





VANESSA LITTIERI DA SILVA

Gerente de Marketing – Marca P&G
Procter & Gamble



INTRO



CHALLENGES

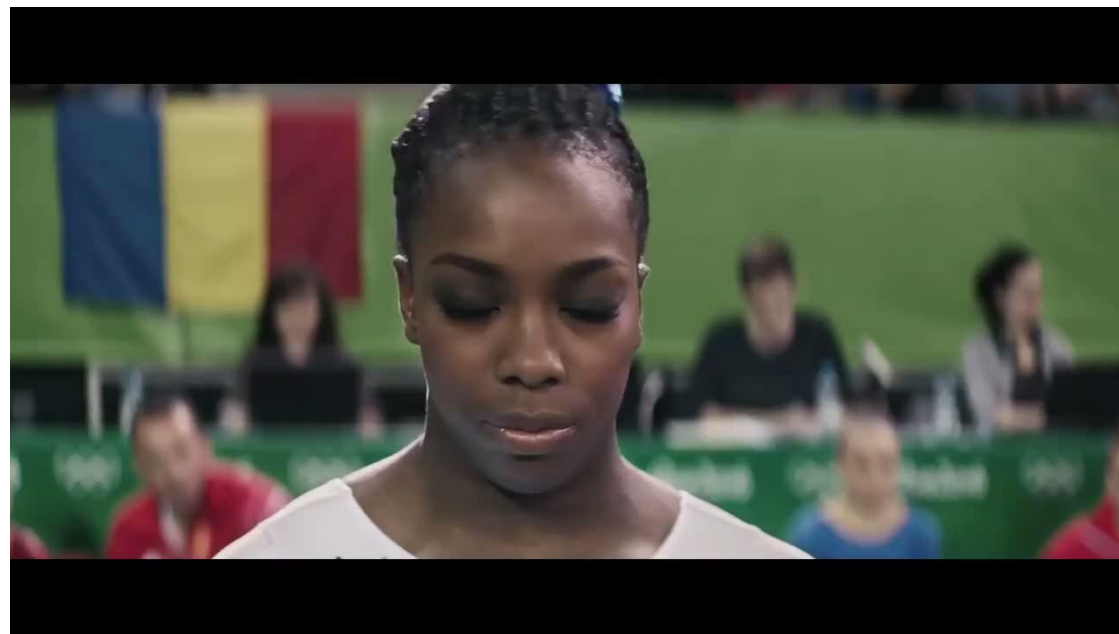
#1

Participar de uma conversa que está fora do território da P&G, normalmente dominado por grandes empresas do mercado de esportes.



#2

Adaptar uma ótima campanha global da própria P&G, de forma relevante para o consumidor brasileiro.



#3

Patrocinar um evento de grande escala e importância global, em um momento de crise política e econômica.



