

Desafio:

A Ideal Axicom conquistou a conta de duas grandes marcas do setor portuário, referências em transição energética no Brasil, com a missão de transformar a comunicação do maior porto-indústria da América Latina, Porto do Açu, e fortalecer a identidade de sua holding, Prumo Logística.

Solução:

Para proporcionar uma reviravolta considerável no cenário desafiador, criamos uma estratégia de comunicação integrada focada em awareness. Redefinimos todo o ecossistema de canais de mídia social e narrativas para Prumo e Porto do Açu, com iniciativas que trouxeram resultados significativos em curto, médio e longo prazo.

Na primeira grande campanha demos o salto na estratégia nacional. Promovemos o evento proprietário para investidores, o Prumo Day, com social ads, parceria com o Valor Econômico e uma newsletter com recorde de inscritos orgânicos. Na estratégia internacional, alcançamos um feito extraordinário com banners digitais segmentados (Financial Times, Nikkei), que revelaram o Oriente Médio como um novo mercado potencial. Também expandimos a base de seguidores qualificados, tomadores de decisão no LinkedIn, e usamos Brandwatch integrado com social listening semanal, que se tornou uma referência entre os clientes da agência.

No final de 2024, alcançamos o principal marco de toda a jornada, ganhando o maior prêmio de sustentabilidade do setor portuário para o Porto do Açu, o IAPH, com uma campanha de direcionamento de cliques para votação no case indicado. Com a estratégia de mídia já testada pela equipe, ajudamos o cliente a ganhar um prêmio global, e também descobrimos outro mercado promissor, a Ásia, que teve um alcance impressionante e o menor custo por clique na história da conta, em social ads.

Pela transformação da comunicação, descoberta de novos mercados e reconhecimento global para as marcas, criamos um case do futuro, impulsionado pela parceria entre as equipes Prumo, Porto do Açu, Ideal Axicom e seus principais diferenciais: tecnologia, inteligência, criatividade, agilidade e integração de especialistas.

Campanha Prumo Day:

LINKEDIN ADS
1,1M de Impressões Totais

**Leap in National
Strategy Newsletter**
15 mil assinaturas
100% orgânicas

Estratégia Internacional:



NIKKEI

Alcance de 1.675.423



Primeira Descoberta
Mercado Potencial:
Oriente Médio

Repercussão na Mídia Social:

**51 Mil novos
seguidores**

**LinkedIn Prumo
e Porto do Açu:**
**+300 seguidores
c-level**



IAPH 2024 (campanha):

Conquista do prêmio mundial
e novo mercado potencial: **Ásia.**



Camila Tavares
Marketing & Comunicação
Porto do Açu

“A gente estava concorrendo com um case que sabíamos que era muito consistente sobre nosso Hub de Hidrogênio e Derivados de Baixo Carbono, no Porto do Açu. E para ganhar o prêmio, dependíamos de 30% do voto popular. Então, criamos uma estratégia em nossos canais muito assertiva junto com a Ideal e vencemos.”

Menor custo por clique
da história da conta: R\$ 0.03

IDEAL
AXICOM

PRUMO
LOGÍSTICA GLOBAL

PORTO DO AÇU