

# HOLDING CLUBE



HOLDING  
CLUBE

HOLDING  
CLUBE

NOSSO CORE  
BUSINESS  
É A emoção

# emo- ção



Nossa habilidade de  
construir e contar histórias  
que causem engajamento e  
provoquem sentimento.

**STORYTELLING**  
**STORYDOING**



HOLDING  
CLUBE

# ATRAVÉS DAS NOSSAS EMPRESAS

HOLDING CLUBE {  CROSS™ Roda  SAMBA SAMBA SAMBA  STORY MAKERS  AUÍRI INOVAÇÃO PARA IMPACTO banco\_ }

# WETRE MAKERS



45095 50413 60581 69149 8012

Somos uma holding  
de criativos e criadores.  
Cuidamos de sua marca  
da **ideia à materialização**

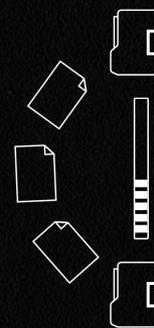
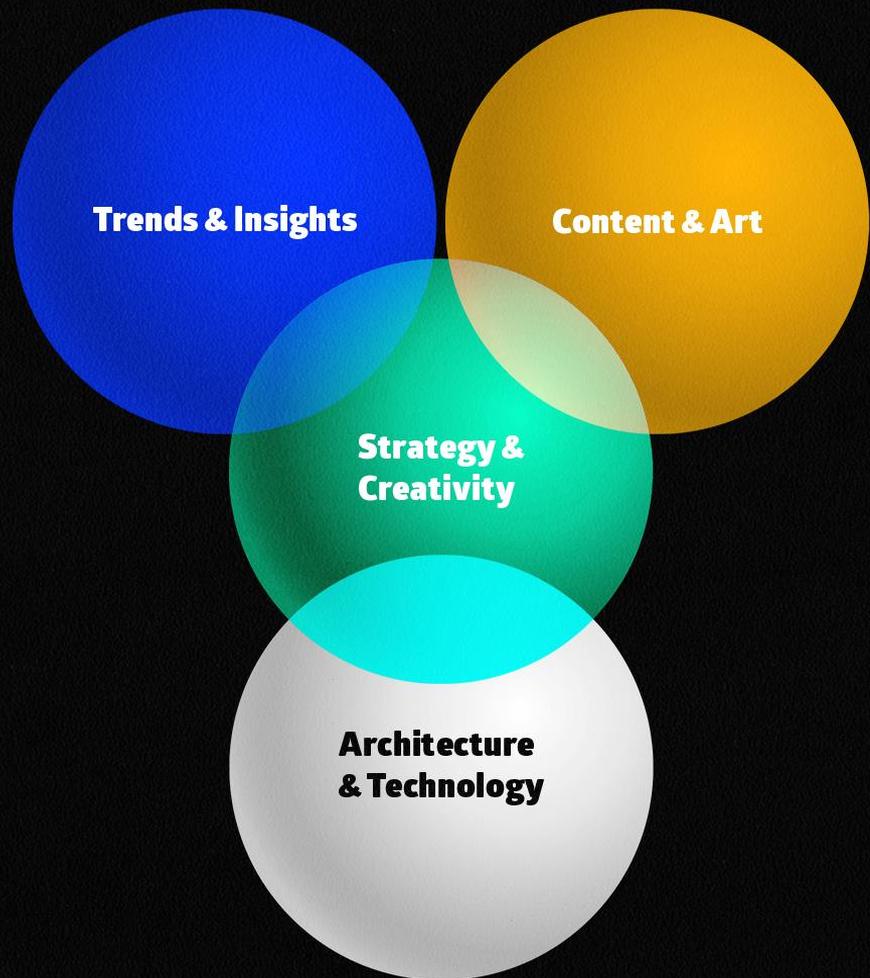
## FÍSICAS

- / Live Events e Experiências Digitais
- / Eventos e Experiências Físicos
- / Promoções e Incentivo
- / Ativações e Estandes
- / Gameficação

## STORYTELLING

- / Business Solutions
- / Planejamento e Criação
- / Estratégia e Desenvolvimento de Conteúdo
- / Direcional de mensagens para comunidades
- / Curadoria de influenciadores
- / Branding
- / Business Intelligence (BI)

HOLDING  
CLUBE



**COM UM**  
PROCESSO CRIATIVO  
**DIFERENTE**  
PAUTADO EM  
**dados**  
QUE DIRECIONAM  
**A COMUNICAÇÃO**

**LAB content**

HOLDING  
CLUBE

**E COMO TUDO ISSO  
VIRA CONTEÚDO?!**

## LAB content



- **Times Customizados**  
DE ACORDO COM O PROJETO.

- **Social listening**  
COMO BASE PARA CONSTRUÇÃO ESTRATÉGICA.

