

# Todeschini MUITO ALÉM DO PLANEJADO

## CONTEXTO:

Em 2024, a Todeschini celebrou 85 anos como referência em móveis planejados de alto padrão, reforçando seu posicionamento premium e buscando mais independência dos especificadores (arquitetos) para atingir diretamente o público AA e atrair novos franqueados. A marca se propôs a enfrentar concorrentes de peso e consolidar-se junto ao 1% mais afluente do Brasil — consumidores que apreciam design, arte e moda de alta qualidade.

## SOLUÇÃO:

Para diferenciar a Todeschini, criamos o conceito “Muito Além do Planejando”, comunicando que a marca oferece não apenas móveis, mas experiências e inspirações únicas. A campanha contou com Maria Fernanda Cândido, símbolo de elegância e sofisticação, e um evento de 85 anos com a Casa Vogue, voltado para arquitetos e franqueados. A websérie e conteúdos da campanha foram amplamente distribuídos nas redes sociais e mídias premium como Forbes e Vogue, com apoio de influenciadores e collabs.

## RESULTADOS:

A campanha gerou mais de 22 milhões de impressões, incluindo 3,5 milhões entre usuários únicos de Forbes e Vogue, e atraiu 250 mil novos acessos ao site, especialmente em São Paulo e Rio, praças-chave para a marca. A Todeschini tornou-se, isoladamente, a marca mais lembrada do seu segmento entre o público AA, com engajamento médio de 6,7% no Instagram (quase 5x acima do segmento). No TikTok, os vídeos alcançaram 86% de novos usuários. Entre arquitetos e franqueados, o conceito foi amplamente aprovado, consolidando a nova imagem da marca no mercado premium.



**+22M**  
IMPRESSIONES

**+7M**  
VISUALIZAÇÕES

**+250 MIL**  
ACESSOS À PÁGINA DA CAMPANHA

