



yellowfish
LLC

/ CREDENCIAIS /
2023

CRIATIVIDADE E PERFORMANCE

Acreditamos que a construção de marcas icônicas e o crescimento dos negócios passa pela capacidade de unir universos até então distintos. Não se trata de online ou offline. De uma grande ideia ou de dados, mas de construir histórias, de conectar com o consumidor, de relevância e performance



CONSUMER-CENTRIC STRATEGY

A consolidação das plataformas digitais torna esse desafio ainda maior. De um canal de comunicação e/ou de geração de leads, o digital passa a ser o centro da operação e da estratégia da empresa

Ausência de resultados

Sensação de pequena evolução

Perda de relevância/espço para concorrentes

Baixa visibilidade dos indicadores de performance



CONSUMER- CENTRIC STRATEGY = CONNECTION PLAN

Branding & Awareness

Mídia de performance

Gestão de canais sociais

Construção de plataformas

Conteúdo e Criação

Experiência e Jornada do cliente

Ativações, treinamentos e eventos

CRM e Gestão de base de clientes

Automações e Dashboards

Estratégia de comunicação

EMPRESA

Sob a ótica estratégica.
Moldando a forma como se
relaciona com os mais diversos
stakeholders e equipes

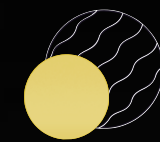
CONSUMIDORES

Em relacionamento e
experiência, seja na aquisição,
processo de decisão ou
retenção/relacionamento com
a empresa



