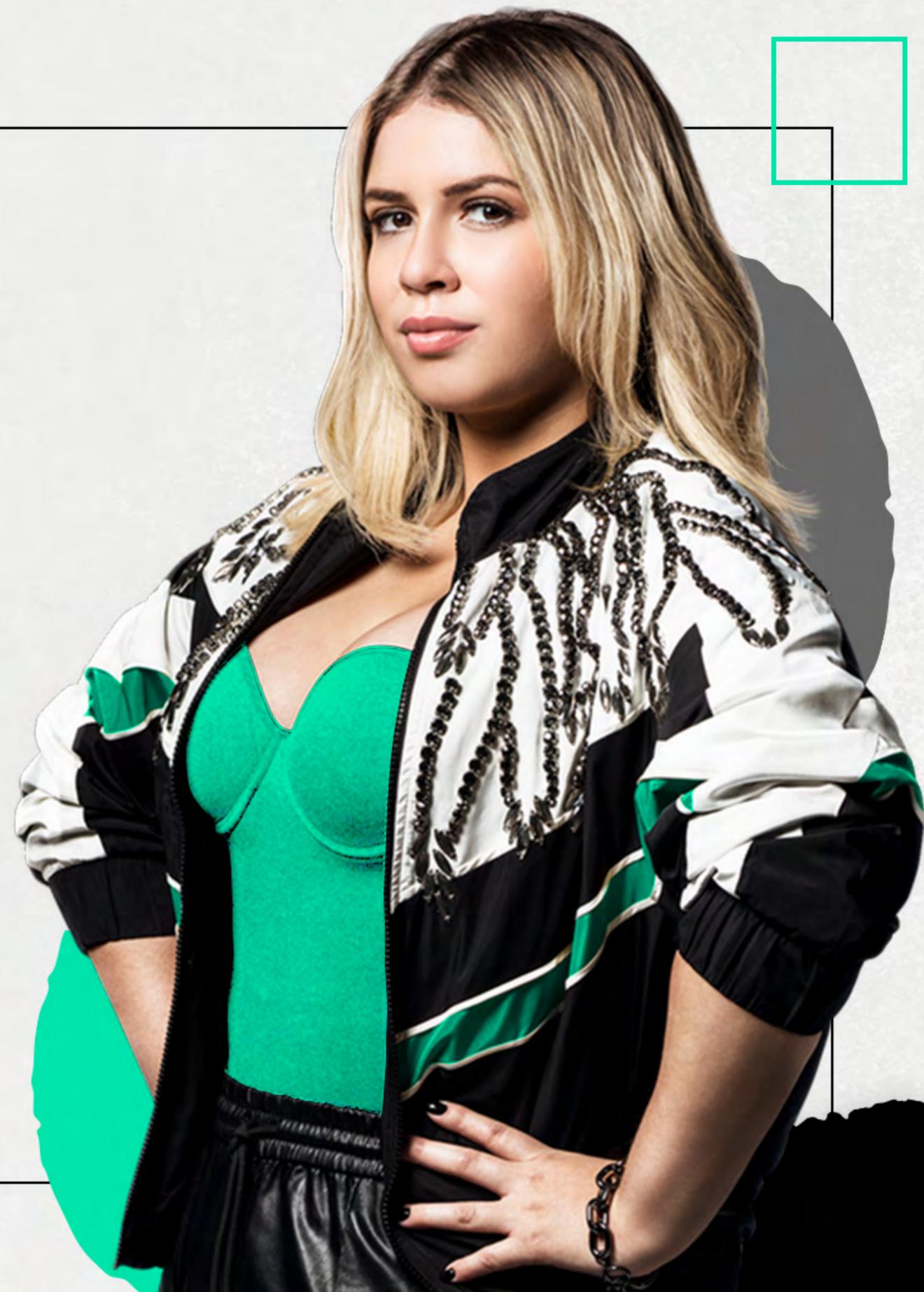


POR TRÁS DA ESTRATÉGIA DA MAIOR LIVE DO MUNDO

Os bastidores da campanha que
quebrou a internet e bateu o

RECORDE MUNDIAL DO YOUTUBE



CONHEÇA OS RECORDES ANTERIORES

458 000 MIL

BEYONCE

750 000 MIL

GUSTTAVO LIMA

3,1 MILHÕES

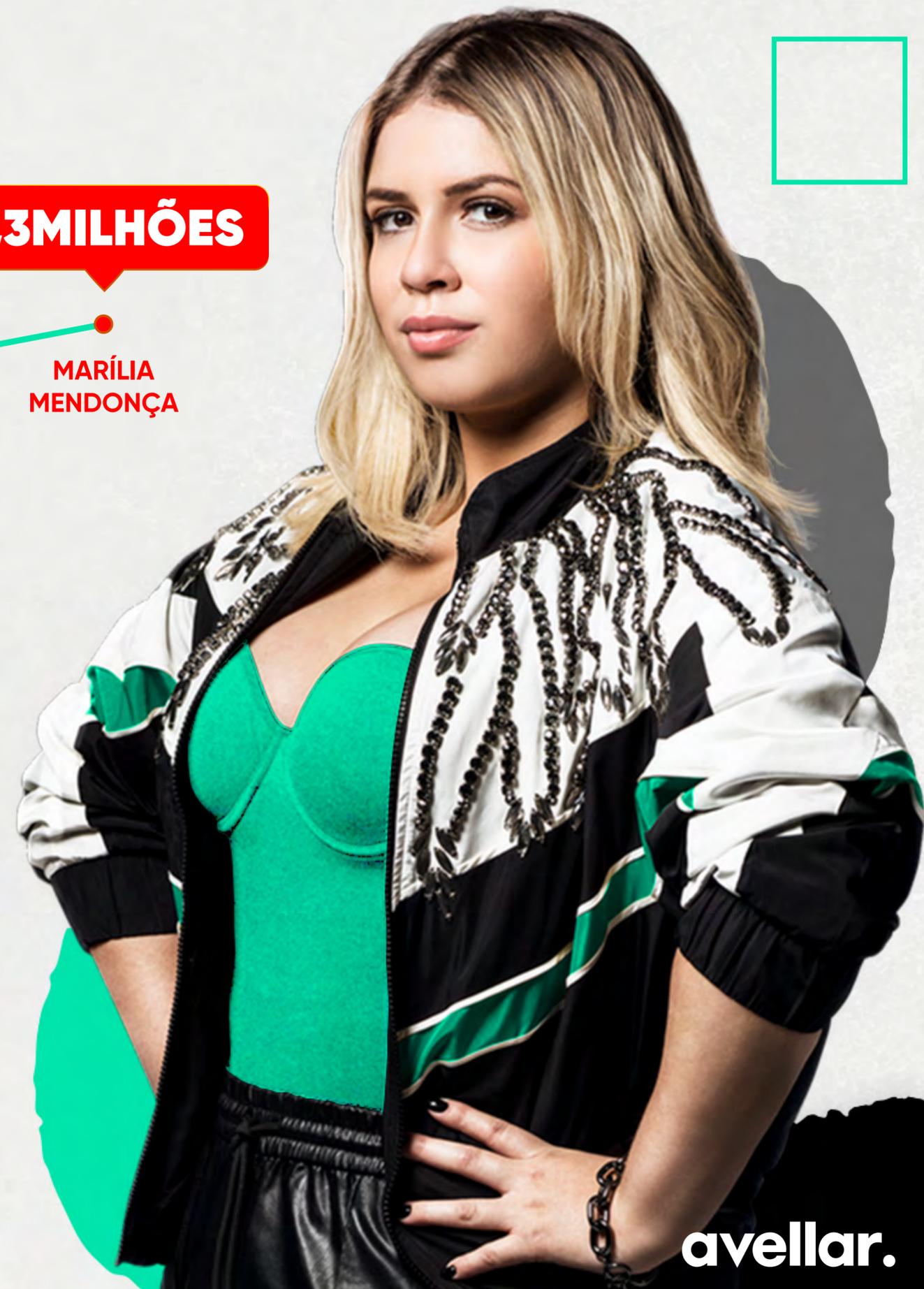
JORGE E MATEUS

3,3 MILHÕES

MARÍLIA MENDONÇA

LIVE **local** COM
MARÍLIA MENDONÇA

#LiveLocalMariliaMendonca



avellar.

EM 2020, SE VOCÊ ESTÁ PLANEJANDO MOVER CULTURA, VOCÊ PRECISA ENTENDER AS ENGRENAGENS DO MUNDO MODERNO.

Nesse documento, você vai entender **do briefing até a execução**, o que fizemos para a campanha bater todos os recordes mundiais e, parar o Brasil em torno de uma causa nobre:

O PEQUENO NEGÓCIO.

