



CAMPANHA DE PR MASTERCARD CONMEBOL COPA AMÉRICA 2019





Como patrocinadora oficial e fornecedora de pagamentos sem contato da CONMEBOL Copa América Brasil 2019, a Mastercard executou uma campanha holística de comunicação em torno do conceito de “Aproxime” em português, ou “Acerca” em espanhol, para aumentar a conscientização sobre pagamentos sem contato e segurança digital, destacando o compromisso da empresa com o esporte, conectando atletas e torcedores na América Latina com sua maior paixão - o futebol.



Principais resultados

Alcance de
imprensa

+200M

Matérias
publicadas

345

Alcance de
mídias sociais

15M

Posts em
mídias sociais

47





MAIN ACTIONS

1

PRESS TRIP com 9 jornalistas de Argentina, Peru, Uruguai, Colombia, Chile e Paraguai, além de brasileiros.

2

Coletivas de imprensa, com 38 jornalistas influenciadores no total

8

PRESS RELEASES distribuídos

7

PRICELESS EXPERIENCES:
Theatro Municipal (2),
Goose Island, Peti
Gastronomia,
Brunch no Farol
Santander, Sunset
na Urca/RJ

52

journalistas e influenciadores
Compareceram aos jogos nas 5 cidades sede



Comunicação com imprensa e influenciadores

26 de fevereiro de 2019: coletiva de imprensa no Estádio do Morumbi para anunciar patrocínio à Copa América e à Taça Libertadores.

4 de junho de 2019: voo da taça da Copa América do Rio de Janeiro para São Paulo, com jornalistas e influenciadores no avião.

9 e 14 de junho: crianças do Hospital do Amor entram em campo com a seleção brasileira. Ação rende reportagem no programa Encontro, da TV Globo.





Comunicação com imprensa e influenciadores

13 a 15 de junho de 2019: press trip com 9 jornalistas de outros países da América Latina, além de brasileiros, incluindo um jogo para a imprensa no Pacaembu.

14 de junho a 7 de julho de 2019: convidamos jornalistas para assistirem os jogos nos estádios e oferecemos oportunidades para que seus filhos entrassem com os jogadores no início das partidas.





Paid Media

To the opening day of Copa América, Mastercard invited 3 influencers from Argentina, Brazil and Chile to a special challenge: spend the whole day using only digital payments methods.

Together, they have more than 1.3 million followers in social media.





Comunicação Interna

WARM UP

27 de fevereiro de 2019: anúncio do patrocínio em um evento interno, com a presença da taça.

13 e 19 de junho de 2019: trivia para os funcionários. Quem respondeu, concorreu em um sorteio a ingressos.

14 de junho de 2019: decoração do escritório

Também fizemos sorteio de vagas para player scort entre os filhos dos funcionários.



Quiz 1 - Copa América

*Requisito

Email address *

Your email

Em que ano foi realizada a primeira edição da Copa América? *

☐ 1916

☐ 1920

☐ 1918

Entre os países abaixo, qual está mais avançado na utilização do pagamento por aproximação? *

☐ Brasil





Comunicação Interna

19 de junho de 2019: realizamos o Aproxime Day, uma oportunidade para os funcionários trocarem figurinhas da Copa América e se integrarem. No mesmo dia, realizamos o Campeonato interno de videogame. Posteriormente, a dupla vencedora disputou o título recional com dúplas dos escritórios de Argentina e Chile.





Comunicação Interna

Como uma ação de diversidade, promovemos viewing parties nos dias de jogos da seleção feminina, que disputava a Copa do Mundo de Futebol no mesmo período da Copa América.

