

CASE STUDY



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DA MARTECH DIGITAL IMPULSIONA IDC EM PORTUGAL

6
MESES

629
ARTIGOS

2.091.103,4
AAV

1.956.227,4
REACH

3 PARCERIAS
COM MEIOS

DESAFIO

A **International Data Corporation (IDC)**, principal fornecedor global de inteligência de mercado, consultoria serviços e go-to market para os mercados de tecnologias da informação, telecomunicações e tecnologia de consumo, pretendia **aumentar a sua autoridade, notoriedade e consagrar a sua posição de líder de opinião** no mercado B2B em **Portugal**.

Através dos serviços de **Assessoria de Imprensa da Martech Digital**, e em conjunto com os responsáveis da consultora, foi definida uma estratégia de comunicação direcionada para os media, de forma a criar uma maior empatia junto dos jornalistas e editores, fortalecendo a presença em meios de comunicação especializados, como os económicos e generalistas.

ESTRATÉGIA

Ao longo de **6 meses**, a **Martech Digital** desenvolveu uma estratégia abrangente para posicionar a **IDC** como a consultora de referência em tecnologia B2B e B2C.

Através da elaboração de comunicados de imprensa, artigos de opinião e sugestões de conteúdos relevantes e temáticas de interesse para os media portugueses, a **Martech Digital** garantiu uma **presença constante da IDC nos meios de comunicação**.

Foram explorados temas como estudos, tendências, eventos realizados pela **IDC**, iniciativas, prémios, novas estratégias e parcerias, que visavam atrair a atenção da imprensa e do público-alvo.

RESULTADOS

Graças à comunicação *ongoing* realizada pela **Martech Digital**, a **IDC** obteve resultados significativos em termos de cobertura de imprensa e impacto de marca.

Durante o período de **6 meses** foram publicadas **629 notícias nos media portugueses** que mencionam ou destacam a **IDC**, alcançando uma audiência total de **14.551.431 indivíduos em Portugal**. Destas notícias, **586 eram referências diretas à marca**, ou seja, temas e estudos internacionais mencionados em artigos editoriais, com uma **audiência de 1.956.227.4 indivíduos**.

Por categorização de media, **96,15%** (605 notícias) das publicações ocorreram em meios de tecnologia (54%), economia (32%) e generalistas (10%), atingindo o público-alvo alinhado com os objetivos da IDC. Parte dos artigos publicados foram em meios de comunicação com maior relevância e audiência em Portugal.

A estratégia de comunicação da **Martech Digital** gerou perto de **100 artigos** – através de entrevistas, comunicados de imprensa, media partners para eventos IDC, artigos de opinião, entre outros formatos – nos meios de comunicação nacionais e regionais, contribuindo para o aumento da reputação e notoriedade da **IDC**.

A **Martech Digital** conseguiu ainda estabelecer parcerias com meios relevantes de tecnologia em Portugal para a publicação recorrente de estudos da **IDC**, bem como a gestão de media partners em eventos da **IDC**. Estas parcerias fortaleceram ainda mais a presença da **IDC** nos meios de comunicação e reforçaram a sua reputação como uma líder de opinião no mercado.

Em resumo, a **estratégia de comunicação** implementada pela **Martech Digital** para a **IDC** gerou resultados expressivos, incluindo uma ampla cobertura de imprensa, aumento da reputação e notoriedade da **IDC** em Portugal, e o reforço da consultora como um stakeholder de referência no setor das tecnologias de informação.

Através de um trabalho consistente e focado na geração de conteúdos relevantes, a **IDC** consolidou a sua posição como uma autoridade em serviços de consultoria e fortaleceu o seu relacionamento com a imprensa e o público-alvo.

RESUMO

- **Desafio:** A IDC procurava aumentar a sua autoridade, notoriedade e posição de liderança no mercado B2B em Portugal;
- **Estratégia:** A Martech Digital desenvolveu uma estratégia de comunicação direcionada para os media, fortalecendo a presença em meios de comunicação especializados e auxiliando nas parcerias com outros stakeholders;
- **Resultados:**
 - **629 notícias** publicadas nos media portugueses mencionaram ou destacaram a IDC, alcançando uma audiência total de **14.551.431 indivíduos**;
 - **586 notícias** foram referências diretas à marca, com uma audiência de **1.956.227.4 indivíduos**;
 - **96,15%** das publicações ocorreram em meios de tecnologia, economia e generalistas, atingindo o público-alvo alinhado com os objetivos da IDC;
 - Cerca de **100 artigos** publicados nos meios de comunicação nacionais e regionais, os quais contribuíram para o aumento da reputação e notoriedade da IDC;
 - Parcerias com meios relevantes de tecnologia em Portugal para a publicação recorrente de estudos da IDC e gestão de media partners em eventos da IDC;
- **Resultados expressivos:** Aumento da reputação e notoriedade da IDC em Portugal e consolidação como uma autoridade em serviços de consultoria no setor de tecnologias de informação;
- Consolidação da posição da IDC como uma **líder de opinião**, fortalecendo o relacionamento com a imprensa e o público-alvo.