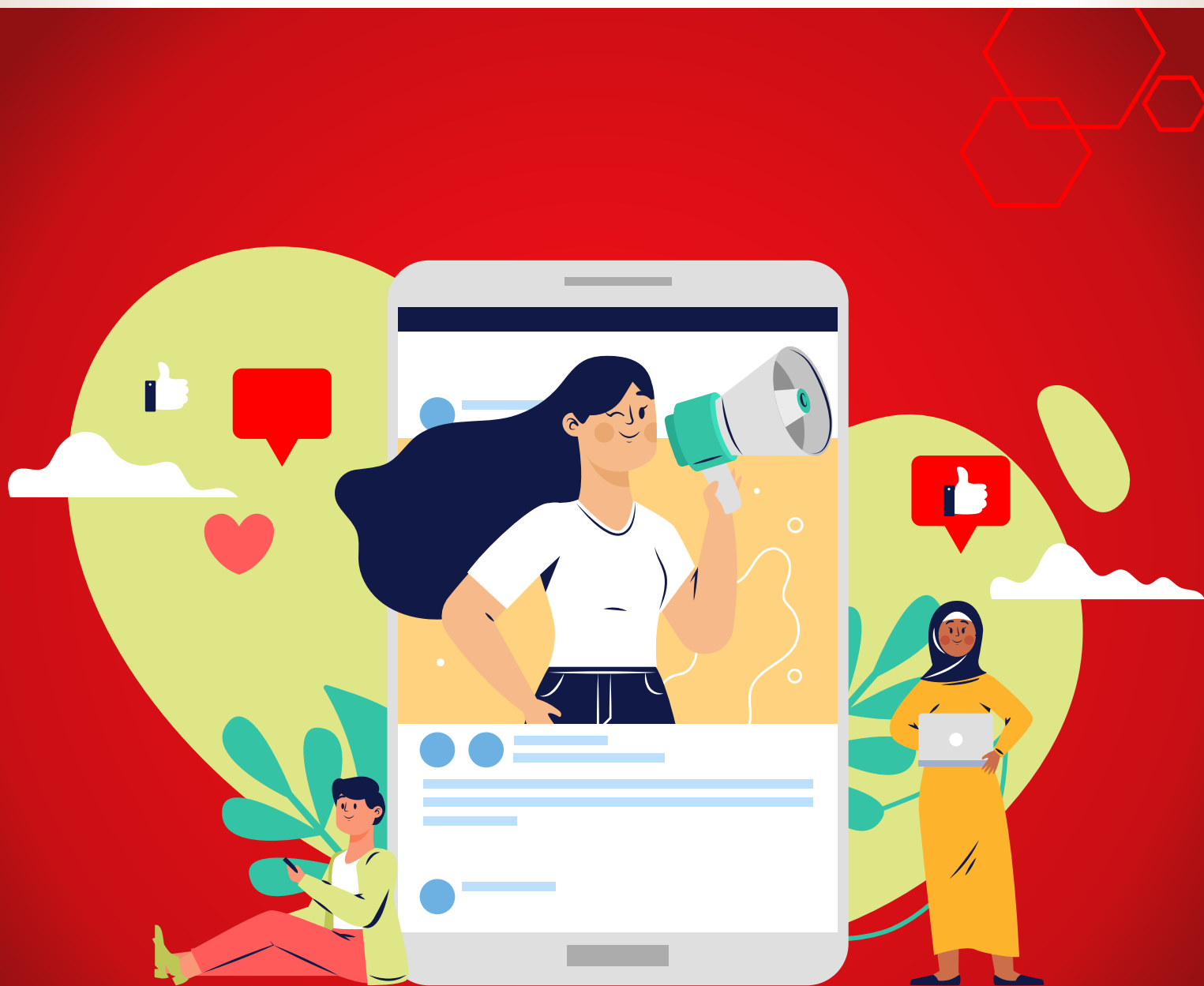


Alimente-se Bem, Viva Bem.