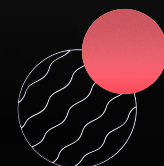
PILARES

Straight to the point

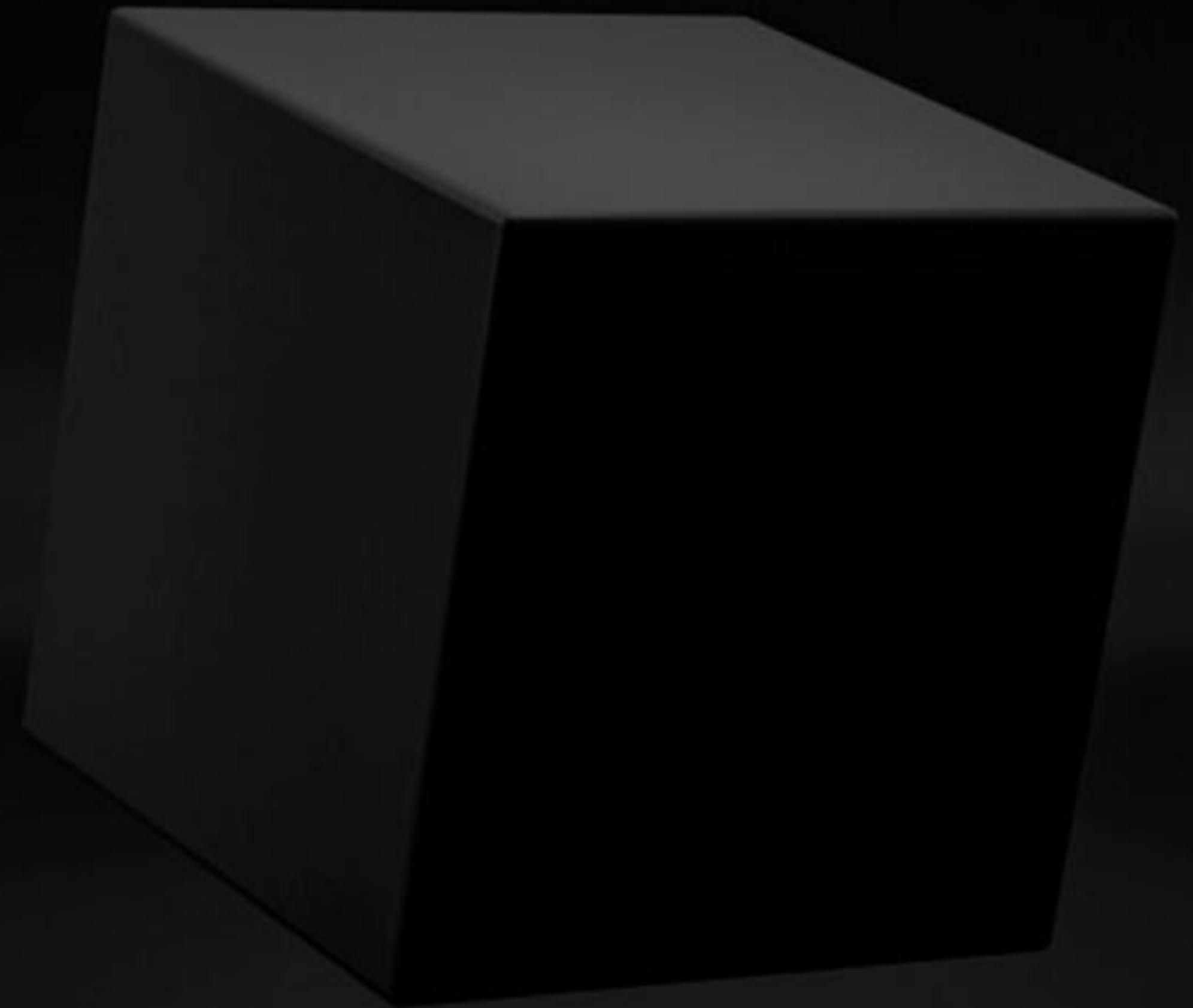


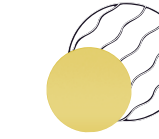
Estratégia e planejamento do digital devem ser construídos em parceria entre agência e cliente para que todos estejam comprometidos. Vendas e Marketing fazem parte do mesmo funil, assim como nós. Estamos no mesmo barco. Temos interesse e participação direta nos resultados.

In data we trust



Sabemos que, sem metodologia, sem processos e sem tecnologia, os resultados serão fruto do acaso. Atuamos com dados para insights, não com um tipo de mídia. Pensamos em jornada (em fluxo e dados), utilizamos técnicas de CX/UX e design thinking, com foco em aquisição eficiente e de gestão do cliente (relacionamento e lifetime value).

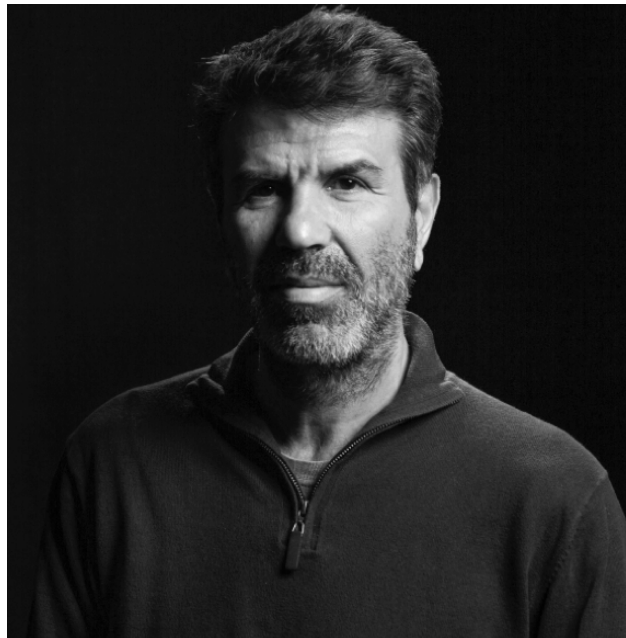




Algumas marcas que fizeram – e fazem – parte da nossa história



EQUIPE: GESTÃO



JULIO DE OLIVEIRA
Co-founder & Chief Sales
Officer



GUSTAVO REIS
Co-founder & Chief Growth
Officer



ALAN PRAES
Co-founder & Chief Planning
Officer

EQUIPE: ESPECIALISTAS



Atendimento
Ponto focal com gerenciamento de demandas, briefings, materiais e orçamentos



Planner
Planejamento da estratégia digital, incluindo análise de mercado e gestão das campanhas



Eventos & Projetos
Coordenação e execução dos projetos digitais e produção de relatórios



