Copa do Mundo do Magalu tem foco em vendas de TV e no sortimento de produtos do Superapp

Durante a campanha, os clientes poderão oferecer televisores, celulares, tablets, notebooks e smartwatches usados e trocar por descontos em TVs

Empresa aposta na venda exclusiva de um modelo de televisão da marca sul-coreana Vizzion, com baixo custo, dois anos de garantia e alta qualidade de imagem e som

São Paulo, 6 de outubro de 2022 - O Magalu, empresa que está digitalizando o varejo brasileiro, inicia, nesta sexta-feira, 7, sua campanha de Copa do Mundo, uma das mais importantes deste ano para a companhia. Neste primeiro mês, o foco da promoção “Troca Tudo no Magalu” é na venda de TVs. Em novembro, o objetivo será impulsionar os artigos que irão acompanhar o torcedor durante os jogos, como móveis para a sala, camisas de time, petiscos e a cerveja do churrasco. “Temos altas expectativas para o mundial. Historicamente, comercializamos muitos televisores nessa época e queremos nos manter como a varejista líder em vendas durante a Copa”, afirma Eduardo Galanternick, vice-presidente de negócios do Magalu.

A empresa aproveitará a audiência dos intervalos do último capítulo da novela Pantanal, da TV Globo, para lançar o filme da campanha. O anúncio será uma convocação para que os torcedores brasileiros substituam seus televisores usados por um novo. Todas as comunicações terão referência ao tradicional gesto de substituição no futebol -- mexer os dedos indicadores em círculos -- muito utilizado por juízes e jogadores em campo. "O gestual da troca será o ponto central da nossa campanha. Queremos criar uma associação do gesto à marca e assim atrair ainda mais a atenção das pessoas para o Magalu e fazer do gimmick algo proprietário e único para nossa campanha", destaca Pedro Gouveia, Associate Creative Director na Ogilvy Brasil.

Os anúncios fazem parte do pacote de patrocínio das transmissões do torneio feitas com exclusividade pelo sistema Globo – TV aberta e Sportv, além de conteúdos veiculados no ge e no Globoplay - adquirido pelo Magalu.

Para participar do "Troca Tudo no Magalu”, o cliente pode levar sua televisão, celular, notebook, tablets ou smartwatch usados até uma loja física e conseguir desconto em uma TV nova. No Superapp e site, serão distribuídos milhares de cupons para que os consumidores dos canais digitais também aproveitem para renovar seus televisores e assistam aos jogos com melhor qualidade. Uma das principais ações é a venda exclusiva dos aparelhos da marca chinesa Vizzion. Disponível nas versões de 32 e 50 polegadas, a TV é 20% mais barata, tem dois anos de garantia e alta qualidade de som e imagem. O sortimento de TVs para a Copa do Mundo ainda conta com telas grandes das principais marcas do mercado.

A partir de novembro, a campanha será ampliada para o sortimento de produtos do ecossistema Magalu. O inventário adquirido no pacote das transmissões dos jogos também

será usado para a divulgação das empresas que formam o ecossistema Magalu – com destaque para a categoria de móveis, Netshoes, maior e-commerce de artigos esportivos do país, KaBuM!, Época Cosméticos, o delivery de restaurantes AiQFome e o setor de mercado, com itens para consumo durante os jogos como petiscos e cerveja. Juntamente com os mais de 200 000 sellers do marketplace, o Magalu dispõe de cerca de 73 milhões de ofertas, das mais diversas categorias de produtos.

Esta é a segunda vez que a companhia patrocina as transmissões da Copa do Mundo de futebol. A primeira foi em 2014, quando o evento foi realizado no Brasil. Na Copa seguinte, a empresa vendeu mais de 1 milhão de aparelhos de TV antes do início dos jogos, graças ao impulso da campanha Sai Zica. A ação incentivou os brasileiros a trocar suas TVs e, assim, espantar a zica do torneio anterior, marcado pelo trauma do 7 a 1. No primeiro semestre de 2018, o Magalu vendeu um televisor a cada 200 habitantes, dobrou sua participação no mercado de smart TVs e foi responsável por 50% das vendas totais dos aparelhos no país no período.

FICHA TÉCNICA

Agência: Ogilvy Brasil
Campanha: Troca Tudo
Cliente: Magalu
Produto: Institucional
Operações: Daniela Paris / Tânia Garcia
Head de Criação: Sergio Mugnaini
Diretor de Criação Executivo: Daniel Schiavon / Samir Mesquita
Diretor de Criação Associado: Breno Rodrigues / Pedro Gouveia
Redator: André Winkel / Gui Lopes / Rafael Figueiredo
Diretor de Arte: Alan Bandeira / Juliana Brichesi / Edmilson Calaes / John Bogea
Atendimento: Tatiana Moliterno / Larissa Ferrari / Ingrid Martins / Aryane Falcão / Raira Ferrabraz / Gabriela Pinho
Produção: Tatiane Ramos / Vanila Pereira / Henrique Coleti
Planejamento: Isa Prado / Rafaela Reposse / Gabriel Boru / Levi Amazonas
Data: Raquel Calderon / Priscila Sbarra / Patricia Ramos / Gustavo Luz
Mídia: Leonardo Moraes/ Patricia Scaloppi / Guilherme Cesca / Adriana Reimão / Bruno Machado / Thiago Perozzi / Lucas Mahon
Ilustrador: Gabriel Sá
Produtora de Áudio: Comando S
Produtora: Sentimental
Diretor: Mauricio Guimaraes / Luciano Zuffo
Direção de Fotografia: Rodolfo Ancona Lopez (RUDA)
Montador: Marcio Canela
Produção Executiva: Renata Pimenta
Atendimento Produtora: Wander Damiani
Pós-Produção: Cauê Bravim / Gabriel Teixeira
Aprovação do Cliente: Frederico Trajano / Fabricio Garcia / Eduardo Galanternick / Bernardo Leão / Aline Queirantes / Pedro Alvim / Breno Reis / Sheila Telles / Douglas Guerra / Lucas Guimarães

PR: Raphaela Brito

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 1.481 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 200 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O SuperApp da companhia é acessado por mais de 45 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
Gabriela Tornich
gabriela.tornich@novapr.com.br