

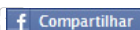
Quando as marcas realizaram os sonhos do consumidor

11 de novembro de 2015 · Atualizado às 12h03

Compartilhe:



0



Recomendar

295



Está cada vez mais claro que os sonhos e aspirações das pessoas podem ser o gatilho essencial para ativar o engajamento entre marcas e consumidores de uma maneira realmente poderosa. Nesta semana, uma história comovente ganhou mídia espontânea em todo o mundo e povoou o feed dos usuários nas principais redes sociais.

Um homem americano de nome Daniel Fleetwood, de 32 anos, fã de Stars Wars e com uma doença terminal, mobilizou a web com uma campanha para assistir ao mais recente episódio do longa antes da estreia. O novo filme da saga será apresentado pela primeira vez no próximo dia 17 de dezembro em praticamente todo o mundo, mas a Disney realizou uma exibição especial na casa de Fleetwood, que infelizmente faleceu na última terça-feira (10).

Confira abaixo alguns casos em que as marcas realizaram os desejos de seus fãs e consumidores:

Café da manhã com estrelas do rúgbi

Imagine um garoto que ama futebol e ao acordar se depara com craques como Neymar, David Luiz e Daniel Alves em sua mesa de café da manhã? E se depois da refeição ele fosse bater uma bolinha com as estrelas nos fundos de sua casa? Isso aconteceu com um pequeno neozelandês, através de uma ação realizada pela marca de cereais Weet-Bix. Evidentemente, ao invés de futebol, o rugby foi servido como temática.

Receba notícias no seu e-mail

enviar

Mais lidas



Scup lança ebook grátis para profissionais de social media

34256 visitas



Publicitária acusa Renner de plágio

12526 visitas



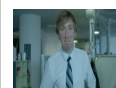
Brasil é o maior mercado do Instagram fora dos Estados Unidos

9385 visitas



Comentários racistas saem das redes e ganham outdoors

9296 visitas



A vida na agência de publicidade segundo o estagiário

9170 visitas



Cinco razões para utilizar o Marketing Digital e driblar a crise em sua empresa

9137 visitas



Adeus 3G: Google Maps passa a funcionar offline

6897 visitas



Infográfico ilustra os destaques do Mcommerce no Brasil

6208 visitas



New York Times distribui óculos de realidade virtual a leitores

5157 visitas



40,5 milhões de usuários brasileiros são impactados por ações no Twitter

Dream Day - Weet Bix - Commercial Ad



5120 visitas

Adnews - Movido pela ...
134.169 curtidas

Curtir Página

Cadastre-se

2 amigos curtiram isso



LEGO realiza sonho de garoto com Síndrome de Asperger

Um garoto com Síndrome de Asperger, um tipo leve de autismo, é fã de lego e seu principal desejo era ganhar uma coleção das peças de montar chamada Emerald Night Train. Como não tinham dinheiro, seus pais ficaram de juntar a quantia. O problema é que nesse meio tempo o brinquedo saiu de linha. Mas o garoto escreveu uma carta para a marca, que foi atendida prontamente, conforme você pode conferir no emocionante filme abaixo.

Why LEGO is the BEST Company in the World



Tweets

Follow

AdNews
@adnews_com_br

25m

Heineken promove ação com táxis estrangeiros em SP bit.ly/1ObumrH pic.twitter.com/M4MpEgMfsu



Tweet to @adnews_com_br

Os desenhos que viraram presentes de Natal

As crianças receberam a missão de fazer um desenho sobre o que gostariam de ganhar no Natal. O resultado surpreendeu a todos da Samsung. A partir daí a marca resolveu fazer uma surpresa para os pequenos, que viram seus desenhos se transformarem em brinquedos reais.

Samsung - Mais do que cartas



Mães cegas tocaram seus filhos no ultrassom

Criada pela agência Mood, a campanha "Conhecendo Murilo" prestou uma

homenagem ao Dia das Mães e ainda ganhou inúmeros prêmios pelo mundo afora. No filme, a marca apresenta a história real de uma mãe com deficiência visual que toca seu filho pela primeira vez, ainda no momento do ultrassom. Por meio de uma impressora 3D, o rosto do bebê é reproduzido permitindo que a mãe possa senti-lo e abraçá-lo.

Huggies Apresenta: Conhecendo Murilo



Shopping fechado em sonho infantil

"O que você acha que acontece em um shopping depois que as pessoas vão embora?". Foi a partir deste curioso questionamento que a agência Lápis Raro criou a campanha de comemoração dos 40 anos da Multiplan. Para produzir o trabalho, crianças de idades variadas foram convidadas a responder a pergunta. As mesmas crianças foram levadas para visitar um shopping durante a noite. A ação foi filmada em Belo Horizonte e envolveu aproximadamente 200 pessoas, dando origem a um filme de cinco minutos de duração.

Multiplan 40 anos - Uma Noite no Shopping



Estácio faz "Formatura em família"

O vídeo conta a história de Alzira, estudante de Direito da Universidade, que se formou após muita dedicação de todos os seus familiares. O post é o mais acessado da história das redes da Estácio e mostra como a jovem conseguiu conquistar o diploma universitário. Para retratar a importância deste momento, a Artplan foi acompanhar a trajetória da família de Alzira até o momento da formatura e, durante a cerimônia, fez uma homenagem especial aos familiares da jovem, que receberam diplomas especiais, como 'mãe guerreira' ou 'sobrinho orgulhoso'.

Publicado por Estácio
5.707.083 visualizações



Heineken na ilha dos sonhos

A marca de cervejas criou um projeto global para inspirar as pessoas a realizarem os seus sonhos. O filme The Dream Island conta a história de seis consumidores de diferentes países que se reuniram numa ilha da Tailândia sem saber o que aconteceria. O desfecho é surpreendente.

Heineken The Dream Island



Redação Adnews

Comentários (0)

0 comentários

Classificar por **Principais**



Adicionar um comentário...

Facebook Comments Plugin

Notícias Relacionadas



As melhores campanhas da semana (Nov 9-13)



4 propagandas da Doritos criadas por consumidores

Veja mais notícias



	Discovery manda nudes para consumidores		As melhores campanhas da semana (Nov 2-6)
	'Não somos artistas. Somos vendedores de sonhos'		Airbnb leva consumidor para uma noite na Vila do Chaves
	Brasil fatura ouro em Design no Et Ojo 2015		Seis campanhas que representam o Brasil no 'Idea Local'
	Orloff ensina 'a fórmula da zuera' para os consumidores		Neurociência aponta caminhos para marcas criarem anúncios eficazes

Institucional | Capa | Quem Somos | Cadastre-se | Comercial | Contato | Adnews em Revista Móvel
Canais | Destaques | Publicidade | Internet | Mídia | AllStars | Out of Home | Tecnologia | Televisão e Rádio | Vídeos

