
MANTRA
COMMUNICATION TO EMPOWER

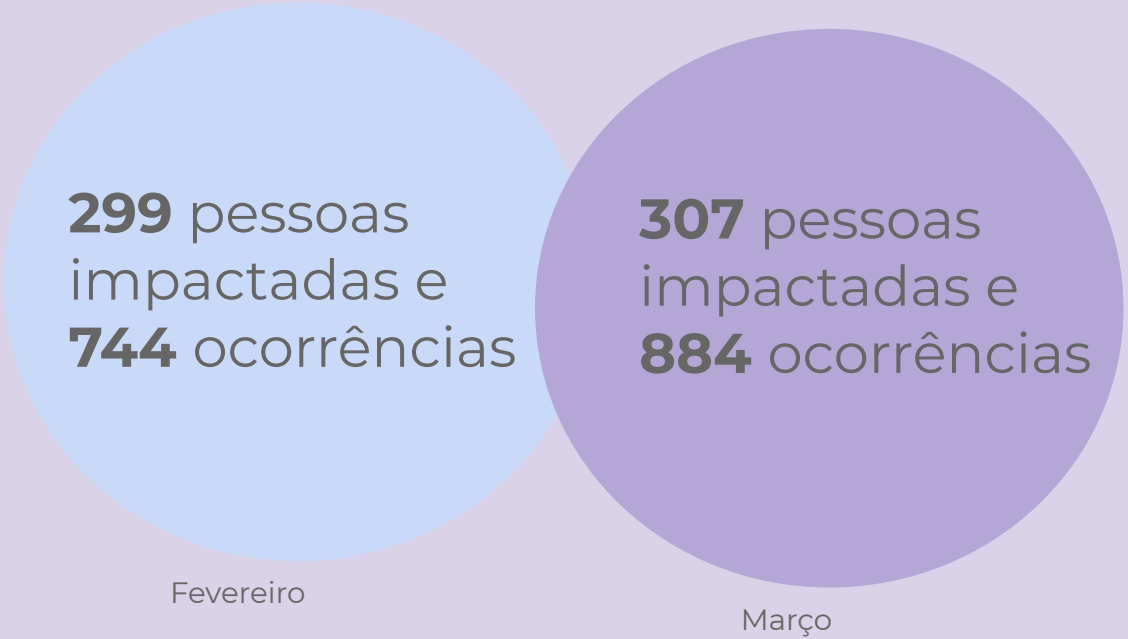
Maïs Pura

Relatório Março

MANTRA
COMMUNICATION TO **EMPOWER**

MONITORAMENTO

O QUE OS USUÁRIOS ESTÃO FALANDO DA MARCA + O QUE ESTÃO FALANDO DENTRO DA PRÓPRIA PÁGINA DA MARCA



O público se sente “Fantástico” dentro do monitoramento do Instagram. Isso acontece pois os **comentários positivos** em nossos posts estão maiores que as marcações de revenda, neste mês.

SAC

O QUE OS USUÁRIOS FALAM DIRETAMENTE COM A MARCA, OU SEJA, DENTRO DA PRÓPRIA PÁGINA

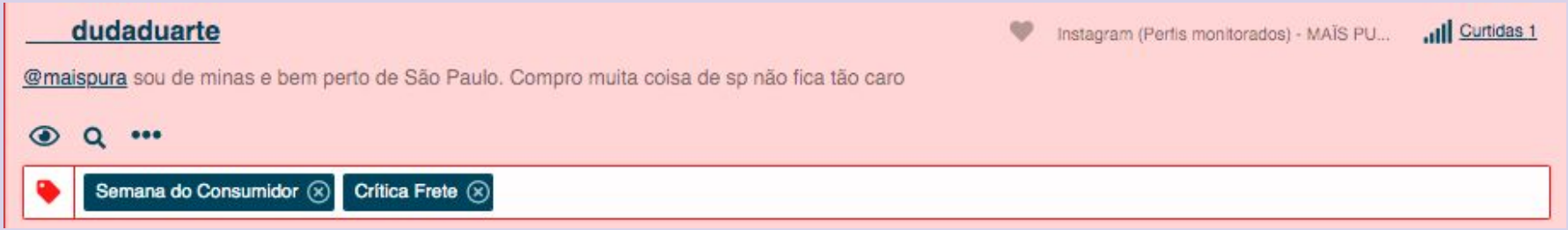
SAC INSTAGRAM



Tivemos um aumento no número de chamados atendidos em Março.
Reparamos que os posts relacionados aos conteúdos da **Cacau Zero** ainda geram bastante interação.

