

Visa usa ideias do público em campanha olímpica

O aspecto social da internet será a base da nova campanha de comunicação da Visa. A empresa de cartões, patrocinadora oficial dos Jogos Olímpicos de Londres-2012, usará ideias do público em mídias digitais para montar o novo projeto.

Os torcedores poderão colaborar por meio de redes sociais, como Facebook e Twitter. A campanha será construída a partir dessas sugestões, conceito que é conhecido como crowdfunding.

A ideia da campanha, chamada de "Go World", é fazer com que os torcedores participem, enviando seu apoio aos atletas por meio de vídeos, fotos e mensagens do Facebook da Visa, além de poder mostrar seu apoio com apenas um click em sites como YouTube, Yahoo! e SportsIllustrated.com.

Além disso, a Visa conta com mais de 60 atletas, entre eles Michael Phelps e Yelena Isinbayeva, que compõem o Team Visa. Estes esportistas responderão às mensagens do público em perfis nas redes sociais, contando histórias de como o apoio os ajuda na preparação para os Jogos. Os melhores vídeos e imagens serão selecionados para aparecer nas novas propagandas da empresa durante as Olimpíadas.

"Os fãs são atraídos para os Jogos Olímpicos pelas conquistas inspiradoras dos maiores atletas do mundo e, em troca, esse atletas são inspirados pela torcida e pelo apoio que recebem. Nossa campanha põe o público como centro dessa experiência e busca unir o mundo numa torcida global para espalhar o espírito olímpico" disse Antonio Lucio, chefe global de marketing, estratégia e desenvolvimento corporativo da Visa.

Fonte: Máquina do Esporte. [Portal]. Disponível em:
<<http://www.maquinadoesporte.com.br/i/noticias/marketing/25/25524/Visa-usa-ideias-do-publico-em-campanha-olimpica/index.php>>. Acesso em: 13 jun. 2012.