



CASE DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA AMÉRICA LATINA

VTEX DAY 2019

EXPERIÊNCIA NA CONEXÃO
E NO ENGAJAMENTO ENTRE
MARCAS E CLIENTES

VIANEWS
Partnering With **HOTWIRE**
THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY
VIANEWS.COM.BR

_Barack Obama, e-Commerce e inovação com a bandeira da educação na América Latina

Projeto de Relações Públicas para o evento VTEX DAY 2019, da VTEX – empresa líder em digital commerce - teve como foco conscientizar sobre a importância da educação na América Latina especialmente voltada para inovação digital.

O planejamento englobou atividades diversas, tais como:

- Estratégia para tratamento com a mídia das várias celebridades, políticos e empresários presentes, entre as quais Barack Obama (keynote speaker), Gilberto Gil, Luciano Huck e Eduardo Suplicy;
- Definição de estratégia de conteúdo e relacionamento de expositores com a mídia presente;
- Planejamento de produção e distribuição de centenas de conteúdos, selecionando os que têm qualidade para publicações especializadas e mídias de negócios;
- Criação de materiais específicos para a divulgação, com atenção para orientação e educação de jornalistas, influenciadores e expositores;
- Desenvolvimento de dinâmica especial para atender os jornalistas interessados em acompanhar a palestra e orientações para cumprimento das regras de segurança exigidas pela equipe do ex-presidente dos Estados Unidos, Barack Obama.

Como resultado, a marca VTEX e o evento VTEX DAY tiveram sua exposição ampliada em veículos impressos e online de abrangência nacional e América Latina, TVs, rádios, e nas mídias dos segmentos de varejo, negócios, empreendedorismo e tecnologia.

_Sobre a VTEX

A VTEX é uma multinacional brasileira que desenvolve tecnologia para digital commerce. A plataforma de comércio criada pela companhia unifica as experiências do consumidor em todos os canais, por meio de uma solução enterprise abrangente.

Com uma infraestrutura cloud autoescalável e um poderoso conjunto de ferramentas, a plataforma acelera a transformação digital do varejo no Brasil e no mundo.

A empresa conta com 14 escritórios pelo mundo: Miami (Estados Unidos), Rio de Janeiro e São Paulo (Brasil), Londres (Inglaterra), Buenos Aires (Argentina), Santiago (Chile), Bogotá e Medellín (Colômbia), Cidade do México (México), Lima (Peru), Barcelona (Espanha), Berlim (Alemanha), Milão (Itália) e Bucareste (Romênia).

Em 2018, a VTEX foi nomeada como uma das principais fornecedoras no IDC MarketScape e ranqueada no Quadrante Mágico do Gartner para comércio digital. No seu portfolio de cliente estão Sony, Walmart, Whirlpool, Coca-Cola, Stanley Black & Decker, Pizza Hut, Nestlé e mais de **2,5 mil lojas online em 28 países**.

_Sobre o VTEX DAY

Criado em 2013, o VTEX DAY é o maior encontro de negócios focado em inovação digital da América Latina. Em seu primeiro ano, reuniu mais de mil pessoas e realizou 40 palestras. Ao longo das edições, o congresso se consolidou como um dos principais polos de conhecimento sobre transformação digital no varejo, tanto para profissionais do setor, como para as empresas que compõem esse ecossistema. Em 2018, o evento chegou a reunir mais de 14 mil pessoas e mais de 150 palestras.

Em 2019, com um recorde de público - mais de **22 mil** participantes -, a 7ª edição do VTEX DAY, realizado nos dias 30 e 31 de maio, em São Paulo, consolidou-se como o maior encontro de negócios de transformação digital e inovação da América Latina. No total, foram **179** empresas patrocinadoras e **60** apoiadoras, entre elas TOTVS, Stone e Mastercard, **50** cases e **196** palestrantes em 24 horas de conteúdos inéditos, distribuídos em **dois dias** de evento, que teve como temas-chave: inovação, transformação digital e multicanalidade.

