



Ação que vira case study internacional

Action that turns international case study

O lançamento da comunicação da NESTLÉ que assinala o momento em que toda a gama de cereais de pequeno-almoço passa a conter cereais integrais tornou-se um case study mundial. The launch of the NESTLÉ communication which marks the moment when the whole range of breakfast cereals is now contained in whole grains has become a worldwide case study.

É verdade que Portugal é para as multinacionais um bom tubo de ensaio para certas iniciativas mas, transformar num marco histórico o que podia ter sido uma vaga de crise para a Nestlé, não só comunicacional como de mercado, com previstas quebras de consumo, era inimaginável quando a Nestlé consultou a Green Media.

A estratégia de comunicação passou pelo serviço de pequeno-almoço às redações, com o objetivo de dar a provar a nova gama da Nestlé antes

It is true that Portugal is a good test tube for certain initiatives, but turning it into a historical milestone what could have been a crisis wave for Nestlé, not only communicational but also market-based, with expected drops in consumption, it was unimaginable when Nestlé consulted with Green Media. The communication strategy went through the breakfast service to newsrooms, with the aim of proving the new range of Nestlé before the journalists wrote about it and also, a solidarity event with public figures to raise awareness of healthy eating, bypassing an obstacle that eventually resulted in higher sales as early as the first month of launch. The strategy was designed during this quarter worldwide.

dos jornalistas escreverem sobre a mesma e ainda, um evento solidário com figuras públicas para a sensibilização de uma alimentação saudável, contornar um obstáculo que acabou por resultar na subida das vendas logo no primeiro mês de lançamento. A estratégia foi concebida durante esse trimestre a nível mundial.

A operação deu tanto que falar que a equipa da Green Media encerrou o projeto, sendo convidada a reproduzir a ação junto dos próprios colaboradores da Nestlé em Portugal, com rasgados elogios à criatividade e atitude dos recursos envolvidos. De uma ação pontual seguiram-se anos de consecutivas ações de mediatização, press releases de campanhas e produtos que, registamos, com muito sucesso onde ainda arrancou "o melhor press kit de sempre" dos jornalistas, na operação Dia da Mãe com o produto "tablete de chocolate para cozinha", num surpreendente press kit que tinha o produto na base de uma caixa fechada preenchida, momentos antes de cada entrega, por rosas naturais e frescas, o que causava espanto e surpresa a todas as jornalistas que o recebiam. Mais um entre muitos exemplos das histórias para contar com a Nestlé Portugal. ●

The operation gave so much to say that the Green Media team closed the project and was invited to replicate the action with Nestlé's own employees in Portugal, with praised creativity and attitude of the resources involved.

We followed a series of consecutive actions of mediation, press releases of campaigns and products that, we recorded, with great success where the "best press kit ever" of journalists was still launched, in the operation Day of the Mother with the product "kitchen chocolate bar", in a surprising press kit that had the product in the base of a closed box filled, just before each delivery, with fresh and natural roses, which surprised all the journalists who received it. Another one of many examples of stories to tell on Nestlé Portugal. ●

