

225

goodies

world's best cookie

CASE

INTEGRADA ON & OFF



NERDWEB

briefing.

o problema

Cenário: A cada semestre a marca renova o seu cardápio, mudando quase que completamente seu produtos, porém essa mudança nunca havia sido comunicada ao público.

Objetivo: Comunicar sobre a mudança de cardápio de inverno, a fim de dar visibilidade, gerar: engajamento e consequentemente vendas.

Público: Precisaríamos impactar o público consumidor da cidade de Curitiba, influencers e a imprensa local para que propagassem a “nova coleção”

Público:



CONSUMIDOR



INFLUENCERS



IMPRENSA LOCAL



ideia

CONCEITO

Vender um conceito, não apenas um cardápio de inverno e produtos gostoso, mas sim, um conceito encantador e convincente



CAMPANHA

Uma campanha teaser que una **ON E OFF**, gere curiosidade engajamento e atraia a imprensa local para o evento de lançamento



PERSONAGEM

Persona marcante que tenha relação com os produtos da marca e saiba contar a história do lançamento



◦ campanha ◦





PRÉ-AÇÃO: Peças utilizadas nas **redes sociais** da marca para comunicar que o novo cardápio estava para chegar



1- Cardápio com as fotos e descrições de ingredientes.



2- Cardápio com as fotos e descrições de ingredientes.



resultados.

o que isso tudo gerou?



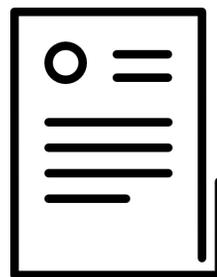
823.221

visualizações



452.928

reações
positivas



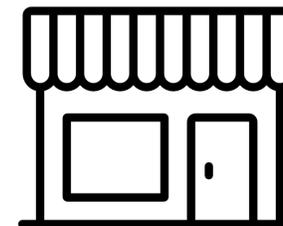
24.213

comentários
positivos



18.000

Produtos
vendidas em
2 meses



10 anos

O melhor faturamento
da história da marca

E clientes satisfeitas!

Foi fantástico comprovar o impacto e retorno que uma campanha inovadora pode fazer dentro e fora do nosso negócio. Nós praticamente dobramos as vendas e tivemos o melhor mês em nossos 10 anos de história. Nunca tínhamos visto nada parecido!

Larissa Perini e Andressa Perini
Fundadoras da Goodies Bakery



225

goodies

world's best cookie

CASE

INTEGRADA ON & OFF



NERDWEB