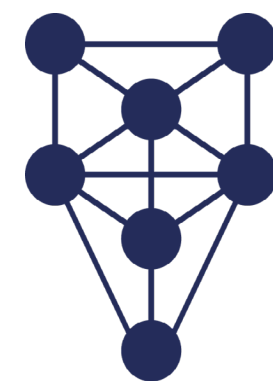
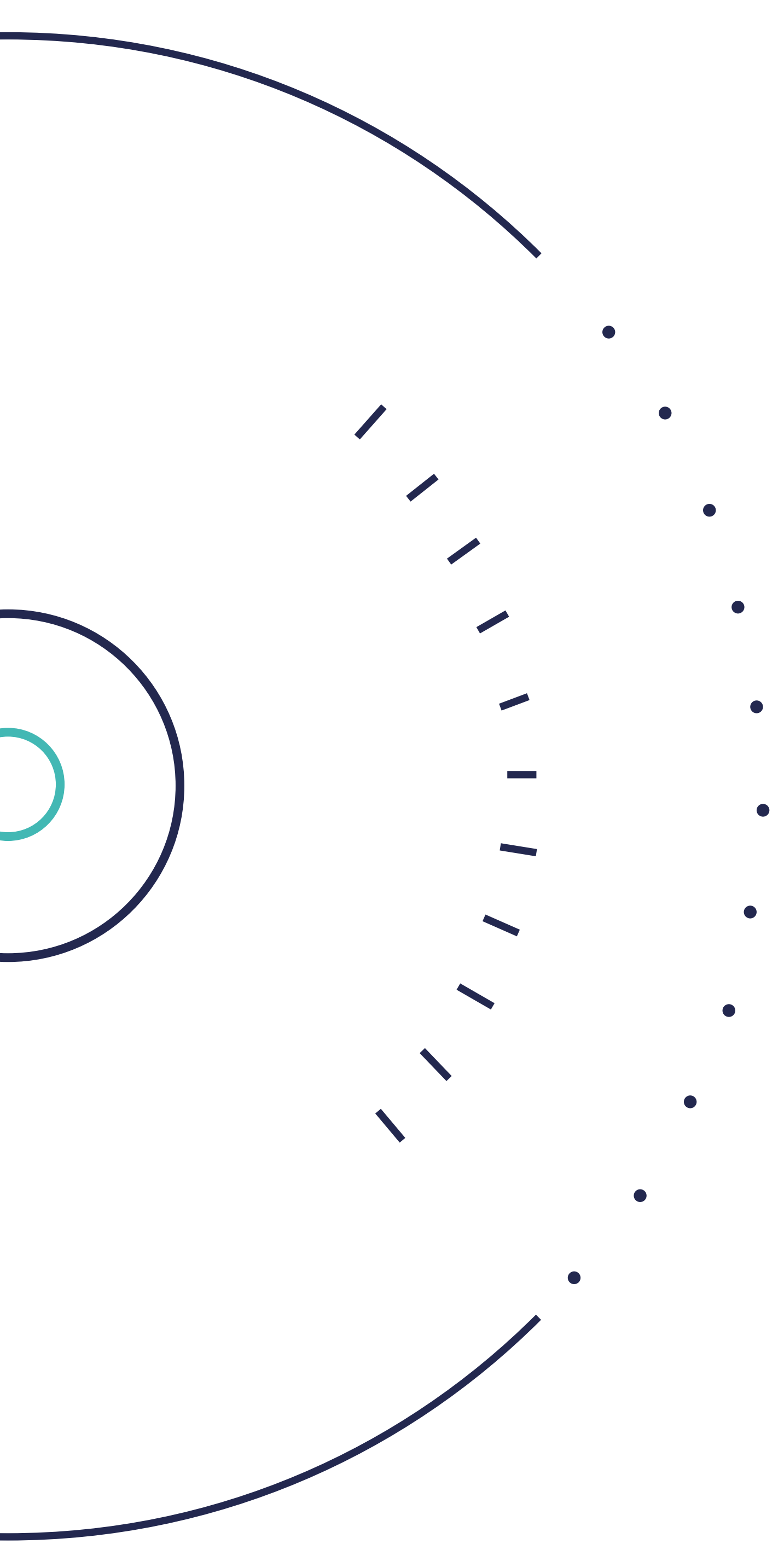




MAURÍCIO DE SOUSA PRODUÇÕES UTILIZA  
**WAR-ROOM STILINGUE** PARA MENSURAR

**CRESCIMENTO HISTÓRICO**

NO DIGITAL DURANTE A QUARENTENA.



