

ATA – CONFERENCE CALL MELHORES AMIGOS

DATA: 24/07/2017

HORÁRIO: das 10:00 às 11:00 horas

LOCAL: Conference call

PARTICIPANTES: Mariana Lucena (Mars), Fernanda Viscione (Guabi Petcare), Christiane Costa (Pipi Dolly's), Vitória Rocha (Botica Pet), Elaine Silva (Proline), Antenor Romanini (Lupus), Martina Campos (Abinpet) e Carolina Mendes (2Pró Comunicação).

PAUTA ÚNICA: avaliação da Estratégia proposta pela Abinpet para o Projeto Melhores Amigos

Carolina Mendes da 2PRÓ Comunicação, agência executora do projeto, iniciou sua apresentação com um breve detalhamento de como foi a estratégia da página desde sua criação em 2015 até o momento, como forma de retomar o que foi dito na reunião presencial de 20/07. Passou pelas editorias do portal, estrutura e cronograma das publicações na *Fanpage*.

O objetivo da reunião foi definir o plano tático da nova estratégia para o projeto Melhores Amigos. Ficaram definidos os seguintes pontos:

- Três editorias: Saúde e Bem-Estar, Nutrição Animal e Importância do Setor Pet para a sociedade
- No call, definiu-se que a periodicidade de postagens será uma vez por dia, de segunda a sexta-feira. As mensagens serão mais focadas em cães e gatos nos primeiros seis meses e, após este período, será feita uma nova avaliação.
- Serão postados três textos por semana, às segundas, quartas e sextas-feiras. Às terças e quintas, trabalharemos com imagens e mensagens informativas.
- Uma vez por semana, a agência pensará em um conteúdo focado na “conversão calórica” da região Nordeste
- O tom da comunicação será claro, informativo e com o objetivo de mudar a percepção do público em relação ao setor pet.
- Data de início: 04 de setembro

Informações adicionais:

11 3373-8200
Av. Paulista, 1159 - 5º andar - Sala 513
Bela Vista - São Paulo/SP - 01311-200



www.abinpet.org.br

[/abinpet](https://www.facebook.com/abinpet)

[/videosabinpet](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Com o novo objetivo apontado pelo Planejamento Estratégico da Abinpet, de aumentar o faturamento do setor em 10% até o fim de 2019, viu-se a necessidade de um novo direcionamento para os Melhores Amigos. As metas propostas para o biênio 2018/2019 foram:

- Incentivar o consumo de produtos pet;
- Fazer com que o consumidor enxergue benefícios em produtos pet, não só comodidade;
- Minimizar danos à reputação do setor, ao adotar a clareza e a transparência na relação com as comunidades ligadas aos pets;
- Engajamento das empresas com o valor central do setor.

Tais ações devem contemplar a identificação das pessoas na compra pelo valor emocional dos produtos.

A nova estratégia para o biênio contemplará três etapas:

- 1ª Fase: Qualificação da base, com o desenvolvimento de mensagens-chave do setor pet (janeiro a junho de 2018);
- 2ª Fase: Posicionamento, com a defesa aberta dos posicionamentos (julho a dezembro de 2018);
- 3ª Fase: Produto, visando estimular o consumo dos produtos dos segmentos do setor pet (2019).

Além disso, propusemos que as empresas disponibilizem revisores técnicos para alguns conteúdos sensíveis, com o objetivo de evitar comentários prejudiciais à página e ao setor.

Também serão colocados assuntos relacionados ao Projeto PNRS Pet, prevendo temas sensíveis como questionamentos em relação à reciclabilidade das embalagens pet.

Resumo de prazos e ações:

| Ação/Responsável | Prazo |
|--|------------------|
| Apresentação da estratégia ao Conselho Deliberativo da Abinpet (Abinpet) | 03/08/2017 |
| Início da nova estratégia (2PRÓ e Abinpet) | Setembro de 2017 |