Criação & Motion
Criação de conceitos visuais em mídia e orgânico alinhados aos guias de estilo da marca



Redação
Produção de textos, slogans e afins em mídia e orgânico, em par com designers e revisores



Social & Content
Supervisor do time de Criação e Redação envolvido, controlando calendário de entregas



Social Media
Publicação e análise de conteúdos orgânicos e insights para engajamento e presença de marca



Mídia & BI
Coleta, análise, interpretação e insights dos dados das campanhas e da concorrência

/ Cases /



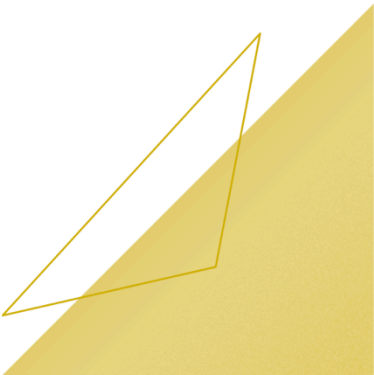
_case: Banco Itaú

DESAFIO

Cobertura ao vivo de evento de premiação do Itaú Unibanco, divulgando a #premiowalther.

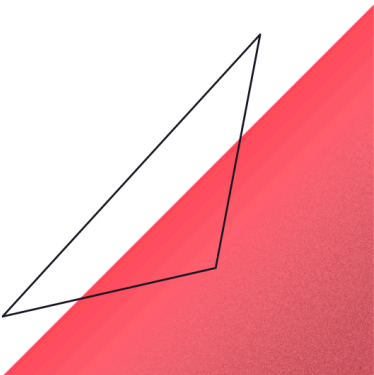
FOCO

Aumentar em 500 o número de inscritos no canal Instagram



+ 1.300

seguidores conquistados em uma única noite

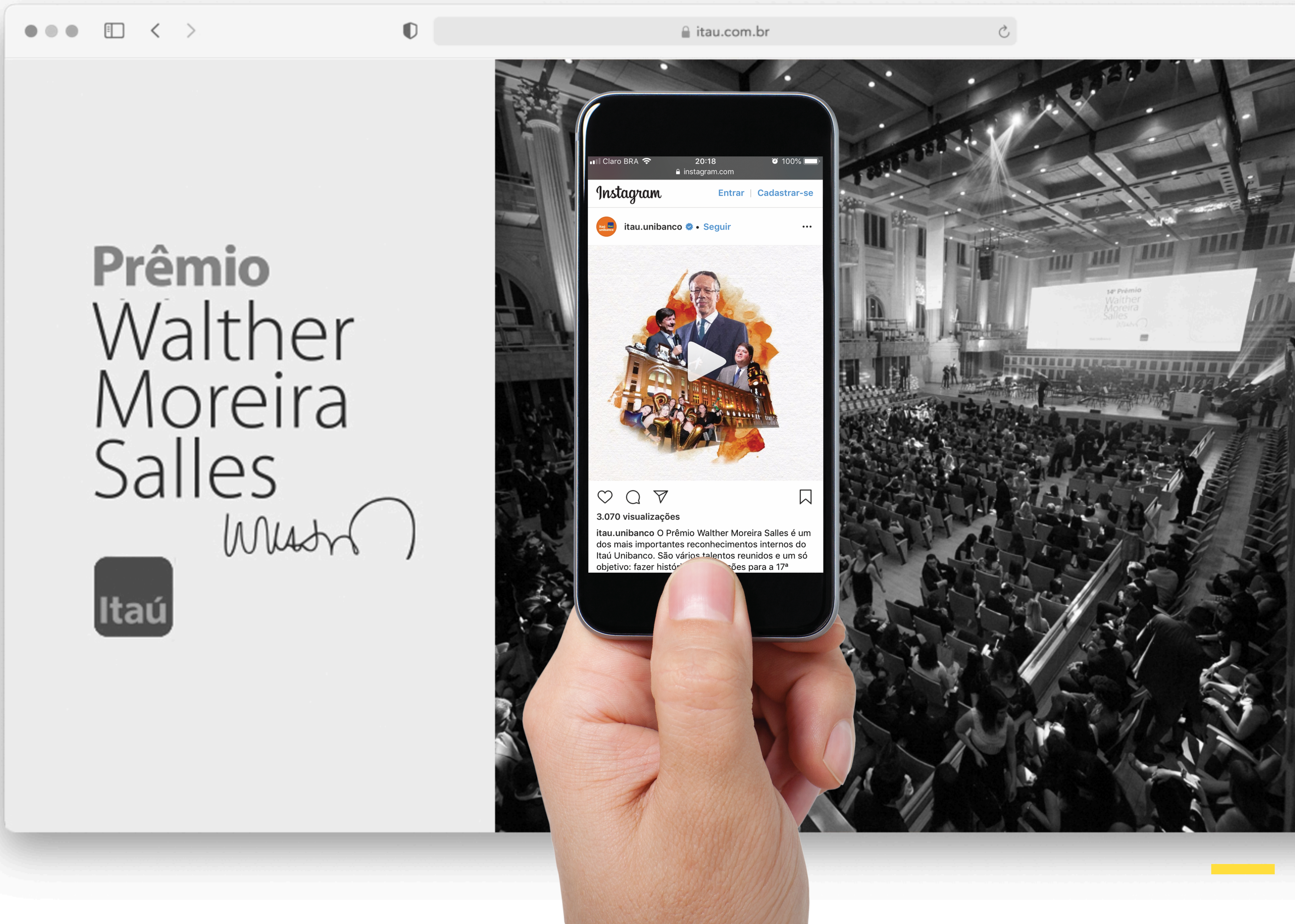


473

menções à #premiowalther durante o evento



A peça em destaque se tornou o KV para a remodelagem do Espaço Memória, localizado na sede do Itaú e dedicado a preservar a história do banco



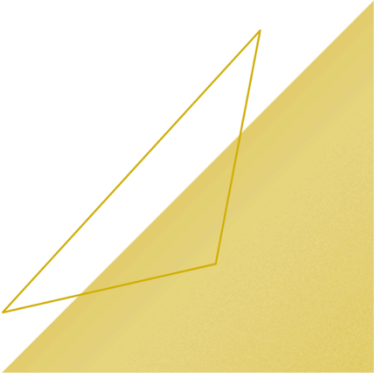
_case: Grupo Lar

DESAFIO

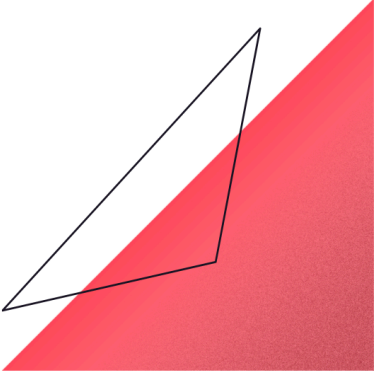
Refazer a estrutura de campanhas da multinacional do mercado imobiliário em cenário de alta de juros e inflação de cliques (eleições e Copa do Mundo)

