

Case – Grupo OLX

Prêmio Jatobá 2025

Conecta Imobi 2024: A Casa do Mercado Imobiliário

GBR



grupo **OLX**

conecta imobi

CASE – GRUPO OLX PRÊMIO JATOBÁ 2025

Conecta Imobi 2024:

A Casa do Mercado Imobiliário

GBR



grupo **OLX**

conecta imobi

CONTEXTO

Ao completar uma década de existência, o Conecta Imobi 2024 não apenas reafirmava sua importância como o maior evento do setor imobiliário da América Latina, mas reunia também legado, inovação e pertencimento em um momento decisivo para o mercado.



CONTEXTO

grupo **OLX** conecta imobi

Criado em 2015 por uma empresa posteriormente adquirida pelo Grupo OLX, o evento nasceu com o propósito de provocar transformações e impulsionar o desenvolvimento de profissionais e empresas do setor imobiliário brasileiro.

Os números falavam por si: mais de 45 mil participantes ao longo dos anos, mais de mil palestrantes nacionais e internacionais e nomes de peso como:

Kim Farrel
(TikTok)

Mark Manson
(autor best-seller)

Camila Farani
(investidora e empresária)

Daniela Klaiman
(futurista)

GBR



CONTEXTO

Nem mesmo os eventos mais bem-sucedidos, no entanto, estão imunes aos ciclos da mídia e da economia da atenção.

*Em 2024, o evento se viu diante de um desafio: restaurar sua relevância institucional, simbólica e midiática após a edição de 2023, que teve baixa performance em **earned media** diante de um cenário de saturação de eventos, mudanças comportamentais e um mercado em plena transformação digital.*

*O tema escolhido para a edição de 2024, “**De Geração para Geração**”, refletia a interseção entre tradição e futuro, o encontro de vozes, experiências e expectativas.*

Cabia agora transformar essa narrativa em ação - e o Grupo OLX, com o suporte estratégico da GBR Comunicação, assumiu a missão de reposicionar o Conecta Imobi como o grande marco do setor, liderando a transformação com uma solução ousada, inovadora e completamente integrada de comunicação.

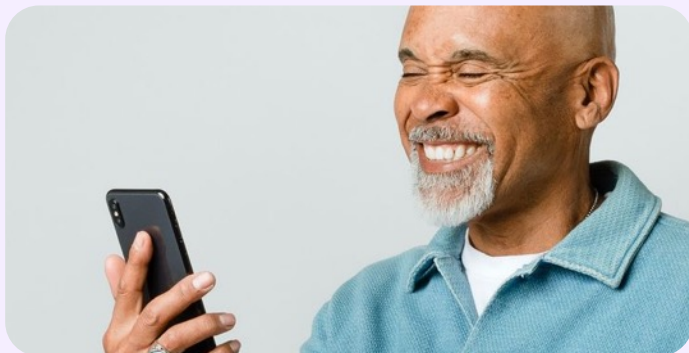


DESAFIO

O desafio era multidimensional. Não se tratava apenas de celebrar os 10 anos do icônico Conecta Imobi, mas de reposicioná-lo em um mercado cada vez mais competitivo e exigente.



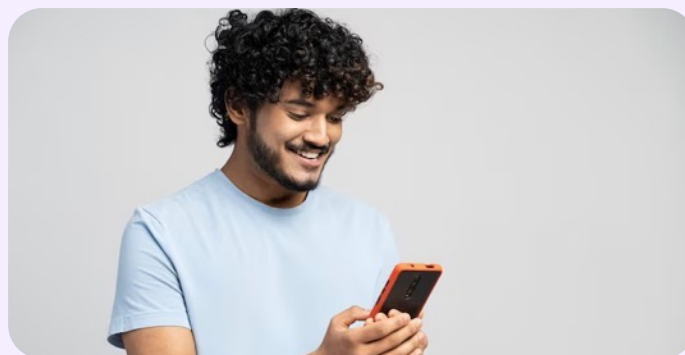
DESAFIO



Era necessário reconquistar a atenção da mídia nacional e regional, reafirmar o protagonismo institucional e simbólico do evento, além de apresentar com clareza o novo posicionamento do Grupo OLX, centrado na integração de gerações e na valorização dos usuários profissionais de suas plataformas.

