

case

MELAGRIÃO[®]

Fonte de **Saúde, Informação e Inovação**



Catarinense
PHARMA

Em iniciativa inédita no mercado farmacêutico, Catarinense Pharma revela o processo de **fabricação do Xarope Melagrião com uma parceria estratégica.**

Melagrião tem uma linha completa para cuidar de quem se ama, com 16 produtos para a imunidade e bem-estar. No portfólio da marca, destaca-se o Xarope Melagrião, protagonista do faturamento da empresa. **O xarope fitoterápico Nº 1* do Brasil**, que passa de geração em geração nas famílias brasileiras, é destinado a aliviar todos os tipos de tosse. **Sua fórmula centenária é exclusiva**, além de produzir seu próprio IFAV (Insumo Farmacêutico Ativo Vegetal).



Com posição privilegiada no mercado nacional, Melagrião também é referência em entender seu consumidor. Prova disso são as constantes atualizações em seu portfólio e o êxito em pensar estratégias que apoiem no rejuvenescimento da imagem da marca. Esta iniciativa 360°, ativada com um parceiro estratégico, foi pensada para trazer ainda mais transparência e credibilidade para uma marca que não cansa de se reinventar.

*IQVIA MAT 05/2024

Uma fórmula que não tinha sido revelada - até agora.

objetivos

O objetivo principal é:
ser fonte de informação para o consumidor sobre temas inerentes ao produto de forma educativa.

Apoiando-se na linguagem proprietária **de um dos canais de conteúdo educativo mais bem-sucedidos da internet**, buscamos rejuvenescer a imagem da marca junto aos consumidores, **mantendo a transparência e fortalecendo a confiança e proximidade com o público.**

Como objetivo secundário, gerar **product awareness** da linha completa de produtos e **recall de marca.**

MELAGRIÃO®



**A gente ama.
A gente cuida.**

desafios e oportunidades

O consumidor está sempre em busca de informação para fazer suas escolhas. **Sete em cada dez entrevistados no Brasil*** concordam que o Google e o YouTube são os lugares onde encontram informações relevantes e aprofundadas sobre saúde.

Dessa forma, o Catarinense Pharma abriu as portas de sua fábrica para revelar ao público o processo de fabricação do xarope número 1 do Brasil**, até aqui mantido a sete chaves.

Mais do que isso, apresentar seus ingredientes e explorar detalhes importantes sobre a composição e regulamentação dos produtos, **uma vez que comunicar sobre medicamentos no Brasil é um desafio**. As regras da Anvisa, por exemplo, impõem limites rigorosos a este processo.

Além dessa transparência exigida, a imagem da marca precisava encontrar seu espaço junto ao público jovem, que enxerga nos seus criadores de conteúdo favoritos uma referência de confiabilidade.

Diante disso, o desafio foi construir uma **estratégia de comunicação capaz de conectar a marca** com o público jovem que busca entender sobre o que consome por meio de uma jornada não-linear.

como?

Conteúdos e ações
Cross Channel
em parceria
com o
**Manual do
Mundo**



Ativação da
**presença
da marca
no digital**



Campanha
institucional com
**renovação de
mensagem**



Um canal com audiência fiel e cativa.

O Manual do Mundo é o maior canal de ciência e tecnologia da América Latina, com mais de 26 milhões de seguidores em suas plataformas e 4 bilhões de views no Youtube. **Seus vídeos focados em educação e entretenimento foram um match perfeito para o objetivo da marca.**



TikTok
3,5 MI
seguidores

2
Guinness
Awards

Instagram
2,6 MI
seguidores

Youtube
18,9 MI
inscritos

4 BI
visualizações

A estratégia definida foi realizar um **episódio especial no quadro #BoraVê**, onde o canal desvenda o que está por trás da fabricação de objetos e produtos, **com o Xarope Melagrião**.



A parceria contou com:

Ação de endomarketing com mais de 600 colaboradores acompanhando o lançamento do vídeo, em primeira mão, em Joinville e em Aparecida de Goiânia, engajando toda a equipe.

