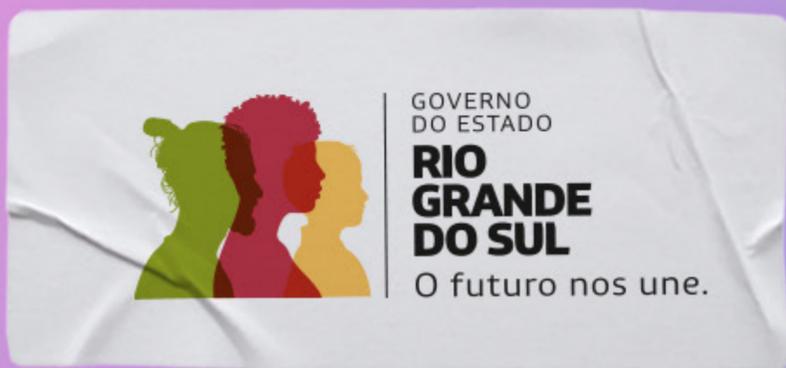


NÃO PARE DE CRESCER

BORRA

PRA ESCOLA



CONTEXTO

O FUTURO DOS JOVENS ESTÁ NA EDUCAÇÃO.

Em meio aos conflitos do nosso tempo, como crise climática, guerras, desigualdade social e desemprego, a percepção de futuro dos jovens está cada vez mais nebulosa. Por isso, nossa campanha precisava ser um farol, uma luz para guiar os jovens para um futuro melhor.

Dentro desse contexto, o desafio era impactar o público de pais e alunos dos anos finais do ensino médio, segmentando nossa mensagem entre as cidades onde era oferecido turno integral e as que não tinham essa modalidade.



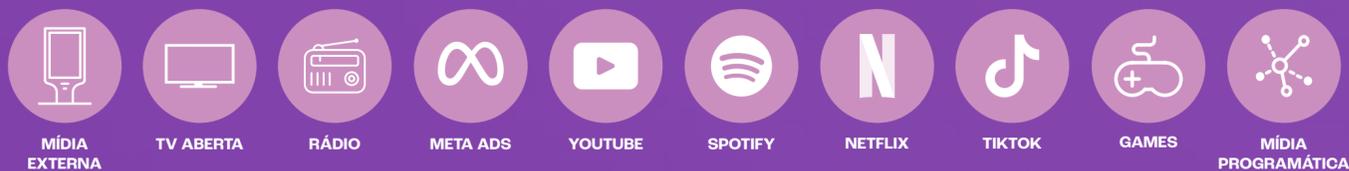
SOLUÇÃO

UMA CAMPANHA QUE FALA A LÍNGUA DOS JOVENS. E DOS PAIS.

A Matriz encontrou um tom único para comunicar ao público e trabalhou de forma inovadora na distribuição da mensagem, adequando as peças que impactaram os alunos e também os pais.

Com base no estudo de hábitos de consumo de mídia, a estratégia foi utilizar os meios internet, OOH, televisão aberta e rádio para garantir uma boa cobertura e frequência. A mídia exterior cobriu a cidade de Porto Alegre em mais de 200 pontos em painéis digitais, enquanto no rádio e na internet a mensagem foi segmentada entre as cidades que possuíam e que não possuíam turno integral.

No online, o meio mais utilizado pelos jovens, exploramos a campanha no Meta, YouTube, TikTok, Spotify, Netflix, mídia programática e games, sendo assim possível comunicar a campanha nos mais diferentes momentos de uso da internet.





MAIS ALUNOS NAS ESCOLAS: UM FUTURO MELHOR PRA TODO MUNDO.

A educação foi um dos principais pilares do Governo do Estado do Rio Grande do Sul e a ampliação das aulas em tempo integral na rede pública é um exemplo da importância da área dentro da administração. Com auxílio da campanha, o Governo conseguiu aumentar o número de matrículas na modalidade.

**65 MIL
MATRÍCULAS**

**COM UM AUMENTO
DE 3%** NO NÚMERO DE
MATRICULADOS EM 2022

A MAIS EM COMPARAÇÃO AO
ANO ANTERIOR

*Fonte: G1

Esse movimento foi importante, pois consolida o turno integral e incentiva a adesão de mais escolas - para 2025 está sendo projetada a ampliação da modalidade para mais 85 escolas.

+ DE 24 MILHÕES DE IMPACTOS NO AMBIENTE DIGITAL,
ENTRE PAIS E ALUNOS.

A estratégia de utilizar diferentes canais e comunicação para cada público se mostrou eficiente, pois foi possível perceber maior interação dos pais no Facebook, enquanto os jovens demonstraram maior interesse na campanha no Instagram e TikTok.

▶ Clique e
conheça a
campanha.

