

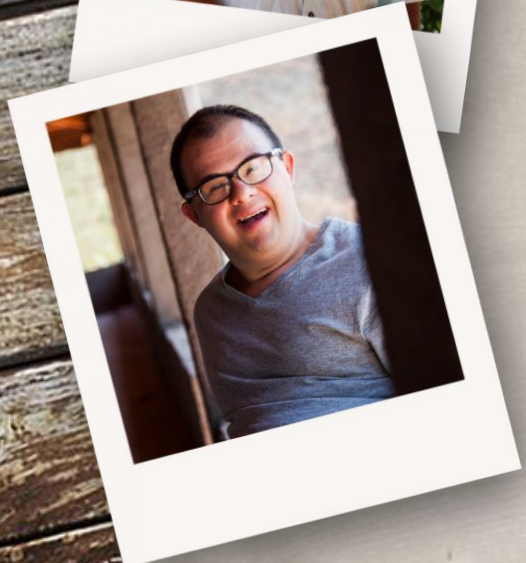
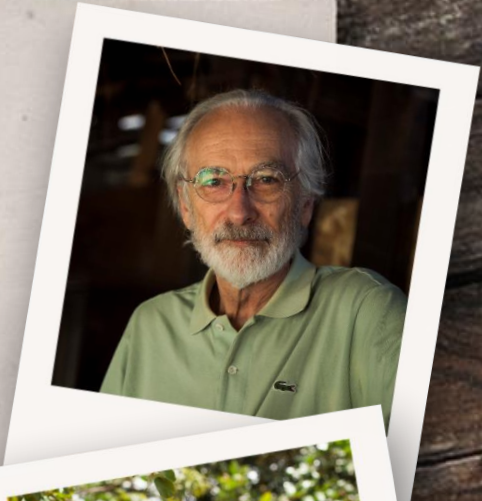
RPI

Comunicação

Apresenta

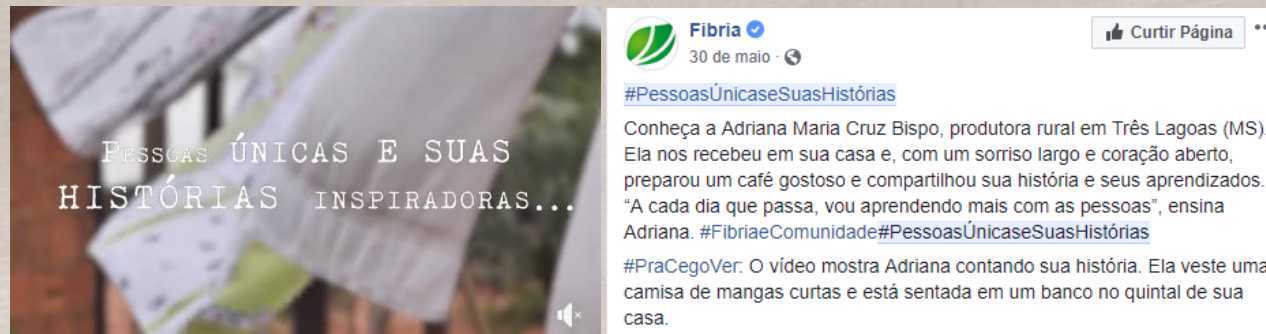
Case categoria Mídia Corporativa

Pessoas únicas
e suas histórias



CENÁRIO

- O projeto “Pessoas Únicas e Suas Histórias” nasceu digital, como websérie
- Depoimentos de pessoas beneficiadas pelas iniciativas sustentáveis da Fibria, baseadas nos pilares social, ambiental e econômico:
 - Em 2017, **7 mil famílias se beneficiaram** com cerca de 400 iniciativas sociais em 261 municípios
 - As ações, em vários Estados, contemplam áreas de educação, agricultura familiar ecológica, desenvolvimento rural territorial, apicultura, pesca, artesanato, gestão pública, sustentabilidade indígena e assentamentos sustentáveis
- Ao **dar voz a essas pessoas**, criamos conexão com o público, uma vez que as histórias de luta e de superação, mesmo sendo comuns, são inspiradoras
- A mídia proprietária da empresa foi a ferramenta escolhida para conferir credibilidade aos depoimentos e permitir reforçar os conceitos da empresa (Somos Fibria), aumentando o orgulho de pertencimento por conta do projeto



