

Relatório – Coletiva de Imprensa Nikon do Brasil – 27 de abril de 2011

Sucesso da coletiva de imprensa no início das atividades da Nikon do Brasil

O Evento

O lançamento da Nikon do Brasil ocorreu na Casa das Rosas, casa histórica que atualmente abriga exposições de arte e está localizada em frente ao prédio onde a unidade brasileira está instalada, e foi um sucesso. O salão onde ocorreu a coletiva estava repleto de jornalistas e o retorno recebido foi positivo.

O evento começou às 10 horas da manhã e logo estava cheio de jornalistas e fotógrafos dos mais importantes veículos.

O Local



[Galeria de Imagens](#)

Preparação para o evento

Aproximadamente duas semanas antes da coletiva de imprensa os mais importantes jornalistas das áreas de economia, negócios, propaganda e marketing, turismo e tecnologia receberam um teaser, em formato de vídeo, falando sobre uma importante companhia do segmento de imagem que estaria chegando em breve ao Brasil.

Link para acessar o teaser: <http://tinyurl.com/5waugjq>

Convite

Depois do teaser, as redações mais importantes em São Paulo, representando jornais, revistas e mídia online de todo o País, e também veículos de comunicação internacionais, foram convidados para a coletiva de Imprensa. Cerca de 470 jornalistas e fotógrafos receberam o convite.

Link para acessar o convite: <http://tinyurl.com/3gl8nob>

Press-kit

Um press kit foi preparado com a versão impressa do press-release com informações sobre a chegada da Nikon ao Brasil, como uma subsidiária da Nikon Corporation. Além disso, o press-kit era composto por um pen drive, especialmente desenvolvido para a Nikon em formato de mini câmera, com o press-release, imagens e um vídeo com os fatos mais relevantes da história da Nikon.



Coletiva de Imprensa

Os jornalistas e fotógrafos foram recepcionados pela equipe de assessoria de imprensa e conduzidos ao salão da coletiva, onde tiveram a oportunidade de acompanhar os discursos do presidente da Nikon do Brasil, Sr. Koji Maeda, e do Gerente Geral de Marketing e Vendas, Joel Garbi, sobre a inauguração da primeira subsidiária da Nikon na América do Sul. Responsável pela área de marketing, Érika Ito, Coordenadora de Marketing, e Natália Wolf, Coordenadora de Comunicação, explicaram aos presentes o conceito da campanha publicitária mundial da marca “I AM Nikon”, que está sendo nacionalizada com pessoas e aspectos da cultura brasileira.

Foi produzido um vídeo com os fatos mais relevantes da história da Nikon e foi criada uma versão traduzida do making of da campanha especialmente para ser apresentada durante a coletiva de imprensa. Os presentes também puderam assistir aos vídeos que farão parte da campanha publicitária para Televisão.

Link para acessar o vídeo: <http://tinyurl.com/3z9sfzf>

Link para acessar o Making Of da campanha publicitária: <http://tinyurl.com/66sz6wa>

Após esta etapa, todos os jornalistas tiveram a chance de elaborar seus próprios questionamentos e esclarecer suas dúvidas a respeito da chegada da Nikon ao Brasil.

Chegada da Imprensa



[Galeria de Imagens](#)

Entrada da equipe Nikon



[Galeria de Imagens](#)

Coletiva de Imprensa



[Galeria de Imagens](#)

Presença da Imprensa e sua importância

A coletiva de imprensa recebeu a presença de 46 jornalistas e fotógrafos representando os mais importantes jornais, revistas e mídia online do Brasil.

A cobertura incluiu os 2 jornais com maior circulação no país, O Estado de S.Paulo and Folha de S.Paulo; os mais importantes veículos de comunicação da área de negócios do País, Valor Econômico, Brasil Econômico, DCI, IstoÉ Dinheiro, incluindo seu canal de TV pela internet, Exame; o mais importante jornal no segmento de publicidade, Meio & Mensagem, além da revista Propaganda e do site Propmark.

A agência de notícias internacional Reuters também esteve presente e postou a novidade em seu website, em tempo real, direto do salão da coletiva de imprensa. Notícia esta que se espalhou para incontáveis websites ao redor do mundo.

Representando as áreas de tecnologia, o evento recebeu jornalistas da INFO e da PC World, duas das revistas mais lidas pelos entusiastas de tecnologia; além de representantes de importantes veículos de comunicação online como UOI, Terra, ZTop e TechGuru, considerados os websites mais importantes do segmento. O evento também teve cobertura das revistas e websites de turismo e viagem, como National Geographic, Guia 4 Rodas, Webventure e Panrotas.

A mídia especializada teve um papel fundamental na cobertura com as mais significativas revistas da área: Digital Photographer, Photos e Fotografe Melhor.

Ralcoh Comunicação

Av. Paulista, 2494 – conj. 104
01310-300 - São Paulo – SP
(11) 3257 4741
www.ralcoh.com.br

Coletiva de Imprensa – Debate



[Galeria de Imagens](#)

Entrevistas Finais



[Galeria de Imagens](#)

Show-room

Em um segundo momento, os jornalistas e fotógrafos foram levados ao show-room onde puderam conhecer os mais recentes lançamentos de produtos da Nikon, como a D5100, e falar com a equipe de especialistas da Nikon, que pode explicar as vantagens de cada câmera.

Show-Room



[Galeria de Imagens](#)

Equipe Nikon



[Galeria de Imagens](#)

Resultados

O evento pôde ser considerado um sucesso, uma vez que recebeu 46 jornalistas e fotógrafos dos mais importantes veículos de comunicação do País, incluindo alguns conhecidos por não acompanharem coletivas de imprensa, como valor Econômico e O Estado de S.Paulo. Como resultado da coletiva de imprensa, no dia seguinte tivemos a informação sobre a chegada da Nikon do Brasil publicada nas páginas dos mais importantes jornais e websites, por todo o País.

Esperamos para as próximas semanas os resultados da coletiva de imprensa que devem ser publicados em importantes revistas de vários segmentos.

Resultados de Clipping da Coletiva de imprensa



[Galeria de Imagens](#)