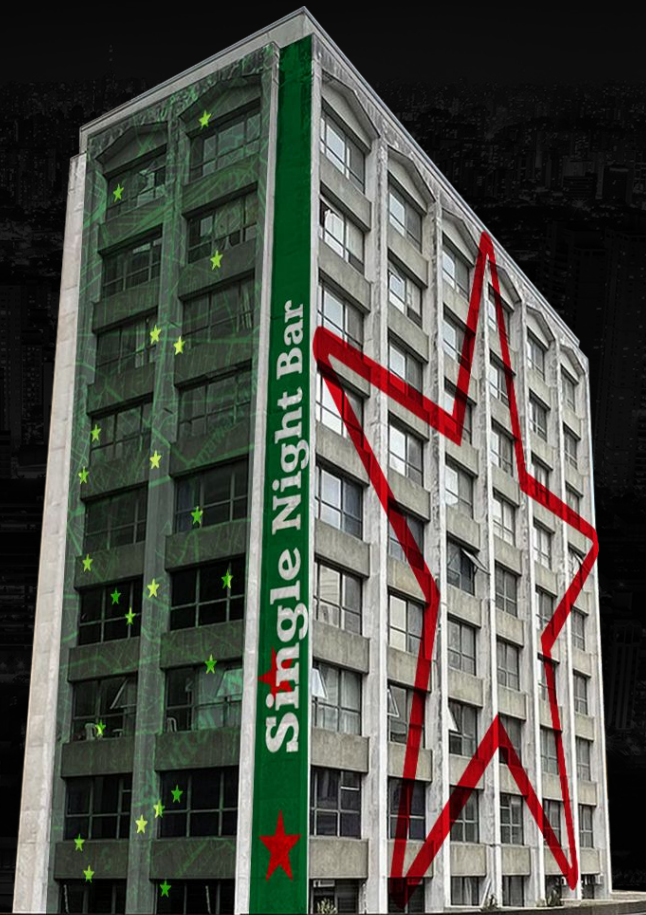




Single Night Bar + Hei!

Como Heineken ressignificou a socialização nos bares



CONTEXTO

Quantas vezes você procurou conhecer um bar diferente para sair da mesmice?

Foi a partir dessa pergunta e de uma análise interna do tráfego nos bares da marca que **Heineken** entendeu que era preciso incentivar novas trocas sociais entre seus consumidores.

Como resposta, foi criado o **Hei!** – um aplicativo para conectar e incentivar as pessoas a viverem novas experiências ao mesmo tempo em que conhecem novos bares Heineken.

+++ Posicionamento de marca: *The more refreshing your social life, the more rewarding*

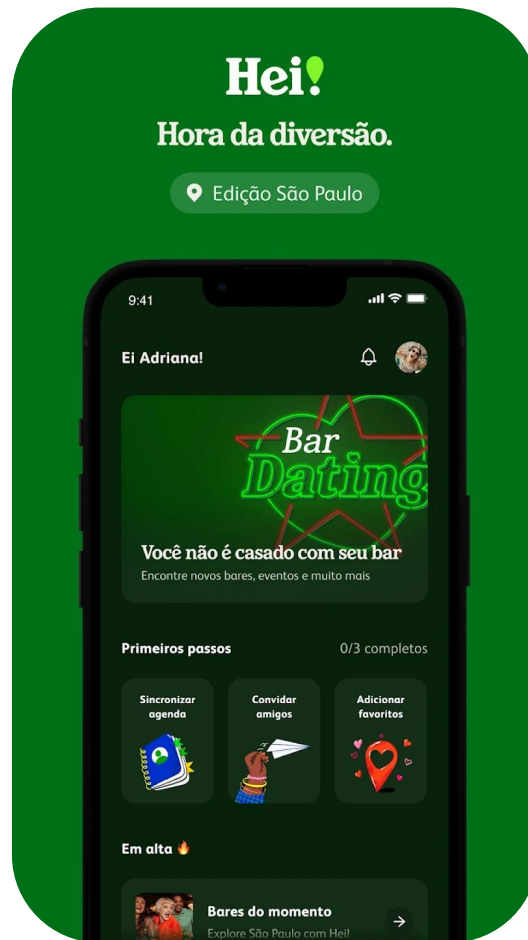
+++ Campanha de lançamento:

Bar Dating – *Você não é casado com seu bar*

+++ Brand Experience: *Single Night Bar*. Uma ativação aberta ao longo de 3 finais de semana que só poderia ser acessada pelo público via **Hei!**

OBJETIVOS DO PR

- +++ Promover menções para Heineken a partir do lançamento do aplicativo na imprensa e nas redes sociais de forma espontânea;
- +++ Gerar talkability positivo para a marca e para o aplicativo;
- +++ Posicionar a marca como trendsetter urbana e destacar seu impacto cultural.



