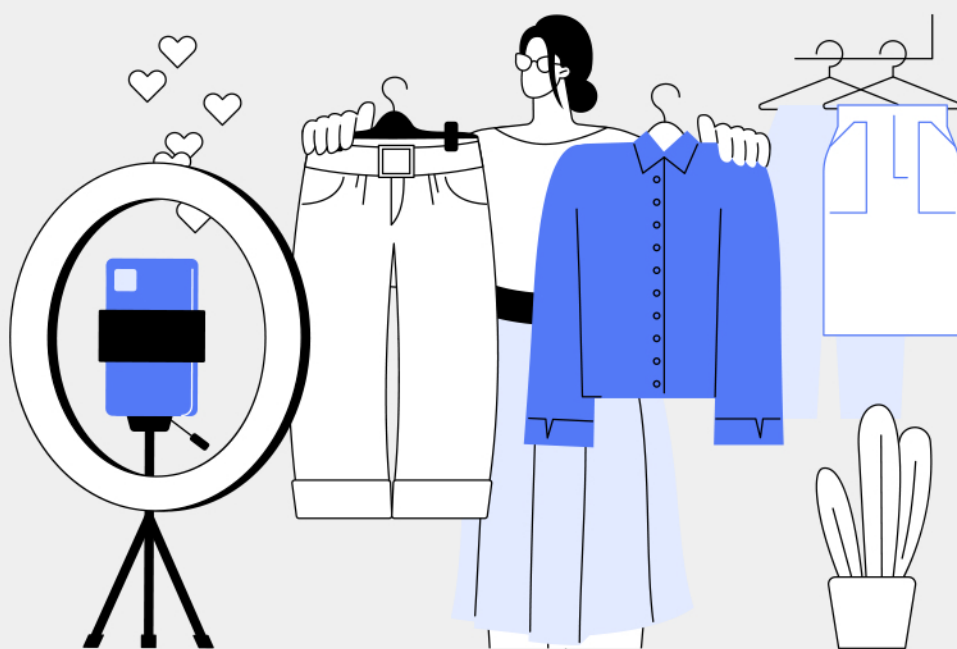


Grife de Vestuário

Uma grande grife de vestuário que ainda não era parceira do PiniOn nos procurou com uma hipótese que precisava ser comprovada com dados, porque o investimento seria alto.

A marca se planejava para desenvolver uma campanha publicitária de alcance nacional com uma celebridade brasileira para uma data comercial do ano.



Desafio

A escolha havia sido feita com base na popularidade dessa personalidade entre o público da campanha. Mas a personalidade além de popularidade e admiração de muitos contava com algumas polêmicas recentes sérias.

E um outro ponto foi levantado, o produto da campanha não necessariamente era comprado por quem se beneficiaria do produto, em muitos casos ele é dado como presente o que implicava que a campanha precisava conversar também com esse público que compraria o produto para presentear uma pessoa querida.

Precisávamos conversar com esses dois públicos para entender qual deles mais compraria o produto e o que eles pensavam sobre a figura famosa escolhida pela marca.

Ela conversava com os valores da marca? Fazia sentido na cabeça dos usuários essa figura estar relacionada a esse produto? Essa celebridade estrelar a campanha seria um fator motivador ou desmotivador para a compra?

Solução Desenvolvida

Para esse desafio, o **questionário quantitativo** era a melhor opção. Uma amostra metodologicamente escolhida, e que contava com ambos os públicos propostos, recebeu a missão de responder a esse questionário e compartilhar as percepções sobre o setor envolvido, o produto em questão e a celebridade inicialmente sugerida.

Resultado

Desaprovação massiva da figura escolhida para a campanha e não só por uma dissociação da pessoa com o produto, mas também do que a figura representa em relação ao que a marca propunha com aquela campanha. Foram milhões economizados em uma ação que seria prejudicial à marca. No questionário, outros nomes também foram inseridos e a partir dos resultados, a marca escolheu uma figura ideal para estrelar a campanha.