



Jatobá 2019

Resumo do case

Troféu Jatobá 2019

Categorias: Projeto Especial e PR Tecnologia

Empresa: Xioami/DL

Agência: Press à Porter (boutique)

Note: A chegada da gigante de tecnologia no Brasil: a integração de canais como peça fundamental para reunir quase 5 mil fãs no dia da inauguração.

Timing: De Dezembro de 2018 em diante...





SOCIAL MEDIA

Briefing

Briefing e desafios

Perfil: Fundada em 2010 com sede em Pequim/China, a Xiaomi é uma gigante de tecnologia. A empresa já é a terceira maior no mercado global de smartphone e apareceu, em 2019, pela primeira vez entre as maiores companhias do mundo (Fortune 500).

Desafio: Apesar das credenciais globais, o mercado brasileiro sempre foi um desafio para a marca, que já havia tentado entrar cinco anos atrás, sem sucesso.

Comunicação diversificada e integrada: Um dos grandes diferenciais para o sucesso desta nova empreitada em solo brasileiro foi, sem dúvida, o envolvimento da comunicação desde o início do projeto.

A comunicação integrada envolveu diversas frentes, como Assessoria de Imprensa, Social Media, Produção Audiovisual, Ação com Influenciadores, Presskit e Coletiva de Imprensa até chegar ao grande dia da inauguração de uma loja física em São Paulo, o ápice do projeto.



SOCIAL MEDIA

Plano de Ação e resultados

Plano de Ação

O Plano de Comunicação Integrada teve basicamente três fases:

Fase 1 - preparação das mensagens e do despertar da curiosidade (Janeiro a Março)

- Preparação das mensagens ativas e dos posicionamentos reativos para situações de repercussão negativa.
- Ativação dos canais Xioami Brasil sem confirmação oficial de retorno.
- Respostas a jornalistas e influenciadores somente confirmando homologação de dois smartphones via Anatel



Impacto da Fase 1

Dezenas de matérias publicadas nos canais especializados, centenas de comentários de fãs nos canais digitais e muita especulação entre influenciadores.

O impacto? A busca por Xioami cresceu na internet significativos 254% no primeiro trimestre de 2019, segundo pesquisa feita pelo site Zoom.



Buscas por Xiaomi aumentam 254% entre os consumidores brasileiros que buscam por smartphones