- **Criação de Storytelling**  
PARA CONECTAR MARCAS E CONSUMIDORES GERANDO EARNED MEDIA E ENGAJAMENTO.

- **Conversas realtime**  
COM FOCO EM OPORTUNIDADES DE ENTRAR NA CONVERSA DO PÚBLICO E REFORÇAR A COMUNICAÇÃO DURANTE A AÇÃO.

- **GESTÃO, CURADORIA E DIRECIONAL ESTRATÉGICO DE influenciadores**  
PARA CRIAÇÃO DE CONTEÚDOS

LAB content

HOLDING  
CLUBE

# E QUEM ATIVA AS CONVERSAS?





**JU FERRAZ**  
**BUSSINES & PR PARTNER**

Business Woman | Defensora do  
Corpo Livre | Influenciadora Digital

**Juliana Ferraz** é impulsionadora do **marketing nacional e projetos especiais**, e uma das principais referências de networking do Brasil. Atualmente ocupa a posição de **sócia, junto à direção de negócios e de relações públicas da Holding Clube**, maior grupo de marketing e experiências entre marcas e consumidores do Brasil, responsável pelos projetos proprietários do grupo e potencializando negócios da **Agência Samba e Banco de Eventos**.

A baiana também se posiciona em suas redes sociais como uma mulher guerreira e à frente de seu tempo, que quebra padrões e busca viver da forma mais leve possível.

**Ju Ferraz vem ganhando destaque por abraçar e escrever sobre temas importantes e de impacto social como empoderamento feminino e body positive, que lhe rendeu um evento proprietário intitulado B.O.D.Y. (Body Open Define You).**

Com sua **habilidade técnica, visão estratégica e paixão** pelo marketing digital, Anna Fiedler é uma **líder em sua área** e um recurso valioso para qualquer marca que busque aumentar sua presença on-line e impulsionar seu crescimento de negócios.

Atualmente na Holding Clube, maior grupo de marketing e experiências entre marcas e consumidores do Brasil, é responsável por projetos na área de marketing digital, com habilidades especializadas em gerenciamento de redes sociais, conteúdo de marca e marketing de influência.

Possui vasta experiência em trabalhar com as principais marcas do mundo, desenvolvendo estratégias de marketing de alto impacto que aumentam a visibilidade da marca, o engajamento do público e impulsionam as vendas.

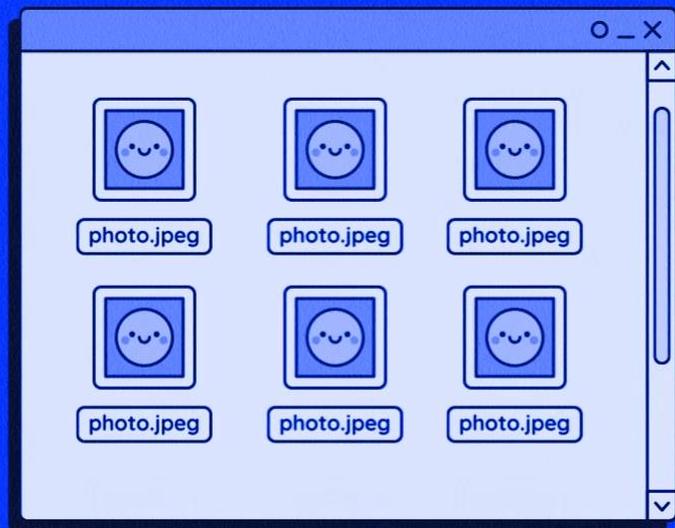


**ANNA FIEDLER**  
**HEAD DE ESTRATÉGIA  
DIGITAL DA HOLDING**

Criativa | Apaixonada por dados  
| Especialista em Marketing Digital

# Gestão de INFLUEN- CIADORES

que expandem a audiência de  
marcas ao levar suas mensagens  
para diferentes públicos.

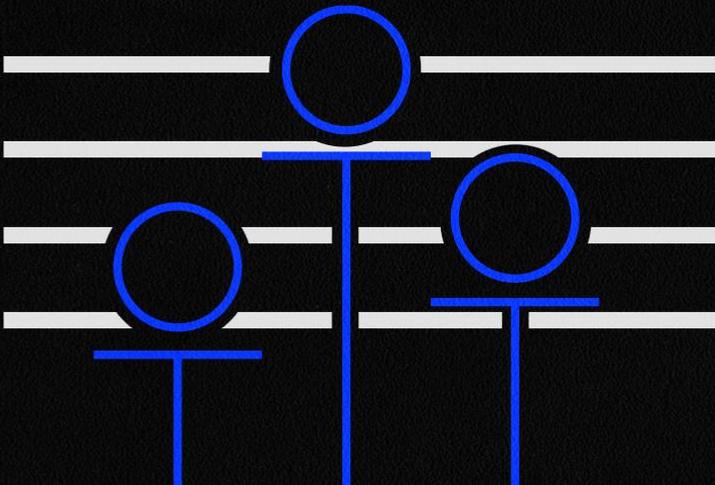


**A CREATOR  
ECONOMY  
CRESCERU 119%  
NOS ÚLTIMOS  
DOIS ANOS,**  
apontando que  
**1 EM CADA 4  
PESSOAS  
CONTRIBUI  
CRIATIVAMENTE  
NO MUNDO  
ONLINE**

