

BRIEFING – LADO B IFOOD MARCO REGULATÓRIO

Introdução: Toda vez que trabalhamos com o iFood criamos estratégias para o “LADO B”. Essas estratégias tem como objetivo criar um leve rumor nas redes sociais sobre o assunto que queremos abordar no momento, no caso agora: MARCO REGULATÓRIO. Então usamos Páginas de Facebook, Perfis do Instagram, Perfis de Twitter, Perfis de Facebook, criados por nós para gerar esses rumores. Como? Comentamos em publicações que falam do assunto, vamos em perfis que abordam o assunto e comentamos de forma indireta que algumas empresas estão se mexendo para que o MRP de fato aconteça, depende do está sendo abordado referente ao assunto, negativo ou positivo, mas **NUNCA** assinado como iFood para que ninguém desconfie. Podemos postar falando sobre a Coca-Cola e Rappi por exemplo que já estão se mexendo, de vez em quando podemos sim falar do iFood, mas jamais deixar claro que nós trabalhamos para eles.

Objetivo :

- Criação de estratégia focada no LADO B. Oque vamos fazer para levantar esse assunto nas redes? Como que a gente discutira o MRP dentro das redes sem ter que assinar como iFood?
- Devemos ir atrás de micro influenciadores, nano influenciadores.
- Falar que esses entregadores, devem ser valorizados.

DEADLINE: 18/08 – 15HRS