TENSÃO & INSIGHT

Como fazer influenciadores e imprensa comunicarem o novo posicionamento da marca para além da divulgação tradicional de uma brand experience?



Utilizando a força de celebridades que atraem interesse da imprensa antes de iniciar a divulgação do evento, “esquentando” o tema da brand experience.

BIG IDEA

Para um engajamento mais *fun* e com potencial de *talkability*, era necessário trabalhar com um conceito criativo atual a disruptivo.

A partir desse direcional, Heineken resolveu mostrar aos consumidores que a tradicional fidelidade aos bares podia ser ressignificada, abrindo espaço para um assunto que rende boas conversas no bar:

o relacionamento aberto.

E para isso usamos um casal de celebridades que já reside no imaginário do grande público por tratar de temas como esse com bastante naturalidade...

BIG IDEA

Buscar Quem 100 ANOS DE OURO Amor e Sexo Entrar

Giovanna Ewbank e Bruno Gagliasso curtem noite paulistana separadamente

Atores, que são casados desde 2010, são pais de três filhos: Titi, Bless e Zyan

Por Marina Bonini
02/04/2025 22h34 - Atualizado há 3 meses

f t w



Giovanna Ewbank e Bruno Gagliasso curtem noite paulistana separadamente — Foto: Andy Santana/BrazilNews

Heineken promove o retorno do programa 'Surubaum' com Bruno Gagliasso e Giovanna Ewbank

O episódio especial sobre as aventuras vivenciadas pelo casal Jaffar Bambirra e Gabz já está disponível no YouTube



O episódio especial sobre as aventuras vivenciadas pelo casal Jaffar Bambirra e Gabz já está disponível no YouTube

BIG IDEA



As publicações faziam menção a presença do casal em bares parceiros de marca, chamando atenção imagética para Heineken e despertando curiosidade sobre os lugares que as celebridades visitaram.

Na sequência do factóide, ambos promoveram um conteúdo em suas redes sociais apresentando o Heil e convidando os usuários a baixarem o aplicativo também.

O gran finale ficou por conta de um episódio especial do podcast **Surubbaum** que o casal apresenta.



Talvez seja a hora de sair com novos bares

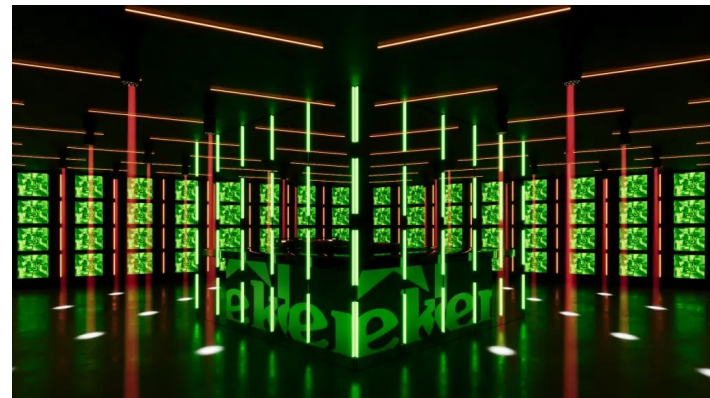
Bar Dating nasceu para convidar as pessoas a terem um relacionamento aberto com os bares, em troca de uma vida social mais agitada e gratificante.

DESDOBRAMENTO

Como desdobramento de campanha, Heineken lançou o **Single Night Bar**, uma espécie de ocupação cultural que reúne alguns dos bares mais badalados da cidade (Bar Alto, Matiz, Casa Rockambole e Heavy House) em um só lugar: o **Misericórdia**, edifício histórico do Centro Histórico em São Paulo.

Ao chegar no espaço, cada participante é perguntado sobre suas preferências, de forma que a equipe do Single Night Bar o encaminha para o andar que combine melhor com os seus gostos.

Entre as ativações, apresentações musicais, discos de vinil, pista animada de dança e DJs de gêneros musicais variados.



MECÂNICA

Para promover o Single Night Bar, o lançamento no PR contou com um planejamento robusto, com três semanas de duração e duas fases de comunicação:

WARM UP // 01.ABR.25

Ação exclusiva de PR com evento proprietário para KOLs e cobertura de evento em influência e imprensa.

SUSTENTAÇÃO // 02.ABR A 28.ABR.25

Ecossistema de comunicação que gerou fluxo de visitantes para o bar a partir de downloads no aplicativo Hei!App e cobertura orgânica nas redes sociais e na imprensa.