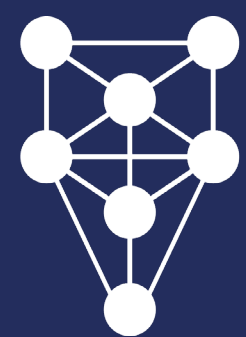
**STILINGUE**



*MAURICIO  
DE SOUSA*  

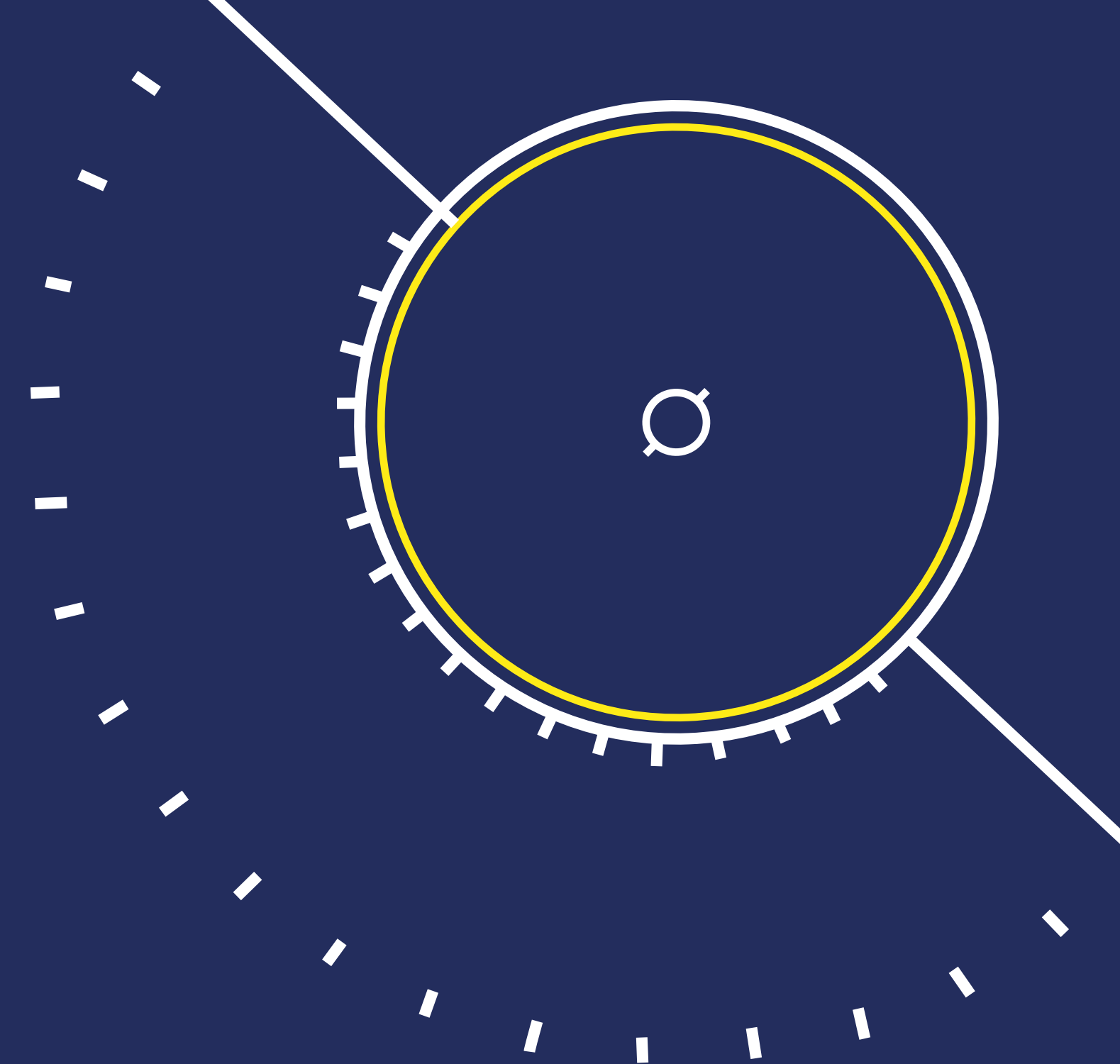
---

**PRODUÇÕES**



**STILINGUE**

Compartilhamos práticas inspiradoras de clientes e operações de sucesso com o uso da ferramenta **WAR-ROOM STILINGUE**. A seleção considera a realização e consolidação de um trabalho que fortalece a mensagem de parcer. IA, transparênc. IA e excelênc. IA, compartilhadas com a **STILINGUE**.