Influenciando a viver bem

TROFÉU JATOBÁ 2019 | PROJETOS ESPECIAIS



Ajinomoto do Brasil

Multinacional de origem japonesa, a Ajinomoto está presente no mercado brasileiro há mais de 60 anos, desde 1956, oferecendo produtos que são referência em suas categorias, como temperos **SAZÓN®**, sopas **VONO®** e refrescos em pó **MID®** e **FIT™**.

A unidade brasileira é a terceira mais importante do **Grupo Ajinomoto** fora do Japão, atrás apenas da Tailândia e dos Estados Unidos. Além do varejo alimentício, a **Ajinomoto do Brasil** atua em diferentes segmentos, representados pelas divisões Food Ingredients, AminoScience, Agronegócios e Nutrição Animal.

Origem centenária

O **Grupo Ajinomoto** surgiu em 1909, no Japão, após a descoberta do gosto umami pelo cientista Kikunae Ikeda. É pioneiro na ciência dos aminoácidos, oferecendo benefícios e soluções nas áreas da saúde e nutrição – destacados pelo slogan global **“Alimente-se Bem, Viva Bem”** (Eat Well, Live Well).



COMUNICAÇÃO

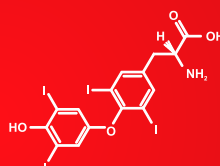
A parceria entre a Race Comunicação e a Ajinomoto do Brasil começou a ser construída em 2011. Inicialmente, o atendimento contemplava apenas um dos segmentos da empresa, o Comitê Umami – responsável por disseminar informações sobre o quinto gosto básico do paladar, proporcionado por AJI-NO-MOTO®. Dois anos depois, o escopo de comunicação foi ampliado para uma parte dos produtos do varejo alimentício, até se consolidar com o atendimento completo da conta, em 2014.



Dr. Kikunae Ikeda



Descoberta do umami



Produção industrial do ácido glutâmico



Em 1909, é criado o Grupo Ajinomoto



Negócio

Ampliar awareness das marcas da Ajinomoto do Brasil, reforçando a comunicação global:

“Alimente-se Bem, Viva Bem”

(Eat Well, Live Well).

Comunicação

Destacar a **qualidade e versatilidade** de produtos da Ajinomoto do Brasil e sua presença no dia a dia dos consumidores, com o foco no **conceito de viver bem**.



PONTO DE PARTIDA: Influência digital

Com a rápida transformação digital e ampliação das plataformas de comunicação, os influenciadores se tornaram referência de comportamento e consumo para diversos públicos, ganhando notoriedade como formadores de opinião confiáveis na indicação de marcas e produtos.

Desta forma, **estreitar o relacionamento com esse grupo** se mostrava como um caminho estratégico para que a Ajinomoto pudesse se comunicar de maneira atual, eficaz e transparente com os seus consumidores.

Universos possíveis

De acordo com estudo publicado pela plataforma de marketing digital Squid, em setembro de 2019, **microinfluenciadores** (perfis que possuem até 100 mil seguidores no Instagram) alcançam até **14% mais engajamento** em comparação a influenciadores com números acima de 100 mil seguidores.

De olho no novo cenário de marketing de influência, a Race Comunicação desenvolveu projetos customizados para a Ajinomoto do Brasil com foco principalmente nesses perfis.

Nos cases apresentados a seguir, não houve investimentos para a contratação de posts publicitários. Dessa forma, **os resultados foram gerados sem patrocínio e de forma espontânea**, reforçando a credibilidade dos posts e das marcas.

73%
dos brasileiros

maiores de 18 anos que acessam mídias sociais

DISSERAM TER COMPRADO PELO MENOS UM ITEM OU SERVIÇO INDICADO POR UM(A) INFLUENCIADOR(A).