MECÂNICA // WARM UP

Realizamos uma noite de lançamento exclusiva para de PR, contando com a presença de 20 nomes relevantes entre celebridades e influenciadores, além de 9 veículos de mídia, **que juntos geraram mais de 500 mil impactos.**

No evento, Bruno e Giovanna também estiveram presentes e interagiram com os demais convidados, mostrando o potencial positivo da socialização e o impacto ao conhecer novos bares a partir de uma cobertura em suas redes sociais.

Como cobertura complementar, bartenders e especialistas recomendaram bares pelo **Hei!**, e conteúdos editoriais com **Hypebeast**, **UOL**, **Glamour** e **Veja SP** reforçaram relevância cultural.

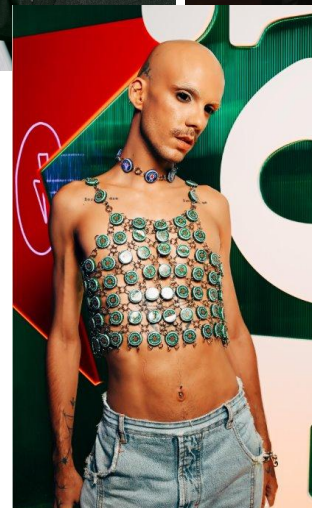


MECÂNICA // SUSTENTAÇÃO

Após o evento de lançamento, o Single Night Bar ficou aberto durante três semanas. A participação era gratuita, mas mediante cadastro prévio a partir do download.

Para gerar interesse, atuamos com um ecossistema de PR com influenciadores e jornalistas convidados durante o período, promovendo uma cobertura orgânica e impactante:

No total, foram 509 influenciadores e 181 jornalistas presentes no espaço, gerando juntos mais de 2700 publicações e um EMV de BRL 9.1M.



PRINCIPAIS RESULTADOS

Na Imprensa, o projeto teve uma cobertura relevante com destaque para veículos renomados e números expressivos.

69% das matérias foram veiculadas em Tier 1 e 2.

Cobertura nacional de veículos como Veja SP, G1, Folha de S. Paulo, MSN, Terra.

E.M.V
BRL 1.8M

PUBLICATIONS
371

REACH / VIEW
17.6M

JORNALISTAS
PRESENTES
181

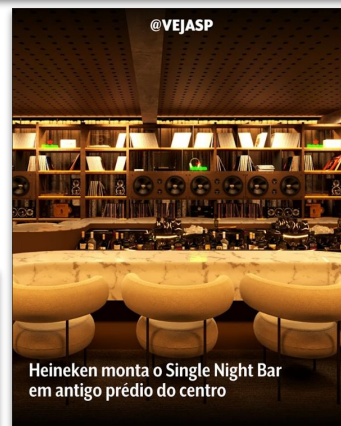


veja São Paulo

COMER E BEBER
Heineken monta o Single Night Bar em antigo prédio do centro

Em quatro andares do Edifício Misericórdia, o espaço reúne diferentes estilos de bar

Por Saulo Viana
Atualizado em 23 abr 2023, 01h24 - Publicado em 7 abr 2023, 19h31



PRINCIPAIS RESULTADOS

Em Influência, a escolha certa de celebridades e influenciadores relevantes trouxe talkability e gerou conexão genuína:

96% das publicações foram geradas a partir de convidados orgânicos.

E.M.V
BRL 7.2M

PUBLICAÇÕES
2.414

REACH / VIEW
20.8M

INFLUENCIADORES
509

Mood de convidados presentes (orgânicos)



Urias
894K



Lucy Alves
1.6M



Giselle Batista
351K



André Nicolau
282K



Trans Preta
271K



Wagner
507K



Jonas
623K



Renan Justino
221K



Criado pela Heineken, o Hei App é um aplicativo com curadoria exclusiva sobre a noite paulistana, com a finalidade de ajudar os consumidores a descobrir mais locais na cidade



SEMPRE NO MESMO BAR?
O HEI APP TE MOSTRA
O QUE VOCÊ TÁ PERDENDO



hypebeastbr e febem
Parceria paga com heinekenbr
Áudio original



@VEJASP

CONCLUSÃO

O Single Night Bar consolidou Heineken como trendsetter no universo de socialização urbana, provando que PR estratégico é capaz de gerar impacto cultural duradouro.

A ativação não só reforçou a imagem premium da marca, mas também transformou o bar em palco de experiências inovadoras, elevando engajamento, alcance e relevância por três semanas consecutivas.

Além dos números em PR, a ação gerou **115 mil downloads no aplicativo**, com um alcance de 60 milhões e 766 milhões em impressões, cumprindo com o objetivo de promover também a nova ferramenta e sua relevância cultural.

LEMA+  **Heineken**[®]

Single Night Bar + Hei!

Como Heineken ressignificou a socialização nos bares