CNN

Rio Olympics shadowed
by Brazil's crisis moment

#4

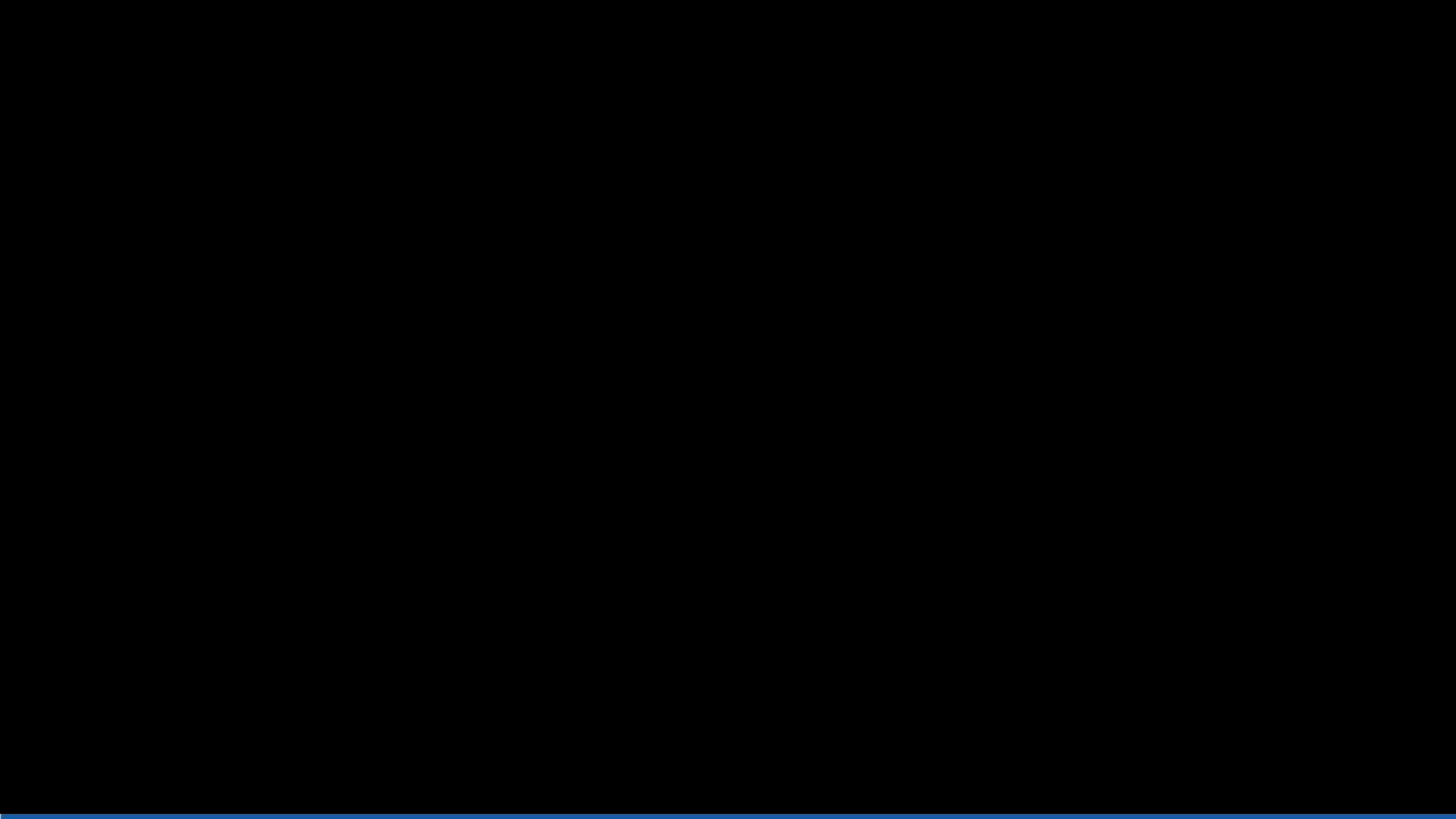
Engajar os principais clientes da P&G antes e durante as Olimpíadas para maximizar o resultado do patrocínio.





CONSUMER

CAMPAIGN





ALCANÇOU
+90%
 Dos lares brasileiros



LANÇAMENTO

Com um aplicativo inovador que resultou na visualização completa do vídeo da campanha

PLANO DE MÍDIA

Alcançou +90% do lares brasileiros, garantindo o melhor mix entre veículos on & offline

REAL TIME MARKETING

Time dedicado durante 20 dias para amplificar a campanha "Obrigado, Mãe" com agilidade e se beneficiando de oportunidades instantâneas

CONTEÚDO DE MARCA

Parceria com o maior veículo de mídia do Brasil para criar conteúdo exclusivo e relevante real time

PR

Criação de conteúdo com marcas, atletas e mães amplificando a estrutura global da P&G



RESULTS

1. RECORDE DE ROI NA P&G BRASIL

2. 90% DE IMPACTO NOS LARES BRASILEIROS

3. MAIS DE 3 BI DE IMPRESSÕES

**4. MAIOR % DE MENÇÕES POSITIVAS ENTRE PATROCINADORES
NO TWITTER**

**6. DIVERSOS PLANOS CONJUNTOS DE NEGÓCIO FECHADOS
DURANTE AS OLIMPÍADAS EM VÁRIOS CLIENTES**

**5. LOJAS E CLIENTES QUE PARTICIPARAM DO PROGRAMA
OLÍMPICO CRESCERAM 7 PONTOS ACIMA DA MÉDIA BRASIL**

OBRIGADA