OBJETIVO

Reverberar o anúncio da nova sede em veículos-foco da companhia, com ênfase naqueles que reforçam a reputação da Unilever como marca empregadora. Reforçar os pilares sustentabilidade, inovação e diversidade.

ESTRATÉGIA

Impactar público estratégico por meio de experiências personalizadas e ferramentas de PR. Serão amplificadores das nossas mensagens.

Utilizar a tecnologia para aproximar uma das maiores empresas de bens de consumo do País de todos os brasileiros.

PÚBLICOS-ALVO

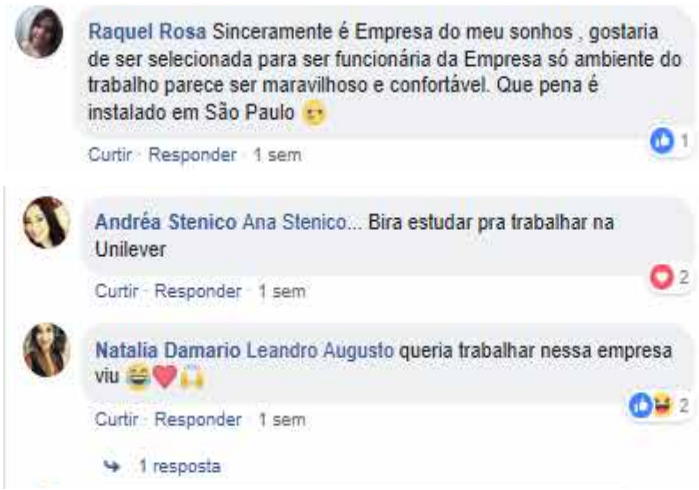
1) Imprensa - sustentabilidade, RH, arquitetura, propaganda e marketing, economia e negócios
2) Top Influencers LinkedIn

ENTREVISTA EXCLUSIVA

Entrevista exclusiva com Luciana Paganato para a Exame.com, mídia-chave de repercussão nacional.

- Mais de 15 milhões de visitantes únicos
- 37 milhões de pageviews
- Veículo de primeira grandeza que aborda negócios e sustentabilidade;
- Comentários na reportagem reforçam a Unilever como marca desejada por talentos (tanto novos quanto aqueles já ativos no mercado), reforçando a Unilever como uma marca empregadora.





Comentário: "É a empresa dos meus sonhos"



PRESS KIT

Produção e envio de 60 kits convites, convidando os públicos-alvo para visitar a nova sede da Unilever. Nossos convidados receberam uma caixa estilizada contendo a mensagem: **“Nós visitamos sua casa todos os dias. Agora é a sua vez de visitar nossa nova casa”.**



RecordNews



Propmark



Adnews



Press kit

EXPERIÊNCIA UNILEVER

Experiência Unilever (2 de agosto)

26 jornalistas presentes

FOLHA DE S.PAULO

Update or Die! updateordie.com

EXAME.COM

CLUBEDECRIAÇÃO

Grandes Nomes da Propaganda

CICLOVIVO PLANTANDO NOTÍCIAS

envolverde Jornalismo & Sustentabilidade

adNEWS

CONSUMIDOR MODERNO





EXPERIÊNCIA UNILEVER





Grandes Nomes da Propaganda

RN RECORD NEWS

PAUTAS DIRECIONADAS

Depois da Experiência na Unilever, trabalhamos pautas específicas para cada uma das editorias-foco

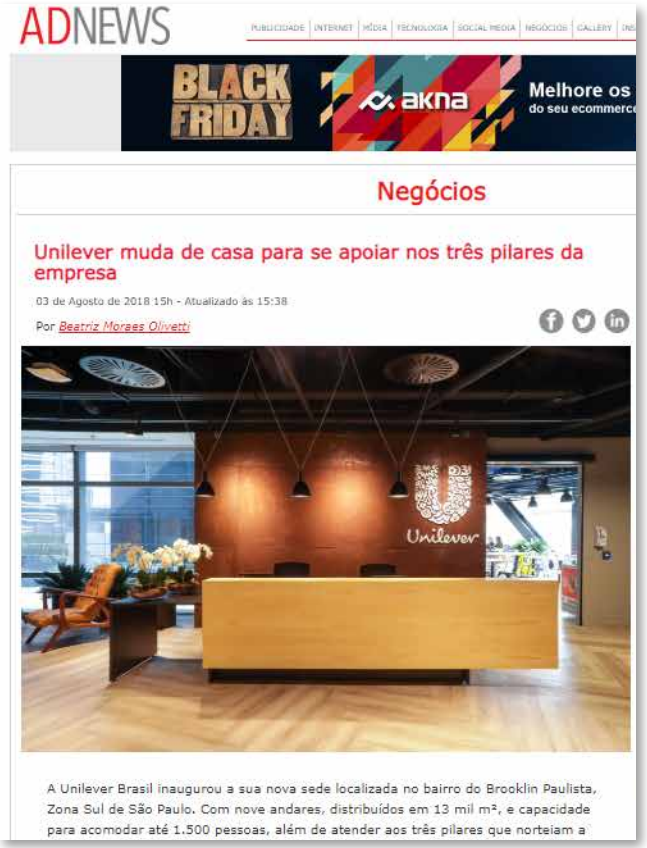
Sustentabilidade



Recursos Humanos



Propaganda & Marketiing



GOOGLE STREET VIEW

Apesar da Unilever estar em 100% dos lares brasileiros, não conseguiríamos mostrar o local em que “a mágica acontece” a todos eles.

Foi então que decidimos usar a tecnologia para aproximar uma das maiores empresas de bens de consumo do País de todos os brasileiros, sejam funcionários, familiares, potenciais talentos, brand lovers ou consumidores curiosos.

O resultado? A Unilever se transformou na primeira empresa deste porte no Brasil a abrir as suas portas via Google Street View.

A ação virou notícia em um dos principais veículos de propaganda e marketing do Brasil e em mais 12 veículos de todo o país.

O tour no Google Street View foi realizado por mais de 19 mil pessoas em apenas um mês


PROPMARK

Unilever fecha parceria com Google Street View

Ação convida o público a conhecer a nova sede da companhia em São Paulo

por ALISSON FERNÁNDEZ publicado em 28 de agosto, 2019 - 10:29

A nova sede foi inaugurada neste mês de agosto

A Unilever, detentora de marcas como Dove, Comfort, Close Up e Clear, convida a população brasileira para conhecer a sua nova sede, inaugurada nesse mês de agosto, no bairro do Brooklin Paulista, em São Paulo. A iniciativa, que será realizada através de um tour virtual, é resultado de uma parceria com o Google Street View.





GOOGLE STREET VIEW

E para amplificar ainda mais essa história, selecionamos um dos veículos com maior repercussão entre o público jovem e reconhecido por abordar assuntos alinhados com os pilares da ação: o Hypeness.

Por que foi a melhor opção?

- Audiência Hypeness:
- Website: 3 milhões de visitas únicas / mês
- Website: 5 milhões de visitas / mês
- Facebook: + 1 milhão de seguidores
- Reconhecida como mídia de conteúdo inovador







TOP INFLUENCERS



Michel Lent Schwartzman
Top Influencer nº2 no LinkedIn
_Chefe Executivo de Produtos da Lent AG



Tais Targa
Top Influencer nº 14 no LinkedIn
_Job Hunter, Esp. em Recolocação, Coach, Psicóloga

TOP INFLUENCERS



Viviane Duarte

Jornalista e fundadora da plataforma de conteúdo Plano Feminino.

Atualmente é parceira da marca Seda com o projeto de sororidade.