_Introdução

“Se você investe em educação, está dando oportunidades e fazendo seu mercado mais rico e as suas empresas se tornam mais bem sucedidas”, afirmou Barack Obama durante o evento VTEX DAY 2019. A VTEX, por compartilhar da mesma filosofia, dedicou a edição 2019 de seu evento anual ao tema Educação, promovendo diversos treinamentos de capacitação ao longo do evento, em um momento onde a mídia nacional cobria uma das maiores crises enfrentadas pelo setor de educação no País.

O mercado de e-commerce sofre com a falta de capacitação dos profissionais e com iniciativas que fomentem o conhecimento. A VTEX é pioneira no desenvolvimento de tecnologia para este setor e investe para realizar o VTEX DAY, o maior encontro de negócios focado em inovação digital da América Latina.

Desde a primeira edição, em 2013, o VTEX DAY destaca-se por ser o maior evento do segmento de e-commerce no continente latino americano, e se consolida como um dos principais polos de conhecimento sobre transformação digital no varejo.

_Objetivos

Desenvolver uma campanha de relações públicas na América Latina (em parceria com a agência NB Comunicaciones, Argentina) com os seguintes objetivos:

- Promover a importância da educação para a vida, da capacitação profissional e da disseminação de conhecimento;
- Posicionar o VTEX DAY como um dos principais eventos de inovação digital da América Latina e 3º maior do mundo;
- Posicionar a VTEX como a principal provedora de soluções multicanal e para transformação digital do mercado;
- Disseminar a marca no mercado brasileiro e LATAM;
- Posicionar a empresa como trendsetter e reference voice no mercado de inovação digital;
- Divulgar a presença do Presidente Barack Obama como keynote;