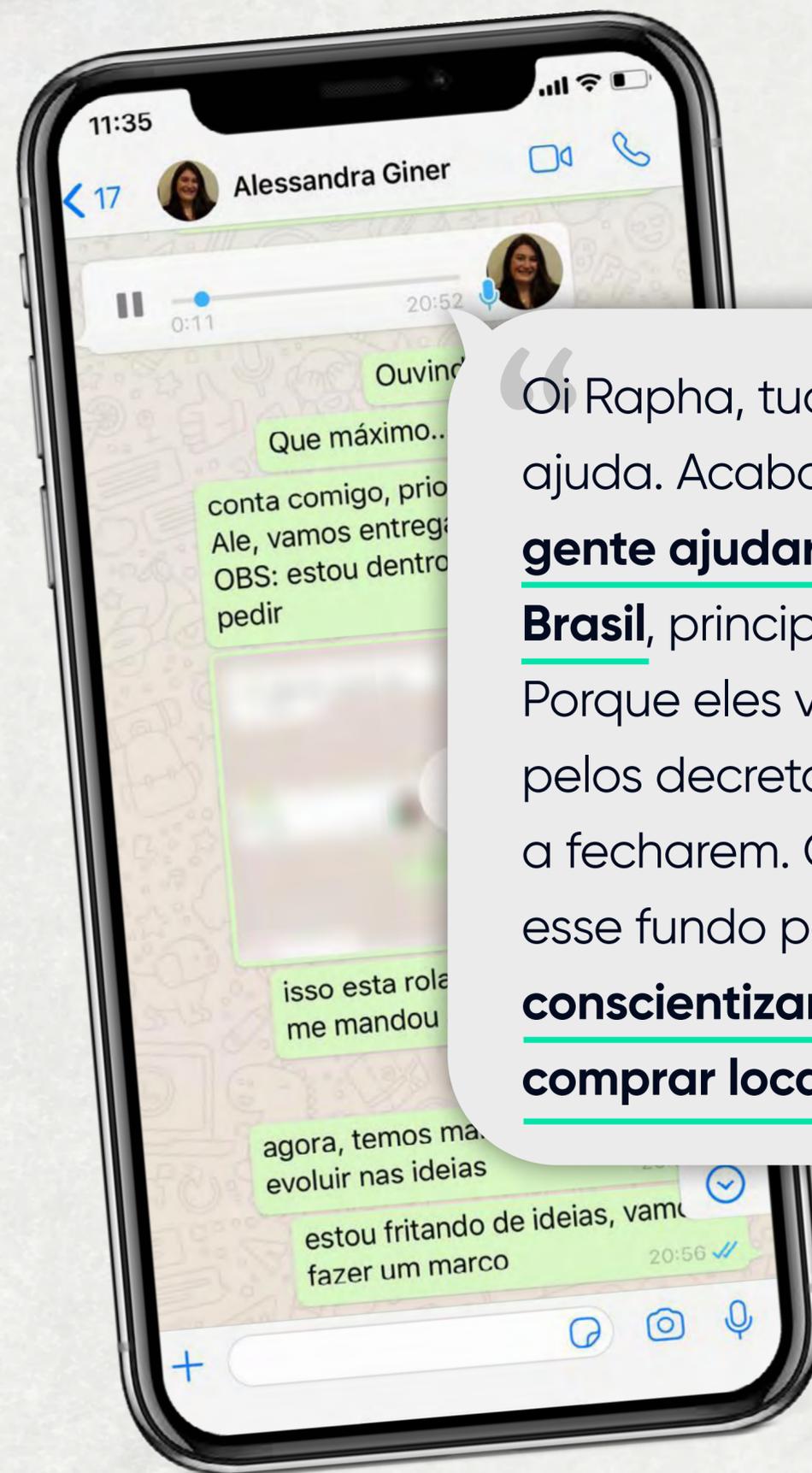
O DESAFIO

LIVE local
COM
MARÍLIA
MENDONÇA

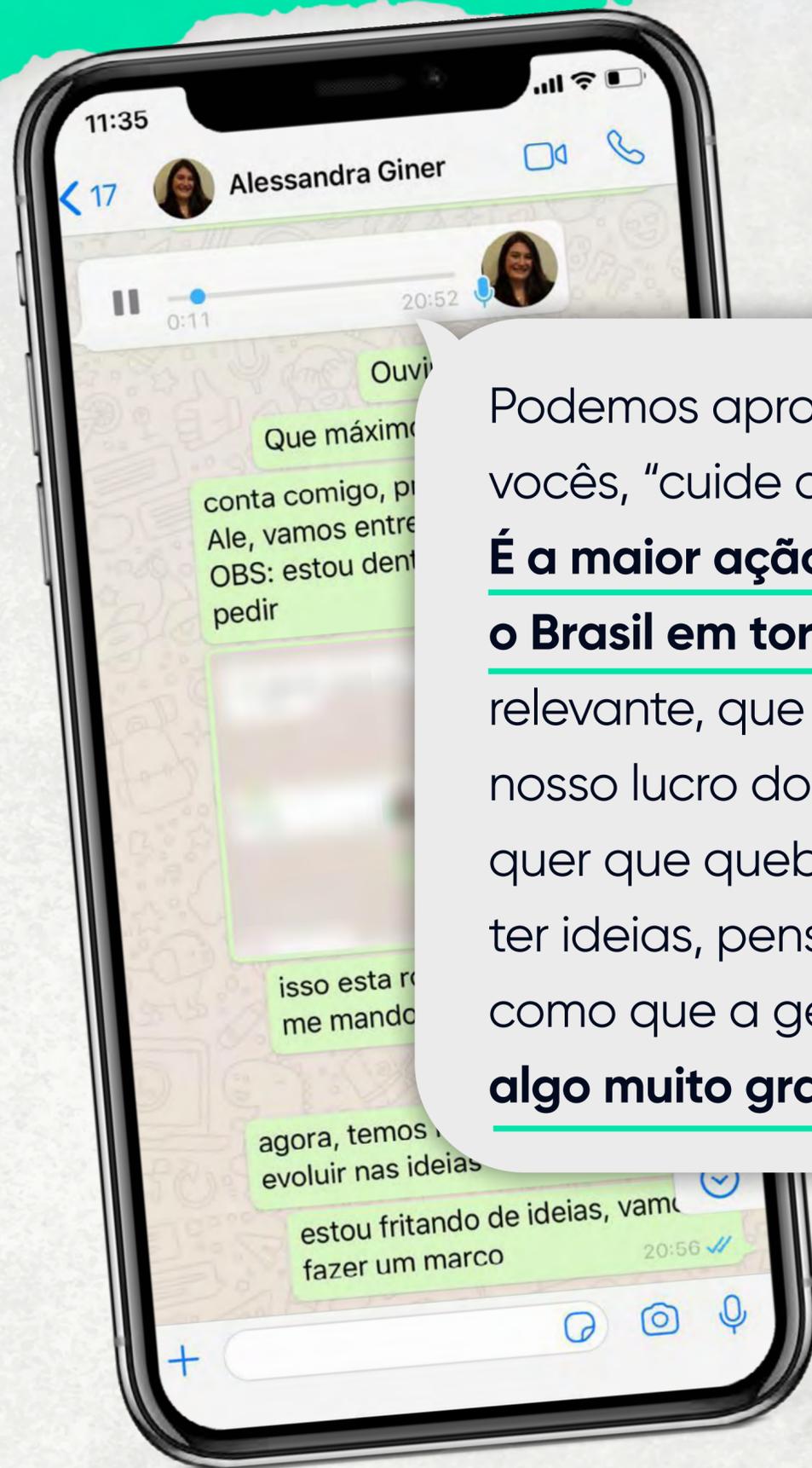
COMO TUDO COMEÇOU

No dia 18 de março de 2020, a **Alessandra Giner, CMO da Stone**, entrou em contato com o nosso **CEO, Rapha Avellar**, e propôs um desafio para a Avellar.

A Stone queria a nossa ajuda para **auxiliar os pequenos negócios** nesse momento de crise.



“Oi Rapha, tudo bom? Queria te pedir uma ajuda. Acabamos de aprovar um fundo, pra gente ajudar pequenos e médios negócios no Brasil, principalmente agora com o Corona Vírus. Porque eles vão ser de longe os mais afetados pelos decretos locais que estão obrigando eles a fecharem. Conversamos aqui, e aprovamos esse fundo para ajudar esse público. Queremos conscientizar e mobilizar a população pra comprar localmente.”



Podemos aproveitar o que já estamos trabalhando com vocês, "cuide do pequeno negócio", tem muito potencial. **É a maior ação da história da Stone. Queremos mobilizar o Brasil em torno de uma causa,** que pra gente é tão relevante, que estamos investindo uma parte bizarra do nosso lucro do ano pra ajudar esse cara que a gente não quer que quebre de jeito nenhum. Você consegue pensar, ter ideias, pensar quais influenciadores a gente pode usar, como que a gente mobiliza e faz esse negócio? **Assim, ser algo muito grande, pra gente trazer atenção pro tema.**

PEQUENOS E MÉDIOS NEGÓCIOS

MAIOR AÇÃO DA HISTÓRIA DA STONE

MOBILIZAR O BRASIL EM TORNO DE UMA CAUSA

Uma vez esse desafio lançado, nós da Avellar, nos mobilizamos na mesma hora. Afinal, "se importar de verdade" é um dos nossos grandes valores. E, por isso, aquela seria uma causa muito relevante para nós.

