



## QUEM É A LIZ?

Liz é uma marca brasileira de moda íntima, parte do Grupo CMR, que se destaca pela inovação e qualidade premium desde 1989. Focada em oferecer conforto e bem-estar, a marca é conhecida por suas lingerie tecnológicas e sustentáveis, exportando para mais de 25 países.

A Liz se uniu à WT.AG em julho de 2024 e a campanha #NãoTireoSutiã foi a primeira entrega para a marca.



## OBJETIVOS

### 01 COMBATE AOS DESCONFORTOS

Utilizar o Dia da Lingerie como oportunidade para lançar a nova estratégia desenvolvida pela agência para a Liz: Liz no combate aos desconfortos femininos e proprietária do conforto real. Ou seja, reforçar a importância das mulheres não normalizarem o desconforto com seus sutiãs.

### 02 POSICIONAMENTO DA MARCA

Posicionar a Liz como uma marca de experiência única em conforto e bem-estar para o mundo do feminino.

# 80%

## DAS MULHERES NÃO SABEM O TAMANHO IDEAL DO SEU SUTIÃ.

FONTE: PESQUISA LIZ

## ESTRATÉGIA

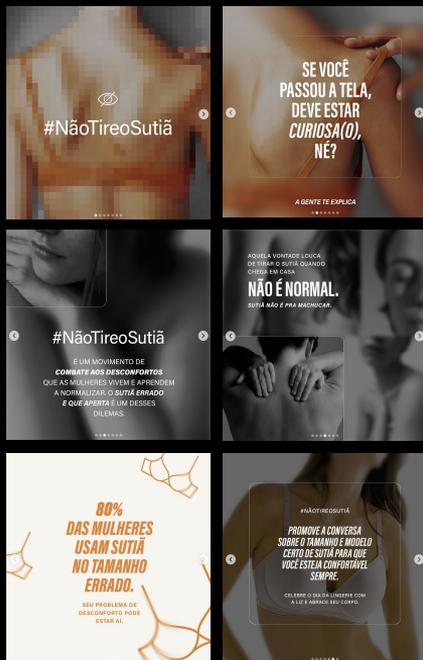
Desenvolvemos uma campanha digital integrada e de alto impacto, com o objetivo de despertar curiosidade e incentivar reflexões. Ela é baseada em uma verdade pouco conhecida, mas essencial: o desconforto tão comum entre as mulheres muitas vezes vem do desconhecimento sobre o tamanho correto do sutiã — uma informação que merece ser amplamente divulgada.

#### FICHA TÉCNICA

Afonso Zanchin - Planejamento - afonso@wt.ag | Bruna Rauber - Coordenadora de Criação - bruna@wt.ag | Eduarda de Lemos - Redação e Social Media - eduarda.lemos@wt.ag | Eduarda Niemeier - Marketing de Influência - eduarda@wt.ag | Eduardo Rodrigues - Diretor Criativo - dudu@wt.ag | Faberson Chequi - Diretor de Planejamento, faber@wt.ag | Jéssica Domingues - Atendimento - jessica.domingues@wt.ag | Kamilla Rodrigues - Direção de Arte | Lucas Feltes, CEO, lucas@wt.ag | Marcelo Marques - Mídia | Mariah Martins - Mídia - mariah@wt.ag | Mariane Fernandes - Coordenadora de Atendimento - mariane@wt.ag | Nathanael Pinheiro - Mídia - nathanael@wt.ag | Rhaiffe Ortiz - Videomaker | Sabrina Soares - Coordenadora de Planejamento - sabrina@wt.ag | Tatiane Rodrigues - Head de Mídia - tatiane.rodrigues@wt.ag

# THE HIGHLIGHTS

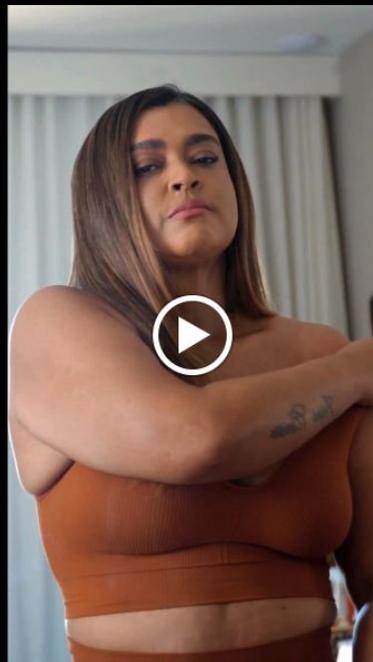
## LANÇAMENTO DA CAMPANHA



Carrossel no Instagram explicativo sobre a campanha

CURTIDAS	1.582
COMPARTILHAMENTOS	294
COMENTÁRIOS	98
SALVAMENTOS	123
VISUALIZAÇÕES	936.345

## POST COLLAB COM PRETA GIL



Reels em collab conectou com milhares de mulheres e trouxe luz ao tema.