FOCO

Otimizar a operação com aumento mínimo de CPC

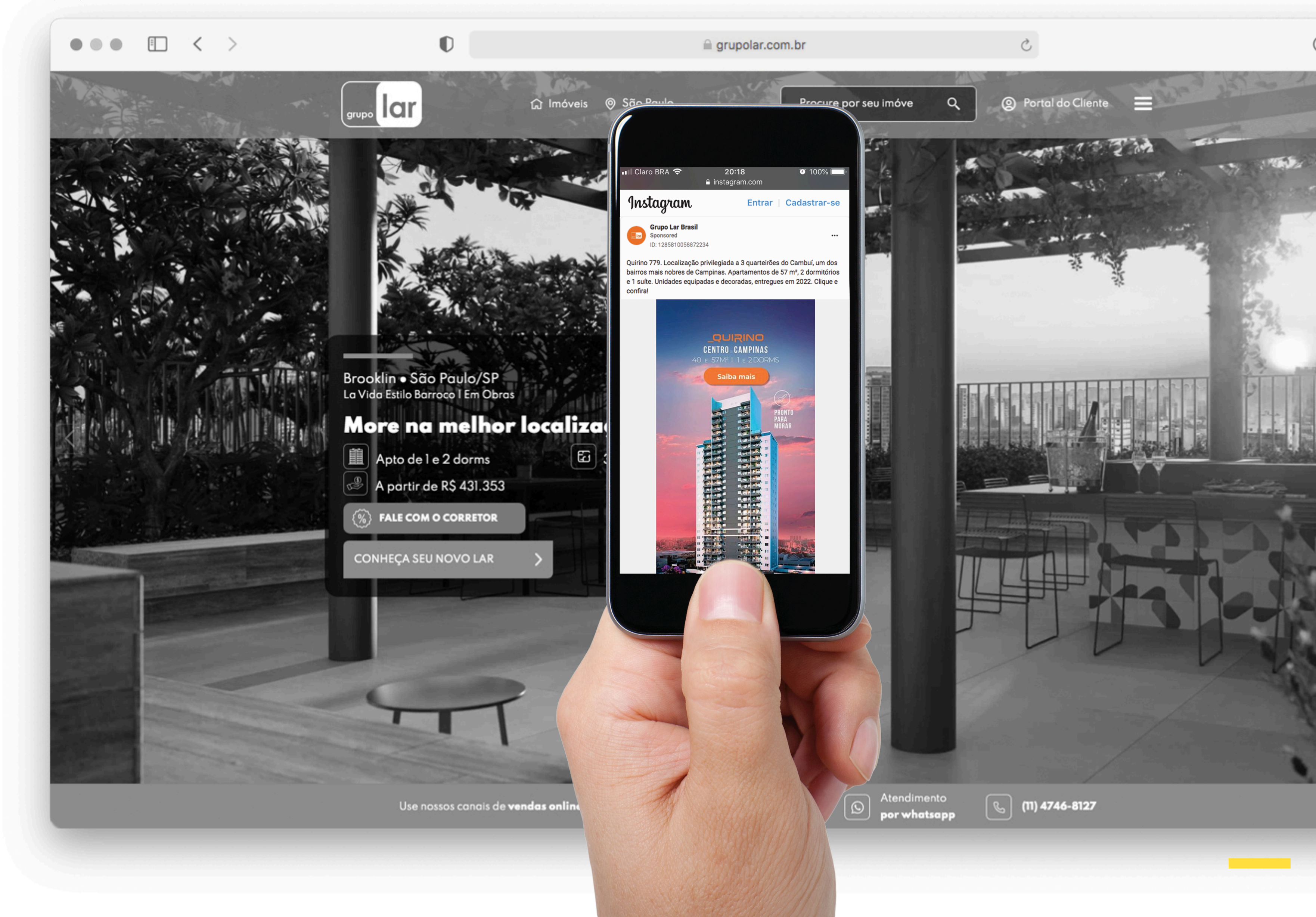


ECONOMIA DE **85%**
no CPC em Google,
com exploração de novos
formatos como Discovery
e Performance Máx



ECONOMIA DE **17,5%**
no CPC em Meta com
exploração de múltiplas
segmentações e
diversificação de formatos

★ A estrutura de campanhas foi aproveitada pela marca nas suas operações em outros países das Américas do Sul e do Norte e da Europa



_case: Banco BBC

DESAFIO

Redesenho do site da empresa após mudança de “conta digital” para “banco digital”, com estratégia de SEO para aumentar o número de usuários

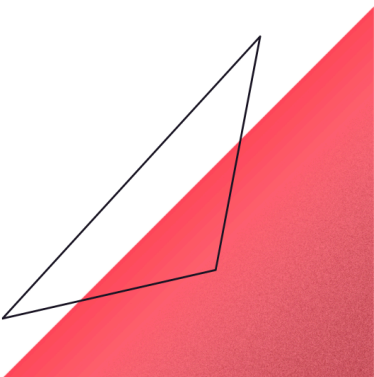
FOCO

Melhorar o ranqueamento em Google para o termo “BBC Digital”



20x + usuários

no novo site por dia (de 14 para 290 – em média)