ÀS 21H DO MESMO DIA, HOUE A PRIMEIRA REUNIÃO DE EQUIPE PARA DISCUTIR O RUMO DESSE PROJETO.



Estamos falando de uma pandemia que mudou os hábitos de consumo do país: as pessoas consomem menos, não consomem fora de casa e não fazem ideia do quanto o pequeno negócio sofre com isso.

Essas micro e pequenas empresas **representam 27% do PIB no Brasil**. Tínhamos que ajudar o pequeno e médio empreendedor a sobreviver à isso.

Mas, desde o início **acreditávamos que tínhamos espaço e força para sermos game changers** na mudança de hábito das pessoas.

Foi desse propósito e dessa crença que começou a nascer toda a campanha.

**O DESAFIO AQUI
ERA ENORME.**

**A RESPONSABILIDADE
ERA ENORME.**

A ESTRATÉGIA



o problema

“Não posso abrir as portas, não posso vender.” - peq. negócio

“Não posso sair de casa, não tenho como ajudar” - pessoas

A ESTRATÉGIA E A IMPORTÂNCIA DA MINERAÇÃO DE SINAIS

Nós tínhamos um problema muito claro em mãos. **O pequeno e médio negócio não pode abrir as portas e as pessoas não podem sair de casa.**

Como solução, a Stone, junto a Avellar, cria uma plataforma para pequenas empresas não pararem mesmo com as portas fechadas: **o Compre Local.**

O objetivo principal era conectar o lojista com o cliente. Mas, além disso, também **queríamos educar os lojistas para eles se prepararem e ficarem mais fortes no futuro.**

essas
37% dos trabalhos com carteira assinada
40% dos salários pagos
8,3 milhões de pequenas empresas
Fonte: Sebrae

micro e pequenas empresas representam 27% do PIB no Brasil.

e nós não conseguimos imaginar o nosso país sem elas.

o problema

“Não posso abrir as portas, não posso vender.” - peq. negócio

“Não posso sair de casa, não tenho como ajudar” - pessoas

Garanta que os médicos ainda tenham seu **café do bairro** quando a crise acabar.

o shop local vem como um grande movimento para mostrar que essa causa é nossa.

cuide **compre**

Um assunto que já vem surgindo de forma orgânica nas redes.



Mas as conversas em relação a isso ainda são muito pequenas. Começam organicamente e não tem tanta força.



Além do movimento que abraça
Além das ferramentas que dão suporte
Temos espaço e força para sermos
game changers
na mudança de hábito das pessoas.

Compre local.
Compre do futuro.

Uma plataforma de pagamentos powered by Stone onde qualquer pequena negócios pode se cadastrar e vender o que quer seja, através de um cupom que garante a entrega no futuro.

E, pra fazer esse movimento começar a acontecer precisávamos de uma voz. **Precisávamos de alcance. Precisávamos influenciar cultura.**

Nos armamos com tecnologia e metodologias proprietárias de Signal Mining para monitorar e escutar a opinião pública e da imprensa, interagir com o público e, sintetizar opiniões em direcionamentos claros de negócio.

COM ISSO, COMEÇAMOS A BUSCA POR UMA PERSONALIDADE QUE TIVESSE **PULSO CULTURAL** **SUFICIENTE** PARA **MOBILIZAR O BRASIL** EM TORNO DO TEMA.

[Sobre o Movimento](#) [Ferramentas](#) [Dicas](#) [Divulgue](#)

Fique em casa. **Mas não deixe de comprar de um pequeno negócio.**

Peça comida dos pequenos restaurantes e lanchonetes.

Peça suas compras da mercearia do bairro.

Dê um vale presente de alguma pequena loja de roupa.

Cuide da saúde e também dos negócios que movem a economia do Brasil.





MARÍLIA MENDONÇA FOI A ESCOLHA.

NO DIA, 24 DE MARÇO, MARÍLIA
FOI CONVIDADA A PARTICIPAR DO
NOSSO PROJETO.

Ela já havia se engajado no tema por conta própria.



AUTENTICIDADE É A CHAVE!



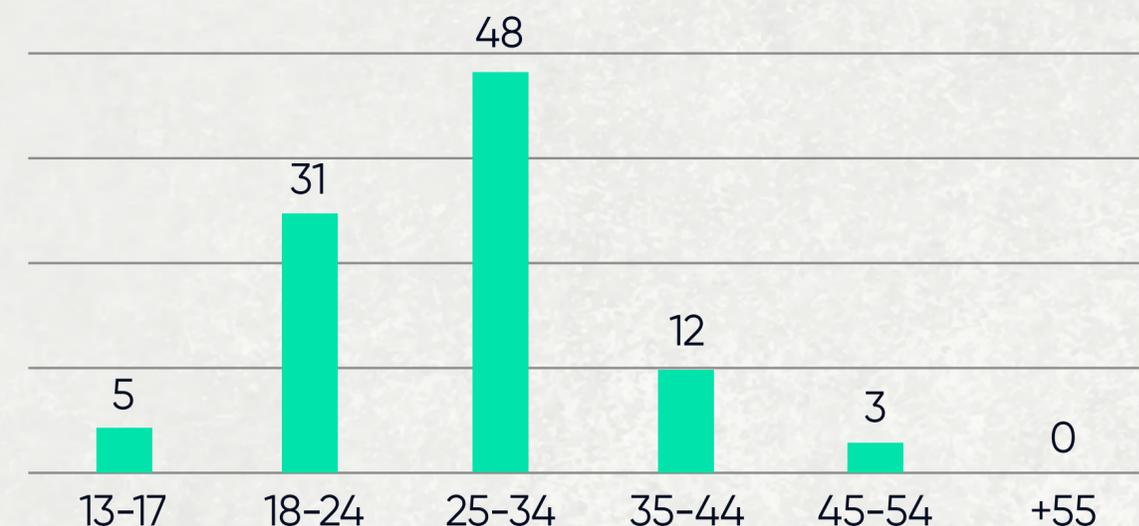
 **SEGUIDORES**
28.083.957

 **MÉDIA DE ENGAJAMENTO**
666.899

 **NOTA**
9.38 METODOLOGIA PROPRIETÁRIA,
SCORING AVELLAR

ALÉM DISSO, CONSEGUIMOS IDENTIFICAR QUE A CANTORA ERA EXTREMAMENTE INFLUENTE EM DIVERSAS COMUNIDADES ESTRATÉGICAS PARA A AÇÃO.

 **FAIXA ETÁRIA**



 **POR QUE INDICAMOS**

- Marília publicou um stories recentemente apoiando e pedindo ajuda de seus seguidores para apoiarem os microempresários e comerciantes locais.
- É um dos nomes mais queridos atualmente pelo público
- Tem um engajamento muito elevado para um número tão alto de seguidores.

EVOLUÇÃO NO ÚLTIMO MÊS

Zoom 7d 14d 30d Tudo

De Jan 16, 2020 Para Abr 14, 2020



INSIGHTS INTEGRADOS À ESTRATÉGIA

Até esse momento não havia Live alguma. A participação da cantora seria através de conteúdos em apoio ao movimento, ao longo de todo o mês. E, através da nossa área de Insights Integrados, detectamos o desejo do público sobre as “Lives”. Percebemos uma alta correlação entre o assunto “Sertanejo” e “Lives”.

Como pode ser notado no gráfico acima, antes mesmo da primeira Live acontecer, do cantor sertanejo Gustavo Lima no dia 28 de março desse ano.

“ Analisando a curva de conversas sobre o assunto, até final de fevereiro, o volume não passava de 5 mil menções diárias. Até que duas semanas depois, no dia 17 de fevereiro, o volume dobrou e ultrapassou 10 mil menções diárias. E pasmem, apenas 6 dias depois, o volume já era 5 vezes maior do que final de fevereiro, com mais de 30 mil menções diárias. ”

Diego Luongo, Partner and Integrated Insights Director na Avellar

Ao acontecer a primeira edição da live "Buteco em Casa", nesta noite de 28 de março, o recorde de 700 mil visualizações simultâneas não foi uma surpresa, apenas confirmou as tendências que já estávamos acompanhando. **O público já estava pedindo por isso.**

No dia 29 de março, o dia seguinte a Live do Gusttavo Lima, o primeiro recorde, nos reunimos (Stone e Avellar) com o time da Marília Mendonça e **mudamos os entregáveis da cantora. Renegociamos a campanha.**

**FOI NESSE MOMENTO QUE A
#LIVELOCALMARÍLIAMENDONÇA
NASCEU**

LIVE local
COM
MARÍLIA
MENDONÇA

#LiveLocalMariliaMendonca

A CAMPANHA EVOLUIU À MEDIDA QUE OS DADOS E A CULTURA EVOLUÍRAM.

