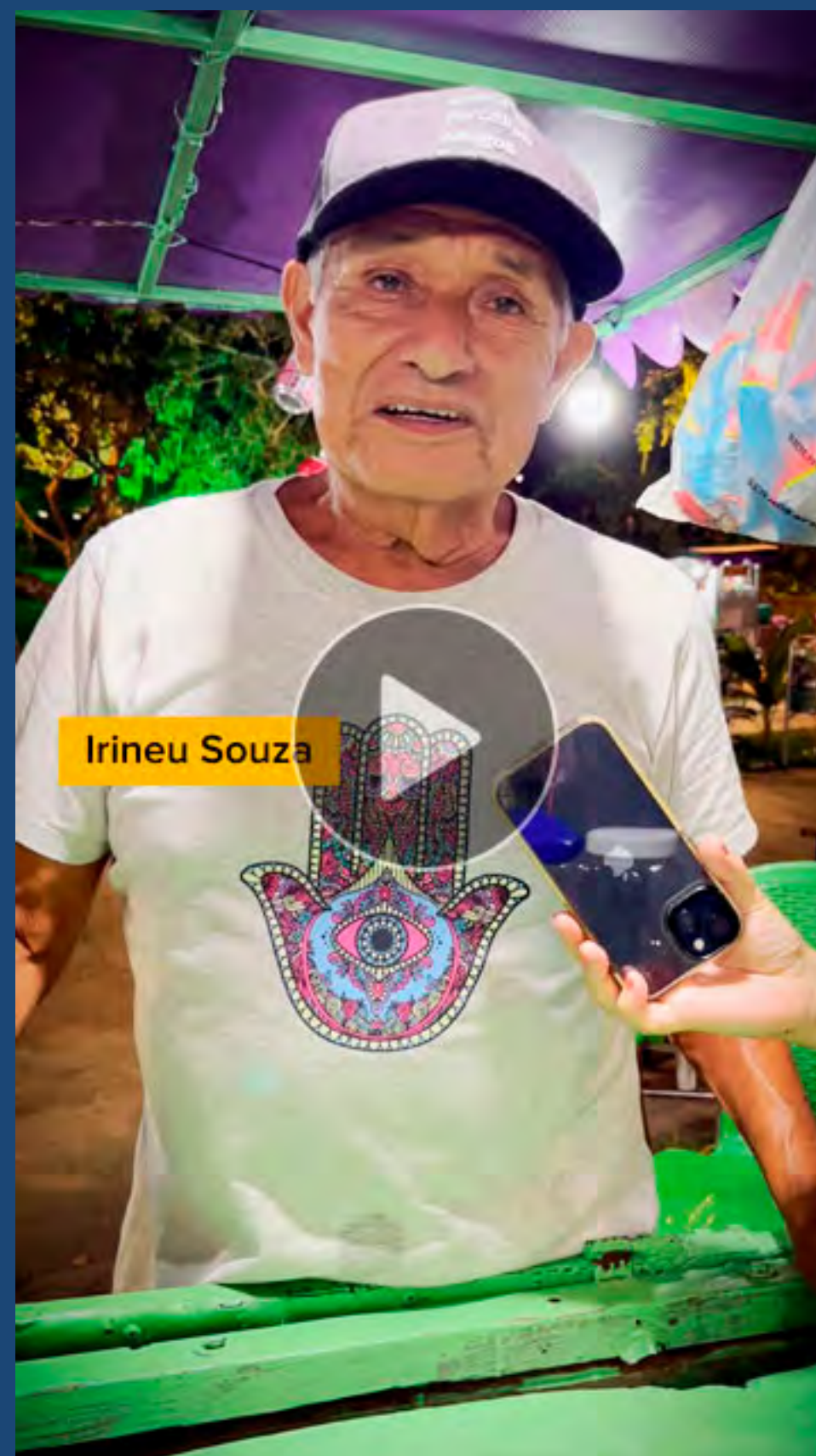
Mais de **5 mil visitantes** estiveram na ação. De 7 dias programados, foi estendida para 8, pelo sucesso de público.

Para além do objetivo da marca, a ação teve uma contribuição econômico-social, pois movimentou todo espaço, gerando renda para os quiosques e trabalhadores informais do entorno, que aproveitaram o intenso fluxo de pessoas para as vendas.

لسه

Aperte o play e veja as impressões do público!

[٢]



5 mil

estimativa de pessoas na ação



4.158

total de pessoas no pedalinho

1.386

passeios nos pedalinhos

520

estimativa de pessoas por dia nos pedalinhos

2.790

copos distribuídos