_Resultados



485
Matérias



166
Inserções
em Tier 1



US\$
2.366.739,07
Valoração



107.053
Centimetragem



141
Jornalistas
Credenciados



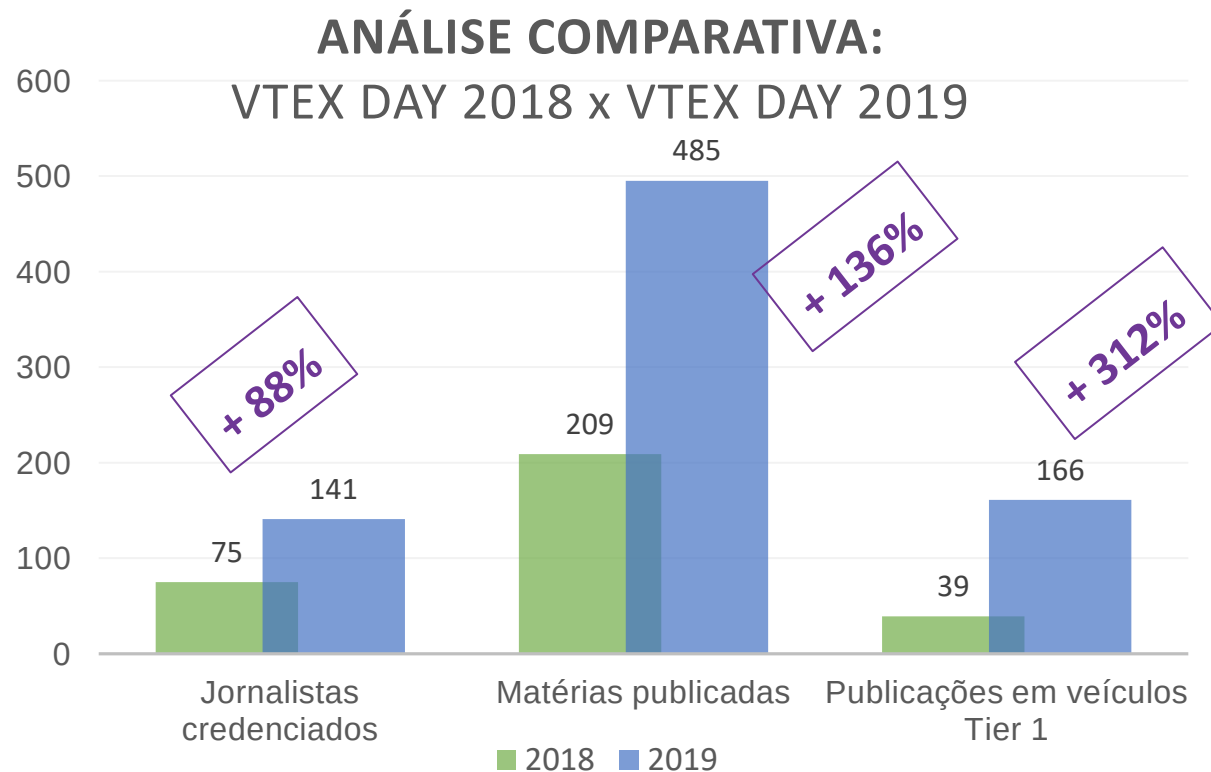
26
Jornalistas na
coletiva de
imprensa



8
Entrevistas



239.279
Impressões
via digital
influencers



Apresentação completa dos resultados pode ser conferida no arquivo “Case VIANEWS e VTEX DAY 2019_Resultados”.

_Inspiração e ideias centrais

A maior inspiração para o VTEX DAY 2019 foi Barack Obama. O objetivo era promover a educação no País por meio de uma personalidade mundial reconhecida por sua postura ética, defesa de causas sociais como educação e ideais democráticos.

A marca VTEX e o evento VTEX DAY, defensores da bandeira da educação para a vida e também para o setor de e-Commerce, tiveram o intuito de potencializar sua causa e sua voz para o bem maior do País, colocando-se ao lado da figura de Barack Obama e todos os seus atributos reconhecidos globalmente.

Os principais objetivos foram:

- Enaltecer o poder da educação para transformar o País;
- Construir uma cultura de promoção ao conhecimento no setor;
- Oferecer conteúdos relevantes e inéditos a partir de palestras com 196 palestrantes, durante dois dias de evento;
- Promover 11 *training sessions* - treinamentos de capacitação em inovação digital aos participantes durante o evento.

_Estratégia



Para executar o projeto, a VIANEWS optou por uma estratégia de sucesso, composta por três pilares:

Planejamento

- Produzir e executar um planejamento com ações pré, durante e pós evento, englobando a empresa, os palestrantes e os expositores

Relacionamento com a mídia, celebridades e expositores

- Elaboração de políticas e conteúdos para direcionados às celebridades, expositores e às publicações especializadas e mídias de negócios

Constância e ritmo

- Divulgações semanais para manter os temas relacionados ao evento na mídia

_Tática e técnica

Para realização do projeto a agência utilizou-se das práticas de relacionamento com a mídia e influenciadores:

- Antecipação do atendimento aos interessados em acompanhar a palestra do presidente Barack Obama e demais palestrantes;
- Desenvolvimento de instruções de segurança para palestra do presidente Barack Obama;
- Divisão de tarefas por blocos de interesse e com profissionais responsáveis por cada área;
- Conteúdos– press releases, artigos e sugestões de pauta;
- Produção de conteúdos focados de acordo com interesse de cada mídia;
- Estabelecimento de um comitê integrado, responsável por definições estratégicas, gestão e execução das ações propostas e produção de conteúdo;
- Reuniões de alinhamento com o cliente e com os expositores;
- Sugestões de pauta personalizadas para cada veículo, com os porta-vozes da VTEX;
- Press trip de jornalistas da **América Latina (Argentina, Chile, Colômbia e México)** e de fora de São Paulo para evento cobertura do evento;
- Desenvolvimento de um plano de ações com influenciadores digitais.

_Planejamento e cronograma



Na fase de planejamento foram realizados os seguintes passos:

- Definição de estratégias e táticas de comunicação;
- Definição de mensagens-chave e posicionamento do VTEX DAY;
- Reuniões para validação de objetivos, diretrizes e cronograma das ações de comunicação.