OPORTUNIDADE

A HABILIDADE DE SER DINÂMICO É FUNDAMENTAL.

Campanhas em 2020 **não** precisam nascer de algo subjetivo.

O ano de 2020 é sobre interpretar sinais, e conversas, e **transformar sua marca** em um veículo para que essas mesmas conversas aconteçam através de você. Lógico, de forma que agregue aos seus valores e posicionamentos.

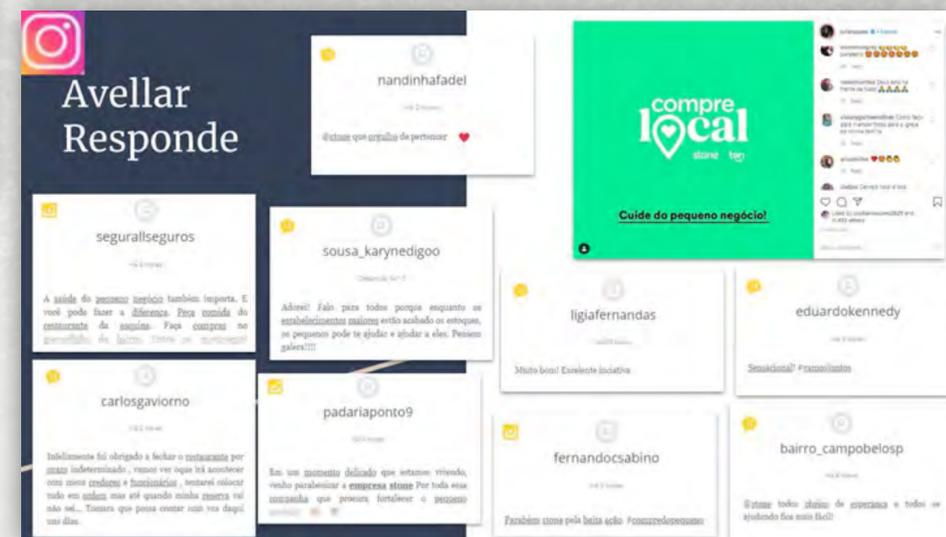
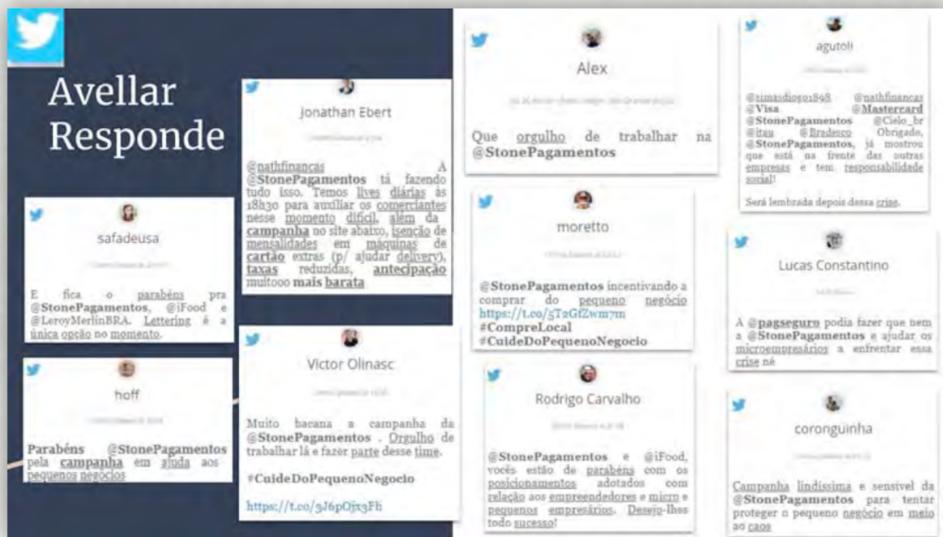
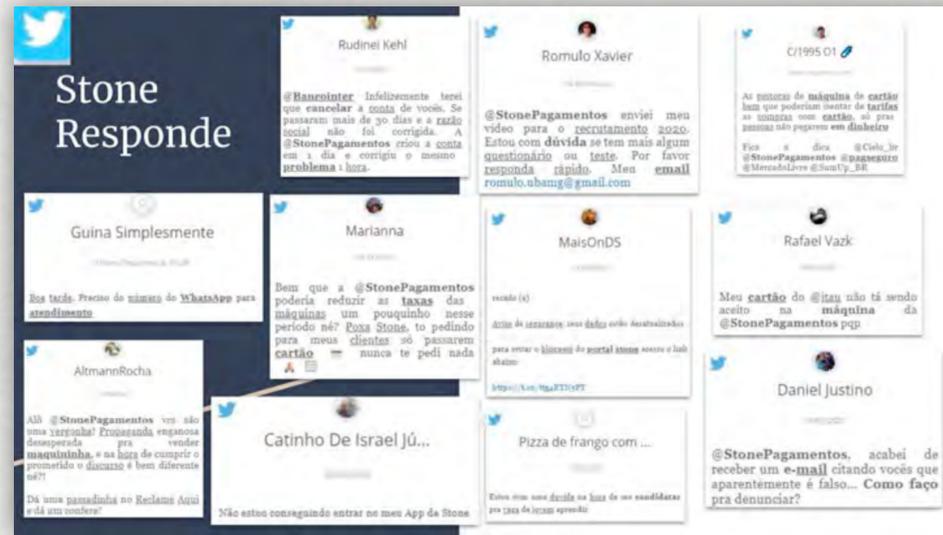
A INTEGRAÇÃO

LIVE local
COM
MARÍLIA
MENDONÇA

REAL-TIME BRAND MANAGEMENT:

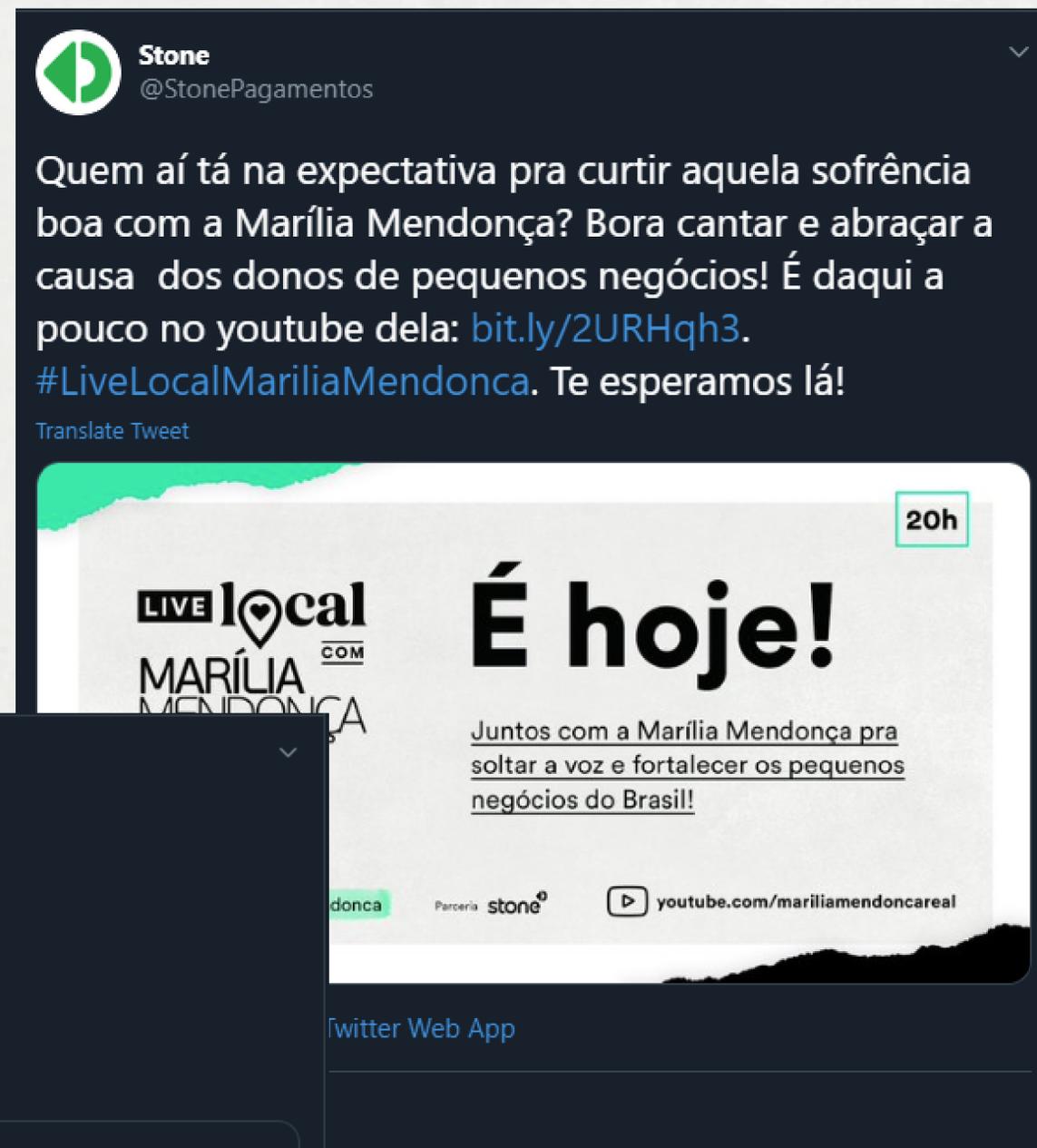
A IMPORTÂNCIA DA INTEGRAÇÃO PLENA ENTRE ESTRATÉGIA, CRIAÇÃO, MÍDIA E PRODUÇÃO

21 dias antes da #LiveLocalMaríliaMendonça acontecer, no dia 24 de março, as conversas em torno da campanha já estavam sendo aquecidas.

