

Com gincana e cupons de desconto, Magalu e Podpah comemoram aniversário juntos em live no YouTube

Em formato criado pela agência On The Nose em parceria com o YouTube, game show terá participação de Diogo Defante, Priscila Evellyn, Menina Veneno, Jukanalha, Corpo de Pai e Thais Diegues

Empresas repetem a parceria de sucesso que, com muito humor, colocou o Magalu como marca mais buscada no Google durante a Black Friday do ano passado



São Paulo, 9 de setembro de 2024 – Neste mês de setembro, o Magalu, empresa que está digitalizando o varejo, e o Podpah, canal de entretenimento de sucesso da internet brasileira, vão comemorar aniversário juntos. As marcas repetem a parceria de sucesso na Black Friday do ano passado e, em formato de gincana, os apresentadores Igã e Mítico vão comandar a festa em uma live de duas horas no YouTube, na terça-feira, dia 10.

“Descobrir que o Podpah faz aniversário no mesmo mês que o Magalu caiu como uma luva para o desenvolvimento dessa campanha”, afirma Bernardo Leão, diretor de marketing do Magalu. “Contar com Igã, Mítico e toda a trupe para comemorar mais um ano e fazer tamanha festa junto à audiência interessada nas nossas promoções vai ser novamente épico”.

“Ter Magalu e Podpah comemorando aniversário no mesmo mês é daquelas felizes coincidências. Mais um motivo não apenas para manter a parceria da Black Friday, mas também ampliar nossa relação com a realização do game show. Mais uma ação que promete trazer novas possibilidades para quem quer consumir e se divertir de uma maneira diferente”, afirma Victor Assis, CEO do Podpah.

Diogo Defante e Thais Diegues, do Rango Brabo, a influenciadora Priscila Evellyn, do Querido Diário, Jukanalha e Corpo de Pai, do Quebrada FC, e a “desinfluencer” Menina Veneno serão os participantes do game show - criado pela agência On The Nose, em parceria com o YouTube - que apresentará mega ofertas e distribuirá cupons de descontos para compras no aplicativo do Magalu.

Os seis serão divididos em dois times – Magalu x Podpah – e irão se enfrentar nas mais clássicas brincadeiras de festas de aniversário: bexigão de doces, dança das cadeiras, entre outras. A cada bloco de competição, os vencedores ganharão como prêmio os produtos ofertados pelo Magalu. Serão ativadas todas as categorias do app da companhia e as promoções serão liberadas juntamente com o andamento da live. “Um dos desafios que encontramos na criação do primeiro podcommerce para o Magalu, na Black Friday do ano passado, foi apresentar as ofertas sem trazer prejuízo ou interrupções bruscas ao conteúdo do Podpah”, afirma Rafael Cappelli, sócio-fundador da On The Nose. “Conseguimos superar este obstáculo e essa experiência ajudou muito a pensar em um produto ainda melhor nesta nova edição”.

A parceria entre o Magalu, o Podpah e o YouTube na Black Friday teve como ponto central a força da economia criativa. O podcommerce – formato inédito no Brasil e que uniu o live commerce em um podcast –, realizado ao vivo no ano passado, durou seis horas, atingiu 2,67 milhões de visualizações, 2,3 milhões delas só no momento da transmissão, e obteve mais de 290 mil horas assistidas. Agora, a parceria aposta novamente neste formato pioneiro para celebrar a data e repetir o sucesso da ação de 2023. “Como principal plataforma e parceira do projeto, o YouTube reforça a potência desse espaço tanto para as marcas, quanto para os criadores e consumidores, promovendo ofertas de maneira autêntica para diversas audiências”, afirma Pedro Lugatto, gerente de soluções para marcas no Google.

Apropriação da brasilidade

A proposta da campanha de aniversário do Magalu, desenvolvida pela Ogilvy Brasil, neste ano é comemorar a brasilidade e criar uma comunidade que vai celebrar mais um ano da marca que é 100% brasileira. Por isso, “tudo junto e brasileiro” é o mote criativo, representado na proposta visual pela caligrafia vernacular, o vira-lata caramelo, a capivara, o chinelo de correia, a cadeira de plástico, o filtro de barro e outros elementos que são o “puro suco do Brasil”.

“Nossa aposta esse ano foi na consistência, ressignificando de forma mais atual a essência que a campanha de Aniversário do Magalu já traz desde 2022: brasilidade, musicalidade, cultura pop. Esse ano, trazemos uma releitura da música-tema antes apenas funk, incluindo ritmos como pagonejo e piseiro, todo brasileiro vai se reconhecer nos ícones

que são o puro suco do Brasil”, afirma Cristian Santoro, head de criação Ogilvy Brasil para o núcleo Magalu. “Leveza e diversão tem sido nosso foco de linguagem em todas as comunicações da marca, e nessa campanha, o resultado foi uma publicidade com pegada de conteúdo, que agrada aos sentidos do nosso consumidor.”

Entre 7 e 22 de setembro, todas as mais de 1 200 lojas, o site e o app do Magalu estarão envelopados com a temática da campanha. Nesse período, milhares de produtos estarão disponíveis com até 80% de desconto e frete grátis. Entre os dias 16 e 22, a “Semana relâmpago” vem somar às comemorações com novas ofertas – daquelas que duram apenas 24 horas – todos os dias.

A campanha ainda será ativada por meio de vídeos exibidos na TV Globo, SBT, Record e Band, merchans no programa “Domingão com Huck”, inserções na Cazé TV e em mídias digitais como Google, YouTube, Spotify, entre outros, além do incentivo na produção de conteúdo Magalocal, redes sociais das lojas da companhia, administradas pelos colaboradores.

Sobre o Magalu. *O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo brasileiro. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de mais de 1.250 lojas, em 20 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 340 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O App da companhia é acessado por mais de 50 milhões de usuários ativos mensais. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.*

IMPrensa MAGALU

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Paula Carone

paula.carone@novapr.com.br

Patricia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br