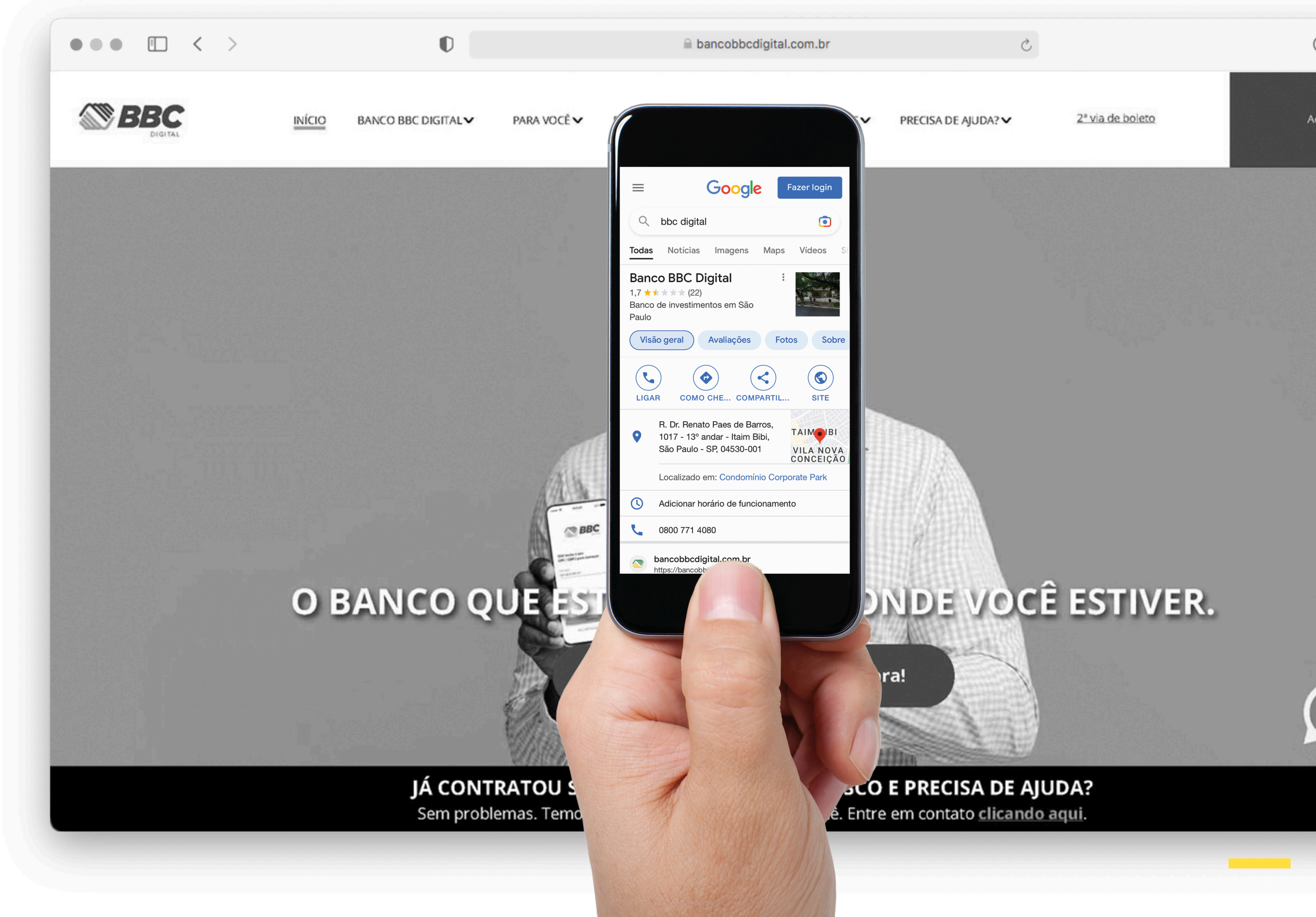


1º lugar

no Google em pesquisas por “BBC Digital”, mesmo competindo com o canal digital da BBC Britânica e com empresa de mesmo nome filiada à Canon