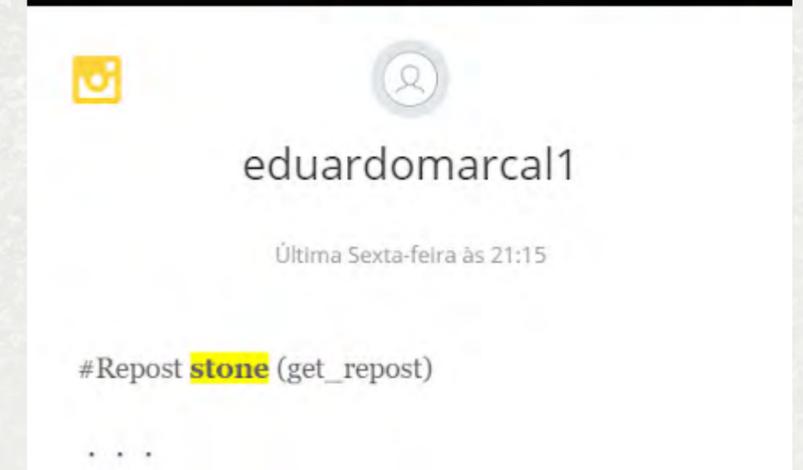
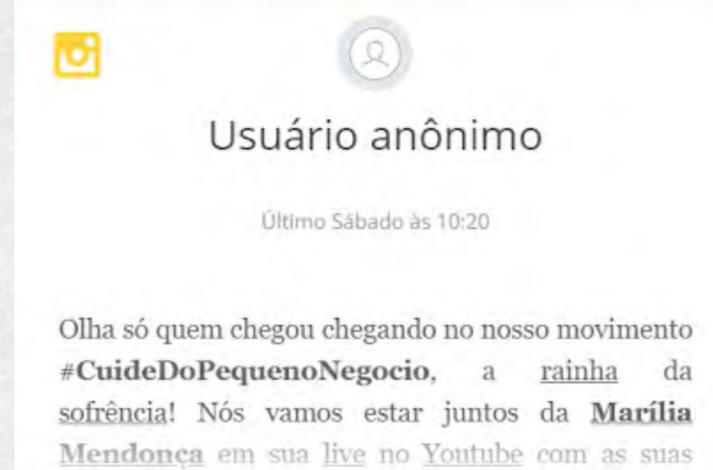
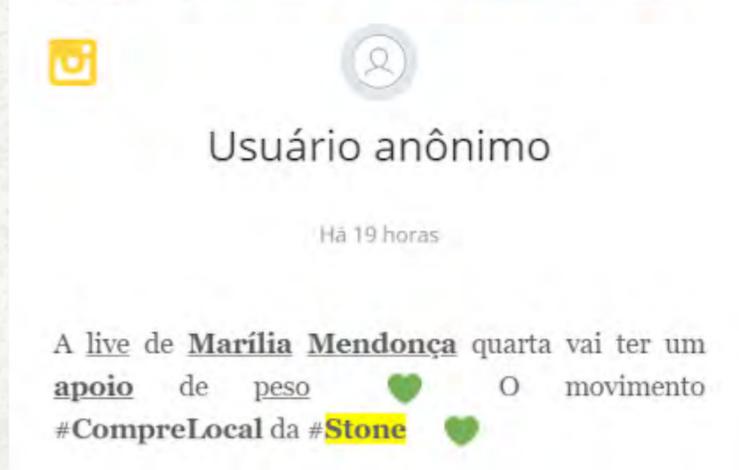


O PRINCIPAL CANAL ONDE AS CONVERSAS ESTAVAM ACONTECENDO ERA O TWITTER.

Portanto, percebemos que pensar criativos contextualizados para essa plataforma poderia ajudar no buzz.



JÁ AS MENÇÕES À STONE ESTAVAM ACONTECENDO PRINCIPALMENTE NO INSTAGRAM, DEVIDO AOS REPOSTS DA PUBLICAÇÃO ORIGINAL.



exame.

REVISTA

EXAME IN

ACADEMY

ESTILO DE VIDA

Marília Mendonça faz show em live nesta quarta-feira

A apresentação promete emocionar os espectadores, que estão saindo do isolamento social

Por Estádio Conteúdo
8 abr 2020, 13h16



Ao vivo em 6 horas
8 de abril 20:00

Definir lembrete

globoesporte | gshow | vídeos

G1

POP & ARTE

Marília Mendonça faz live nesta quarta-feira (8) e recebe sugestões de repertório

Transmissão será no YouTube às 20h. Após lives 'caseiras', cantora vai ter equipe de oito pessoas na produção. Cantora criou hashtag #MariliaTocaEssa para receber pedidos de setlist.

Por G1

08/04/2020 05h01 - Atualizado há 6 dias



MARÍLIA MENDONÇA

Marília Mendonça aparece em duas paradas da Billboard após "live" histórica

Cantora sobe na Social 50 e estreia na Emerging Artists.



Marília Mendonça está em duas paradas da Billboard, nos Estados Unidos, nesta semana. Ela aparece em 6º lugar na Social 50 e em 22º lugar na Emerging Artists. As aparições refletem o recorde que ela quebrou na semana passada, de "live" com recorde de público – 3,2 milhões de espectadores simultâneos, dominando também os trending topics do Twitter.

1		BTS 1 Last 1 Peak 183 Weeks
2		NCT 127 3 Last 2 Peak 87 Weeks
3		EXO 2 Last 2 Peak 142 Weeks

MATÉRIAS SOBRE A LIVE REPERCUTIRAM EM DIVERSOS SITES.

avellar.

Quarentena da Sofrência.

Só live boa demais da conta pra curtir em casa.

08.04

Marília Mendonça - 20h

09.04

Bruno e Marrone - 21h

10.04

Marcos e Belutti - 20h

11.04

Gustavo Lima - 20h

Matheus e Kauan - 16h

12.04

Zé Neto e Cristiano 18h

ALÉM DISSO, TAMBÉM APOSTAMOS NOS NOSSOS COLABORADORES COMO FORMA DE DISTRIBUIÇÃO.

Como sabemos que o Whatsapp é um dos veículos com maior potencial de disseminação de informação, criamos um calendário unbranded com as datas de todas as próximas Lives de sertanejo.

Foi pedido para todos **7.000 funcionários da Stone, e para todo o time da Avellar**, que eles enviassem a imagem para os grupos que participassem, e publicassem em suas redes sociais também.

E, NÃO PODEMOS ESQUECER DO TIME MULTI-DISCIPLINAR.

Eles estiveram o tempo todo monitorando em tempo real as conversas e engajando com a audiência, criando, amplificando, medindo e ajudando a explodir a repercussão do assunto.

Fique em casa, mas compre de um pequeno negócio.

Cuide dos negócios que movem a economia do Brasil.

stone • Follow

stone Os pequenos superaram muitos dias. Agora, no país vive o maior ano, eles precisam. Compre local e fundamental de forte quando e pode ter certeza. Descubra como a diferença. Link: #CuideDoPequenoNegocio

Stone @StonePagamentos • 8 de abr

Já que não pode dar abraço nas pessoas, que tal abraçar os #pequenosnegocios? Depois da #LiveLocalMariliaMendonca é que fica mais fácil ainda! #CuideDoPequenoNegocio

#LiveLocalMariliaMendonca

Vai dormir pensando na live da Marília hoje, né minha filha?

LIVE local com MARÍLIA MENDONÇA

5 24

Essa páscoa vai ser diferente. Mas não dá pra ficar sem chocolate.

Páscoa local

grupofarma.papagaios Vcs tem algum vídeo que explica a forma de pagamento online em parceria com mundipagg?