OBJETIVOS

- 1 Provocar a mudança de percepção nos diversos públicos sobre a forma como a Fibria opera seus negócios e contribui para a geração de riqueza compartilhada e do bem-estar das pessoas
- 2 Aumentar o reconhecimento sobre a marca Fibria (brand awareness)
- 3 Inspirar outras pessoas e organizações e adotar ações transformacionais
- 4 Gerar sentimento de orgulho de pertencer nos empregados da Fibria (que têm grande participação nos canais de mídias sociais da empresa)



ESTRATÉGIA

- Websérie **transcende a região, tem capilaridade e alcance** e dá amplitude aos depoimentos
- Vídeos de **18 personagens** representam as comunidades apoiadas pela Fibria
- Divulgação nas **mídias sociais proprietárias** da Fibria, que já tinham número expressivo de seguidores: Facebook e LinkedIn, com apoio e repositório de YouTube e Twitter



- Considerado o timing adequado de divulgação, com a publicação de **um vídeo por vez** e um intervalo de tempo suficiente para exposição e engajamento
- Plano de ação da RP1 definiu frequência **de um vídeo semanal**, considerando os melhores dias da semana para engajamento, de maio a setembro de 2018
- Plano de mídia, com patrocínio de posts e ações de **impulscionamento**, potencializando a visibilidade



Hashtags: #PessoasÚnicaseSuasHistórias em todos os posts da série e ainda #FibriaeComunidade e #PraCegoVer, já tradicionais da empresa

TÁTICAS



- Definição do ambiente digital mais adequado
- Divulgação semanal dos materiais produzidos no Facebook e LinkedIn
- Divulgação no Twitter, como rede secundária
- Criação no YouTube da empresa de uma playlist para inserção dos vídeos como repositório
- Envio de comunicado aos empregados da empresa para amplificar ainda mais a exposição dos vídeos
- Atualização do site da empresa com o vídeo inicial na home
- Definição da ordem de postagem dos vídeos de acordo com a diversidade de histórias e a capilaridade
- Definição de verba de investimento em mídia
- Ativação da campanha com a publicação dos vídeos e definição de público, por perfil e geolocalização
- Acompanhamento de performance dos vídeos para redefinição de investimentos e público de interesse
- Conversação nas redes
- Ajustes na estratégia no decorrer da campanha

INVESTIMENTO

- RP1 Comunicação - estratégia e execução digital
- Investimento em mídia - Facebook e LinkedIn
- E-mails marketing de comunicação do lançamento
- Vídeos (gravação, roteiro, edição, legendagem, tradução)
- Viagens (hospedagem e deslocamento)

R\$ 91.000,00



RESULTADOS

- Os comentários nas redes sociais **comprovam a conexão com os personagens**, a inspiração por meio das experiências relatadas e a **nova percepção sobre a marca**. Mostram ainda como o público interno se conecta com o projeto e se torna seu embaixador.

 **Simone Filipus** **Parabéns** a Fibria pelo projeto e iniciativa de contar belas histórias. Mostrar o protagonismo de guerreiros e guerreiras como a Adriana

Curtir · Responder · 14 sem   2

 **Fibria** Simone, o comprometimento com projetos como esse está no DNA da Fibria. Agradecemos suas palavras e ficamos felizes por acreditar que juntos podemos transformar. 

