

Guia Fornecedores

[Agência de Eventos](#)
[Agência de Modelos](#)
[Agências de Propaganda](#)
[Assessorias de Imprensa](#)
[Consultores](#)
[Emissoras de Rádio](#)
[Emissoras de Televisão](#)
[Estúdios de Fotografia](#)
[Gráficas e Bureaus](#)
[Institutos de Pesquisa](#)
[Mídia Exterior](#)
[Mídia Impressa](#)
[Produtoras de Áudio](#)
[Produtoras de Vídeo](#)
[Web](#)

Anuncie Grátis

[Empresas](#)

Anúncios pagos

[Empresas](#)

Mais Notícias de Hoje Clique Aqui:


Árvore de Natal da Bradesco Seguros com inovações no digital

Qua, 07 de Dezembro de 2011 10:42

[Curir](#) [Tweet](#) 2 [+1](#) 0

Em sua 16ª edição, a Árvore de Natal da Bradesco Seguros aposta no digital com inovações, tecnologia e branded content para promover a maior árvore de Natal flutuante do mundo, segundo o Guinness Book of Records.

Situada à Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio de Janeiro, apresenta este ano o tema "Um Presente para a Família Brasileira".

Para cuidar da comunicação e estratégias digitais da Árvore, a Bradesco Seguros contratou as agências MídiaWeb Inteligência Interativa e Vogg Branded Content. Ambas para atuar em todas as etapas do projeto - do planejamento às ações de sustentação pós-inauguração da Árvore, que aconteceu no dia 26 de novembro.

"As mídias sociais são ferramentas fundamentais de interação do público com a Árvore de Natal da Bradesco Seguros. Buscamos desenvolver um trabalho que unisse qualidade e tecnologia, aproximando as pessoas da maior árvore de Natal flutuante do mundo, segundo o Guinness Book of Records", explica Enrique Adan, Diretor Executivo do Grupo Bradesco Seguros.

As agências optaram por um planejamento que fosse capaz de atender a uma série de características, entre elas: inovação, design, experiência do usuário, interatividade, emoção, história e entretenimento.

"Trata-se de um projeto extremamente desafiador tanto pelo tamanho do escopo e recursos que sugerimos, como pelo pouco tempo que tivemos para colocar no ar todas as coisas. Tinha de estar pronto, aprovado e testado em 35 dias", conta Marcelo Biacchi, Diretor Geral da MídiaWeb. "E aqui o papel e participação ágil do cliente foram fundamentais", complementa.

Com recursos de face detection integrados com realidade aumentada, o visitante pode gerar seus próprios cartões de forma bastante personalizada. Fruto de suas intervenções "ao vivo" através de webcams no site. É possível também compartilhá-los em suas redes, gerando assim mais buzz e impactos.

Outra possibilidade de interação usando R.A. é a de levar uma réplica desta edição da Árvore de Natal da Bradesco Seguros, em 3D, para dentro dos lares das pessoas, ou seus ambientes de trabalho. Através do código impresso, a Árvore surge sobre águas também virtuais disparando fogos de artifício no ambiente em que a pessoa se encontra.

Ainda para explorar melhor o tema, foi criado um concurso cultural que funciona como uma espécie de manifesto ao resgate e estímulo à troca de mensagens entre as pessoas. Hábito importante de se manter e ser valorizado. Com o tema "Sua mensagem é o melhor presente", o concurso ainda possui uma mecânica com extensões na social media visando a disseminação do conceito, aumentar o buzz e a participação das pessoas. As mensagens mais criativas receberão prêmios incríveis. "Procuramos aplicar a comunicação digital como meio de promover a interação e o resgate deste cuidado no relacionamento entre as pessoas - mensagens refletem o momento de suas vidas e se eternizam no tempo. Com isso trabalhamos tanto o aspecto emocional promovendo momentos de reflexão, mas também o entretenimento", diz Marcelo Biacchi.

Para Sílvia Elmor, diretora executiva da Vogg: "O grande desafio era inovar em um projeto que, há 16 anos, é realizado com excelência pela Bradesco Seguros. Para isso, optamos por um diálogo transparente com o público, reforçando a simpatia que as pessoas tem pela Árvore e agregamos conteúdo, storytelling, makingoffs e roteiros animados com um toque lúdico, como o Natal deve ser".

Filmetes apresentam em capítulos a grandiosidade por trás de uma construção deste porte - da concepção ao dia de sua inauguração. Uma animação lúdica conta a história da árvore fazendo uma analogia entre os 16 anos de sua existência e um rapaz de mesma idade e suas memórias. A linha do tempo traz um arquivo com todas as edições desde o lançamento da Árvore de Natal da Bradesco Seguros em 1996, com as obras, fotos, vídeos, etc.

Com presença fragmentada pela social media, com perfis no Twitter, Orkut, Facebook, Foursquare e YouTube, a ideia é interagir com o usuário com uma linguagem apropriada a cada canal. A inovação deste ano ficou por conta do canal do YouTube "De Boa na Lagoa". Semanalmente, o canal apresenta dois quadros - "Números da Árvore", um quiz para testar os conhecimentos do público sobre a Árvore, e "Magia da Árvore", com depoimentos sobre o que um dos maiores símbolos do Rio de Janeiro representa para os moradores da cidade.

Para atender o briefing do cliente em transmitir elegância e beleza, a MW criou uma interface com linhas de design agradáveis e modernas. Losangos foram utilizados como identidade gráfica, formando janelas para exposição de conteúdos e para trabalhar os diferentes destaques e planos de fundo que compõe a ambientação de cada seção.

Também pela primeira vez, o evento de inauguração da Árvore de Natal da Bradesco Seguros foi transmitido em 360°, em tempo real através do site. Para quem foi à Lagoa, cinco telões exibiram as imagens do evento.

MAIS ...

1. Todo o projeto foi feito em 3 idiomas (português, inglês e espanhol)
2. A cobertura nas redes sociais e eventos também teve posts simultâneos em Português, Inglês e Espanhol
3. O site foi projetado para proporcionar acessos via tablets
4. Uma versão resumida foi desenvolvida para dispositivos mobile a qual vai ter uma dinâmica com atualizações constantes.
5. Tudo isso feito, aprovado e publicado em 35 dias
6. 30 pessoas foram alocadas exclusivamente no projeto digital