Liked by docesdacrytal and 746 others

4 DAYS AGO



Assim, antes mesmo da #LiveLocalMaríliaMendonça acontecer, ela já havia sido

**TOP TRENDING
TOPICS NO TWITTER
BRASIL E GLOBAL.**

E durante todo o processo **mantemos uma conversa estável** em todos os canais de comunicação da Stone, **sempre conscientizando e mobilizando a população para comprar localmente.**



1424

CONVERSAS EM CANAIS PROPRIETÁRIOS

1231

CONVERSAS EM MAR ABERTO

O RECORDE

LIVE  local
COM
MARÍLIA
MENDONÇA

No dia 8 de Março de 2020, às 20h aconteceu a Live. Porém, durante o dia ficamos monitorando todos os tópicos que estivessem conectados ao assunto central, e **conforme chegava mais perto ao horário, o número de**

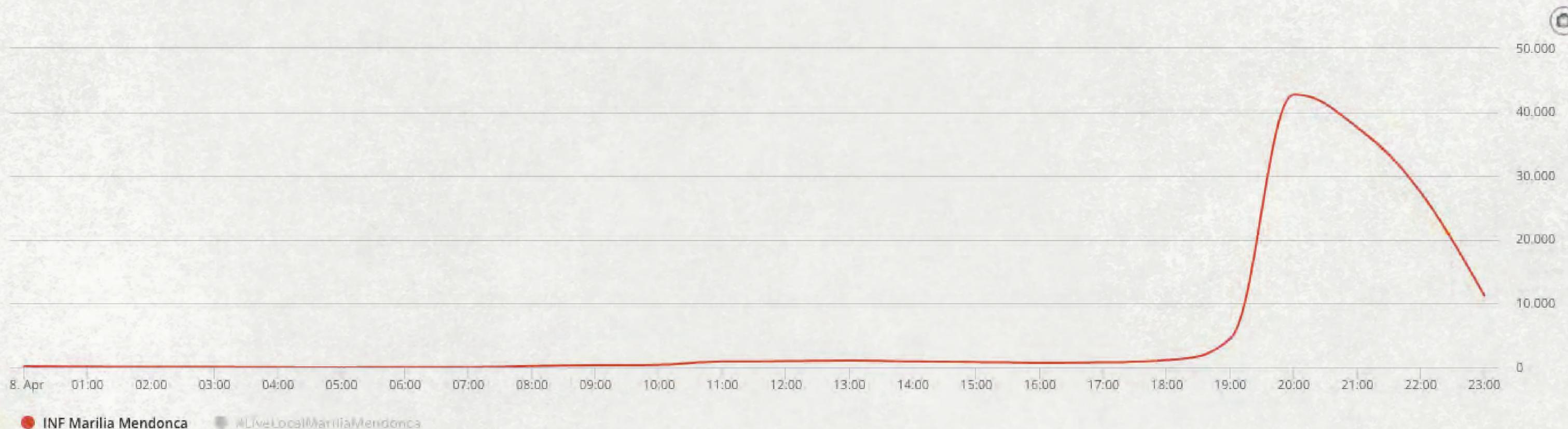
menções aumentava.

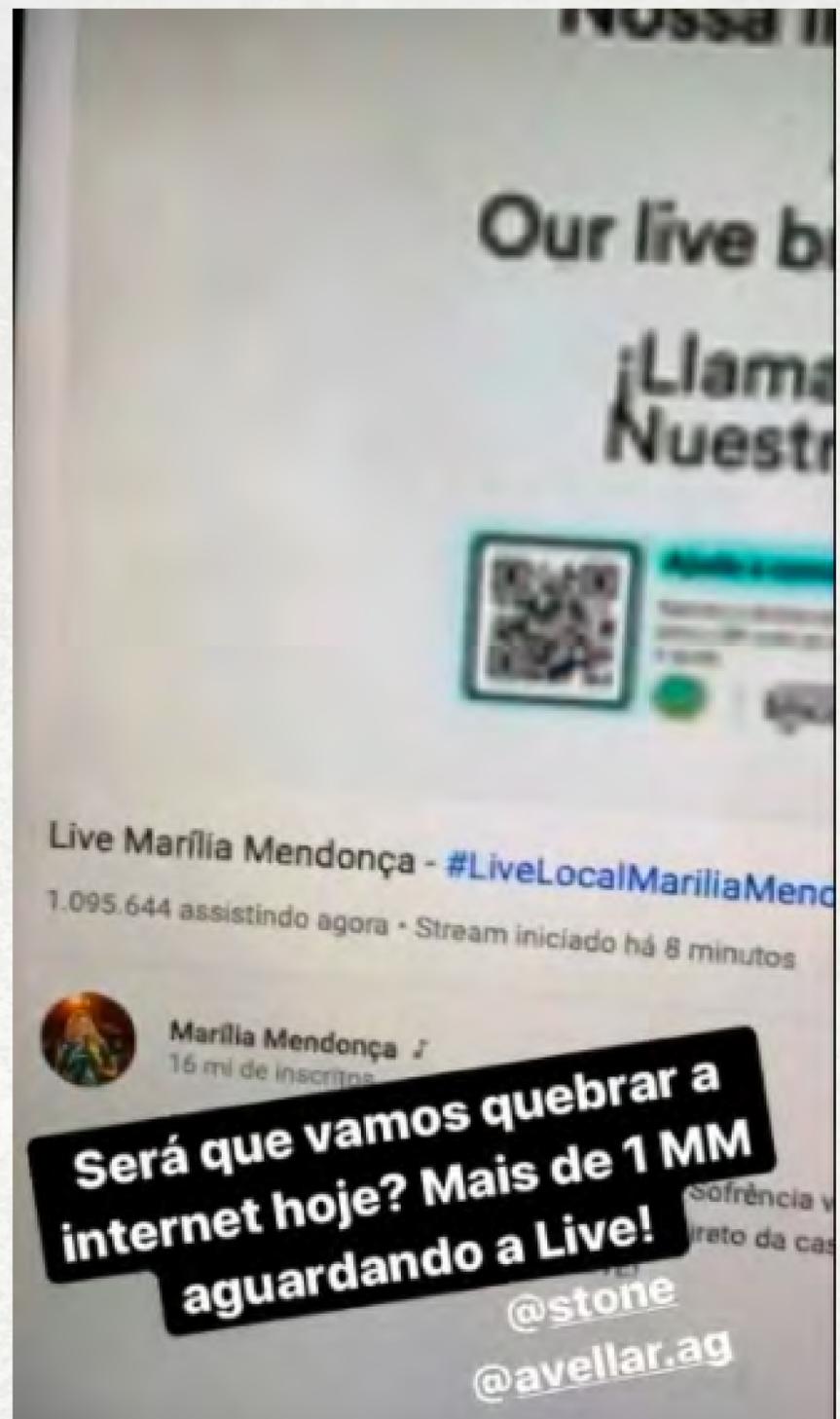
Nós observamos que das **11h às 18h, o volume de posts por hora já era superior a 1000**. E, às 19h começou a oxigenar ainda mais e **ultrapassar os 4000**.