Fonte: Adobe Future of Creativity

# TERRITÓRIOS DA MARCA GUIAM NOSSA **CURADORIA** **DE INFLUENCIADORES**

Através de social listening,  
**identificamos**  
**padrões de consumo**  
**e valores de**  
**comunidades**  
**nichadas**, construindo  
territórios de influência que  
marcas podem explorar



ESSE É O START DA NOSSA **CURADORIA DE**  
**INFLUENCIADORES** PARA UMA  
**CONSTRUÇÃO EFETIVA** ENTRE MARCAS,  
INFLUENCIADORES E PÚBLICO FINAL

# MATCH ENTRE MARCAS E INFLUS

compreendendo os valores das marcas e das suas campanhas para conectá-las com comunidades que compartilham os seus valores

Territórios de influência  
+ valores da marca

BI e nosso olhar de PR guiam a curadoria de influenciadores

Calendário de eventos e conversas para manutenção do relacionamento entre marcas e influenciadores

# EXPERIÊNCIA, CONTEÚDO E PR

são a base de uma  
comunicação efetiva.

Potencializando parceiros e  
parcerias ao longo da conversa.

LAB content

HOLDING  
CLUBE



LAB content

# OS BRIEFINGS QUE PODEMOS NOS CONECTAR

## CAMPANHAS DE LANÇAMENTO

MARCA, NOVOS PRODUTOS E EVENTOS

## AÇÕES DE EARNED MEDIA

GERAÇÃO DE MÍDIA ESPONTÂNEA ATRAVÉS DE BUZZ NAS REDES SOCIAIS, CONTEÚDOS VIRAIS OU MÍDIA NÃO PAGA NOS CANAIS TRADICIONAIS

## CONTEÚDOS DE ENGAJAMENTO

criação e produção de conteúdo para conectar as histórias e conversas da marca em social mídia, amplificando ações físicas no ambiente digital;

## CURADORIA DE INFLUÊNCIA

GESTÃO E CURADORIA DO TIME DE INFLUENCIADORES PLANEJANDO AS AÇÕES DA MARCA E DIRECIONANDO AS CONVERSAS DE CADA INFLUENCERS PARA A CONEXÃO COM A AÇÃO

## CONTEÚDOS AON

CONTEÚDOS DE SOCIAL MÍDIA PERENE

## CONTEÚDOS DE OPORTUNIDADE

MONITORAMENTO DE CONVERSAS EM SOCIAL MEDIA PARA OPORTUNIDADES DE ENGAJAMENTO DAS MARCAS

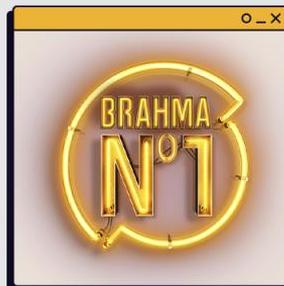
## AÇÕES DE CRM

DEFINIÇÃO DE PÚBLICO, CONVERSA E FREQUÊNCIA ATRAVÉS DOS DADOS QUE O CLIENTE TEM DE SEU PÚBLICO ALVO

## CONTEÚDOS DE ENDOMARKETING

CONVERSAS PARA O PÚBLICO INTERNO DO CLIENTE, EM CANAIS DIGITAIS

# clientes e cases



- Estratégia de Conteúdo AON
- Estratégia de Influenciadores



## O MATCH ENTRE MARCA E INFLUENCIADORES

Por aqui, já usamos o humor para uma super ação com **OMO** em prol de doações para o

# Criança Esperança

As conversas de marca atingiram mais de **13.400 milhões de contas + de 30 Milhões de impressões** durante a campanha, um crescimento de **350% 2 milhões e 300 mil plays** em doações.

COM  
**@ESSEMENINO**

# HUMOR COMO FERRAMENTA DE ENGAJAMENTO

Utilizando o humor na conversa criada para a Liquigás, Jojo todynho foi o match perfeito para quebrar o nicho da conversa da Stock Car e **amplificou a mensagem da Liquigás** em uma super ação



HOLDING  
CLUBE

- Ação de influenciador com foco em Earned media

Como resultado, o conteúdo obteve mais de **1 milhão de views EM MENOS DE 24H** com uma **mídia espontânea avaliada em 1.3 milhão**



# DO ON PRO OFF



## OVERVIEW SAMPLING MC DONALD'S

Para gerar experimentação de um produto, o match dos influenciadores foi tão forte quanto o match das marcas.

