

Dados para gerar awareness

Desafio

O mercado de consumo se tornou cada vez mais dinâmico, exigindo dados confiáveis e em tempo real para antecipar tendências e variações de preços.

Um cenário que impôs à Neogrid o desafio de traduzir sua robustez em visibilidade, ampliando sua percepção de valor.

Estratégia

RPMA e Neogrid consolidaram os estudos em três frentes (Visão Cesta, Supply e Shopper) e criaram narrativas acessíveis, usando a variação de preços como fio condutor.

Pesquisas sazonais e parcerias com institutos como FGV e Opinion Box aproximaram os dados da realidade do consumidor, transformando informação técnica em histórias relevantes para a mídia e o público.



Plano de ação

- Criação de planos de comunicação específicos para cada estudo;
- Distribuição segmentada de conteúdos, com versões nacionais e regionais;
- Exploração de datas comemorativas e temas sazonais como ganchos narrativos;
- Tradução de análises complexas em linguagem acessível para diferentes públicos;
- Relacionamento próximo com jornalistas de economia, negócios e consumo.

Legado

O trabalho estabeleceu a Neogrid como referência nacional em insights sobre a cadeia de consumo, posicionando o ecossistema como o elo que conecta dados e decisões, indústria e varejo, tecnologia e estratégia.

Resultados

Entre janeiro/2024 e maio/2025, foram mais de 1.800 menções, superando em 160% a meta de valoração em veículos Tier 1. Antes restrita a veículos nichados, passou a ocupar espaço recorrente na grande imprensa, incluindo GloboNews, Folha de S.Paulo, Valor Econômico, e CNN Brasil, entre outros.

MAIS DE
1.800
MENÇÕES

META
ULTRAPASSADA
EM
160%