CURTIDAS	71.238
COMPARTILHAMENTOS	1.213
COMENTÁRIOS	1.402
SALVAMENTOS	1.623
VISUALIZAÇÕES	3.190.833

## PODCAST BOM DIA OBVIOUS



Spot e patrocínio do episódio #252 do podcast "Bom dia, Obvious". O discurso abordado foi reforçando a luta contra os desconfortos normalizados pelas mulheres, começando pelo uso errado do sutiã.

## FAKE OUT OF HOME



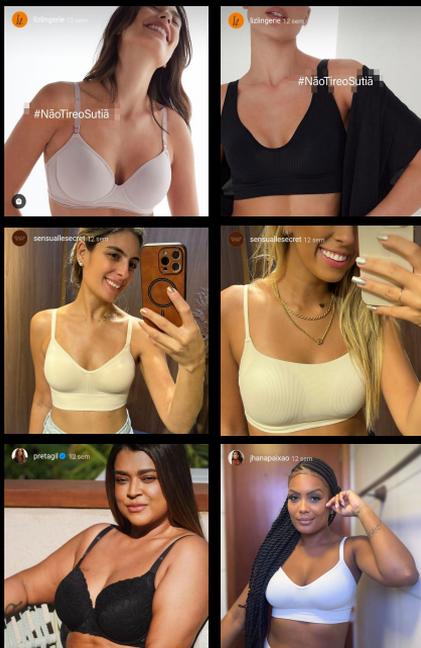
Um sutiã da Liz vestindo o morro Dois Irmãos no Rio de Janeiro.

CURTIDAS	4.917
COMPARTILHAMENTOS	746
COMENTÁRIOS	260
SALVAMENTOS	250
VISUALIZAÇÕES	932.829

5d 18h 44min 9s TEMPO DE VISUALIZAÇÃO

# THE HIGHLIGHTS

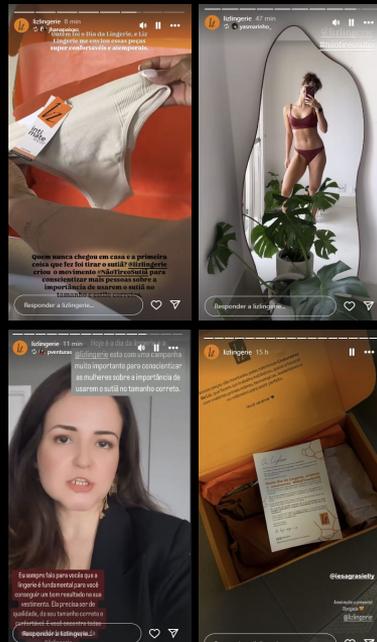
## CARROSSEL COLABORATIVO



Mostrando lançamentos da Liz e no segundo momento com a participação de fotos da artista Preta Gil e de outras consumidoras da marca.

CURTIDAS	9.834
COMPARTILHAMENTOS	75
COMENTÁRIOS	67
SALVAMENTOS	204
VISUALIZAÇÕES	1.931.765

## INFLUENCERS PARCEIRAS

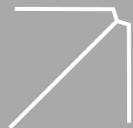


Para manter fortalecida a relação com influencers parceiras e consumidoras fiéis, foi realizado seeding com alguns lançamentos da marca, reforçando a campanha. A ação resultou em mais de 15 marcações em stories com inbox dos produtos e reforço de mensagem da campanha.

Com 4 conteúdos, a **#NãoTireoSutiã** tem resultados maiores que a soma de 50 conteúdos do patamar anterior da marca.

Um depoimento forte que comprovou que ações esporádicas com celebridades têm a força necessária para “furar a bolha” da marca.

# NOSSOS RESULTADOS



Volume  
das views



3.950.386

Muitas  
mulheres  
alcançadas



4.270.826

Número  
expressivo de  
curtidas em 4  
posts



81.416

Alcance médio normal de  
121.471 por publicação.

Média normal de 193  
curtidas por publicação.

Consumidoras  
engajadas nos  
comentários



1.782

Aumento fãs  
no Instagram  
em 7 dias



4.592

Média normal de 6  
comentários por publicação.

Média normal de 108  
seguidores por dia.

Comparativo com patamar anterior da marca (pré WT.AG)