

 **MARQUETERIE**

Cliente: Visa do Brasil

Visa Infinite Privilege: Visa e Marqueterie redefinem como comunicar exclusividade

Agência: Marqueterie

DESAFIO

Lançar o Visa Infinite Privilege para o segmento de altíssima renda

O Contexto: Em maio de 2025, a Visa lançou no Brasil o **Visa Infinite Privilege**, o cartão mais exclusivo da marca, destinado a apenas 0,1% da população, com serviços hiper personalizados e benefícios que elevam a experiência de viagem.

Como parte da entrega de valor desse produto, foi inaugurado ao mesmo tempo o **Visa Infinite Privilege Lounge** no Terminal 3 do Aeroporto de Guarulhos, um espaço que redefine a experiência de viagem com conceito de ***quiet luxury e home feeling***, assinado por grandes talentos nacionais da arquitetura, coquetelaria e gastronomia.

O Desafio Estratégico Como comunicar um produto ultra-premium mantendo sua exclusividade, posicionando tanto o cartão quanto o lounge como símbolos de sofisticação e brasilidade elevada?

Afinal, como **comunicar exclusividade...** sem perder a **exclusividade**?

ESTRATÉGIA

Abordagem 360º: Exclusividade Vivenciada

Os times de comunicação e marketing da Visa, apoiados pela agência Marqueterie, lançaram o cartão mais exclusivo do país e um lounge que redefine a experiência de viagem.

Premissa Central

Transformar o conceito de exclusividade em **experiência real** para diferentes públicos estratégicos, criando multiplicadores da narrativa por meio de uma **estratégia integrada que conectou:**

- Curadoria estratégica de talentos brasileiros
- Assessoria de imprensa e relacionamento com mídia
- Experiências imersivas exclusivas
- Timing coordenado multi-stakeholder
- Amplificação multiplataforma (digital, social, imprensa, eventos)



DIFERENCIAL COMPETITIVO

Não apenas comunicar sobre o conceito, mas transformar a **experiência** em **vivência real**, gerando relevância e a amplificação da narrativa em múltiplas frentes de comunicação.

PILAR 1 | CURADORIA DE TALENTOS E PARCEIROS

Brasileiridade Sofisticada Traduzida no Visa Infinite Privilege Lounge por Grandes Nomes do Mercado

Seleção Estratégica de parceiros para traduzir a excelência do produto. Cada escolha, uma declaração:

- **Chef Bel Coelho** → assina o menu do lounge, com sua gastronomia autoral com ingredientes nativos
- **Bartender Gabriel Santana** → assina os drinks, com uma coquetelaria criativa à base de insumos brasileiros
- **Arquiteta Pierina Piemonte (Nuque Arquitetura)** → assina a arquitetura do lounge. Design sofisticado que traduz brasilidade com conceito home feeling
- **Natura Bothânica** → assina as amenities do lounge com fragrâncias sofisticadas e produtos de autocuidado plant-based, biodegradáveis e enriquecidos com óleos essenciais da biodiversidade latino-americana.

Resultado: Narrativa de produto **premium 100% brasileiro**, assinada por talentos **reconhecidos nacionalmente**.



PILAR 2 | EXPERIÊNCIAS IMERSIVAS

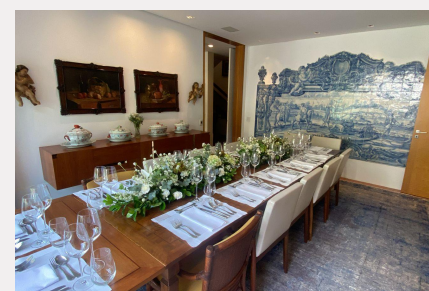
Dois Dias, Duas Experiências, Uma Estratégia

Dia 1 (27/05): Home Feeling Experience

- **Local:** Casa da família do Country Manager da Visa, Nuno Lopes Alves
- **Público:** 16 jornalistas, majoritariamente de luxo e lifestyle, mas também de negócios e meios de pagamento, em ação estratégica para estreitar relacionamento com esse mailing
- **Formato:** Almoço íntimo com menu Bel Coelho + presença de CEOs das empresas parceiras do novo produto (Empresas Revo e Quintessentially)
- **Diferencial:** Chegada em helicóptero/carro executivo