Porém, é importante ressaltar outros chamados negativos que tivemos neste mês, como:





carolcastrocampos

Instagram (Perfis monitorados) - MAÏS PU... Curtidas 1

Comi e passei MUITO mal! não tinha nenhum ingrediente que não posso, mas acredito que possa ter excesso de fibra alimentar que tinha na lista de ingredientes como um dos primeiros! 😔

A nova integrante da família | Reclamação

brunarferraz

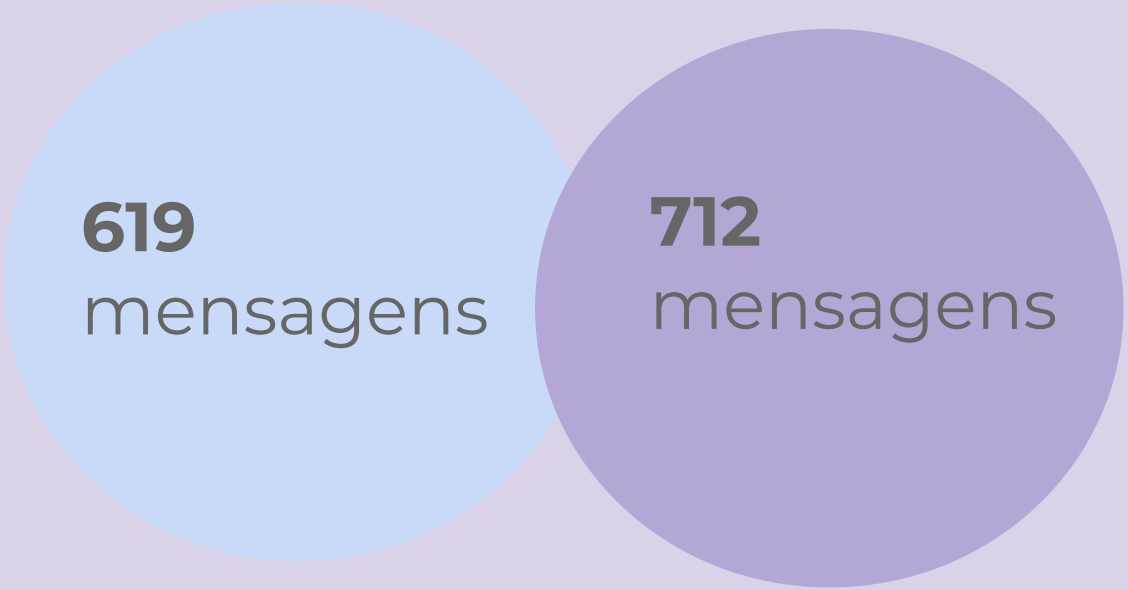
Instagram (Perfis monitorados) - MAÏS PU... Curtidas 1

@maispura meu pedido ja ultrapassou a data de entrega e até agora nao esta nem em transito, apenas com pagamento aprovado! Por favor gostaria de resolver isso o quanto antes, com uma posição sobre a entrega ou reembolso devido!