## Maurício de Sousa Produções...

... é uma das maiores empresas de entretenimento do Brasil, responsável por uma das marcas mais admiradas do país, a Turma da Mônica.

E, desde o início da quarentena, por meio da representatividade conquistada ao longo dos mais de 60 anos, a MSP levou informação, conscientização e entretenimento aos fãs, registrando marcas históricas em suas plataformas digitais.







Nos dois primeiros meses, a MSP usou seus canais para informar as famílias, de uma maneira educativa e leve, sobre o novo coronavírus. Houve disponibilização de materiais informativos com orientações para combate à Covid-19, parceria com marketplace, homenagens a profissionais da ciência e da saúde, conteúdos inéditos e disponibilização gratuita de acervo histórico para distração das famílias.

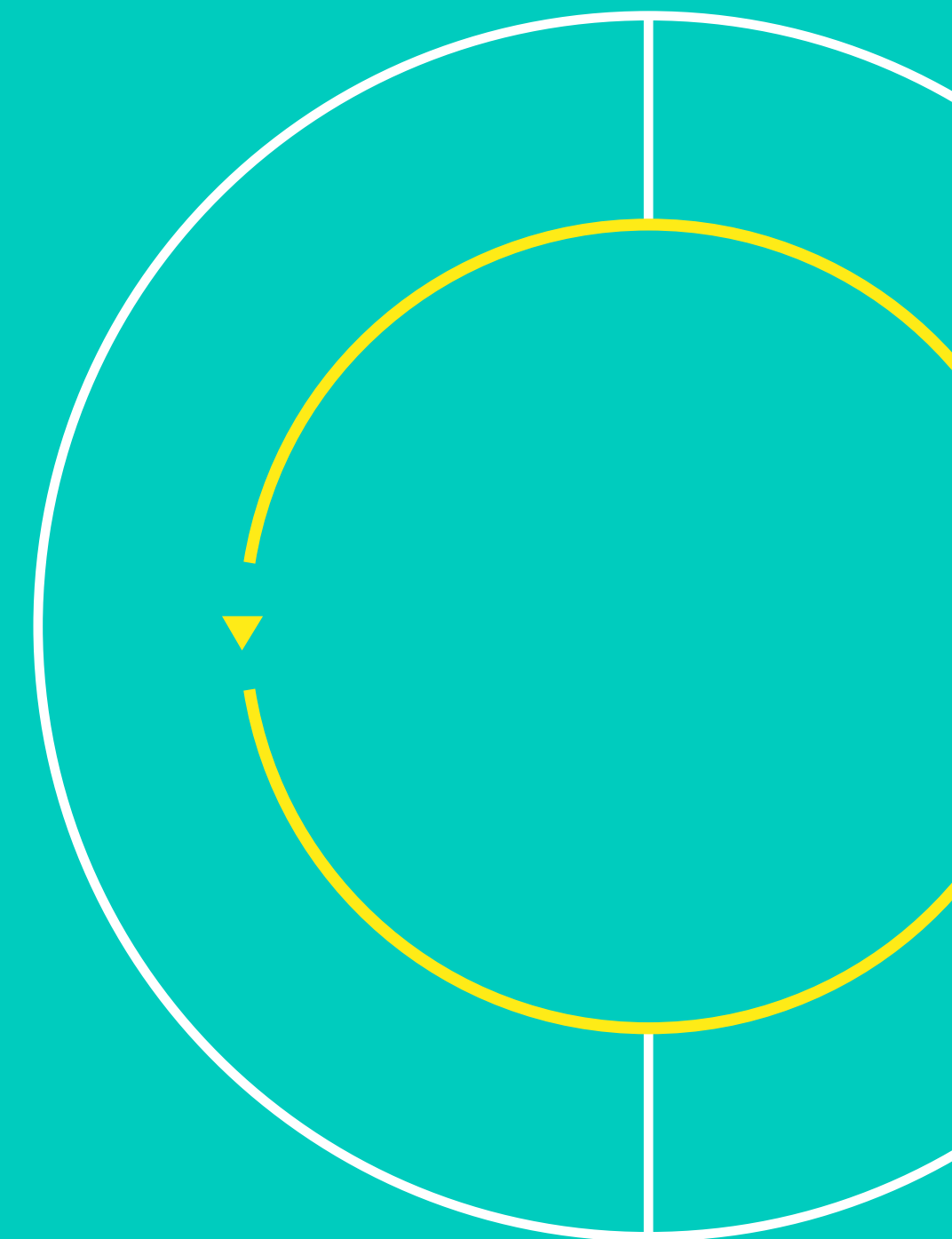
**Ao todo, foram mais de 20 ações, sendo que em 13 março, ocorreu o grande lançamento da campanha “Cascão Lava as Mãos”.**