Segundo pesquisa realizada pelo Instituto QualiBest em 2018:

71%
dos internautas
SEGUE ALGUM INFLUENCIADOR



AS MULHERES E OS JOVENS SEGUEM MAIS!

Homens

69%

Mulheres

73%

Até
19 anos

De 20 a
29 anos

De 30 a
39 anos

40 anos
ou mais



Engajando com criatividade

- ▶ Garantir exposição de marcas da Ajinomoto do Brasil em meio ao disputado mercado de influenciadores digitais.
- ▶ Alinhar todas as ações, pensando em **press kits criativos** e visualmente atrativos, que levassem o conceito **viver bem** ao maior número de pessoas e com o **menor investimento possível**.
- ▶ **Identificar e selecionar os microinfluenciadores certos, que conversassem diretamente com o público-alvo e que estivessem dispostos a participar das divulgações, sem contrapartidas financeiras.**
- ▶ **Provocar surpresa e encantamento nos influenciadores** para que estes publicassem posts positivos e espontâneos, gerando alto engajamento nas redes sociais.
- ▶ Gerenciar as particularidades logísticas, como a entrega de itens frágeis e produtos perecíveis.



Público-alvo

A partir de um completo mapeamento de influenciadores, a Race Comunicação identificou perfis estratégicos em cada ação, considerando públicos distintos para os diferentes produtos da Ajinomoto do Brasil, sendo os principais:

- ▶ Mães e compradores do lar
- ▶ Entusiastas de culinária
- ▶ Jovens e iniciantes na cozinha
- ▶ Ícones femininos de beleza e lifestyle



Key messages: *Viver bem*

Cada ação foi desenvolvida pela Race Comunicação com o objetivo de transmitir, por meio de discursos espontâneos de influenciadores, as key messages ligadas ao conceito de viver bem, como o **conforto** proporcionado pelas sopas VONO® no inverno e a **diversão** associada aos momentos de consumo dos refrescos MID® e FIT™ no verão, por exemplo.

Parâmetros para o sucesso

Após a aprovação dos projetos, foram mapeados os principais **microinfluenciadores** relacionados a cada tema, considerando análises mais aprofundadas de cada perfil:

► Histórico com marcas da Ajinomoto do Brasil

- Influenciador já realizou posts em ocasiões anteriores?
- Publicações geram engajamento dos seguidores?

► Relação com produtos industrializados

- Aborda temas sensíveis, como questões relacionadas ao sódio e ao glutamato monossódico?
- Utiliza temperos industrializados em receitas publicadas no perfil?

Possíveis restrições alimentares

- • É vegetariano(a) ou segue alguma dieta alimentar?
- Tem alergia ou evita o consumo de algum ingrediente?

Exposição de marcas nas redes sociais

- • Divulga produtos de forma espontânea, especialmente no Instagram?
- Qual é o tom do discurso adotado nas publicações?



Produção

A Race Comunicação conduziu todo o processo, desde a **criação** do conceito, seguindo pela **produção** e a **entrega dos press kits** nos respectivos endereços.

Organização para o melhor resultado

As oportunidades de divulgação para cada marca foram analisadas e os envios aconteceram em períodos estratégicos, como em datas próximas a lançamentos de campanhas ou produtos e em efemérides. Além disso, hashtags de identificação foram criadas para cada ação.

Após os envios, todos os perfis foram monitorados por cerca de um mês, gerando relatórios com análises detalhadas e vídeos compilados de todos os posts do Instagram, incluindo Stories.



Porcentagem de Eficácia

Equivale ao número de influenciadores que compartilharam posts mencionando o press kit recebido ou falando sobre os produtos logo após a ação.

Entre
janeiro de 2018 e
Agosto de 2019, a Race Comunicação criou, produziu e entregou **19 modelos** de press kits para a Ajinomoto do Brasil.

Ações em ordem cronológica



Verão com FIT™

#EUESCOLHOFIT

Incluindo: Canga de praia personalizada, squeeze e produtos FIT.