O sucesso do novo site provocou uma reavaliação em diversas outras páginas do Banco para agregá-las à arquitetura que construímos



_case: Tuim

DESAFIO

Convencer o público a alugar cadeiras para home office durante a pandemia

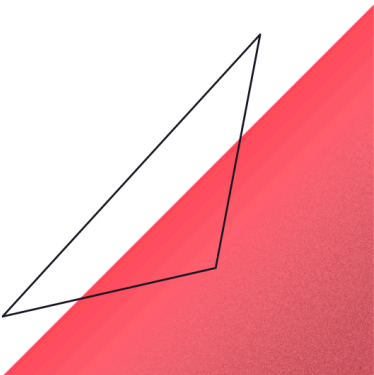
FOCO

Número de pedidos e contratos assinados



40x

aumento do volume de contratos assinados nos três primeiros meses

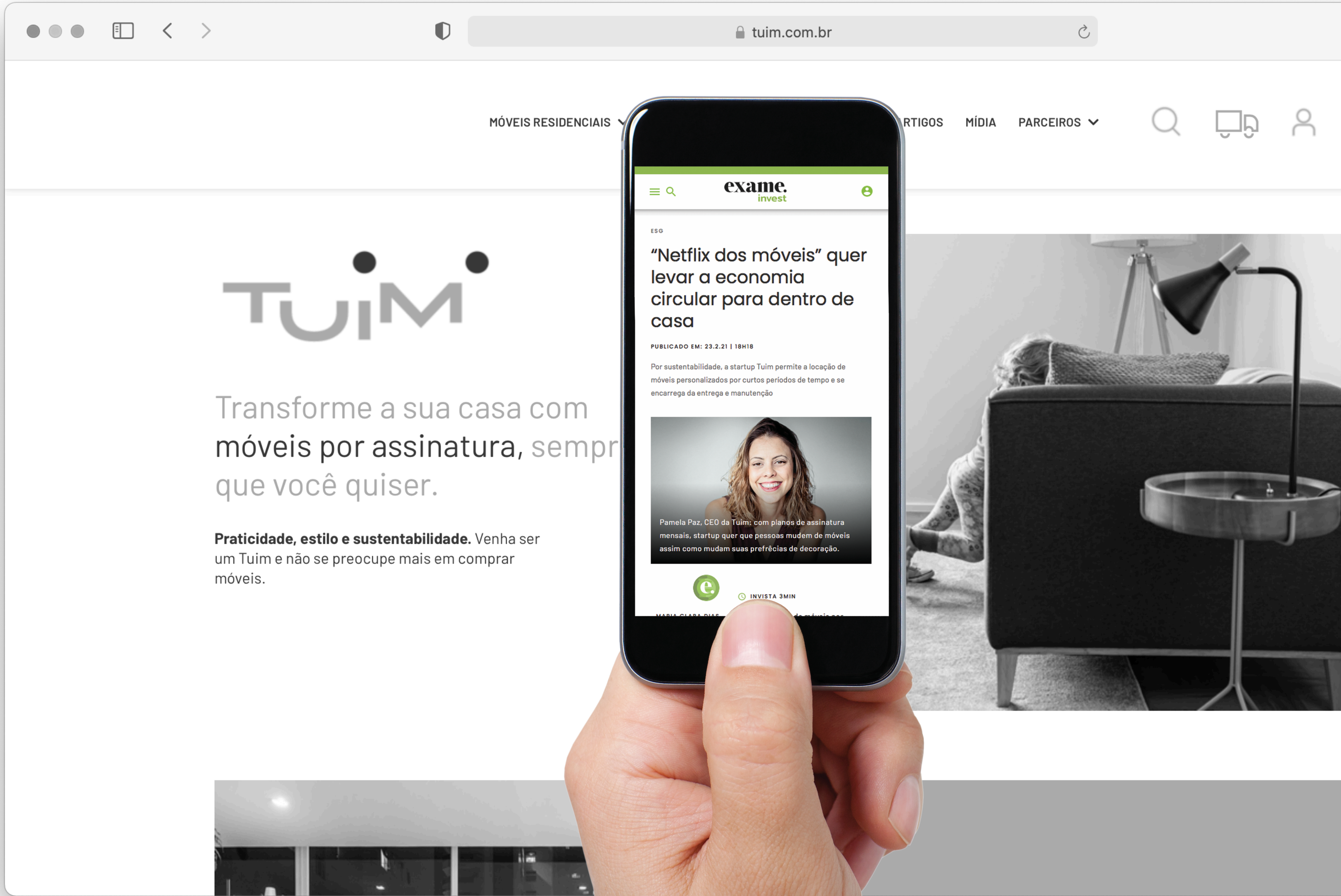


1.800%

crescimento da empresa em 12 meses



Rede Globo, Exame Invest (detalhe abaixo) e PEGN encontraram a marca organicamente no Google e fizeram diversas reportagens sobre a empresa



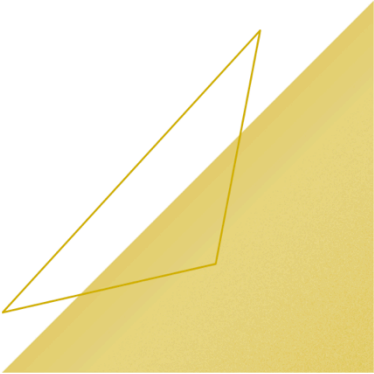
_case: Somos (PNLD)

DESAFIO

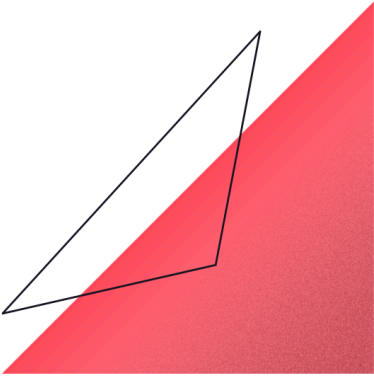
Influenciar docentes da rede pública a adotar os livros didáticos do grupo, evitando a canibalização entre os selos das suas editoras (Ática, Saraiva e Scipione)