Do conteúdo até o PDV, eles guiaram a conversa direcionando o público a adquirir o produto certo para ganhar o sampling da ação.



**7 DIAS DE PROMOÇÃO**  
18 a 24 de outubro 2021



**500.000**  
PRODUTOS  
DISTRIBUÍDOS



**PRODUTOS PARTICIPANTES**  
**TODAS MC OFERTAS**



● Estratégia de  
mídia e curadoria  
de influenciadores

# CONVERSA, RELEVÂNCIA E UMA SEGUNDA EDIÇÃO

**C6**  
FEST

## O NICHU E O PODER DA INFLUÊNCIA

Nossa missão para o C6 Fest foi conectar o festival ao seu público através da curadoria de influenciadores e potencializar a venda de ingressos. Criando equilíbrio entre nomes consagrados e novos pouco conhecidos, no cenário nacional.

A conversa era de nicho e combinada a uma mídia massiva, dobramos as vendas do festival, lotamos as redes sociais com os conteúdos produzidos pelos influenciadores e conquistamos uma segunda edição.



# SABOR E CHEIRINHO DE DOMINGO TODOS OS DIAS

por Chef Otto



Frango Prático é aqui! [lojaseara.com](http://lojaseara.com)



Estratégia de conteúdo;  
Curadoria de influenciadores.

## COMPORTAMENTOS DE CONSUMO E INFLUENCIA

**Levamos o frango de padaria do domingo para a semana toda**

O social listening foi crucial para mapearmos o comportamento de consumo que direcionou a ação, tanto no formato de conteúdo quanto na abertura de conversa da marca – das redes sociais ao PDV.

## INFLUENCIADORES ATIVAM A CONVERSA DESDE O ON ATÉ O OFF



# PARCERIAS DE MILHÕES

• Estratégia de influenciadores com foco em earned mídia

Vem conhecer quem fará o  
**#CarnaBLZ**  
com a gente na Sapucaí

Sapucaí. Foco no look bafo da nova embaixadora da Beleza na Web 🥰💖



**nanarude** Quando falamos de Carnaval, um dos primeiros nomes que lembramos é **SABRINA SATO**. A musa já está na Sapucaí e prontíssima para curtir a festa, mas com uma novidade: Agora ela é embaixadora da @belezaonaweb.

A estrela ama inovar e é como um carnavalão: tem muitas versões. Então nada melhor do que estar junto do maior site de beleza do Brasil, do Grupo Boticário, para ajustá-la nisso.

A mulher mal chegou no Camarote N1, neste domingo (13), e já está roubando toda atenção. Fico chocada como tempo passa e ela fica cada dia mais bela, num é verdade? 💖🔥 #CarnaBLZ \*Pubôidade (Fotos: @lucasmvnetzei)

**edihorei** Futura rubanck de fevereiro chegando

Gostou: **cassa\_celu** e outras pessoas

FEBREIRO 20

## O MATCH PERFEITO ENTRE INFLUENCIADORES E ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO GERAM RESULTADOS DE MILHÕES

BELEZA NA WEB com sua entrada no Camarote N1 gerou em seu primeiro ano **1.950.485,00** em Earned media e EM **MAIS DE 18.068.290 IMPACTO DA MARCA**

**Sabrina Sato** como musa do Camarote e embaixadora da marca **potencializou a conversa e a conexão com o carnaval.**

**O Squad** de influenciadores construído para ação **gerou mais de 3 milhões em impacto para a marca,**



# PARCERIAS POTENCIALIZANDO CONVERSAS

- Estratégia de conteúdo AON
- Estratégia de influencia para o Camarote e Parceiros



**O ASSUNTO MAIS FALADO DA SAPIUCAÍ  
LEVANDO CARNAVAL PARA O MUNDO.  
+ de 1.7 MILHÕES  
DE PERFIS  
IMPACTADOS,  
PR Value  
de + de 36 milhões.**

**R\$ 10 milhões por 3 horas: por que Gisele mexeu tanto  
com o Carnaval?**



**Gisele Bündchen Parties with Pals at Rio de Janeiro Carnival**

On Sunday, the Brazilian model, 42, shared footage of herself dancing in the streets during Rio's world-famous carnival

**QUER  
FALAR SOBRE**  
**conteúdo**  
**COM A GENTE?**

Estamos aqui para trocar com você.

Send

[daniela.ragasso@holdingclube.com.br](mailto:daniela.ragasso@holdingclube.com.br)

**HOLDING  
CLUBE**



Acompanhe nossa **#HoldingTheCase**  
para ficar por dentro de tudo que rola por aqui.