O IMPACTO FINAL

Período analisado: 08/04/2020 00:00 à 08/04/2020 23:59

Amostra neste gráfico: 132.604 publicações

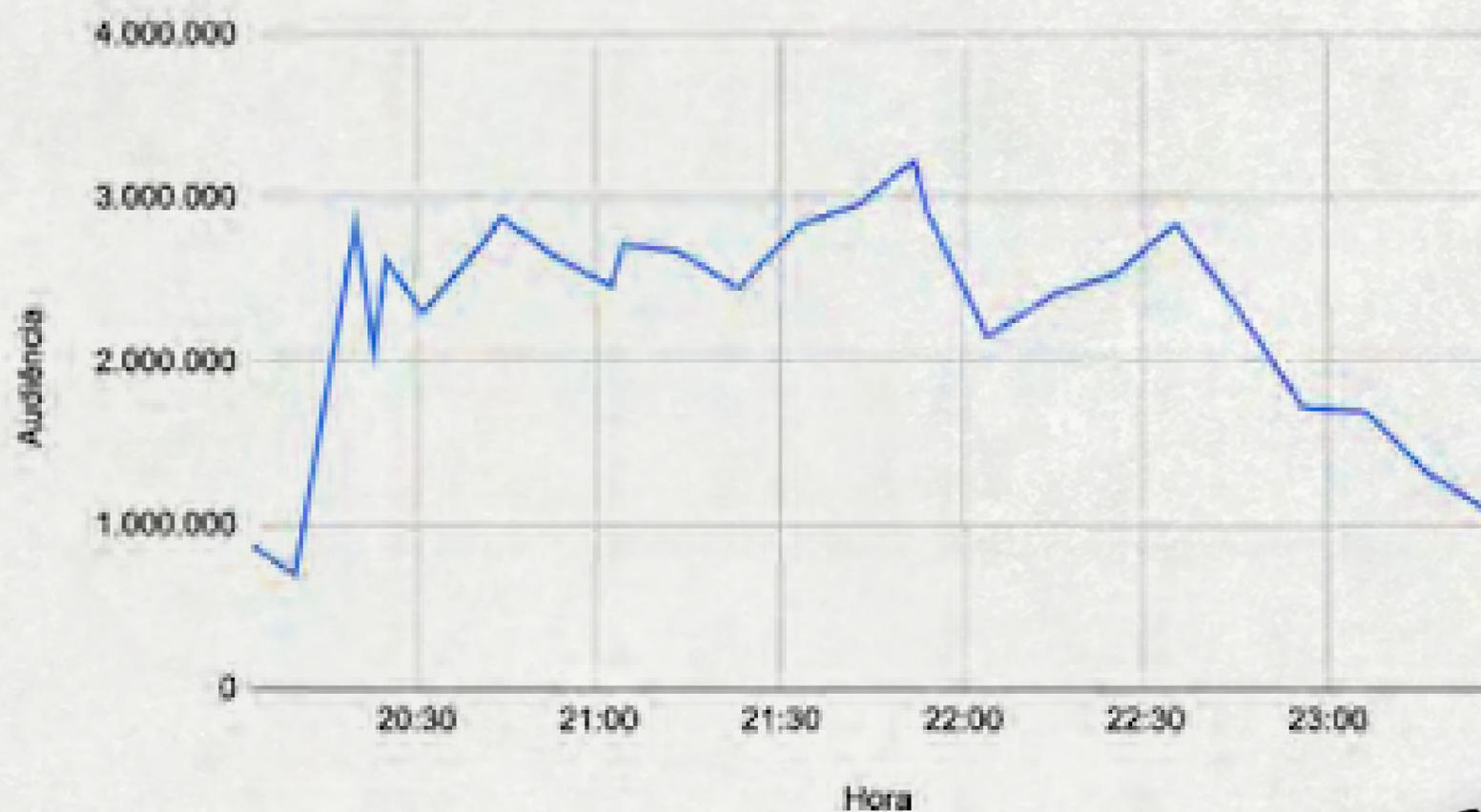




E, minutos antes do show começar, **já havia mais de 1 milhão usuários conectados** ao YouTube esperando iniciar.

Em média, foram 2 milhões de visualizações. O maior pico de audiência simultânea aconteceu perto das 22h, foi quando o recorde mundial foi batido: 3,3 milhões de usuários estavam assistindo a Live. E, foi justamente nesse horário que tivemos o maior alcance potencial nas redes sociais.

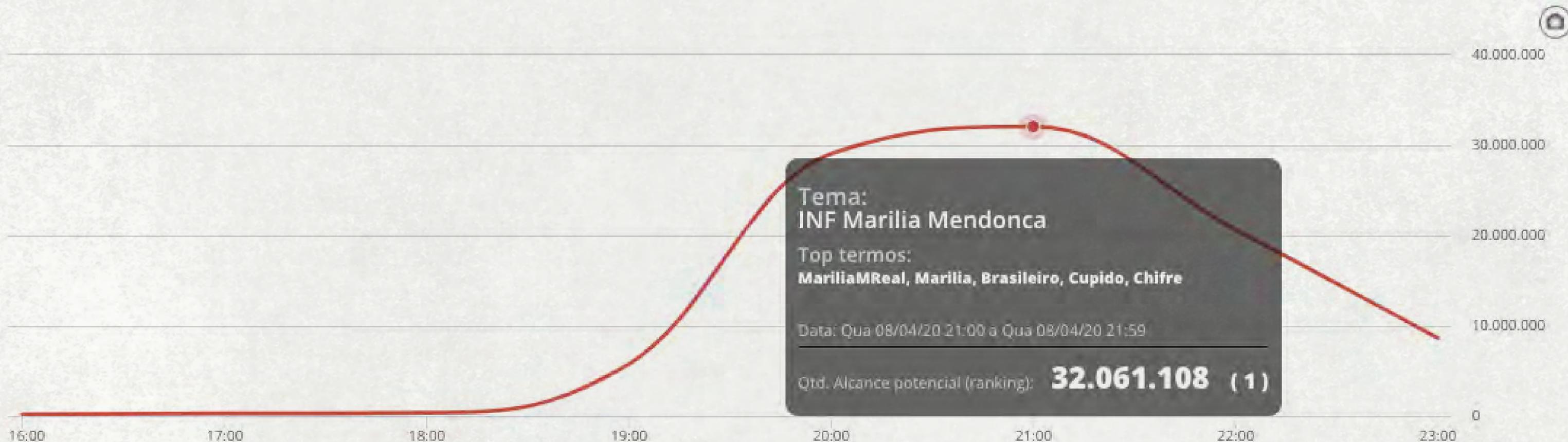
Audiência x Hora



O NÚMERO DE PESSOAS QUE ESTAVAM FALANDO SOBRE A #LIVELOCALMARÍLIAMENDONÇA BATEU 32 MILHÕES:

Período analisado: 08/04/2020 16:00 à 08/04/2020 23:59

Amostra neste gráfico: 96.095 usuários



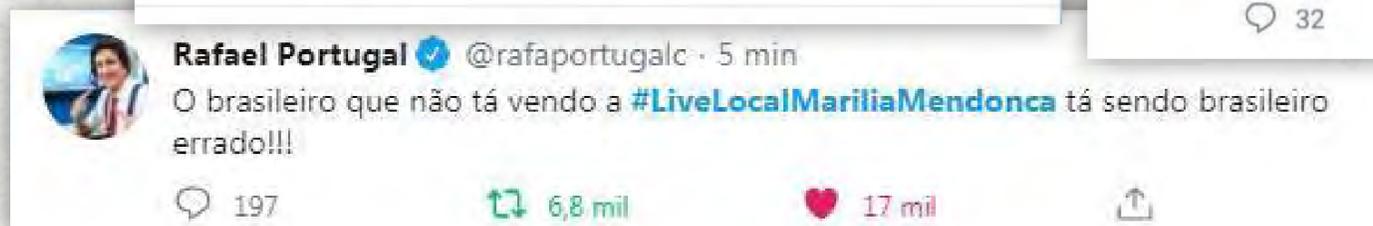
Tema:
INF Marilia Mendonca

Top termos:
MariliaMReal, Marilia, Brasileiro, Cupido, Chifre

Data: Qua 08/04/20 21:00 a Qua 08/04/20 21:59

Qtd. Alcance potencial (ranking): **32.061.108 (1)**

AO TODO, ENTRE 19H E 00H, MAIS DE 80 MIL PERFIS (ENTRE PESSOAS, VEÍCULOS DE MÍDIA, CELEBRIDADES, ETC) POSTARAM ALGO SOBRE A LIVE EM SUAS REDES SOCIAIS. ESTIMAMOS QUE O ALCANCE POTENCIAL CHEGOU BEM PRÓXIMO A 60 MILHÕES DE PESSOAS.