**O personagem que conhecidamente foge de água, decide que quando é em nome da solidariedade, ele supera o medo e ensina as crianças a importância da higienização para combater à Covid-19.**

Conscientização  
Conscientização  
Conscientização  
**Conscientização**

COM ASPECTO SOCIAL MUITO FORTE E DIRECIONADO,  
PRINCIPALMENTE, AO PÚBLICO INFANTIL,

**a MSP alcançou seu melhor  
resultado no digital desde o  
lançamento do live action de  
Turma da Mônica - Laços.**





A ação contou com, além das imagens ilustrativas, vídeos com recomendações pelo próprio Maurício de Sousa, cartilhas e guias com a Unicef e Ministério da Saúde, materiais instrutivos, gibis gratuitos, entre outros.







**AO FIM, O CANAL DA TURMA  
DA MÔNICA NO YOUTUBE  
TEVE UM CRESCIMENTO DE**



**75%**

**NAS VISUALIZAÇÕES**







**NO INSTAGRAM, O ALCANCE  
MÉDIO DOS POSTS TEVE UM  
CRESCIMENTO DE**

**63%**





**O FACEBOOK REGISTROU  
UMA ALTA DE**



**57%**

**NO ENGAJAMENTO DAS PUBLICAÇÕES**







**E NO TWITTER A MARCA  
SOMOU**



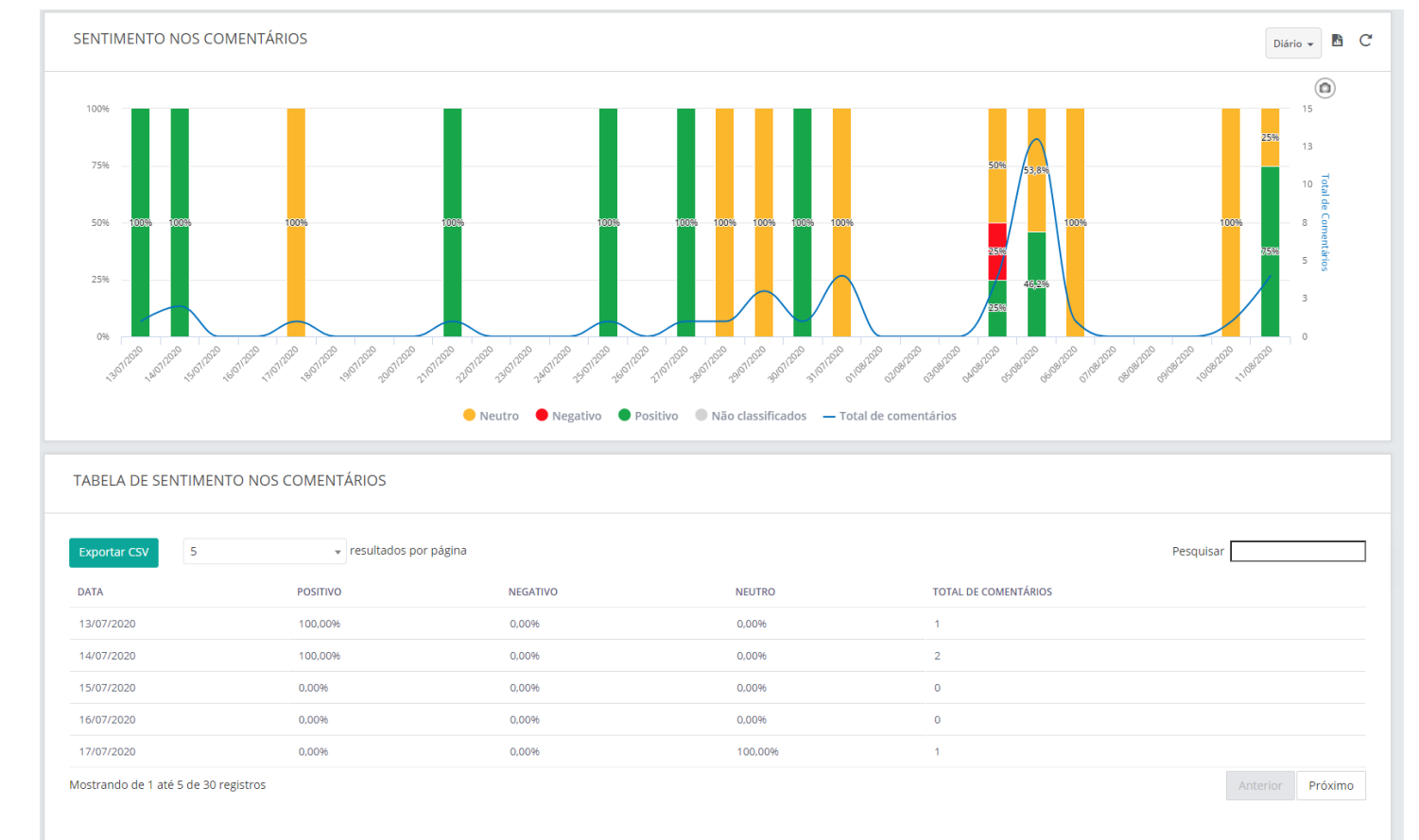
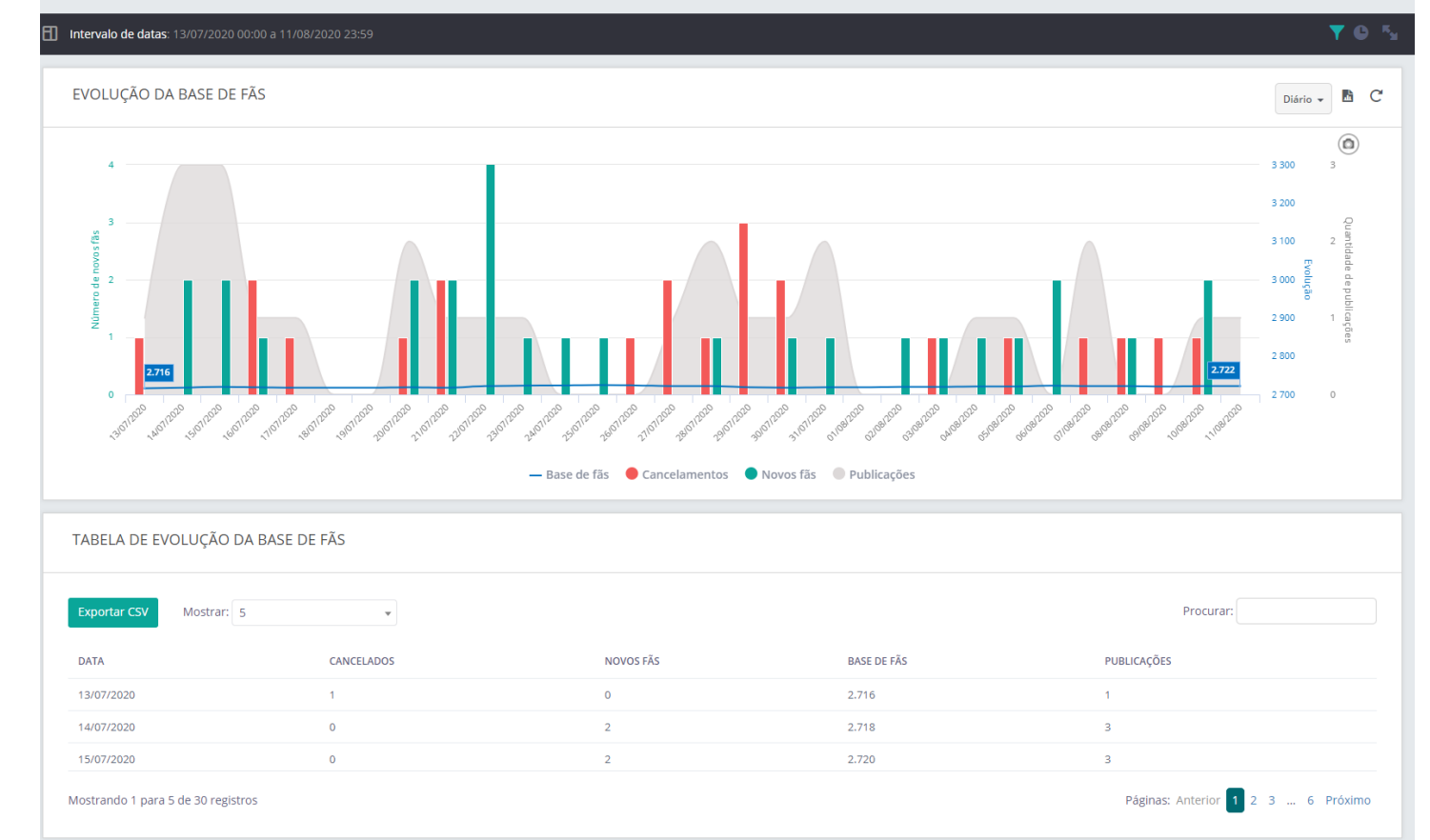
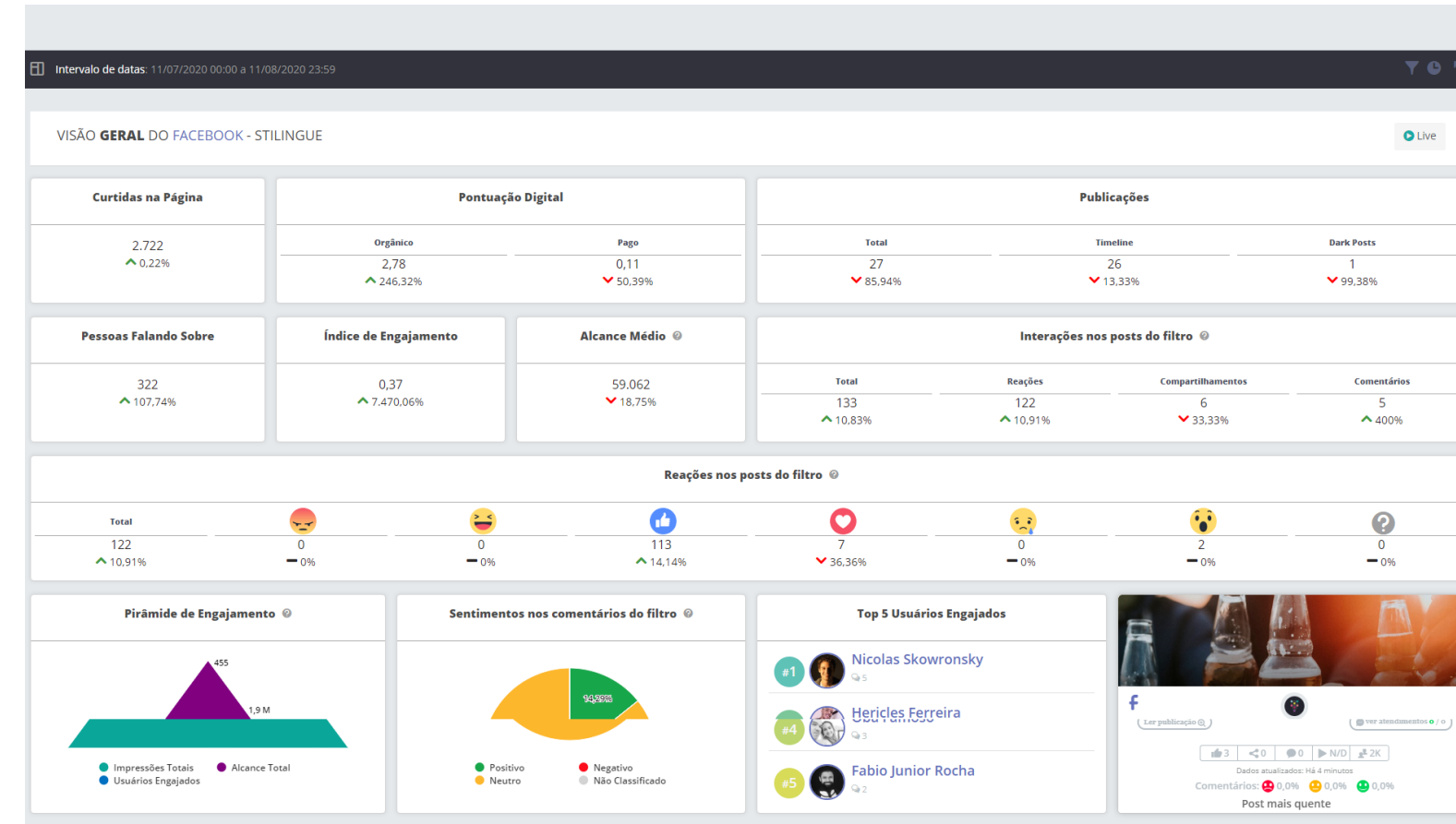
**2000 MIL**