Dia 2 (28/05): Lounge Immersion

- **Local:** Visa Infinite Privilege Lounge - GRU Airport
- **Público:** 12 jornalistas especializados em meios de pagamento, turismo, gastronomia e design
- **Formato:** Preview exclusivo + degustação completa (menu + drinks)
- **Diferencial:** Chegada em helicóptero / degustações guiadas menu e drinks lounge



PILAR 3 | TIMING ORQUESTRADO

Coordenação Multi-Stakeholder para Amplificação Máxima

Fase 1: Visa Lidera (27-28/05)

- Experiências exclusivas para **imprensa**
- Lançamento oficial do produto e do Visa Infinite Privilege Lounge
- Conteúdos multiplataforma:

Comunicação Interna - Conteúdo no Learning Bites (evento interno, que incluiu tour guiado), comunicação via Viva Engage – iniciativas em primeira mão, que fortalecem o orgulho dos colaboradores e reforçam o engajamento

Vídeos institucionais (para redes proprietárias e apresentações para clientes)– com a arquiteta Pierina Piemonte, a chef Bel Coelho e o bartender Gabriel Santana

LinkedIn C-Level - Integração estratégica com o LinkedIn dos executivos da Visa, reforçando a mensagem no ambiente digital corporativo.

Fase 2: Bancos Ativam (A partir de 28/05)

- Liberação estratégica para comunicações próprias dos **clientes** da Visa, os Bancos emissores do novo cartão
- Branded contents customizados pelos clientes
- Eventos exclusivos para os clientes dos Bancos (oferecidos pela Visa)
- Ondas sucessivas de divulgação sustentando o buzz

Resultado Ciclo de comunicação prolongado, com múltiplas fontes (Visa, bancos e suas bases de clientes) amplificando a mesma narrativa e o atributo de exclusividade.

RESULTADOS QUANTITATIVOS

Visibilidade Premium, Impacto Sustentado

Cobertura de Mídia em 3 dias (27-30/05)

- 137 matérias
- 8,7 milhões de impacto (tiragem + pageviews)
- 100% dos segmentos estratégicos cobertos: luxo, lifestyle, negócios, meios de pagamento, turismo

Amplificação Digital Orgânica

- Cobertura expandida: além das matérias publicadas, os veículos levaram o lançamento para seus canais digitais (Instagram, LinkedIn e newsletters) ampliando a cobertura, gerando alcance orgânico e novas interações.
- Engajamento orgânico dos profissionais presentes
- Publicação dos executivos da Visa no LinkedIn
- Publicações dos colaboradores Visa no LinkedIn, fruto do trabalho de engajamento interno conduzido pela comunicação corporativa
- Publicações dos clientes Visa no LinkedIn
- Conversas prolongadas em redes sociais

MARQUETERIE



RESULTADOS QUALITATIVOS

Impacto Sustentado e Buzz orgânico

Narrativa Contínua

Dois dias de experiências consecutivas criaram uma narrativa contínua, garantindo **repercussão imediata na imprensa**, **ampliando o tema para além dela nas redes sociais** e com impacto prolongado por meio das ativações dos clientes da Visa, os Bancos.

Multiplicação Espontânea

- Jornalistas tornaram-se multiplicadores espontâneos da experiência
- Cobertura expandiu organicamente para além das pautas iniciais
- Branded contents dos bancos mantiveram produto em evidência



XP lança cartão para grandes fortunas com helicóptero e cobertura médica

Produto mira brasileiros com patrimônio acima de R\$ 30 milhões; veja os benefícios

Por Isabela Ortiz
28/05/2025 | 16:17 • Atualização: 28/05/2025 | 16:17



NEGÓCIOS | 100 ANOS DE GLÓRIA | Empresas

Só com convite e para quem tem mais de R\$ 30 mi: novo cartão Visa Infinite Privilege da XP dá direito a viagem de helicóptero

Segundo a XP, o lançamento do cartão é inspirado nos clubes mais exclusivos do mundo. O objetivo é de se consolidar como uma referência na gestão de grandes fortunas

Por Thâmara Kaoru
28/05/2025 10:17 • Atualizado há 3 meses

A XP e a Visa anunciaram o lançamento do cartão XP Visa Infinite Privilege, voltado para atender um seleto grupo de clientes com patrimônio superior a R\$ 30 milhões, com direito a serviços exclusivos, como helicóptero e reserva prioritária em restaurantes.

