

MRM Worldwide é uma das vencedoras do Prêmio ABEMD 2012

Agência ficou com o troféu de bronze na categoria digital com o case "Talentos da Maturidade", desenvolvido para o Santander.

A MRM Worldwide, agência que atua nos segmentos de Marketing Digital, Direto e de Relacionamento, levou o troféu de bronze na categoria digital do 18º Prêmio ABEMD de Marketing Direto, entregue no último dia 8, em São Paulo. O case premiado foi a campanha desenvolvida para o projeto "Talentos da Maturidade", do banco Santander, que motivou o público maior de 65 anos a compartilhar os seus talentos na internet.

"Mais do que um concurso nas áreas de música, artes plásticas, fotografia e literatura, o portal do Talentos da Maturidade se transformou em um canal de relacionamento entre o banco e seus clientes. A troca de experiências e a valorização das habilidades artísticas da terceira idade foram destaques na ação", explica Juliana Konen, diretora de contas da MRM.

Juliana afirma que o trabalho foi além da captação de participantes, pois disponibilizou novos recursos de acessibilidade no site, de acordo com o perfil dos internautas da melhor idade. "Criamos novas formas de interação que permitiram o acesso aos trabalhos publicados. Quem acessava podia curtir, avaliar e compartilhar no Facebook, Twitter e via e-mail, gerando maior engajamento entre os participantes", ressalta.

A campanha teve como resultado o aumento de 25% no tempo médio de permanência no site, elevação de 21 pontos percentuais no volume de inscrições online e o crescimento de 57% da quantidade de citações sobre o concurso nas redes sociais.

A MRM Worldwide (McCann Relationship Marketing) é uma das cinco maiores redes de Marketing Digital e Direto do mundo. O grupo é composto por 38 escritórios em 32 países e conta com mais de 2 mil colaboradores. Entre os clientes atendidos pela subsidiária brasileira estão empresas e marcas de prestígio como GM, Santander, Intel, Kroton, Colgate e ESPM.

A metodologia de trabalho da MRM se baseia em quatro pilares: Customer Experience: engloba o desenvolvimento da experiência do usuário por meio de análises linguísticas, antropologia digital, percepção das mídias sociais e prototipagem. Customer Engagement: envolve o planejamento de marca e canais de comunicação, estratégias de conteúdo, soluções para e-commerce, CRM, eCRM e Social CRM, publicidade online e mobile. Measurement & Analytics: definição de modelos e métricas de desempenho, captura e mensuração de dados, dashboard; Marketing Technology: arquitetura web, gestão de programas e conteúdo, integração de sistemas, managed marketing e produção digital escalonada. [www.dowbrasil.com e www.dow.com].

Fonte: Revista Fator Brasil on-line. Disponível em:

<http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=202772> . Acesso em: 16 maio. 2012.