




POSITIVO

&



NERDWEB

:: CASE_
:: PEQUENO FIEL ::
:: 2018 ::

start_

GUIA DO CASE

01

problema

Briefing e descrição do problema específico a ser resolvido



02

estratégias e ações

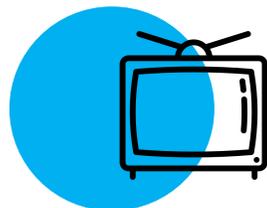
Estratégias e ações adotadas para a solução do problema.



03

peças

Peças que fizeram parte da campanha de comunicação da marca.



04

resultados

Impactos resultantes da veiculação da campanha



A hand in a yellow sleeve is shown making a peace sign (V-sign) against a background of yellow and blue. A white line graph is overlaid on the blue background, showing an upward trend. The overall image is framed by a yellow border.

A POSITIVO

A **POSITIVO** rompe barreiras há quase 30 anos e oferece o que existe de mais atual em dispositivo tecnológicos. Com isso, aparece em primeiro lugar entre as fabricantes brasileiras e passa a conquistar também mercados internacionais. A marca possui forte atuação na Argentina, Uruguai, Chile e Peru, além da África, como presença em Ruanda e no Quênia.

Mantendo uma personalidade empreendedora e dinâmica, detentora de valores sólidos, a companhia investe constantemente na diversificação do seu portfólio, que hoje conta com as marcas Positivo, Positivo BGH, Quantum, VAIO, Hi Technologies, Boreo e Anker.

A POSITIVO

É para transformar as vidas das pessoas que a tecnologia está à disposição. Sem complexidade, sem excessos; genuína aliada nas mais importantes conquistas humanas. Auxilia no aprendizado, na comunicação, no trabalho e mais.

Desenvolver, adaptar, reinventar para que ela se encaixe na necessidade e desejo de cada pessoa. Estudo, trabalho, lazer, saúde. Em qualquer área e momento, a tecnologia pode ser uma grande parceira.

o problema

”
Para um pai, ver o sorriso de seu filho vale mais do que um gol marcado nos acréscimos
”

A postagem



Foi pensando nisso que **Manoel Procópio**, de **Camaçari-BA**, usou a **criatividade para atender** ao pedido do caçula **João Miguel**. O pedido? Uma camisa do ex-meia do Corinthians Rodriguinho, ídolo do garoto de quatro anos.

Com **lápiz de olho** do estojo de maquiagem de sua esposa, Neko, como é conhecido em Camaçari, **desenhou a camisa do Timão no filho**, com direito a escudo, patrocinador e número nas costas. **A foto do sorriso de João Miguel viralizou** nas redes sociais e chegou até a Positivo, que acreditou na autenticidade e emoção das mensagens.

A Repercussão



Busca



corinthians • Seguir

Carregar mais comentários

fprata17 Me fala quem é esse moleque que vou dar uma camisa pra ele

adrianoedasilva Só acho que no próximo jogo na @arenacorinthians se esse moleque não estiver uniformizado e de mãos dadas com o Rodriguinho, vai ser muita falta de noção do @corinthians e sua diretoria sempre fraca. #futebolprasempre #vaicorinthians #eusoucorinthians

fabinho10c Esse merece seu manto Rodriguinho

luizferrazmoura

rodrigo.alvesdelima.33 Bem criativo

castaldi.cristiano Isso é ser #corinthians



100.685 curtidas

19 DE JULHO

Adicione um comentário...



corinthians • Seguir

que são mais baratas 🙄🙄🙄🙄🙄🙄

inez_estetica Só por essa dedicação já merece uma camisa autografada e assistir um jogo certo 👍🙄❤️

silvawesleytiago @anjo_rodriguinho @rodriguinho.26 ,

sheilainexvinicius Mais do que Justo o Rodriguinho o presentear com uma camisa oficial

rafaneryy18 Quando é Corinthians roxo mesmo !!!

rafaneryy18 Bora ajudar ele @corinthians

diogobarmanrodrigues Manda camiseta pro moleque powwww @corinthians @reidriguinho

priscilacdds5074 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌



100.685 curtidas

19 DE JULHO

Adicione um comentário...

Diante dessa declaração de amor pelo timão, a **POSITIVO** em parceria com o **Corinthians** e realizou o sonho dessa família.

estratégia



estratégia.