Drops de conteúdos nas redes sociais reforçando temas tratados no vídeo principal;

Ações de merchandising no programa Domingo Legal com reprodução do vídeo da campanha;

Vídeo de visita à fábrica do **Catarinense Pharma**

No vídeo, com uma linguagem de fácil entendimento, Iberê, apresentador do Manual do Mundo, parte da conceituação do que é um fitoterápico - medicamento à base de plantas medicinais - e **passeia pela fábrica mostrando todo o processo de fabricação do xarope fitoterápico mais vendido do Brasil***

Boravê

IQVIA MAT 05/2024*



Clique aqui para
ver o vídeo

Merchan Cross Channel no Domingo Legal



Como parte da estratégia para a fase final da campanha, Melagrião ativou uma ação no **Domingo Legal do SBT**, com uma pergunta especial sobre um trecho do vídeo do Manual do Mundo no famoso quadro Passa ou Repassa.

A pergunta foi seguida por um merchan de 90 segundos onde Celso Portioli falou sobre a **família de produtos Melagrião e convidou o público para conferir o vídeo no Youtube e visitar as redes da marca.**

Além de levar a estratégia Cross Channel para os **mais de 14 milhões de espectadores** diários do SBT, Celso Portioli é embaixador de Melagrião há muitos anos. **Uma ativação coerente que uniu mídia tradicional e digital para alcançar todos os públicos.**

Qualitativos

Brand Recall: por meio desta ação, conseguimos cumprir nosso objetivo de atuar como uma fonte de informação, educando nosso público e consolidando uma marca forte e alinhada às expectativas de uma nova geração de consumidores.

A estratégia posicionou Melagrião como referência de cuidado, expressando o compromisso contínuo e a transparência com a saúde das pessoas.

O vídeo em parceria com o Manual do Mundo ampliou a visibilidade da marca por meio da audiência do canal e gerou conversa sobre os produtos fitoterápicos e a tradição do Catarinense Pharma nos comentários do Youtube e redes sociais.



As diversas trocas que ocorrem no vídeo postado no canal, **trazem insights e fomentam a produção de conteúdo no canal proprietário da marca**, esclarecendo dúvidas, entregando informação e interagindo com os usuários da plataforma.

Adicionalmente, a ação fomentou **outras memórias afetivas associadas à marca**, bem como a outros produtos de destaque, como **Sadol e Ômega 3**.



Quantitativos

Youtube
Vídeo no Canal do
Manual do Mundo



+558 mil
visualizações totais

+39 mil
likes

+600
comentários

+200 mil
visualizações nas
primeiras 24h

Instagram
Reels e publicação com
Manual do Mundo



+300
comentários

+1,5 milhões
de visualizações

Quantitativos

Instagram
Filme
institucional



+640 mil
visualizações

TV
Merchan no
Domingo Legal



+14 milhões
de espectadores
alcançados

-  Divulgação de conteúdo acessível **no maior canal de ciência e tecnologia do continente**, com mais de meio milhão de visualizações num vídeo dedicado exclusivamente ao produto;
-  **Mídia espontânea** em portais do segmento valorizando a inovação da ação;
-  Centenas de comentários sobre fitoterápicos do Catarinense Pharma e a marca Melagrião nas redes, **sanando a necessidade de informação do público sobre processos de fabricação e fortalecendo a percepção da marca Melagrião entre a nova geração, com conversas orgânicas ao redor do produto;**
-  **Brand advocacy:** consumidores defendendo a qualidade do Melagrião de maneira espontânea no Youtube e Instagram, relatando experiências com o xarope ligadas à infância, associando o produto a bons momentos em família e consolidando a percepção de cuidado almejada.

residual

Reforço da transparência do **Catarinense Pharma** enquanto indústria farmacêutica de qualidade comprometida em ser **Fonte de Saúde e também fonte de informação para o público.**



Product awareness para a família completa de produtos e recall de marca como um todo.

MELAGRIÃO®



**A gente ama.
A gente cuida.**

case

MELAGRIÃO[®]

Fonte de **Saúde, Informação e Inovação**



Catarinense
PHARMA