



Prêmio Nippon de Jornalismo



O PROJETO:

O projeto: Prêmio Nippon de Jornalismo – Uma história feita de encontros

Público: profissionais de comunicação em todas as suas esferas. Diretores, jornalistas, editores, chefes de redação, diretores comerciais e executivos, representantes de sindicatos e associações do setor

Contextualização:

- A Nippon Steel & Sumitomo Metal Corporation atua em Minas Gerais desde 1957, como uma das fundadoras da Usiminas
- Nos primeiros anos da siderúrgica em Ipatinga, a NSSMC esteve muito presente na comunidade. Com o tempo, os japoneses foram transferindo a tecnologia e a gestão para os brasileiros, como era o previsto.
- A marca foi perdendo sua identidade no Brasil. Não era conhecida como a segunda maior siderúrgica do mundo, grande investidora do mercado brasileiro, mas como “os japoneses da Usiminas”.

O PROJETO:

Desafios:

- Retomar a identidade da marca NSSMC junto ao público, principalmente em Minas Gerais.
- Fazer com que a Nippon Steel fosse reconhecida independente de suas atividades como acionista da Usiminas

Objetivos:

- Reforçar a importância dos 60 anos de história dos japoneses para o desenvolvimento do Vale do Aço, para a população que vivenciou a construção da Usiminas e para a nova geração
- Aproximar a Nippon Steel dos veículos de comunicação, estimulando, divulgando, apoiando, incentivando e prestigiando trabalhos jornalísticos sobre os 60 anos do acordo Lanari-Horikoshi, que viabilizou a construção da Usiminas
- Resgatar uma documentação histórica da parceria entre Brasil e Japão ao longo dos últimos 60 anos.

O PRÊMIO:

Proposta:

- Criação de um prêmio Jornalístico como forma de estimular o diálogo da NSSMC com o público alvo (profissionais da comunicação), convidando-o a pesquisar essa a história, contando-a ao mercado e à comunidade mineira
- Incentivar o mercado da comunicação com uma demonstração de reconhecimento
- Possibilitar que mais e mais pessoas conhecessem a rica e complexa história de parceria entre mineiros e japoneses que, até hoje, proporciona benefícios para os dois povos

Premiação:

- Uma viagem para duas pessoas ao Japão, no valor total de R\$20.000,00
- Entrega de três menções honrosas para os trabalhos de destaque em veículos impressos, web e rádio e TV

Estratégia:

- Projeto completo de Relações Públicas e Assessoria de Imprensa, para garantir a mobilização, divulgação e engajamento do público

ESTRATÉGIA/FERRAMENTAS:

- **Assessoria de Imprensa:** produção de releases, sugestões de pauta, follow-ups com os jornalistas e propostas de entrevistas
- **Relações Públicas:** visitas pessoais às redações em Belo Horizonte e reuniões de diretores da Nippon Steel com diretores de veículos de maior relevância em MG.
- **Encontros presenciais:** realização de café da manhã em Ipatinga para apresentação do projeto para os jornalistas da região
- **Eventos:** participação em Congresso da AMIRT para divulgação do prêmio e realização de café da manhã para jornalistas em Ipatinga
- **Endomarketing:** Ações de invasão nas principais redações de BH e Ipatinga, com entrega de brindes e o convite para conhecer o Japão
- **Apoios e Parcerias:** realização de parcerias estratégicas com entidades e associações de jornalistas:

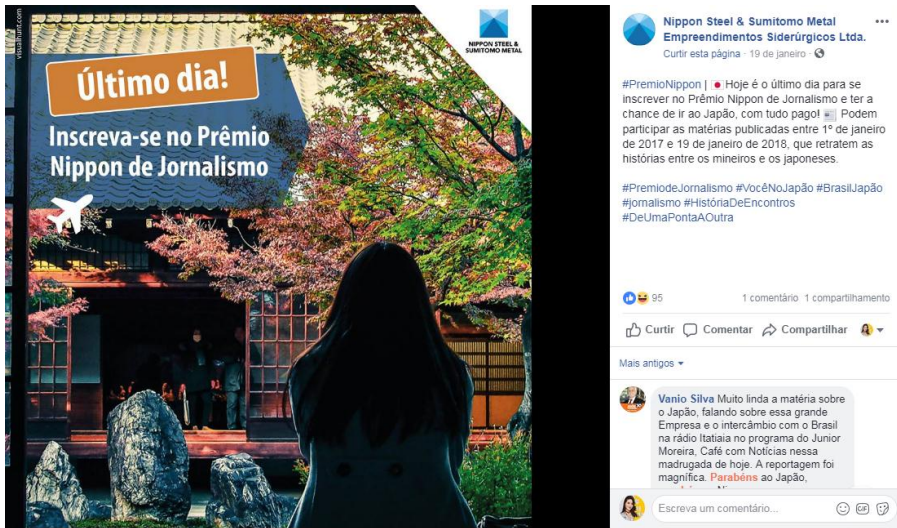


ESTRATÉGIA/FERRAMENTAS:

- **Telemarketing ativo:** reforço de convite para que os veículos de comunicação participassem do prêmio
- **Sugestões de pauta:** envio de pautas interessantes às redações, munindo-as de ideias, personagens e histórias que poderiam virar matérias e concorrer à premiação
- **Júri:** convite à sete profissionais de destaque no cenário da comunicação mineira, formadores de opinião, para composição do júri
 - Mayrink Aguiar, Mozahir Bruck, Marcelo Freitas, Marcelo Sander, José Bicalho, Valério Fabris, Madelon Piana
- **Evento:** realização de um evento de premiação, com participação dos inscritos e diretores e editores de veículos de MG, como mais um reforço estratégico da relevância do projeto