O QUE PRECISAVA SER FEITO



Ampliar a história de João Miguel e dar ao menino e sua família, bem como o público da marca, uma **mensagem de positividade** de que é possível acreditar em sonhos, pois o jogo pode virar e o sonho — por mais difícil ou distante que seja — se tornar realidade.



Para isso, a Positivo utilizou o seu setor de marketing para criar uma campanha emocional nos canais oficiais das redes sociais da marca e também, visando contar a história verídica do pequeno fiel ao maior número de pessoas.



Sob o mote “**pense positivo que o jogo vira**”, buscou-se conectar a história de João Miguel à campanha atual da marca para 2018, que fala de **positividade** e de **coletividade**.

a ideia_

VIRALIZAÇÃO

Como a oportunidade se formou no meio digital, verificou-se que o desdobramento deveria também ser prosseguido lá, sobretudo com a viralização das redes sociais.



VIAGEM SURPRESA

Por meio da agência de marketing digital, da influenciadora própria da marca (Malu) e de uma produtora de vídeos, planejou-se uma viagem surpresa até Camaçari para visitar o menino.

plano de ação_

COMO EXECUTAMOS

CONHECENDO O JOÃO MIGUEL

Em Camaçari, Malu conheceu João Miguel e fez uma proposta surpresa ao garoto: **embarcar para São Paulo junto da família** para realizar o sonho de conhecer de perto seus grandes ídolos do Timão. Na bagagem, um celular Positivo para registrar todos os momentos.



ENGAJAMENTO

Durante o evento, foram realizadas gravações para um **vídeo especial** que contaria a história, um **teaser**, **uma Live** durante a abertura do jogo e **várias publicações** de cobertura no Instagram Stories.



A SURPRESA

O que eles não sabiam, no entanto, é que a família não só ganharia acesso a um tour, como também assistiria a um **jogo oficial do Timão**, tiraria **fotos com os jogadores** do time e que João Miguel e seu primo **entrariam em campo** junto dos jogadores.



plano de ação

COMO EXECUTAMOS

▶ Sendo assim, o dia, que começou com um tour na Arena, teve também visita ao Memorial Corinthians, onde João Miguel foi presenteado com o uniforme do Timão e um notebook Positivo Motion. À noite, a família se juntou ao Bando de Loucos para acompanhar o duelo entre Corinthians e Cruzeiro, pela 15ª rodada do Campeonato Brasileiro, comemorando juntos os 2 gols na vitória sobre o rival.

▶ Ainda na Arena, João Miguel viveu momentos inesquecíveis: entrou em campo ao lado dos jogadores, assistiu ao pré aquecimento, acompanhou o jogo de perto no camarote VIP Fiel Torcedor, e depois da partida esteve novamente junto aos ídolos, recebendo presentes das mãos de Pedrinho, com direito a autógrafos e muitas fotos. [O sonho de uma criança virou realidade pela força da democracia digital.](#) É só pensar Positivo que o jogo vira.



TÁTICO

O QUE FOI FEITO

- 1.** Teasers nas redes sociais oficiais da marca (Twitter, Facebook e Instagram).
- 2.** Teaser nas redes sociais do Corinthians.
- 3.** Cobertura da viagem do começo ao fim no Instagram Stories.
- 4.** Gravação da viagem da família, making of e das ações.
- 5.** Live durante a entrada do jogo.
- 6.** Produção de dois vídeos (um reduzido e um completo) que foram veiculados no Facebook, no Instagram e no YouTube.

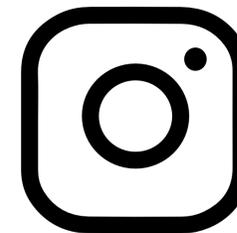
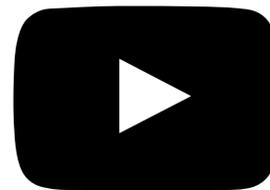


