

Verão
perfeito
é bem
do seu
jeito.



Contexto

Com a chegada do verão de 2024, o Zaffari tinha o objetivo de se conectar de forma estratégica com dois perfis de consumidores gaúchos: aqueles que permanecem em Porto Alegre durante os meses mais quentes, e aqueles que se deslocam para o litoral nos finais de semana ou para as férias.

A tradição de ir para a praia é forte no RS, especialmente na capital, e isso orientou o desenvolvimento de uma campanha que destacasse a versatilidade do Zaffari como parceiro ideal para ambos os públicos. A ideia era mostrar que, independentemente de onde o cliente estivesse, o Zaffari oferecia todas as opções para um verão **“Bem do Seu Jeito”**.



Solução

Para fortalecer ainda mais a marca e maximizar a visibilidade do Zaffari, a estratégia de mídia foi cuidadosamente planejada para envolver diferentes canais de comunicação que dialogassem com ambos os públicos visados na campanha. Com uma presença diversificada, foram incluídos materiais de rádio, mídia OOH (com outdoors, relógios urbanos e MUBs) e mídia digital no Spotify.

Essa combinação permitiu que a campanha de Verão 2024 alcançasse consumidores em momentos-chave: enquanto se deslocavam pela cidade, planejavam suas viagens ou relaxavam em casa, pensando no final de semana ou nas férias. A abordagem "Verão perfeito é bem do seu jeito" reforçou a conexão da marca com o estilo de vida gaúcho, posicionando o Zaffari mais uma vez como uma escolha natural para quem busca qualidade e conveniência.



MUB ON MENINA PROTETOR

[▶ CLIQUE AQUI](#)



Verão perfeito é bem do seu jeito.



Passe no Zaffari antes de viajar.



A horizontal billboard with a purple background. On the left, a young child is laughing while playing in shallow water. To the right of the child is a green ice cream cone. At the bottom right is the Zaffari squirrel mascot. The text is in white and green.

Verão perfeito é bem do seu jeito.



Passe no Zaffari antes de viajar.



A horizontal billboard with an orange background. It shows a young girl in a patterned swimsuit and a boy applying sunscreen to her nose. To the right is a purple ice cream cone. At the bottom right is the Zaffari squirrel mascot. The text is in white and purple.



Resultado

Ao longo dos meses de janeiro e fevereiro, a campanha foi ao ar, gerando cerca de 80 milhões de impactos - em perspectiva, isso é em torno de dezoito vezes o tamanho da população da região metropolitana de Porto Alegre. Isso fez com que tivéssemos uma frequência alta, garantindo a lembrança de marca e reforçando a imagem do Zaffari na mente do consumidor, seja aquele que passa o fim de semana na praia ou aquele que permanece na capital.

A mídia exterior digital - em relógios digitais - explorou o contexto de horário, exibindo imagens conforme a faixa horária: um prato com peixe próximo do horário do jantar e drinks de happy hour, no fim da tarde, como exemplo. O DOOH teve papel fundamental na estratégia e resultado de impactos, sendo responsável por 60% dos impactos totais. Sem estar presente fisicamente no litoral, o Zaffari se colocou ao lado do consumidor durante todo o verão por meio de uma campanha multicanal, acompanhando a jornada dos nossos consumidores.

▶ CLIQUE AQUI



10:30

▶ CLIQUE AQUI



14:00

▶ CLIQUE AQUI



19:00

▶ OUÇA O JINGLE

80 Milhões

de impactos | Região Metropolitana
POA: 4,4 milhões (fonte: IBGE)

Audiência estimada - Rádio:

28.561.744

Audiência estimada - OOH:

51.317.964

Impressões - Spotify:

448.853

