Lu, Influenciadora virtual do Magalu, estreia no aplicativo TikTok

Lançamento do perfil da marca terá como conteúdo uma estrela da plataforma, Leticia Gomes, conhecida pelas suas transformações com maquiagens.

São Paulo, 07 de agosto de 2020 - Na sexta-feira, 07 de agosto, a Lu, influenciadora virtual do Magalu, estreia na plataforma do momento: o TikTok. O lançamento será comunicado no perfil da criadora de conteúdo, Leticia Gomes (@leticiafgomes), que dessa vez, se transformará na personagem virtual mais conhecida do Brasil, a Lu do Magalu. A maquiadora artística, que tem 4 milhões de seguidores na plataforma, é famosa por se transformar em celebridades como, Hugo Gloss, Hebe Camargo e muitas outras personalidades, com suas complexas maquiagens e se desafiará novamente ao recriar a influenciadora virtual em seu próprio rosto, utilizando produtos da Época Cosméticos, vendidos pelo SuperApp Magalu.

Mesmo enfrentando desafios com o Governo Americano, o aplicativo já superou os 2 bilhões de downloads em todo o mundo e no Brasil, de acordo com a consultoria ComScore, o número de usuários é de mais de 7 milhões.

Durante a quarentena, a plataforma ganhou ainda mais audiência e relevância, sendo palco para lançamentos de hits no país e celebridades da internet. O perfil oficial do Magalu no TikTok (é só buscar por @magalu dentro do aplicativo) receberá conteúdos com a linguagem da plataforma, pensados exclusivamente para a audiência que está ali, como "life hacks", dicas para facilitar a vida com objetos encontrados em casa (e vendidos pela empresa), e a participação da própria Lu com vídeos e desafios.

A entrada do Magalu - que já conta com mais de 19MM de seguidores nas demais redes sociais - no TikTok e a contratação de criadores de conteúdo nativos, vai aproximar ainda mais a marca de uma audiência jovem através de conteúdos pensados exclusivamente para esse público.

"O TikTok é uma plataforma que cria um senso de comunidade. As pessoas querem participar do que está acontecendo ali. Os usuários criam conteúdo de forma livre e colaborativa, utilizando os elementos e conteúdos já disponíveis no aplicativo. Não há muito espaço para o institucional. Como marca, o que buscamos ao iniciar nossa atuação na plataforma é justamente traduzir nossos objetivos de negócio em conteúdos que nos permitam fazer parte da conversa e nos aproximem da comunidade presente no TikTok.", diz Pedro Alvim, gerente de redes sociais e marketing de influência do Magalu.

"Em todas as nossas redes sociais, a Lu assume o papel de porta voz dos conteúdos. A influenciadora virtual da marca irá participar de forma inédita de formatos de conteúdo que forem tendência e relevantes no TikTok.", afirma Alvim. As ações com a personagem irão explorar todas as categorias vendidas no SuperAplicativo Magalu, incluindo o sortimento de artigos esportivos e moda, produtos da Netshoes e Zattini, que são marcas do grupo.

A estratégia também mira os produtores de conteúdo já famosos no aplicativo. “Temos muitos talentos despontando dentro da plataforma no Brasil. Mapeamos e convidamos tiktokers para co-criarem conteúdos com o nosso time, que ficarão disponíveis tanto nos perfis deles como no perfil oficial do @magalu no TikTok. A primeira foi a Letícia Gomes.”, completa Alvim.

Não será a primeira vez que a empresa aposta em criadores de conteúdo do TikTok. A marca também convocou, recentemente, Zach King, uma celebridade mundial no Instagram e TikTok, conhecido por realizar efeitos de edição com ilusão de ótica, para lançar a campanha de “Dinheiro de Volta”, em que aparece fazendo truques de edição para ilustrar a mecânica de cashback da companhia, disponível nas lojas e no SuperAplicativo Magalu.

Imprensa:

Diego Marcel

(+5511) 9 8255-0709

diego.marcel@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br