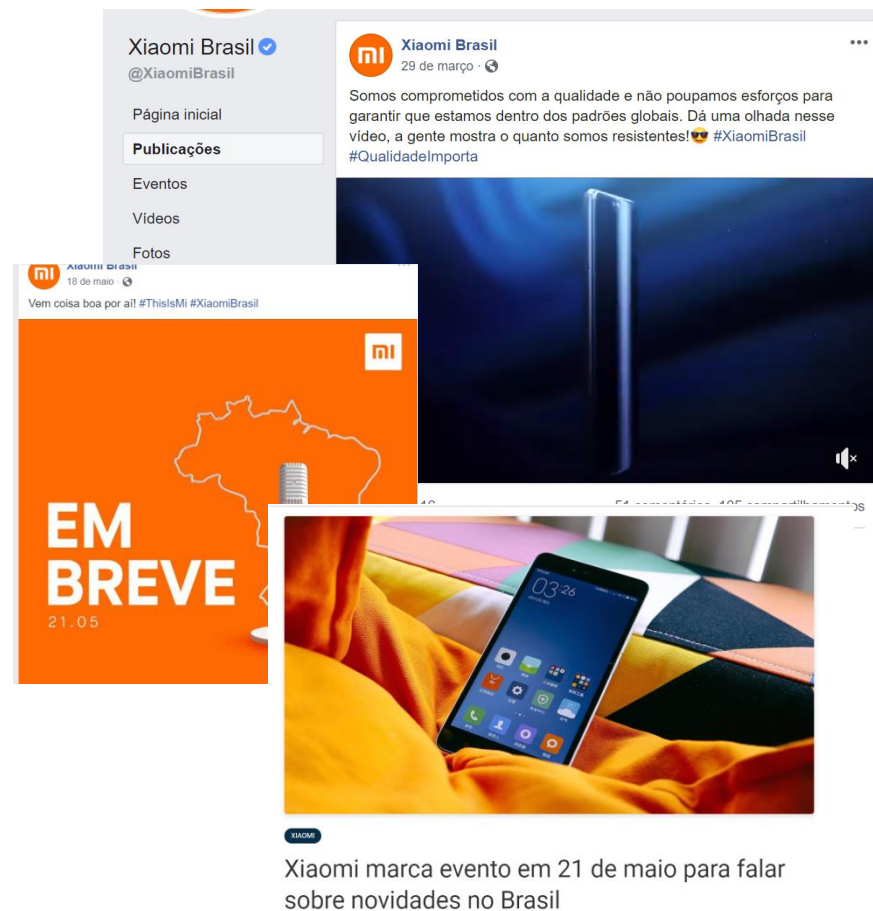
Redação Olhar Digital 15/04/2019 19h40

<https://olhardigital.com.br/noticia/buscas-por-xiaomi-aumentam-254-entre-os-consumidores-brasileiros-que-buscam-por-smartphones/84772>

Plano de Ação

Fase 2 – Comunicação institucional + chamado oficial para evento (21 de Maio)

- Nas redes sociais, a fase foi para difundir muita informação institucional sobre a companhia, seus valores, sua atuação global.
- Para imprensa e influenciadores, fizemos um convite/chamado oficial da marca, pela primeira vez, que por si só gerou notícia e despertou ainda mais a atenção do público.



Plano de Ação

O grande momento da Fase 2 foi a realização de um **Experience Day Xiaomi**, que envolveu Coletiva de Imprensa em forma de arena e experimentação de produtos, de patinete a smartphones, passando por lâmpadas, pulseiras etc.



Impactos da Fase 2

Experience Day em números:

70 participantes, entre os mais importantes jornalistas e influenciadores de tecnologia e negócios

56 veículos de quatro estados diferentes (presstrip custeado pela marca).

Publicações nas redes sociais dos influenciadores atingiram cerca **40 milhões de impactos**.

Mais de 200 matérias, atingindo 12 diferentes estados.

Homepage dos principais canais na noite do evento, como UOL, Estadão, G1, entre outros

Acabou a espera! Xiaomi desembarca no Brasil e traz cinco smartphones em seu retorno

21 de maio de 2019 em 82



E não é que a Xiaomi voltou mesmo ao Brasil, com loja física e virtual?

por
Guilherme Tagiaroli

publicado em
21 de maio de 2019 @ 19:27

atualizado em
22 de maio de 2019 @ 10:46

Xiaomi lança loja física e online no Brasil, e vai vender de smartphones a patinetes

Chinesa anuncia ofensiva pouco tempo depois de retomar a operação no mercado brasileiro. Mais 5 smartphones foram anunciados para o país.

Por Thiago Lavado, G1
21/05/2019 19h35 - Atualizado há 3 semanas



Xiaomi no Brasil: loja vai vender de smartphone a escova de dente elétrica

A loja ficará no Shopping Ibirapuera e abrirá às 10h neste sábado

Impactos da Fase 2



Story BobTech



Serão centenas de produtos xiaomi vendidos no Brasil

Story Mr. Zoreta



Story Rudy Caro



Story Eu Testei



A PRIMEIRA LOJA OFICIAL DA XIAOMI NO BRASIL!

985.029 visualizações

66 MIL

1 MIL

COMPARTILHAR

SALVAR

...

Canal Loop Infinito

Plano de Ação

Fase 3 – Inauguração da primeira MI Store no Brasil (1º de Junho)

A partir do anúncio da estratégia da marca no Brasil, o foco passou a ser 100% da inauguração da primeira loja oficial, no Shopping Ibirapuera, em São Paulo.

- Nas redes sociais, o tom sempre era mais do que um convite para um grande acontecimento, mas também o de desafio de quebrar o recorde das 2 mil pessoas que estiveram, semanas antes, na inauguração de loja no México.

- Para os jornalistas, trabalhamos com release sobre a inauguração e com um release sobre o 'ecossistema Xioami", de forma a convencê-los de que se tratava de uma loja diferente e, assim, atraí-los, em pleno sábado, para a inauguração.

- Para alavancar o interesse, convidamos três influenciadores com alto poder de conversão para acompanhar, em primeira mão, a montagem da loja, três dias antes da inauguração.