Itaú anuncia novo cartão Itaú Private Visa Infinite Privilege

O Itaú anunciou nesta terça-feira (28) que lançou o Visa Infinite Privilege em seu portfólio de cartões. Voltado exclusivamente para o segmento Private, o novo produto será oferecido apenas mediante convite, reforçando seu caráter exclusivo e voltado a clientes de perfil de alto patrimônio.



Itaú Private Visa Infinite Privilege

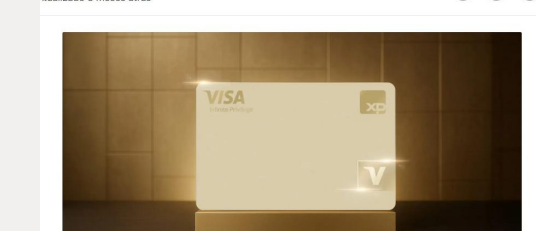
O Itaú acaba de anunciar que estará a Visa Infinite Privilege em seu portfólio de cartões voltados ao segmento Private. É uma exclusividade que reforça o caráter de elite e o compromisso do Itaú com o atendimento personalizado a seus clientes de alto patrimônio.

InfoMoney 25

Visa lançam cartão “super premium” até a helicóptero

A expansão da família de cartões da XP com benefícios exclusivos, programa de recompensas ultrapersonalizado para o público Private

Atualizado 3 meses atrás



Vale Investe 100 | Serviços Financeiros

Vip dos vips: Novo cartão para ricos dá direito até a trajeto de helicóptero

Programa de recompensas do cartão combina até 2,5% de investback (cashback em investimento) em todas as compras na modalidade crédito, com acúmulo de até 4,5 pontos por dólar gasto

Por Letícia Melo, Valor Investe — São Paulo
28/05/2025 17:02 • Atualizado há 4 semanas

A XP, em parceria com a Visa, anunciou o lançamento do Cartão XP Visa Infinite Privilege. O cartão é voltado ao público do segmento Private, com serviços e experiências diferenciadas, incluindo até um trajeto de helicóptero.

Case Visa Infinite Privilege: Conexões Memoráveis

Diferenciais estratégicos

1. **Experiência Vivenciada:** Imprensa experimentou o produto antes de comunicá-lo
2. **Curadoria Nacional:** Talentos brasileiros traduziram sofisticação do produto
3. **Timing Coordenado:** Coordenação Visa + Bancos e, dois dias consecutivos de ativações, criaram ondas sucessivas e narrativa sequencial sustentada
4. **Integração 360°:** Todas as frentes atuaram de forma articulada
5. **Segmentação Inteligente:** Cada público recebeu abordagem customizada
6. **Execução Impecável:** Cada detalhe logístico reforçou o conceito premium

Conclusões e aprendizados

Case de Sucesso O Visa Infinite Privilege consolidou-se como referência de **PR Stunt sofisticado** no mercado brasileiro, no qual a imprensa viveu a experiência que estava comunicando e se tornou multiplicadora da narrativa, que rapidamente **ultrapassou as páginas dos principais veículos de comunicação do país** e ecoou nas conversas nas redes sociais.

Um modelo que demonstra como experiências autênticas e bem executadas transformam a comunicação tradicional em conversas orgânicas duradouras.

Aprendizados Replicáveis

- **Coordenação de ecossistema** multiplica resultados exponencialmente
- **Experiências imersivas** geram engajamento orgânico duradouro
- **Timing estratégico** sustenta buzz além do lançamento inicial
- **Curadoria de talentos** adiciona credibilidade e diferenciação

Um modelo de comunicação que demonstra **como orquestrar marca + parceiros** para **maximizar impacto**, criando valor compartilhado em todo o ecossistema.

VÍDEO CASE



[Clique aqui](#) para assistir o vídeo case

[Clique aqui](#) para ter acesso a:

- Press Kit Digital com fotos e vídeos institucionais, releases
- Lista de imprensa convidada para os eventos
- Clippings

We make it happen.



www.marqueteterie.com.br

 **MARQUETERIE**