Piquenique com MID®

#OBOMÉDIVIDIR

Toalha de mesa bordada, livro de receitas e par de canecas.



Promoção Seleção de Sabores

#PROMOÇÃOAJINOMOTO

Portfólio completo de produtos, ecobag e par de copos temáticos.



Receita VONO® Pronto Chef

#MOMENTOVONO

Ingredientes frescos e selecionados na medida certa para preparo de alcatra na cerveja preta.



JUL/2018

87%

Festival do Japão 2018

#AJINOMOTOFJ

Descanso de panela do AjiPanda®, frasco portátil de AJI-NO-MOTO® e ingressos para evento.



JUL/2018

63%

Dia do Amigo com MID®

#DIADOAMIGOMID

Toalha de mesa bordada, livro de receitas e par de canecas.



SET/2018

89%

Promoção 30 anos de SAZÓN®

#SAZÓN30AnosDeAmor

Colar com pingente personalizado, carta escrita a mão e produtos do portfólio Sazon.



NOV/2018

70%

Receitas Sabores Ajinomoto

#SABORESAJINOMOTO

Portfólio completo de produtos e livro de receitas.



DEZ/2018

73%

Campanha AJI-NO-MOTO®

#DEIXATUDOMAISGOSTOSO

Caixa com almofada do AjiPanda®.



DEZ/2018

75%

Receita Satisfit® Pronto Chef

#COMSATISDÁ

Ingredientes frescos e selecionados na medida certa para preparo de hambúrguer com cebola roxa.



FEV/2019

93%

Lançamento MID® Guaraná

#NOVOMIDGUARANÁ

Caixa personalizada, Bóia de piscina gigante com a arte dos mascotes, jarra de suco, garrafas de água com gás e pacotes do produto.



FEV/2019

67%

Verão com FIT™

#FITVERÃO

Toalha de praia, nécessaire, squeeze e livro de receitas.



FEV/2019

90%

Receita Satis!® Pronto Chef #COMSATISDÁ

Ingredientes frescos e selecionados na medida certa para preparo de wrap chicken.



MAR/2019

63%

Churrasco com AJI-SAL® #CHURRASAJISAL

Kit premium com tábua de bambu, faca fileteadeira personalizada, pegador de carne e pote para sal grosso.



ABR/2019

90%

Receita Satis!® Pronto Chef #COMSATISDÁ

Todos os produtos para o preparo de macarrão ao forno e receita com passo-a-passo.



JUN/2019

70%

Promoção Ajinomoto Alimenta Seus Sonhos #MEUSONHOAJINOMOTO

Luminária em formato de nuvem e todos os produtos do portfólio Ajinomoto.



JUN/2019

85%

Inverno com VONO® #MEUMOMENTOVONO

Cobertor de sofá com manga comprida, bowl e caneca personalizados e produtos do portfólio Vono.



AGO/2019

66%

20 anos do Instituto Ajinomoto #INSTITUTOAJINOMOTO20ANOS

Minibolo decorado e maleta personalizada à mão.



AGO/2019

100%

Institucional EAT WELL, LIVE WELL #AMINOÁCIDOSAJINOMOTO

Itens que representam as divisões de negócios da Ajinomoto: prensa de café (Agronegócios), timer de cozinha em formato de ovo (Nutrição Animal), kit de viagem para cosméticos (AminoScience) e tábua de queijos (Food Ingredients).

*Esta ação contou com envio para apenas um microinfluenciador, sendo que os demais kits foram enviados para jornalistas estratégicos.

RESULTADOS



321

Press Kits
enviados



Índice Geral
de Eficácia



40.943.803

POTENCIAIS IMPACTOS



204.351

CURTIDAS



5.721

COMENTÁRIOS



INVESTIMENTO TOTAL
R\$ 149.326,64

CUSTO POR IMPACTO
R\$ 0,0036471