



ANOS NO BRASIL

# PLANEJAMENTO DE PR


**JeffreyGroup**

# Tetra Pak

A empresa celebra o sucesso de uma trajetória de 60 anos, guiada pela **inovação** no desenvolvimento das melhores soluções para o **processamento e envase** de alimentos.



# Consumidores

A woman with brown hair tied back, wearing a tan leather jacket over a grey cardigan, is looking down at a product box in her hands. She is in a grocery store aisle with shelves of various products in the background. The text is overlaid on a white rectangular background on the right side of the image.

Estão no centro das preocupações da companhia, que investe constantemente para proporcionar a melhor experiência de consumo.

# Consumidores

A woman with blonde hair, wearing an orange and white striped long-sleeved shirt and blue jeans, is standing in a grocery store aisle. She is looking at a shelf of products, with her right hand reaching towards a carton. She has a black and orange shoulder bag. The shelves are filled with various food items, including cartons and boxes. The background is slightly blurred, showing other people in the store.

No entanto, eles não reconhecem os benefícios das **embalagens cartonadas** para a **proteção** dos alimentos.

# Consumidores

A low-angle photograph of a dense forest with sunlight filtering through the green leaves. The perspective is looking up at the canopy, with dark tree trunks and branches framing the bright, sun-dappled foliage. The overall tone is natural and vibrant.

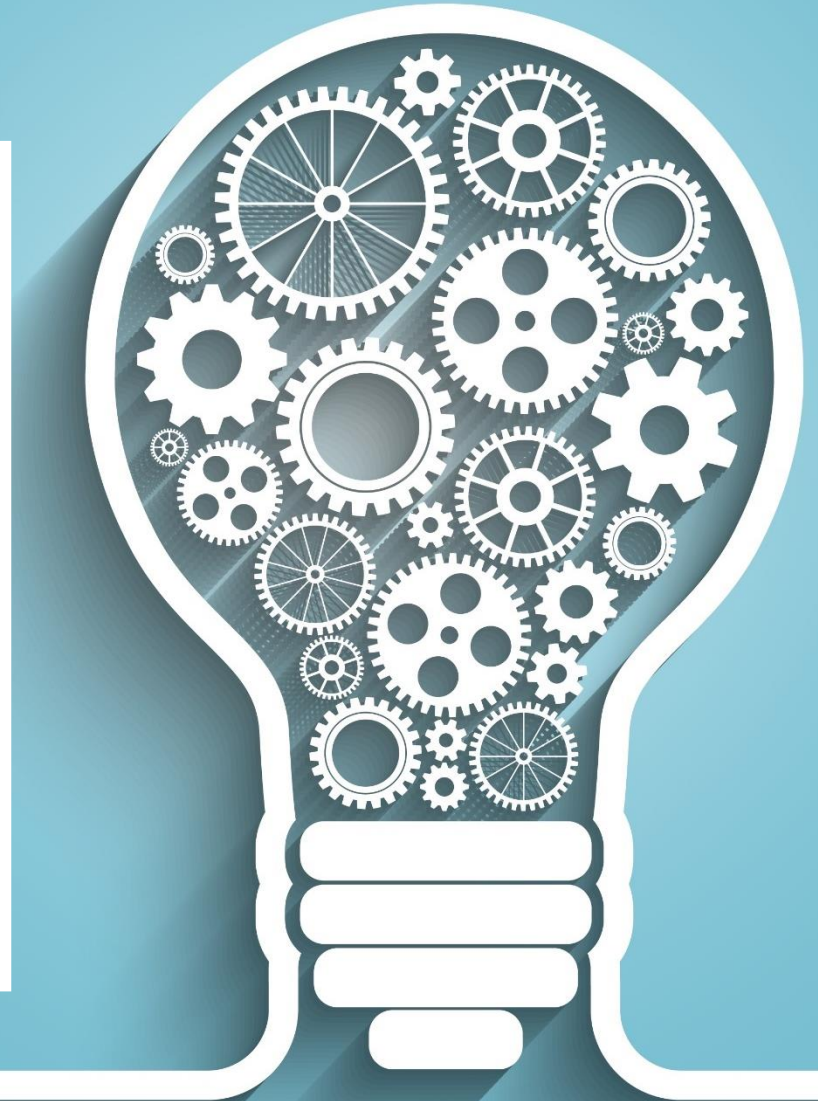
Também não têm clareza sobre os benefícios do uso de **recursos renováveis** na sua composição e ainda têm dúvidas sobre o **descarte adequado**.

# Desafio

No contexto da celebração dos 60 anos da empresa no Brasil, aproximar a Tetra Pak dos consumidores, promovendo a percepção sobre os benefícios das embalagens cartonadas posicionando-as como a melhor opção do mercado

# Estratégia

Alcançar os consumidores por meio de uma rede de esclarecimento, ativando os **diferentes territórios** de afinidade com as mensagens da Tetra Pak.



# Círculo de influência

**KOLs**

Envolvimento de especialistas em debates, por meio de parceria com veículo de comunicação

**Imprensa**

Parceria para a geração de debate e conteúdos de esclarecimento via editorial e branded content

**Influenciadores digitais**

Ativação de diferentes tipos de influenciadores e criar uma rede de esclarecimento e impacto positivo no relacionamento da Tetra Pak com consumidores

**Vida real**



# JeffreyGroup

[www.jeffreygroup.com](http://www.jeffreygroup.com)

**Obrigada!**  
**Thank you!**  
**¡Gracias!**