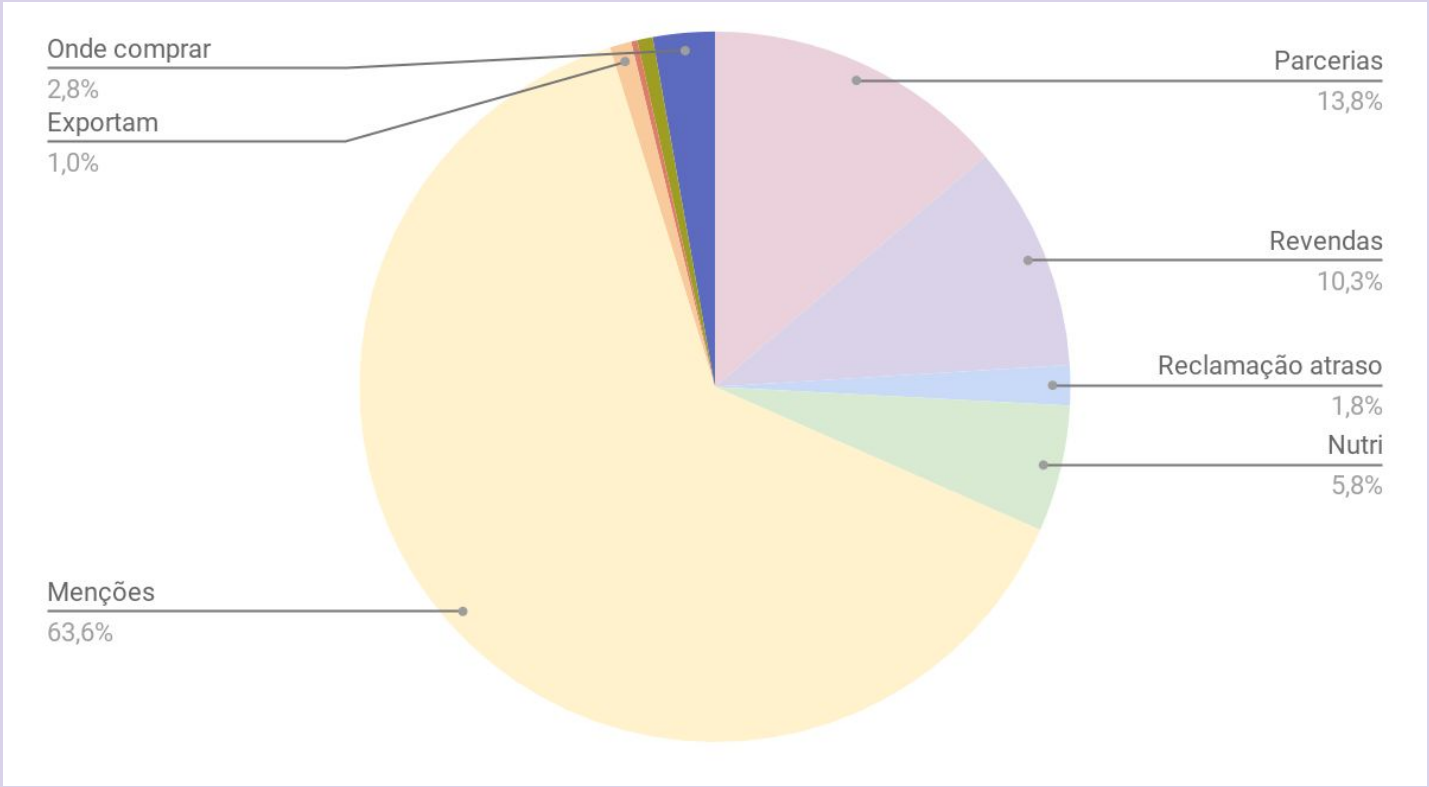
Dia do Cacau | Pedido atrasado

DIRECT

O QUE OS USUÁRIOS FALAM DIRETAMENTE COM A MARCA EM MENSAGENS PRIVADAS NO INSTAGRAM



- Como sempre, a maior parte dos directs que atendemos foi de pessoas consumindo as pipocas.
- Tivemos um grande número de reclamações sobre o atraso do pedido.


Onde comprar
2,8%
Exportam
1,0%
Parcerias
13,8%
Revendas
10,3%
Reclamação atraso
1,8%
Nutri
5,8%
Menções
63,6%

- Tivemos um considerável número de reclamações sobre o atraso;

- O consumidor pediu para fazer os outros sabores zero açúcar e mais sabores salgados.

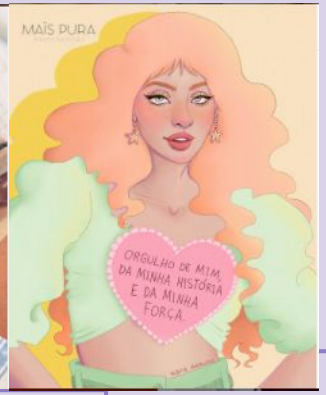
- Pensar em outras estratégias de divulgar o programa fidelidade, não tivemos muitas interações sobre isso e ficar apenas no post pode ter gente que não veja e irá ficar sem saber. Podemos fazer cartãozinho e mandar junto com as caixas, divulgar no sac quando vierem perguntar algo, postar mais no stories.