FOCO

Aumento de 10% no share



25.000
professores cadastrados
(recorde histórico da
empresa)



+ 50%
de aumento no share,
tornando a Somos a
campeã nacional do PNLD

★ O Grupo Somos ficou em primeiro lugar entre todas as marcas participantes no programa de livros didáticos do Brasil naquele ano



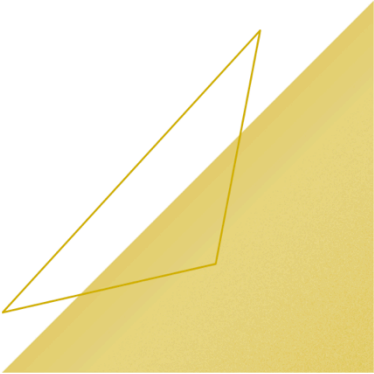
_case: Whirlpool

DESAFIO

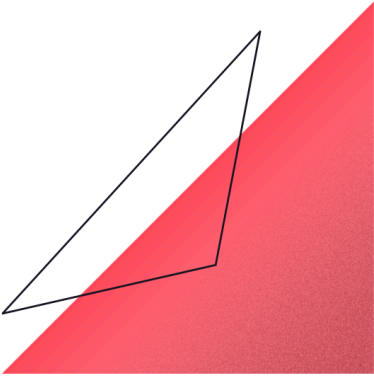
Realizar o lançamento do programa Jovens Talentos da empresa em perfis específicos

FOCO

Crescer em 50% o número de inscritos totais e qualificados



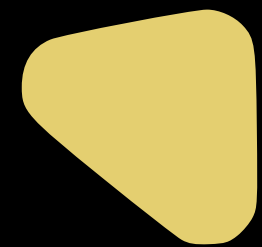
400%
crescimento de inscritos em relação às edições anteriores (+20 mil jovens inscritos)



72%
dos inscritos estavam dentro do perfil desejado pela empresa, sendo o maior volume histórico

★ Estabelecemos o recorde em nível de participação da história do programa de trainees da empresa





Thanks!