**INTERAÇÕES EM UMA ÚNICA SEMANA**



## E para mensurar o impacto e resultados desta campanha, a área de Digital da MSP, se apoiou no uso do War-Room STILINGUE.

Avalie dados do Facebook, Instagram, Youtube, Twitter e LinkedIn, acessando o módulo de Métricas Proprietárias da STILINGUE para se aprofundar em resultados quanti e qualitativos da sua marca. Entenda engajamento, evolução da base de fãs, desempenho de posts orgânicos x pagos, origem dos likes, dados demográficos, sentimento nos comentários e outros.





➤ Aproveite ainda os gráficos e visualizações do War-Room STILINGUE para ler dados proprietários através do Filtro de Conversas.

### FILTRO DE PUBLICAÇÕES

**CONVERSAS:**

CANAIS  
2 Seleccionados

PÁGINAS  
Todos

INTERAÇÕES  
Todas as interações

CRITICIDADE  
Todos

STATUS  
Todos

RESPONDENTE  
Todos

**ONDE:**

LOCALIDADES  
Escolha uma localidade

IDIOMA DETECTADO  
Todos

BUSCAR POR ID DA PUBLICAÇÃO  
Digite o id da publicação

BUSCAR POR ID DA CONVERSA  
Digite o id da conversa

ROTEAMENTO  
Selecione um roteamento

TIPO DE PUBLICAÇÃO

Orgânico  Dark Post

### FILTRO DE CONVERSAS

**QUANDO:**

TIPO DE DATA  
Data da publicação

INTERVALO DE TEMPO  
16/08/2020 10:14 a 17/08/2020 10:14

**O QUE:**

GRUPOS  
Todos

TEMAS  
Todos

TAGS  
Digite uma tag

BUSCA TEXTUAL EM PUBLICAÇÕES  
Digite uma palavra chave

SENTIMENTO ☹ ☹ ☺

**QUEM:**

GÊNERO ♂ ♀ 🏠

AUTORES  
Usuários, autores ou veículos

INTERESSES  
Digite um interesse

**EDIÇÃO & CLASSIFICAÇÃO:**

ARQUIVOS  
Digite um arquivo

CLASSIFICADO POR:  
Todos

CLASSIFICAÇÕES ✎ 🗑 ✓

CHECADAS ✓

**FILTROS SALVOS** ✕

**CRIAR NOVO:**

Nome do filtro  📄

**BUSCA POR FILTROS**

Nome do filtro

LIMPAR
ZOOM
APLICAR

Para Marcos Saraiva, diretor de desenvolvimento comercial da MSP, o crescimento do consumo desses conteúdos se dá pela mudança de hábito das pessoas e da forma que o conteúdo é oferecido e analisado:

“Ao ficarem 100% do tempo em casa, buscaram alternativas para passar o tempo e entreter os filhos. Para isso, aumentamos a oferta de novos conteúdos em nossas plataformas, além de investir no trabalho de análise de dados através do monitoramento diário em parceria com a STILINGUE”