CONTEÚDO ORGÂNICO

Conteúdo Feed







A parceria com a Nath Araújo foi muito bem.
Esse foi o post o mais curtido, compartilhado e salvo.
Além disso, ganhamos **21 seguidores**.

O post com maior número de pessoas impactadas foi um repost.
Além das quase 16 mil pessoas, o post teve **153 visitas** no perfil e **25 cliques no site**.
O post também foi salvo 40x e teve 32 comentários.

A Cacau Zero segue como uma novidade, e os reposts foram muito valiosos para diversificar a nossa comunicação (além da campanha). Com 14.500 pessoas impactadas, o post foi salvo **29x**.

Conteúdo Feed



Assim como os meses anteriores, shootings de appetite appeal vão muito bem. Neste mês, trabalhamos esse pilar de duas maneiras diferentes.

A primeira é o shooting clássico, que teve **24 comentários, 83 ações** sendo, **72**,no clique na loja do Instagram.
O post também foi **compartilhado 29x** e **salvo 47x.**

O outro post foi em homenagem ao Dia da Pipoca. Em um layout muito conhecido do Instagram decidimos fazer essa brincadeira que se encaixa perfeitamente no mood da marca.
Ao todo foram **23 comentários** e **65 ações**. Além de ser **compartilhado 26x**.

Conteúdo Stories









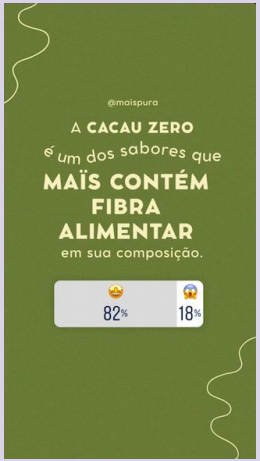




Seguimos desdobrando fotos do feed para os stories, com **interações**, **social listening** e levando todos os usuários para o **site**.
Nos exemplos acima temos:
57 ações
113 ações + 1 seguidor

Conteúdo Stories





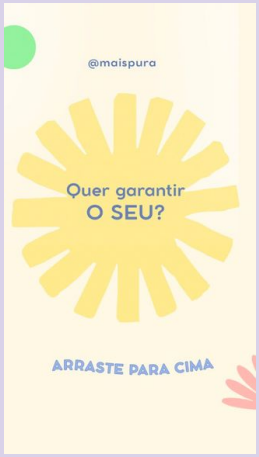


Quando falamos sobre os benefícios nos stories, mantivemos o padrão de usar enquetes para realizar o **social listening**.
Vimos que a maioria do público já sabia que a Maïs Pura é fonte de fibras.
O público também se manteve interessado para saber mais sobre, o que seria interessante para um IGTV com uma profissional.

O conteúdo sobre a semana do consumidor foi muito bem nos stories (melhor que no feed, como esperado).
Ao todo foram **69 ações**.
Para conteúdos promocionais, o stories sempre traz mais resultados.







PRÓXIMOS PASSOS

1- Os reposts seguem como os melhores posts do mês. Os conteúdos da Cacau Zero também tiveram resultados positivos e ainda geram bastante interação. Além de ser uma novidade e mostrar que a marca continua trabalhando para trazer novos produtos a seus seguidores, a comunicação orgânica, de mídia e com influenciadores teve continuidade, criando um bom storytelling.

2- Assim como no mês anterior, em março não abordamos conteúdos sobre meio ambiente ou mudanças de consumo. Esses conteúdo voltaram de maneira isolada nos próximos meses, sem ser o foco de nenhuma campanha.

3- Colocamos a loja do instagram no ar. Alguns produtos foram reprovados e estamos em contato com o Facebook para que todos os produtos estejam disponíveis. Faremos conteúdo para os stories mostrando como comprar diretamente do instagram e também iremos aproveitar para mostrar o novo layout do site.

PRÓXIMOS PASSOS

4- Trabalhar com os influenciadores além do repost é uma ótima forma de diversificar e trazer conteúdo ainda mais qualificado. O mix dos dois é o ideal.

5- Seguimos nos stories fazendo o social listening, entendendo melhor o nosso público e pensando em conteúdos futuros que sejam interessante para quem nos segue.

6- Iremos apresentar um novo shooting e possibilidades para as redes sociais.


NAMASTÊ!