veiculações

redes sociais e TV aberta

REDES SOCIAIS

POSITIVO E CORINTHIANS

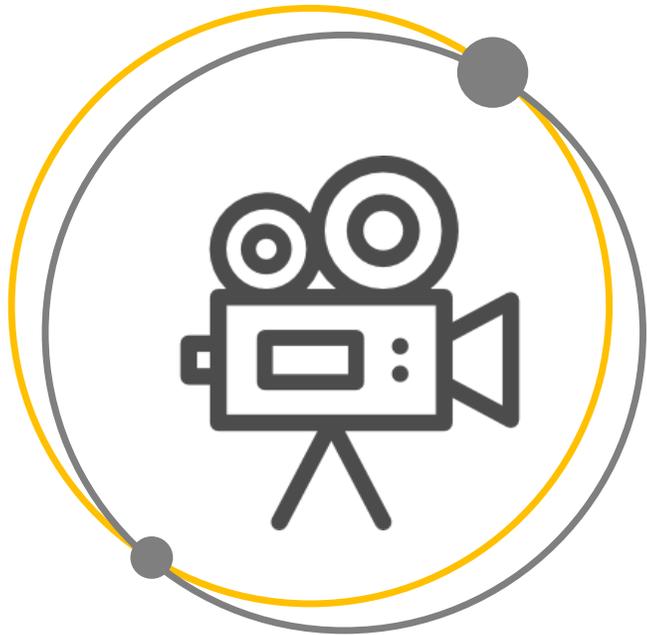


COBERTURA TV ABERTA

GLOBO ESPORTE (MÍDIA ESPONTÂNEA)



peças



O VÍDEO_

Prepare o coração
pois a emoção vai
tomar conta!

impactos

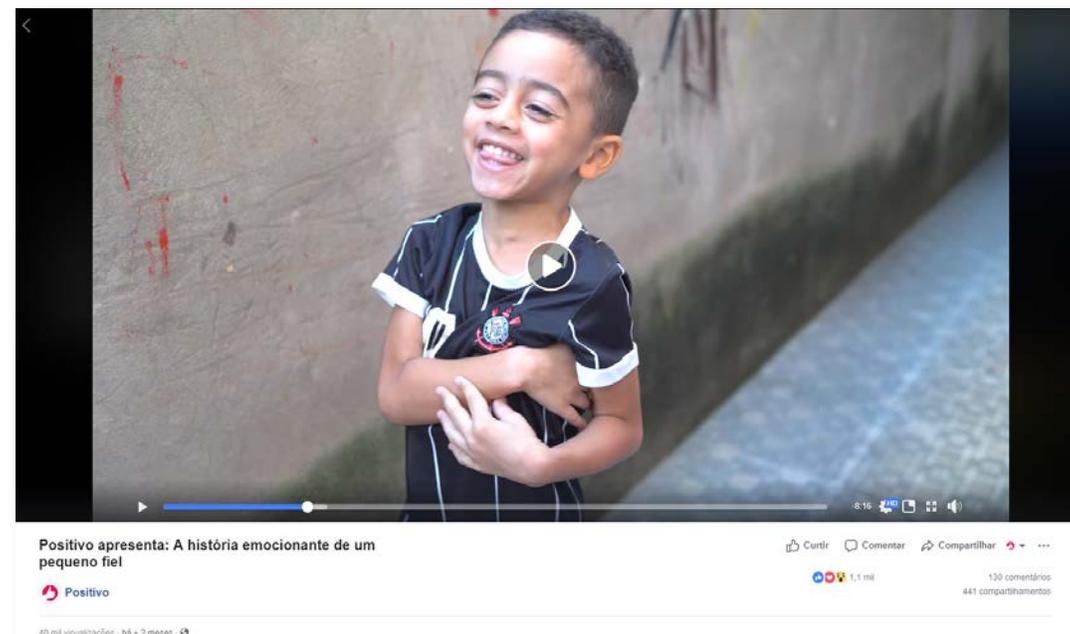


AÇÃO: Vídeo completo divulgado do canal do Youtube e na página do Facebook da marca.



YOUTUBE

- **237 mil** visualizações no YouTube
- **200** interações



FACEBOOK

- **222 mil** pessoas alcançadas
- **40 mil** visualizações do vídeo
- **3 mil** interações

AÇÃO: Vídeo teaser de 1 minuto divulgado no Facebook, Instagram e Twitter da marca.