Cronograma

- Março/2019 – Concepção e planejamento;
- Abril/2019 – Ativação do projeto, com produção dos materiais e das ações de organização para os dois dias de evento. Divulgação dos conteúdos com foco na grande imprensa e nos veículos de negócios e segmentados;
- Maio/2019 – Divulgação constante de conteúdos e implantação das ações de organização durante o evento;
- Junho/2019 – Divulgação do balanço pós evento e mensuração dos resultados.

_Execução

A execução do projeto considerou que o VTEX DAY precisava estar presente na mídia com matérias relacionadas aos conteúdos evento, não apenas em reportagens que focassem a presença do keynote Presidente Barack Obama. Para isso, criamos uma matriz de temas voltada aos subsegmentos que o evento abordaria, como mercado de moda, por exemplo.

Também criamos pautas personalizadas para cada veículo e para dar visibilidade aos principais porta-vozes da VTEX em mídias segmentadas e de negócios.

Com a proximidade do evento, o foco foi convidar os jornalistas para cobrirem o evento como um todo, não apenas a palestra do Presidente Barack Obama. Além de convidar para coletiva de imprensa, focada em temas institucionais da empresa. Também estruturamos um plano de relacionamento com influenciadores digitais relevantes no mercado corporativo e uma press trip com jornalistas LATAM (**Argentina, Chile, Colômbia e México**) e de fora de São Paulo.

De acordo com as regras de segurança estabelecidas pela equipe de comunicação do Presidente Barack Obama, elaboramos uma dinâmica específica para receber os jornalistas no dia 30 de maio – envio de nome e mini briefing da mídia para aprovação prévia.

Com conteúdo como press releases, artigos e sugestões de pauta, contamos com grande volume de matérias pré-evento. A VTEX aumentou expressivamente sua presença nos principais veículos de negócios e do trade, comparando com os resultados do VTEX DAY 2018 - foram **495 matérias** em 2019, **136%** a mais do que na edição passada. Somente em em Tier 1, foram **161 publicações, 312%** a mais.

Por meio de matérias veiculadas, é possível notar que os temas mais importantes para a companhia, como o investimento em inovação e capacitação, foram veiculados na mídia de maneira massiva, além do número de leitores impactados pelo conteúdos postados pelos influenciadores digitais.

_Equipe e Orçamento

Número de participantes: 14 (quatorze)

Pedro Cadina – CEO VIANEWS Hotwire

Joseane Carmo – Gerente de Customer Success: concepção, desenvolvimento, entrega do projeto

Natalia Bruno – Diretora de PR, NB Comunicaciones, apoio LATAM

Fernanda Escobar – Consultora Associada: coordenação do trabalho executado

Camila Vasconcellos – Gerente de Contas: planejamento, coordenação e execução

Leila Melo – Gerente de Relações Públicas: planejamento, coordenação e execução

Viviane Andrade – Executiva de conta sênior: planejamento, coordenação e execução

Orlando Oliveira – Executivo de conta: apoio nas atividades operacionais

Joyce Ishikawa – Executiva de conta: apoio nas atividades operacionais

Paloma Sganzerla – Assistente de conta: apoio nas atividades operacionais

Estela Bernardes – Diretora associada: apoio na dinâmica do evento

Gabriel Perri – Gestor de Marketing: apoio na dinâmica do evento

Ricardo Gonçalves – Executivo de conta: apoio nas redes sociais

Luciane Costa – Especialista Digital: apoio nas redes sociais

Orçamento: R\$ 120.000 mil, de março a junho de 2019



Pedro Cadina



Joseane Carmo



Natalia Bruno



Fernanda Escobar



Viviane Andrade



Camila Vasconcellos



Leila Melo



Joyce Ishikawa



Paloma Sganzerla



Orlando Oliveira



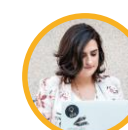
Estela Bernardes



Gabriel Perri



Ricardo Gonçalves



Luciane Costa



VIANEWS

Partnering With

HOTWIRE
THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY



+55 11 3868 0188

R. LINCOLN DE ALBUQUERQUE, 259 • CJ 91
PERDIZES • SÃO PAULO • BRASIL • 05004-010

ATENDIMENTO@VIANEWS.COM.BR

VIANEWS.COM.BR