**PUBLICAÇÕES
COLETADAS**

121.575

^ 2.613%

**TOTAL DE
USUÁRIOS**

81.030

^ 2.075%

**ALCANCE
POTÊNCIAL**

59.461.285

^ 4.747%



**AGORA FALANDO
EM NÚMEROS
TOTAIS, TIVEMOS:**



+ 54.500.000

VIEWS



+ 2.600.000

GOSTEI



+ 3.200.000

PICO DE AUDIÊNCIA



+ 1.200.000

PESSOAS ATÉ O FIM DA LIVE



+ 5,800

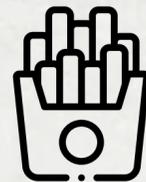
COMENTÁRIOS

ARRECADADOS, EM DOAÇÃO, DURANTE A LIVE



225.000

KILOS DE ALIMENTOS



10.000

KILOS DE BATATAS FRITAS



3.600

LITROS DE REFRIGERANTE



2.000

KILOS DE PRODUTOS DE LIMPEZA



2.000

KILOS DE ARGAMASSA



250

KILOS DE PÃO DE QUEIJO

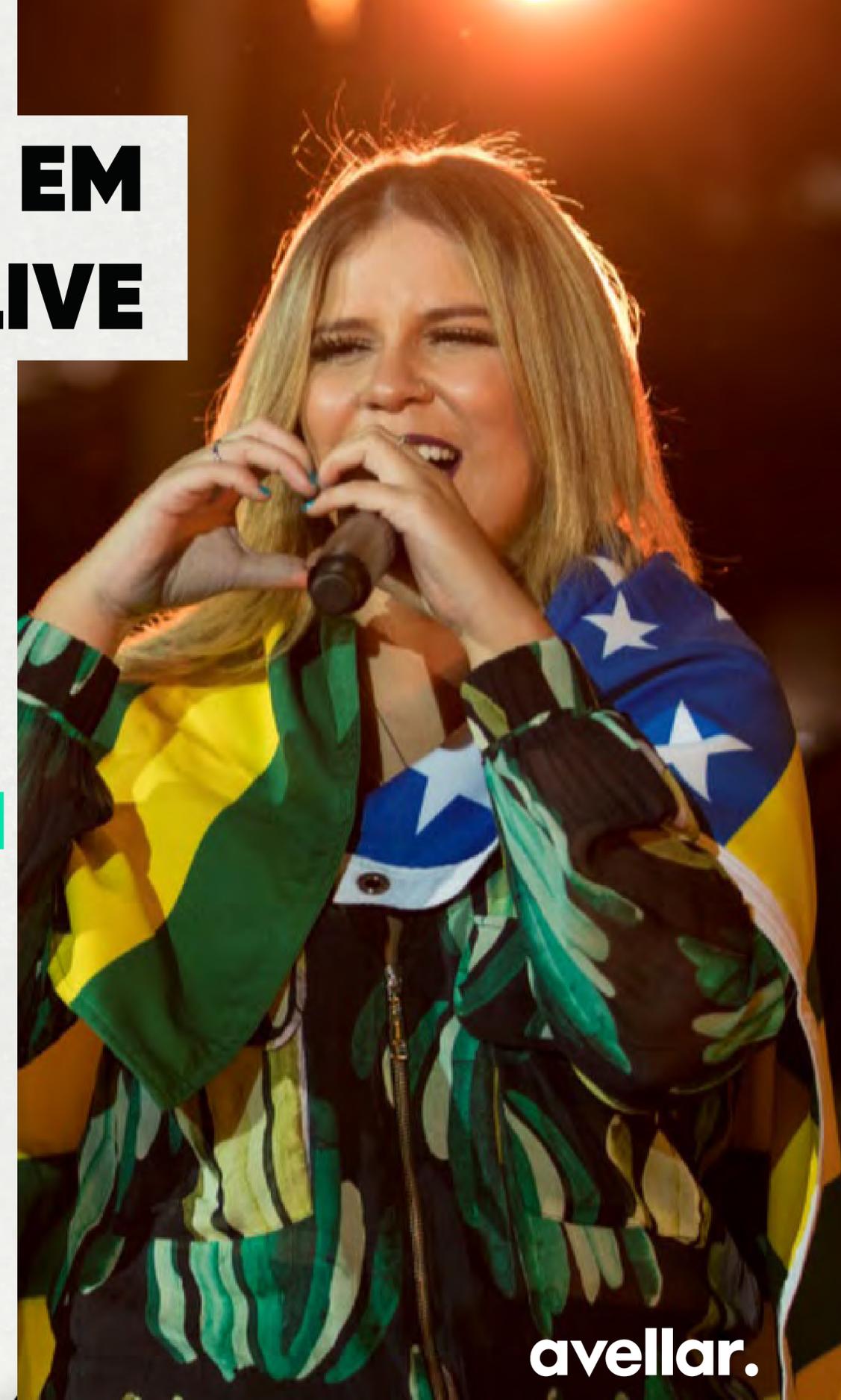


100

LITROS DE TINTA PARA CONSTRUÇÃO

E MAIS

O cantor Léo Santana entrou em contato para anunciar a doação de **500 cestas básicas**.



avellar.



RAPHA AVELLAR

@avellarrapha

CEO da Avellar

NOS ÚLTIMOS DIAS EU INVESTI MUITO TEMPO REFLETINDO E ANALISANDO **O PORQUÊ DA AVELLAR SER A AGÊNCIA CUJA CAMPANHA BATEU O RECORDE MUNDIAL.**

Todas as razões lógicas sugerem que não deveria ter sido a gente, afinal, **sempre existe alguém com mais recursos**, mais dinheiro, mais acesso... Poderia ter sido qualquer agência do mundo. **Fomos nós.**

E cheguei a uma conclusão. Essa conclusão é muito importante. Digo mais, vale para qualquer pessoa no planeta terra que esteja querendo fazer algo relevante e inovador, pois vai sempre existir alguém com mais recursos que você.

A RAZÃO PELA QUAL EU ACREDITO QUE FOMOS ESCOLHIDOS PRA REALIZAR ESSE FEITO, **É PORQUE NÓS NOS IMPORTAMOS MUITO MAIS DO QUE TODAS AS OUTRAS EMPRESAS E PESSOAS.**

avellar.

Todas as mudanças que nós estamos trazendo pro mundo da publicidade, desde o modelo de Partnership, a forma como tratamos as pessoas, o digital sendo o centro de tudo, dados, social, voz, cultura... para tantas outras empresas isso é buzzword ou algo que ameaça o próprio modelo atual da companhia,

e vários outros argumentos falhos. A história vai provar alguém correto. Esses céticos existiam quando éramos uma empresa de 3 pessoas, quando o escritório era na Favela da Maré, no Rio de Janeiro. Eles continuaram existindo quando tínhamos 30 pessoas no time, quando mudamos para a Barra

EXISTIMOS PARA REESCREVER AS REGRAS DA PUBLICIDADE.

enquanto para nós é o nosso norte.

Nós sabemos que sempre vão existir os céticos para discordar do que acreditamos. Os que acreditam que essa não é a forma que a indústria funciona, que os conglomerados e as holdings mandam no jogo, que o Brasil investe 80% do dinheiro em offline,

da Tijuca, quando a XP Investimentos tirou a sua conta de uma das maiores agências do mundo e deu para gente. E, continuam existindo agora que temos mais de 100 pessoas, escritórios no Rio de Janeiro e São Paulo. Afinal, eles sempre vão existir.

MAS, ENQUANTO NÓS NOS IMPORTAMOS O SUFICIENTE COM A CAUSA DE MUDAR FUNDAMENTALMENTE AS ENGRENAGENS DA NOSSA INDÚSTRIA, NADA DISSO VAI NOS AFETAR.

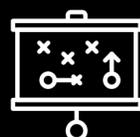
VAMOS CONTINUAR BATENDO RECORDES, CRESCENDO, E MOLDANDO O FUTURO DESSA MESMA INDÚSTRIA.

A AVELLAR

LIVE local
MARÍLIA COM
MENDONÇA

Conheça a avellar.

Somos uma agência full-service cujo modelo proprietário de operação entrega resultados de negócio mensuráveis através da criação e distribuição de conteúdo de qualidade em alto volume, integrando estratégia, criação, mídia e produção sob o mesmo teto



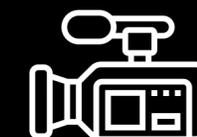
Strategy

Unindo arte e ciência, juntamos o melhor dos dois mundos em uma abordagem que aproxima as marcas de seus clientes.



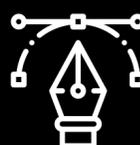
Voice&IoT

Operando nas novas fronteiras do marketing, desenvolvemos as melhores soluções de IoT, AI e Plataformas de Voz.



Production

Eficiente, ágil e integrada com estratégia. Isso é ser uma produtora em 2020.



Creative

Gerar conversas e mover cultura. Construir marcas em 2020 é sobre muito mais do que empurrar seu conceito no consumidor.



Influencers

Um programa holístico de influenciadores que faz uso perfeito das engrenagens modernas de formação de opinião.



Media

Reações, não impressões. Trazemos resultados reais aos nossos clientes através de uma abordagem inovadora orientada para plataforma.



Real-time brand management

Construir marcas em 2020 é sobre profundidade, não alcance. Aqui na Avellar escalamos o não escalável.

avellar. lab

Um set de produtos de consultoria imersiva e hands-on desenvolvidos para preparar o seu negócio para a era da transformação digital



2020 PLAYBOOK

Um manual sobre como mover resultados de negócio através de uma abordagem verdadeiramente integrada de marketing (estratégia, criação, planeamento de mídia, produção).



INFLUENCER BLUEPRINT

Uma série de sessões obcecadas em ajudar nossos clientes a compreender como lançar, gerenciar e mensurar estratégias de influenciadores através das plataformas que comandam o ano de 2020.



PLATFORM PUZZLE

Desmistificamos as atuais oportunidades das plataformas digitais com foco no seu mercado e negócio de forma a demonstrar como a sua empresa pode alavancar uma abordagem integrada para alcançar diferentes resultados de negócio.



O2 BRAND POSITIONING

Um modelo contemporâneo para determinar o melhor para sua empresa, através das lentes de atenção, cultura e foco obsessivo no consumidor.



CULTURE HACKERS

Uma metodologia dinâmica para identificar diferentes formas em que a sua marca pode engajar com atuais e potenciais audiências de uma forma que seja significativa e culturalmente relevante.



GEN Z DEEP DIVE

Um mergulho profundo sobre como conquistar os corações e mentes de uma das gerações mais desafiadoras da história da publicidade (7-23).



VOICE EXPERIENCE

Um workshop completo sobre como vencer em tecnologias de voz e nas novas plataformas de áudio, da educação até seu primeiro plano de ação.

avellar.



stone[®] + avellar.

WORLDRECORD

LIVE local
MARÍLIA COM
MENDONÇA