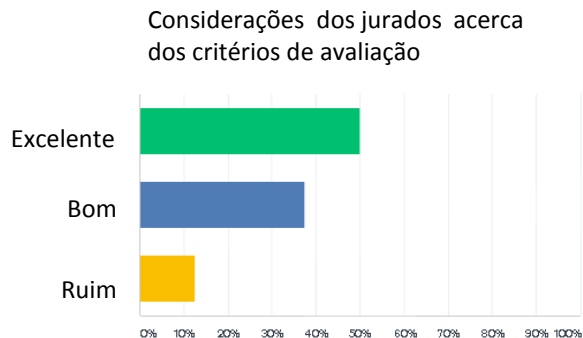
ESTRATÉGIA/FERRAMENTAS:

- **Mídias Digitais:**
 - Desenvolvimento de site para realização das inscrições e publicação dos resultados: <http://www.premionippon.com.br/>
 - Envio de e-mails marketing semanais,
 - Produção de conteúdo para redes sociais



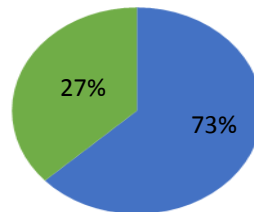
AÇÕES PÓS-PRÊMIO:

- **Pesquisa de avaliação:** realizada com os jurados e com os participantes, com o objetivo de reunir observações e críticas para o aprimoramento das próximas edições do prêmio



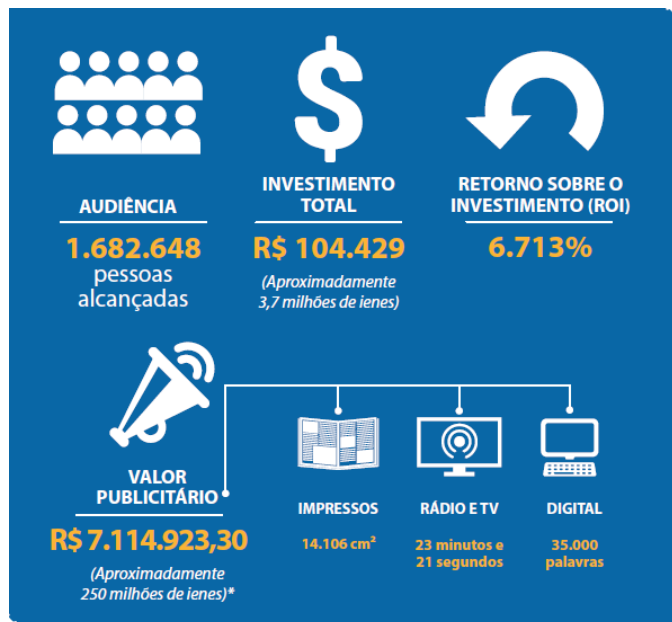
Jornalistas participantes da pesquisa

■ Responderam ■ Ignoraram



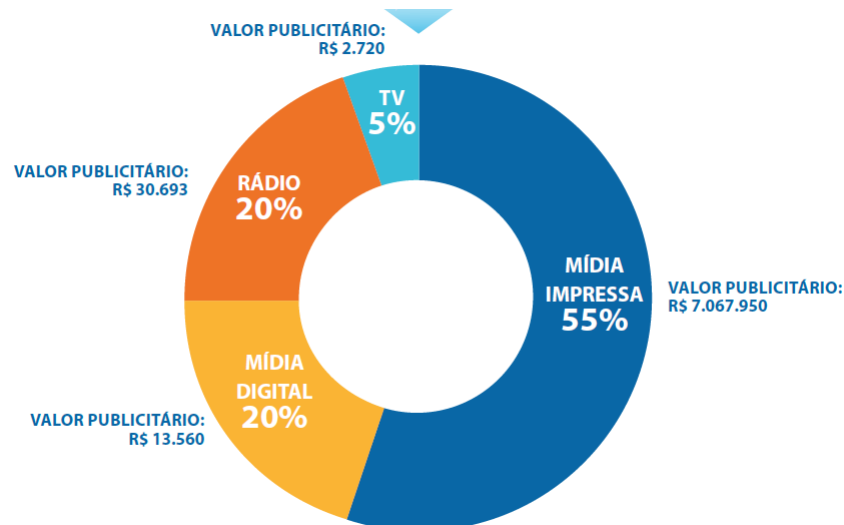
- **Relatório Internacional do Prêmio:** Desenvolvimento de Relatório completo do projeto, com todas as matérias inscritas totalmente traduzidas para o japonês e envio para a sede da NSSMC em Tóquio. O relatório foi apresentado para os diretores globais da empresa e representantes do governo do Japão, responsáveis pelo relacionamento intercontinental do país.

RESULTADOS:



**Valores referentes apenas às matérias que concorreram ao prêmio. Não inclui demais divulgações sobre o tema, e as matérias que não se encaixaram nas normas do concurso.*

As reportagens são publicações espontâneas. Para saber o valor de cada publicação, mede-se o valor publicitário versus o centímetro/coluna (impresso), valor publicitário pelo tempo e horário de exibição (rádio e TV), e valor publicitário versus número de caracteres (site).



- Aproximação real da marca com os profissionais da comunicação em todas as suas esferas.
- Envolvimento técnico e emocional rendeu muitos trabalhos de qualidade
- Diferenciação entre a marca da Nippon Steel & Sumitomo Metal Corporation e Usiminas