

O case

Estréia vip do Circo da Turma da Mônica

O projeto

O Circo da Turma da Mônica é o maior espetáculo musical já produzido nos estúdios da Mauricio de Sousa Produções.

Pelo tamanho, grandiosidade e expectativa em torno do projeto, foi aberta – de forma inédita na história da Mauricio de Sousa ao Vivo - uma sessão exclusiva para imprensa, influenciadores e celebridades, no dia 9 de julho (uma segunda-feira), um dia depois da estréia da turnê para o público, no próprio Teatro Opus do Shopping Villa Lobos.

Toda estratégia, dinâmica e roteiro da sessão foi desenvolvida a quatro mãos entre a Press à Porter e o marketing da Mauricio de Sousa Ao Vivo.

O desafio:

Quando se pensou em uma sessão exclusiva para convidados, embora essa seja uma prática comum entre produtores culturais para promover peças e filmes, havia uma certa desconfiança sobre sua viabilidade, tendo em vista que há um estigma de que espetáculos infantis são mais simples e que não têm força para levar um grande e qualificado grupo de convidados para o teatro.

Plano de ação:

O plano de ação se apoiou em três pilares:

- **Divulgação prévia em fases.** Fizemos divulgação ‘em fases’, de forma a ir aguçando a curiosidade da imprensa em torno do projeto.
Primeiro anunciamos somente que o Dedé e o Mauricio de Sousa estariam juntos;
Depois confirmamos que se tratava de um espetáculo musical;
Uma terceira etapa de divulgação focou na turnê nacional e abertura de ingressos em São Paulo;
Somente em uma quarta etapa é que destrinchamos todos os detalhes do espetáculo.

Essa divulgação em fases permitiu ativemos os canais em diferentes momentos.

O diretor do espetáculo, Mauro Sousa, e/ou o mestre de cerimônia na peça, Dedé Santana estiveram presente em veículos jamais alcançado com outros espetáculos: Rádio Globo, Jovem Pan Morning Show, 89 FM (Quem não Faz Toma), Programa Mulheres, Superpop (Rede TV), Mariana Godoy Entrevista, entre outros.

- Agenda de visitas de celebridades

Convidamos alguns formadores de opinião e celebridades para conhecer os estúdios da Mauricio de Sousa e, com isso, estender o convite à sessão vip de forma mais próxima do que enviar um convite eletrônico, por exemplo.

O intuito desta aproximação era para criar “compromisso” de presença e evitar quebras na lista, o que é comum neste tipo de evento.

Estiveram presentes na sede da Mauricio de Sousa recebendo o convite as apresentadoras da Rede TV e SBT, respectivamente, Mariana Godoy e Eliana, com suas famílias, a atriz global Giovanna Grigio e a cantora Aline Wirley, além das influenciadoras mirins Luiz (Canal da Lulu) e Talita Sampaio.

- Presskits para influenciadores digitais

Outra estratégia foi o envio de gifts sob medida para influenciadores e celebridades. Exemplo de êxito (publicação): Hugo Gloss, Mirella Santos, Thais Fersoza, Cátia Fonseca, entre outros.

Resultados:

No dia 9 de julho, uma segunda-feira à tarde, conseguimos reunir quase 100 famílias de celebridades, jornalistas e influenciadoras, que totalizaram quase 400 ingressos.

Presença de celebridades como a apresentadora Ana Hickmann, as atrizes Thais Pacholek e Renata Randel, a apresentadora Mariana Godoy, entre outras. Entre os jornalistas de grande imprensa, destaque para as presenças de repórteres/editores de Veja SP, Isto É, Estadão, Rede TV, Caras, entre outros. Do ponto de vista de cobertura de imprensa, foram 4 diferentes equipes: TV Fama (Rede TV), Fofocalizando (SBT), Melhor da Tarde (Bandeirantes), A Tarde é Sua (Rede TV), além de agências de notícias AG News e Press News.

Em números, a estréia do Circo da Turma da Mônica rendeu mais de 300 matérias/citações e alcance de milhões de pessoas.

O Evento criado não apenas serviu para dar visibilidade de aproximar a empresa a líderes de opinião como contribuiu diretamente com a bilheteria do espetáculo. A maior prova disso é que as sessões seguintes estiveram praticamente lotadas.