Também era fundamental traduzir a proposta de inovação em ações concretas, visíveis e eficazes, capazes de gerar impacto real, mensurável e relevante.

Tudo isso precisava superar os resultados tímidos da edição anterior e transformar a jornada de comunicação em um diferencial competitivo.

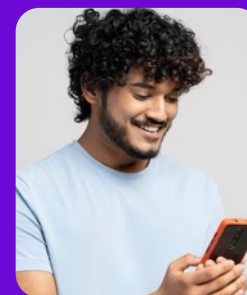


Diante desse cenário desafiador, a pergunta que orientou toda a estratégia foi: como transformar um evento setorial em um marco narrativo de inovação, pertencimento e transformação?

SOLUÇÃO INOVADORA: PR 360° COM ALMA E PRECISÃO CIRÚRGICA

A resposta foi um plano robusto e altamente estratégico de PR 360°, desenvolvido pela GBR Comunicação com base em quatro pilares interdependentes - narrativa e preparação estratégica; curadoria, cobertura e relacionamento in loco; conteúdo e amplificação - e monitoramento com inteligência analítica.

A inovação não esteve apenas na amplitude das ações, mas na sinergia entre elas, criando um ecossistema de comunicação capaz de atuar antes, durante e depois do evento, com foco absoluto na construção de reputação, presença de marca e conexão emocional com o público.



1. NARRATIVA E PREPARAÇÃO ESTRATÉGICA

A primeira frente do trabalho consistiu na construção da narrativa e na preparação estratégica. Foram criadas pautas proprietárias e narrativas que posicionaram os “10 anos do Conecta Imobi” como um marco institucional e simbólico para o setor. Como parte do trabalho de relacionamento com a imprensa, foram convidados 185 jornalistas, dos quais 30 se credenciaram - um aumento expressivo em relação ao ano anterior. Também foi realizada uma press trip com foco regional, aproximando veículos locais estratégicos como Extra e Diário do Nordeste do evento.



1. NARRATIVA E PREPARAÇÃO ESTRATÉGICA

Além disso, foram conduzidos briefings personalizados com os principais porta-vozes do Grupo OLX, reforçando as mensagens-chave da marca. A estratégia incluiu ainda o desenvolvimento de oito publicações executivas sob medida para o LinkedIn, com o objetivo de impulsionar a narrativa de pertencimento e liderança. Todo o storytelling foi orientado a demonstrar a evolução do evento ao longo dos anos, conectando histórias reais de corretores, patrocinadores e especialistas ao reposicionamento do Conecta Imobi.





2. CURADORIA, COBERTURA E RELACIONAMENTO IN LOCO

A segunda frente da estratégia concentrou-se na curadoria, na cobertura e em ações de relacionamento in loco. Foi estruturada uma sala de imprensa no local do evento, com uma equipe de redatores dedicada à cobertura em tempo real de 20 painéis. Essa cobertura gerou conteúdo ágil e de qualidade, distribuído estrategicamente para veículos da grande mídia e do trade. Um destaque importante foi a cobertura especial e direcionada do Prêmio Conecta Imobi, que contou com uma estratégia integrada voltada tanto para veículos regionais quanto nacionais, garantindo ampla visibilidade institucional.

3. CONTEÚDO ESTRATÉGICO E AMPLIFICAÇÃO

Na terceira frente da estratégia, voltada para conteúdo estratégico e amplificação, foram produzidos dois branded contents com forte apelo emocional, centrados em histórias reais de transformação, que geraram mais de 280 mil impactos digitais. Esses conteúdos foram complementados pelo envio de materiais personalizados a colunistas e editores dos principais veículos Tier 1, garantindo inserções qualificadas e alinhadas à narrativa do evento.