Plano de Ação

A ousada meta era atrair 2 mil pessoas. Esse número foi maior que o dobro e tornou a inauguração, no Brasil, a terceira maior do mundo já registrada pela marca. Foram mais de 5 mil pessoas que passaram pela loja somente no sábado.



Impactos na Fase 3

veja sp
Veja São Paulo
4 de junho · 🌐

Confira produtos e preços do endereço no Shopping Ibirapuera; trata-se da quarta maior distribuidora de smartphones do mundo



VEJAS.PABRIL.COM.BR
Visitamos a primeira loja de São Paulo

👍❤️👎 1,2 mil

Smartphones chineses

Com filas e multidão, Xiaomi abre sua primeira loja física no Brasil

■ SÃO PAULO Tem gente que gosta de chegar cedo para um evento especial – mas que tal quase dois dias antes? Desde a tarde da última quinta-feira, cinco pessoas acamparam ao relento na frente do shopping Ibirapuera, em São Paulo. Para estar lá, um rapaz suspendeu as aulas de música na escola em que é professor. Outro fez home office direito da praça de alimentação do shopping, trabalhando durante o dia, enquanto os amigos guardavam lugar na fila. Em suas mochilas, um suprimento inevitável: muda de roupas, frutas, bolachas, cápsulas de café e até um canil de água de 10 litros. Mas eles não estavam ali para ver um artista pop ou comprar um iPhone novo em folha: a razão da espera era conhecer, antes de qualquer um, a primeira loja física da fabricante chinesa Xiaomi no Brasil.

Na manhã de ontem, quando a loja finalmente abriu, havia uma fila de mais de mil pessoas, dobrando quarteirões em torno do shopping em Moema, na zo-



Curiosos. Teve quem ficou dois dias na fila para chegar na frente e conferir os descontos da Xiaomi

na Sul da capital paulista. Elas estavam interessadas em conhecer os produtos da quarta maior fabricante de smartphones do mundo, ganhar brindes e ter descontos agressivos. Para promover os lançamentos, a chinesa vendeu o Mi 9, seu smartphone topo de linha, por R\$ 2.800, bem abaixo dos R\$ 4.000 cobrados normalmente. O estoque promocional durou apenas 40 minutos.

Além de celulares, a empresa também trouxe ao Brasil um portfólio que beira a

centena de produtos, incluindo robôs aspiradores de pó, pátinetes elétricos, drones e equipamentos para casa conectada. Para quem está fora de São Paulo, na próxima semana deve começar a funcionar o site da fabricante. Segundo a assessoria de imprensa, deve ter preços um pouco menores que na loja física.

PARCEIRA MINEIRA. Para estar no mercado brasileiro, a Xiaomi fechou parceria com a fabricante de eletrônicos

DL, de Santa Rita do Sapucaí, no Sul de Minas, que cuidará de distribuição e vendas. Por enquanto, os produtos serão importados da China, mas não estão descartados planos para fabricação local. "Queremos mostrar a experiência Xiaomi para os brasileiros: a ideia é que o consumidor use o smartphone, mas também uma pátineta inteligente ou um robô, de forma integrada", diz Luciano Barbosa, diretor de produtos da DL e líder do projeto da Xiaomi no país.

link

Com legião de fãs, Xiaomi volta ao Brasil

Abertura de loja em São Paulo atraiu mais de mil pessoas; marca tem o desafio de sair do nicho, dizem analistas

Reportagem

Uma vez que já não dá para culpar mais ninguém pelo sucesso da empresa chinesa, a Xiaomi voltou ao Brasil. A abertura de sua primeira loja física em São Paulo, no Shopping Ibirapuera, atraiu mais de mil pessoas. A marca tem o desafio de sair do nicho, dizem analistas.



Reportagem. Na manhã de ontem, 500 pessoas para garantir o novo smartphone em promoção na abertura da loja da empresa chinesa em São Paulo



Exterior. Foi o primeiro a ser inaugurado no Brasil, em um shopping de luxo em São Paulo



Smartphone. O modelo Mi 9, o mais recente da Xiaomi, foi o primeiro a ser lançado no Brasil