Curtir · Responder · 12 sem

 **Rhandus Barbosa Dias** **Parabéns** a todos os envolvidos e sucesso pra você Adriana.

Curtir · Responder · 14 sem   2

 **Fibria** 

Curtir · Responder · 12 sem

 **M L. Venâncio Santos** Muito lindo , meu tempo de criança era assim tudo tiravamos da terra , sem nenhum agrotóxicos era poético ver os plantinhas crescerem!

Curtir · Responder · 6 d

 **Fibria** 


Curtir · Responder · 6 d


 **Maria Aparcida** E verdade as verduras organica e mais saudável



Curtir · Responder · 1 sem

 **Fibria** É isso aí, Maria Aparecida! Além de serem mais gostosas também  

Curtir · Responder · 1 sem

 **Nilo Umberto Alves Batista** **Parabéns** Arthur, uma história muito bonita
Uma história de superação e conquista
Exemplo para todos nós
DEUS lhe abençoe
Continue com essa simplicidade que é típica do povo da roça,
gente da melhor qualidade
Vcs fazem este País ser o BRASIL que gostaríamos, simples,
produtivo e honesto

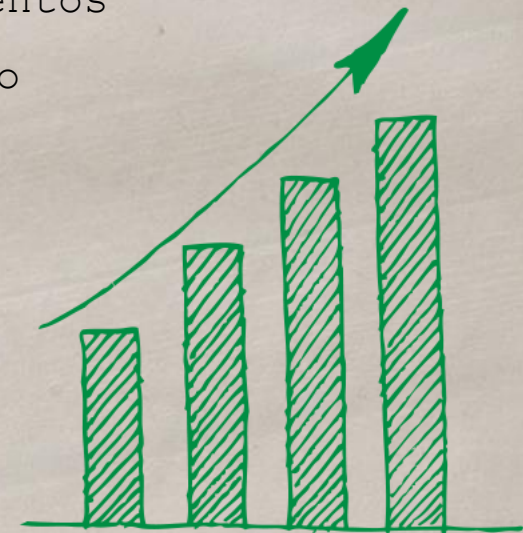
Curtir · Responder · 13 sem  1

 **Fibria** Olá Nilo! Assim como o sr., nós, da Fibria, acreditamos no valor transformador que histórias como a do Artur possuem para tantos brasileiros. Temos orgulho de poder apoiar e compartilhar cada uma delas com você e todo o Brasil. 


Curtir · Responder · 12 sem

RESULTADOS

- Cerca de **2,2 milhões** de pessoas alcançadas com os primeiros oito vídeos no Facebook e LinkedIn
- Os vídeos alcançaram quase **8 vezes a base de seguidores** das duas redes sociais
- Vídeos visualizados mais de **1 milhão de vezes**
- Mais de **34 mil reações**, comentários e compartilhamentos
- Campanha em andamento: dados computados até 31 de julho



LEGADO


 **Mauro Silvio R M Almada**
A procura de recolocação no mercado
Parabéns a Fibria pelo envolvimento com pessoas que são de uma humildade e simplicidade enorme e com um sonho a ser vivido com tanto empenho e sem o devido apoio dos nossos governantes.
Gostei Responder | 2 gostaram





Projeta a voz das
pessoas

Transmite princípio
de valor compartilhado



 **Lucimar Pellim**
Diretora do Grupo Pellim
Linda história, sinceridade amor a profissão e ao meio ambiente, muito bom ver heróis anônimos serem reconhecido! Parabéns!!
Gostei Responder | 3 gostaram


 **Gilson Nascimento** FÍBRIA, VC É O NOSSO ORGULHO...ESTOU LÍDER COMUNITÁRIO DE UMA COMUNIDADE(JARDIM PITORESCO-JACAREI) E UM DIA EU GOSTARIA DE CONHECER A FÍBRIA!!
Curtir · Responder · 3 sem · Editado  1



Inspira outras pessoas
e organizações

Consolida
relacionamentos



 **Angela Oliveira** E verdade fimbria e o nosso orgulho eu Faso parte feito projetos eu sento bem parabéns Guerrera
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 3 d

RP1

Comunicação Inteligente e de Resultado