O acompanhamento editorial foi contínuo, com balanços diários e ajustes táticos em tempo real, otimizando a abordagem conforme o desenrolar do evento. Além disso, houve uma amplificação robusta nas redes sociais, com foco na construção de autoridade e na aproximação com o público.

4. MONITORAMENTO E INTELIGÊNCIA DE RESULTADOS

O monitoramento e a inteligência de resultados envolveram o acompanhamento contínuo (24 horas por dia, 7 dias por semana) de todas as menções ao evento na imprensa. Foram produzidos relatórios qualitativos com análises aprofundadas sobre o impacto, a presença de marca e a valorização dos ativos institucionais.



Além disso, houve a extração de insights relevantes tanto para a avaliação do pós-evento quanto para o planejamento estratégico do Grupo OLX em médio e longo prazo.

RESULTADOS ALCANÇADOS

grupo **OLX**

conecta imobi

GBR



A força da estratégia de comunicação se materializou em resultados que superaram todas as métricas de 2023 — e reposicionaram o Conecta Imobi como o evento mais relevante e transformador do setor.

Entre os principais resultados:

+160%

de crescimento YoY em
exposição em veículos
Top Tier e Tier 1:

78 matérias publicadas
com 240 milhões de
impactos estimados

+111%

% YoY em
veículos Tier 2 e 3:
374 registros e
9 milhões de impactos

185

Jornalistas convidados e

30

credenciados



RESULTADOS ALCANÇADOS

grupo **OLX**

conecta imobi

GBR



A força da estratégia de comunicação se materializou em resultados que superaram todas as métricas de 2023 — e reposicionaram o Conecta Imobi como o evento mais relevante e transformador do setor.

Entre os principais resultados:

15 veículos
de imprensa presentes e

17 profissionais
de imprensa presentes
ein loco,

um crescimento de
89% em relação à
edição anterior

29

matérias proprietárias
geradas a partir da
coberturas de

29
painés

Dois branded contentes
com cerca de

280

mil impactos



RESULTADOS ALCANÇADOS

grupo **OLX**

conecta imobi

GBR



A força da estratégia de comunicação se materializou em resultados que superaram todas as métricas de 2023 — e reposicionaram o Conecta Imobi como o evento mais relevante e transformador do setor.

Entre os principais resultados:

Reposicionamento do Grupo OLX como protagonista do setor imobiliário, catalisador de inovação e referência em formação profissional

Reforço da reputação do evento como espaço de diálogo intergeracional, aprendizado contínuo e transformação mercadológica.



CONCLUSÃO

O Conecta Imobi 2024 não foi apenas a celebração de 10 anos de um evento. Foi um turning point na forma de comunicar legados, provocar transformações e engajar diferentes gerações em torno de um mesmo propósito. O trabalho da GBR Comunicação para o Grupo OLX provou que o PR, quando bem conduzido e integrado à estratégia de negócios, é capaz de transformar não apenas a percepção de marca, mas o próprio papel de um evento em seu ecossistema.



CONCLUSÃO

A inovação esteve na coragem de fazer diferente, na precisão das ações e na capacidade de criar um evento que não só refletiu o mercado, mas liderou as conversas dentro do mercado. Em um cenário saturado de iniciativas, o Conecta Imobi 2024 se destacou como um marco de comunicação, prova viva de que o verdadeiro protagonismo se conquista com escuta, estratégia, conteúdo e conexão humana.



CONCLUSÃO

Mais do que um evento, um símbolo. Mais do que uma estratégia de comunicação, uma entrega de legado.

**CONECTA IMOBI 2024:
onde o mercado se encontra,
se reconhece e se reinventa.**

Enfim, a casa do mercado imobiliário.