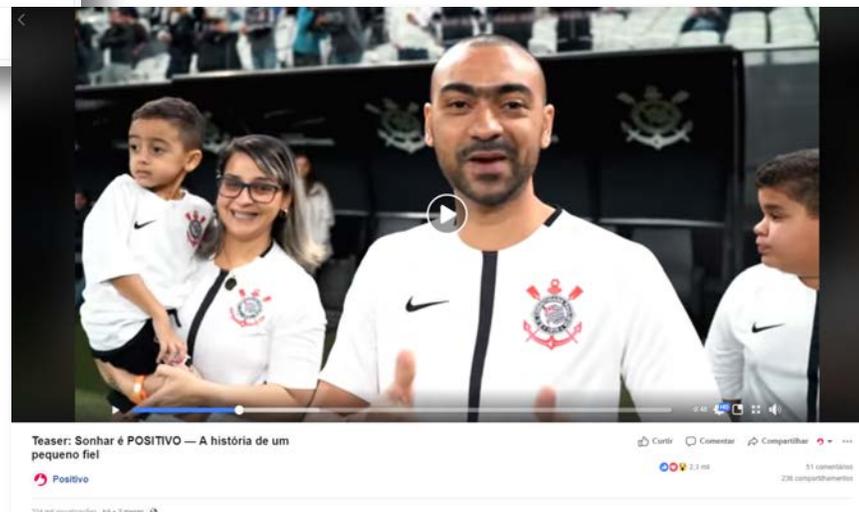


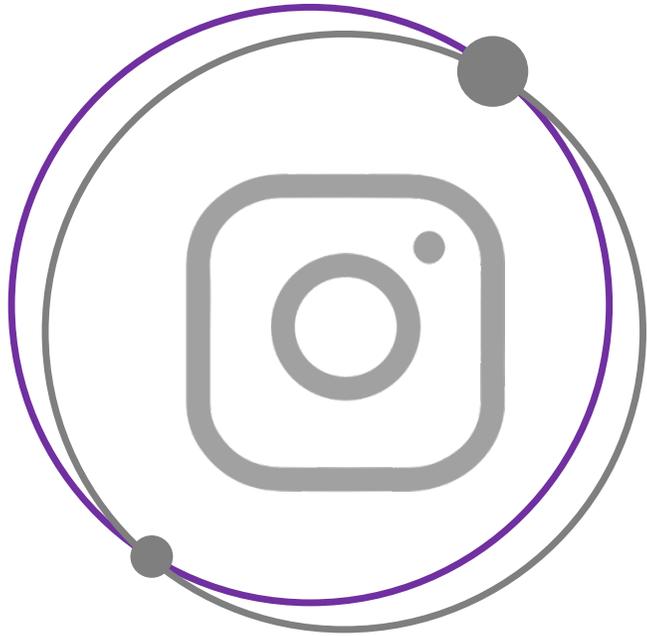
INSTAGRAM

- **493 mil** impressões
- **430 mil** pessoas alcançadas
- **23 mil** visualizações no vídeo
- **90 mil** envolvimento com a publicação

FACEBOOK

- **286 mil** pessoas alcançadas
- **69 mil** visualizações no vídeo
- **24 mil** minutos de visualização
 - **3 mil** interações





INSTAGRAM_

AÇÃO: Peças utilizadas no **Instagram** da marca.



Post: Prévia - É hoje!

- **4 mil** impressões
- **19 mil** pessoas alcançadas
- **16 mil** interações



Post: Malu com a família do João Miguel

- **2 mil** impressões
- **2 mil** pessoas alcançadas
- **6 mil** interações

stories

DADOS MACRO

AÇÃO: Peças utilizadas no **Instagram** da marca para a cobertura em real time dos momentos.





FACEBOOK_

AÇÃO: Peças utilizadas no **Facebook** da marca.



Post: Prévia – Guarde essas datas

- **108 mil** pessoas alcançadas
- **15 mil** interações



Post: Fotos em Camaçari

- **76 mil** pessoas alcançadas
- **8 mil** interações

AÇÃO: Peças utilizadas no **Facebook** da marca.



Post: Prévia - É hoje!

- **114 mil** pessoas alcançadas
- **13 mil** interações



Post: Malu com a família do João Miguel

- **45 mil** pessoas alcançadas
- **6 mil** interações



INTERAÇÃO_

CORINTHIANS

AÇÃO: Peças divulgadas no **Instagram do Corinthians** Oficial como parceiro da ação.



corinthians A seguir

julho 25
O João Miguel, que havia desenhado uma camisa do Coringão no corpo, veio realizar o sonho de conhecer a @ArenaCorinthians nesta quarta-feira, à convite do Timão e da @positivooficial.
Acompanhado pelos familiares, ele já pôde ver, de