Marcos Saraiva, diretor de desenvolvimento comercial da MSP



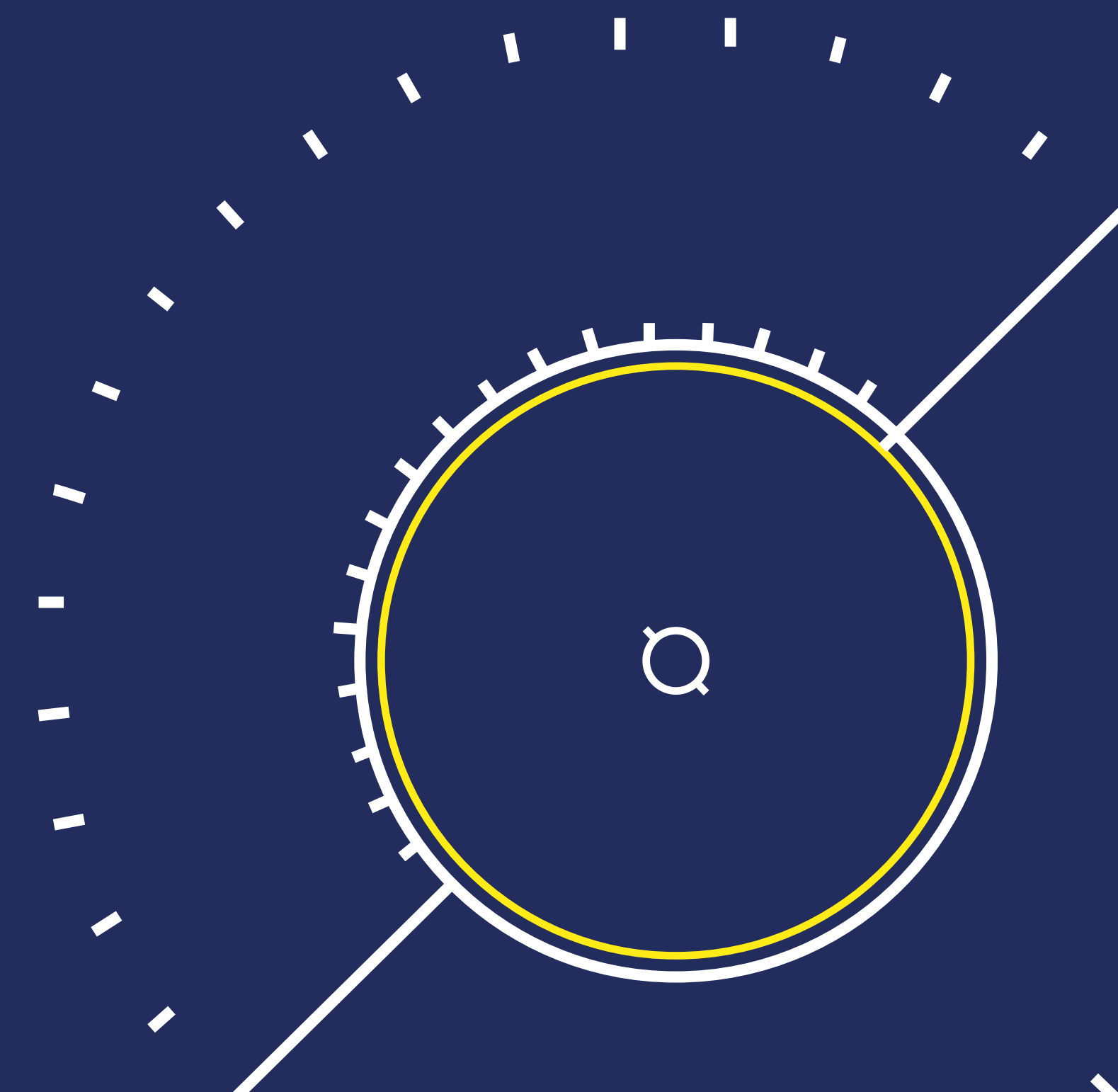
Ao que Laércio Nicolau, Customer Success da STILINGUE, complementou:

“Foi ótimo trabalhar nesse projeto com a equipe da Maurício de Sousa Produções. Conseguimos aliar o melhor das duas empresas: da Stilingue vieram os dados para levantamento e acompanhamento desse trabalho e, da Turma da Mônica toda mobilização para tratar um assunto tão sério como ao Covid-19 dessa forma encantadora e didática, além da beleza criativa para dar vida aos números e dados”.

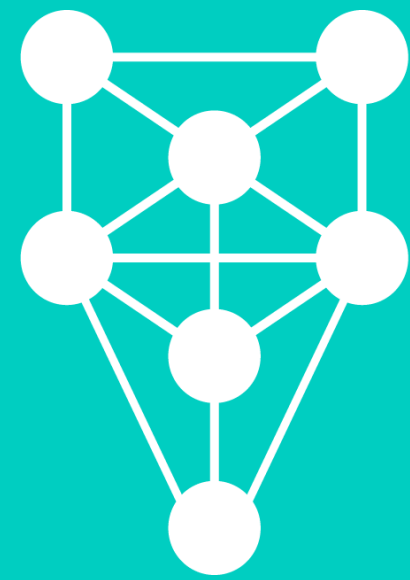
# Quer saber como a **STILINGUE** também pode auxiliar a sua marca?

Entre em contato com nosso time de  
especialistas em:

<https://stilingue.com.br/>







# STILINGUE



*MAURICIO  
DE SOUSA*  
PRODUÇÕES

