Lew'Lara\TBWA lança terceira fase de campanha "É Friboi?" destacando mudança no hábito de compra do brasileiro

Dessa vez, Tony Ramos marca presença em capitais brasileiras para mostrar como o consumidor está pedindo carne no PDV; ação conta ainda com "RingTony" para download, com voz do ator falando as famosas frases da campanha.

A Lew'Lara\TBWA dá continuidade à campanha que virou febre no País: "É Friboi?", da marca do Grupo JBS, estrelada pelo ator Tony Ramos. O objetivo agora é mostrar como a comunicação impactou o hábito de compra do consumidor brasileiro, que passou a pedir carne no ponto-de-venda pela marca, levando assim em consideração fatores como procedência e controle de qualidade. Para reforçar a mudança Brasil afora, o ator passa por importantes capitais brasileiras (São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Rio de Janeiro), em uma série de cinco filmes, produzidos pela Delicatessen, questionando o público sobre como esse passou a comprar carne.

A nova etapa conta ainda com um desdobramento na internet. Por meio do hotsite www.perguntafriboi.com.br , o público pode baixar o "RingTony", um toque de celular personalizado com, entre outras vozes, a do ator falando as famosas frases da campanha. O internauta pode escolher os jargões de sua preferência, de maneira interativa, e fazer o download.

A campanha estreou no início deste ano, com o ator apresentando a Friboi e ressaltando que carne de confiança tem marca e é importante pensar na qualidade ao comprá-la. Na segunda fase, Tony Ramos passou a estar presente no ponto-de-venda e a surpreender o consumidor que não pedia a carne pela marca. O objetivo era o de incentivar a quebra de uma barreira existente no mercado. Nessa etapa, Ramos também detalhava os atributos do produto Friboi. A assinatura da comunicação é: "Peça Friboi. Carne confiável tem nome".

A campanha virou sucesso de repercussão – um verdadeiro "meme" na internet e na mídia. Um case que acaba de ser indicado ao Prêmio Caboré 2013: Friboi concorre na categoria anunciante.

Ficha Técnica:
Agência: Lew'Lara\TBWA Publicidade e Propaganda Ltda
Cliente: JBS
Produto: Friboi
Título dos Filmes: Pergunta se é Friboi São Paulo, Pergunta se é Friboi Rio de Janeiro, Pergunta se é Friboi Recife, Pergunta se é Friboi Belo Horizonte
Direção de Criação: Manir Fadel, Felipe Luchi, Cesar Herszkowicz
Criação Online: André Finaga, Lucio Caramori, Enzo Giacomin, Lucas Veloso, Phillipe Daijó
Criação Offline: Lucio Caramori, Phillipe Daijó
Atendimento: Raquele Rebello, Camila Machado

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

Atendimento Online: Maureen Gonzales, Mariana Costa,
Gerente de Projetos: Marina Sala, Mayla Froes
Planejamento: Renata D´avila, Renato, Sapiro
Mídia: Luiz Ritton, Thiago Ferraz, Mariana Oliboni e Frederico Lopes
RTVC: Luzia Oliveira, Cristiane Marinari
Produção do Filme: Delicatessen
Direção do Filme: Gustavo Leme
Produtora de Áudio: Audio Boutique
Aprovado por: Wesley Batista, Jose Augusto de Carvalho Jr, Marô Rocha

Fonte: Portal da propaganda. [Portal]. Disponível em: <http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/component/content/article/16-capa/38775-lewlaratbwa-lanca-terceira-fase-de-campanha-e-friboi-destacando-mudanca-no-habito-de-compra-do-brasileiro>. Acesso em: 10 out. 2013.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.