36.252 curtidas 316 comentários

10s 1 curtida Responder

creck001 Que ação incrível. Coringão ❤️
10s Responder

beto.pacheco Grande JOÃO MIGUEL- Vai Corinthians!!!
10s Responder

isaa_leonel ❤️❤️❤️❤️
10s Responder

vicksalesvs ❤️
10s Responder

ric_leal_ Vocês são demais 🙌🙌🙌🙌
10s Responder

seilamariasc Tadiiinho! Ele queria conhecer Rodriguinho 🤔 não deu tempo o idiota de vendeu o cara, dá pra acreditar???
10s Responder



corinthians A seguir

julho 19
No dia nacional do futebol, celebramos o esporte que nos move dia após dia. Futebol que une povos e pessoas, que faz da nossa paixão pelo Corinthians cada vez maior!

100.678 curtidas 578 comentários

hein, Vai Corinthians
11s Responder

ytalo.allan @solange2163
11s Responder

lil_m43l Andrés já vai querer vender o mlk.
11s Responder

isabelmalharelli Lindossss
10s Responder

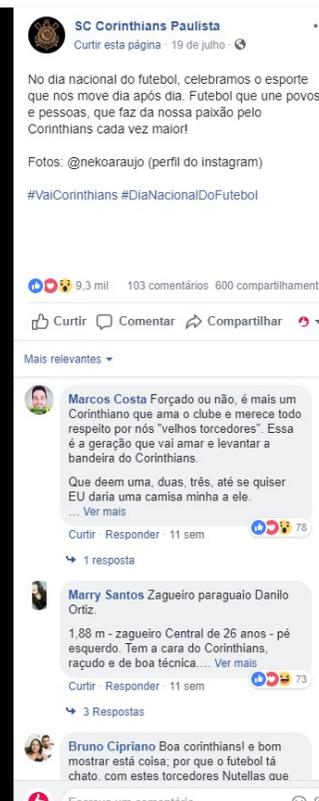
edugbvr @rodolfo_sfc seu sobrinho né
10s Responder

rodolfo_sfc @edugbvr se é loko kkkkkkkk cunhado infarta kkkk
10s Responder

danielp_nzr22 Eu torço o meu Timão de Argentina
9s Responder

Adicione um comentário...

AÇÃO: Peças divulgadas no **Facebook do Corinthians** Oficial como parceiro da ação.