GIGANTE DOS SMARTPHONES

Xiaomi inaugura a sua primeira loja física no Brasil

Quarta maior fabricante de smartphones do mundo, a Xiaomi inaugurou ontem sua primeira loja física no Brasil, no shopping Ibirapuera, em São Paulo. Uma fila de mais de mil pessoas aguardava pela abertura - e pelos descontos: um modelo Mi 9, topo de linha da marca, foi oferecido por R\$ 2,8 mil, muito abaixo do preço normal de R\$ 4 mil. O estoque promocional durou apenas 40 minutos. Além de celulares, a empresa também trouxe um portfólio de quase uma centena de centena de

produtos, incluindo robôs aspiradores de pó, pátinetes elétricos, drones e equipamentos para casa conectada. Para entrar fisicamente no País, a Xiaomi fechou uma parceria com a fabricante de eletrônicos DL, de Santa Rita do Sapucaí (MG), que cuidará de distribuição e vendas dos aparelhos da marca. Por enquanto, os produtos serão importados da China, mas não estão descartados planos para fabricação local a longo prazo. (Estadão Conteúdo)

Impactos na Fase 3

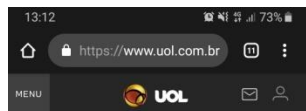
O vídeo abaixo, de 15 segundos, mostra o tamanho da fila formada antes da abertura do Shopping, no sábado, dia 1º de junho.



<https://www.facebook.com/XiaomiBrasil/videos/1240994376061171/>

Impactos da Fase 3

A inauguração da loja foi notícia nos principais canais de comunicação ao longo do dia e contou com cobertura jornalística.



TECNOLOGIA

Espera de 45h na fila e preços bons: Xiaomi abre a sua 1ª loja no Brasil



ESTADÃO

Brasil tenta retomar protagonismo na final da Liga dos Campeões



Xiaomi abre loja física em São Paulo e atrai milhares de fãs



NOTÍCIAS / TECNOLOGIA E CIÊNCIA

Inauguração da loja chinesa Xiaomi em SP leva à fila de mil pessoas

Alguns passaram dois dias acampando na porta para aguardar a abertura; após abrir as portas, estoque promocional durou apenas 40 minutos



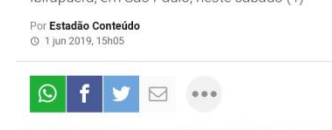
Xiaomi abre loja física em São Paulo e atrai milhares de fãs



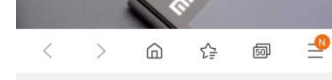
TECNOLOGIA

Xiaomi abre loja física em SP e fãs acampam à espera em frente a shopping

Marca chinesa abriu loja no Shopping Ibirapuera, em São Paulo, neste sábado (1)



Xiaomi abre loja física em São Paulo e atrai milhares de fãs



Resumo do case em resultados

O projeto de Comunicação Integrada para o relançamento da marca Xiaomi no Brasil pode ser resumido nos seguintes macro resultados:

- Crescimento da procura pela marca na Internet;
- Mais de 1200 matérias positivas contabilizadas até o momento;
- A soma de todos os impactos, via influenciadores digitais, ultrapassa 80 milhões;
- Mais de 5 mil pessoas na inauguração da loja. Segundo o gestor do shopping, nunca houve uma inauguração deste porte;
- O canal da marca no Facebook atingiu 250 mil fãs de forma orgânica em menos de 3 meses de ativação. Esse número é, atualmente, superior a 500 mil.
- O portal mi.com/br obteve 43 mil acessos no primeiro dia no ar.

Plano de Ação

Sem provocação. Apenas uma constatação.



The screenshot shows a news article header from UOL. The top navigation bar is blue and contains the following links: ASSINE, BATE-PAPO, NOTÍCIAS, CARROS, ECONOMIA, FOLHA, ESPORTE, ENTRETÊ, TV E FAMOSOS, UNIVERSA, VIVABEM, EDUCAÇÃO, VÍDEOS, and + CANAIS. Below the navigation bar, the word "TECNOLOGIA" is centered in a light blue font, followed by "HUAWEI" in a larger, bold, black font. The main headline reads "Huawei estreia no comércio brasileiro sem a pompa da compatriota Xiaomi". Below the headline is a photograph of a Huawei store interior with people. To the right of the photo is a red promotional banner for "B" (Banco) with the text "crédito para quem acredita" and "Você quer um possante com a sua cara, a BV tem o financiamento."

<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/07/08/huawei-estrela-no-comercio-brasileiro-sem-a-pompa-da-compatriota-xiaomi.htm>