

CASE BUSCOPAN



NetCos.
NETWORKED COMPANIES

O GRANDE DESAFIO

- DESMISTIFICAR ALGUMAS PREMISAS -



- BUSCOPAN É SÓ PARA DORES MUITO FORTES (NÃO É PARA QUALQUER NÍVEL DE DOR OU DESCONFORTO)
- ESPERA QUE A DOR PASSA (VAI NESSA...)
- REGIÃO ABDOMINAL É CONFUSO (AS PESSOAS NÃO SABEM QUANDO DEVEM TOMAR BUSCOPAN)
- BUSCOPAN É SÓ PARA MULHERES (NÃO, É PARA HOMENS TAMBÉM)
- SOLUÇÕES CASEIRAS SÃO EFICAZES (NEM SEMPRE)
- QUALQUER ANALGÉSICO RESOLVE (MENTIRA, ELE SÓ DISFARÇA MAS NÃO RESOLVE)
- BUSCOPAN, GENÉRICOS E SIMILARES SÃO TUDO A MESMA COISA (AHÃ, SENTA LÁ CLÁUDIA)

A GRANDE SOLUÇÃO

- CAMPANHA EM 4 CANAIS -



MERCHANDISING E PRODUCT PLACEMENT

TARGET DO PRODUTO E LINGUAGEM TOTALMENTE ALINHADOS COM O PRODUTO.

A GRANDE SOLUÇÃO

- CAMPANHA EM 4 CANAIS -

CONCEITO: GAMBIARRA E POSICIONAMENTO DA MARCA

GAMBIARRA É TUDO O QUE VOCÊ FAZ QUANDO NÃO QUER **RESOLVER** AS COISAS DE **VERDADE**.

É O SILVERTAPE QUE VOCÊ COLA NO FAROL DO CARRO, O GRAMPO NA HASTE DO ÓCULOS, A CAMISETA VELHA QUE VIRA ROUPINHA DE CACHORROS E A **SOLUÇÃO** QUE VOCÊ **INVENTA** PARA AS **DORES ABDOMINAIS** E ESQUECE DE TOMAR BUSCONPAN.

POR ISSO, O TOM É DE HUMOR E USAREMOS A HASHTAG **#NAOINVENTA**



CONHEÇA ALGUMAS
GAMBIARRAS

A GRANDE SOLUÇÃO

- CAMPANHA EM 4 CANAIS -



ANA DE CESARO
(TÁ E DAÍ?)



PARAFERNALHA



LUCIANA D'AULIZIO



METE A COLHER

DE FORMA **CRIATIVA E DIVERTIDA** SELECIONAMOS OS CANAIS PARA ABORDAR O TEMA **GAMBIARRAS** QUE AS PESSOAS USAM NO DIA-A-DIA. GAMBIARRAS ESSAS QUE NEM SEMPRE SÃO AS MELHORES SOLUÇÕES.

CADA CANAL SUBIU 1 **VÍDEO** EM 1 **SEMANA DIFERENTE** NO MÊS DE **JUNHO** DE 2014, TOTALIZANDO 1 **MÊS DE AÇÃO**.

O RESULTADO GERAL

- ALGUNS NÚMEROS -

+
DE **1,75 MM**
DE VIEWS

(ALTA ACEITAÇÃO
DO CONTEÚDO)

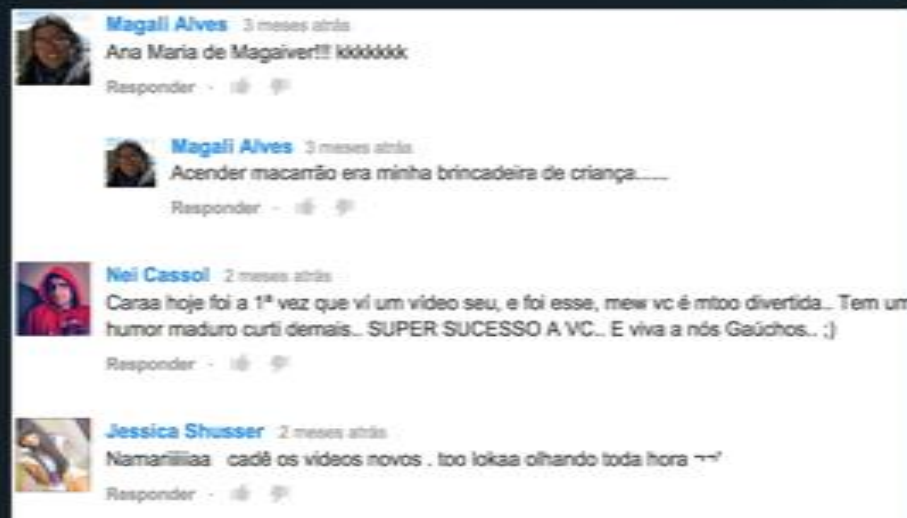
+
DE **65,8 K**
LIKES

APROVAÇÃO

98,5% DA PESSOAS QUE INTERAGIRAM
COM OS VÍDEOS DA CAMPANHA
CLICARAM EM GOSTEI.

O RESULTADO NO DETALHE

- ANA DE CESARO (TA E DAÍ?) -



CLIQUE AQUI
PARA ASSISTIR
AO VÍDEO



+ DE **27K**
DE VIEWS

+ DE **2K**
LIKES

APENAS **19**
DISLIKES



RESUMO: O
MERCHANDISING FOI
BEM INTEGRADO À
MENSAGEM DO VÍDEO E
FOI PERCEBIDO PELO
PÚBLICO COMO DIVERTIDO
E BEM HUMORADO

116 COMENTÁRIOS
(EM GRANDE PARTE POSITIVOS)



99% DE APROVAÇÃO
DO PÚBLICO

O RESULTADO NO DETALHE

- LUCIANA D'AULIZIO -



38 COMENTÁRIOS
(EM GRANDE PARTE POSITIVOS)



CLIQUE AQUI
PARA ASSISTIR
AO VÍDEO

+ DE **9K**
DE VIEWS

+ DE **1K**
LIKES

APENAS **38**
DISLIKES



RESUMO: EM MAIS UM CANAL, O MERCHANDISING FOI TOTALMENTE INTEGRADO AO TEMA DO VÍDEO E, CONSEQUENTEMENTE, FOI PERCEBIDO PELO PÚBLICO COMO DIVERTIDO E BEM HUMORADO

92,5% DE APROVAÇÃO
DO PÚBLICO

NetCos.
NETWORKED COMPANIES