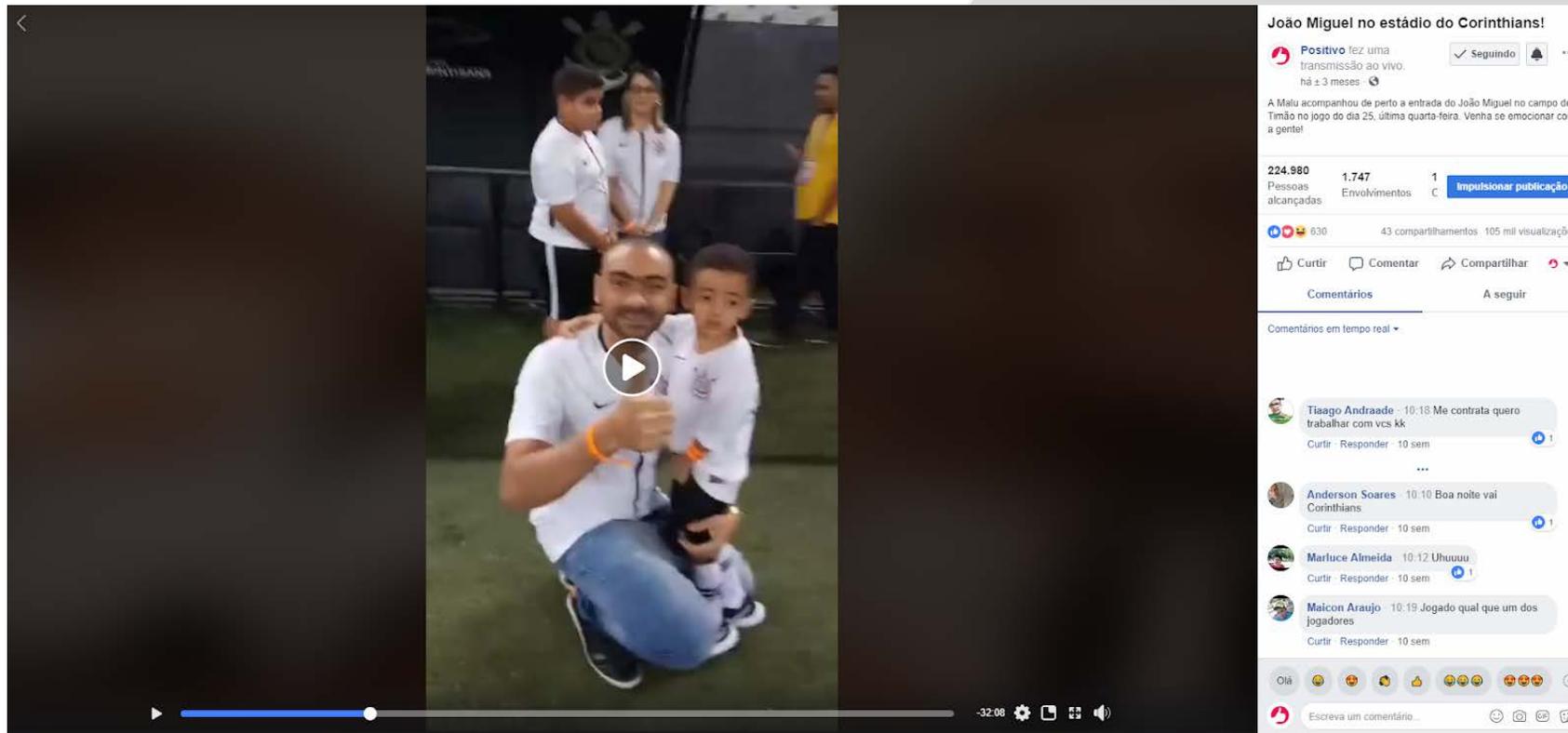


resultados



live

AÇÃO: Realizamos uma Live no Facebook da Positivo para mostrar a entrada em campo do menino João Miguel junto ao time Corinthians.

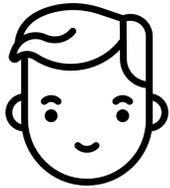


The image shows a screenshot of a Facebook Live video. The video player on the left shows a man in a white shirt and blue jeans kneeling on a grass field, holding a young boy in a white shirt. The video player has a play button in the center and a progress bar at the bottom. To the right of the video player is the Facebook post interface. The post title is "João Miguel no estádio do Corinthians!". The post is from "Positivo" and is a live transmission. The post text says: "A Malu acompanhou de perto a entrada do João Miguel no campo do Timão no jogo do dia 25, última quarta-feira. Venha se emocionar com a gente!". The post statistics are: 224,980 Pessoas alcançadas, 1,747 Envolvimentos, and 1 Compartilhamento. The post has 630 reactions and 43 compartilhamentos. The post has 105 mil visualizações. The post has 4 comments. The comments are: "Tiaago Andraade - 10:18 Me contrata quero trabalhar com vcs kk", "Anderson Soares - 10:10 Boa noite vai Corinthians", "Marluce Almeida - 10:12 Uhuuuu", and "Maicon Araujo - 10:19 Jogado qual que um dos jogadores".

- **224.980** pessoas alcançadas
- **105.961** visualizações no vídeo
- **1.747** reações, comentários e compartilhamentos
- **49.416** minutos de visualização

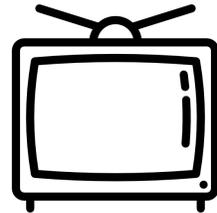
resultados

O QUE ISSO TUDO GEROU?



1 ❤️

Uma família com o sonho realizado 😊



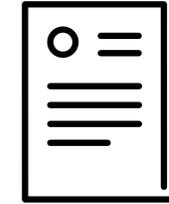
14

Postagens



5 mi+

Pessoas alcançadas



6 mi+

Total de impressões



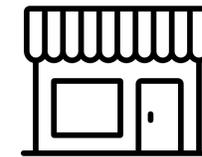
480 k+

Total de Envolvimento



230 k+

Views no YouTube



370 k+

Views no Facebook e Instagram

Uma família feliz por realizar o sonho do seu filho e a **POSITIVO** muito orgulhosa por fazer parte disso!



Fizemos mais de
5 milhões de
corações pulsarem
mais forte




POSITIVO &



NERDWEB

:: CASE_
:: PEQUENO FIEL::
:: 2018 ::