

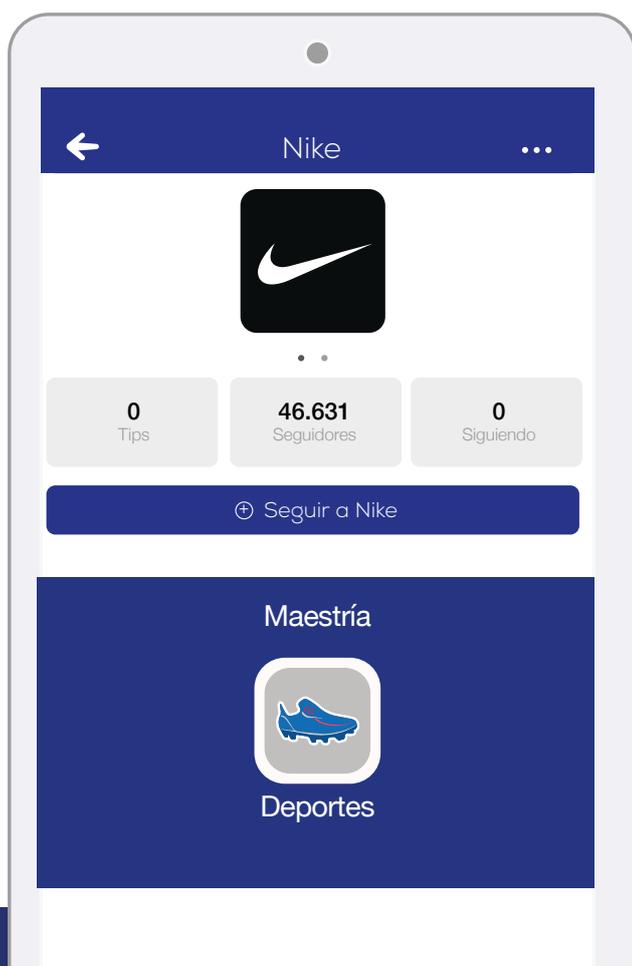
## CASO DE SUCESSO



## Nike

A Nike é uma empresa multinacional dos Estados Unidos que se dedica ao desenho, desenvolvimento, fabricação e comercialização de artigos esportivos: calçados, roupas, equipamentos e acessórios, entre outros.

É um dos maiores fornecedores de calçados e vestimentas esportivas, cuja missão é fornecer inovação e inspirar todos os atletas do mundo.



## DESAFÍO

A Nike utilizou o Foursquare e o Swarm para **comunicar duas campanhas no México**, que apresentavam os seguintes desafios:

### Promover a campanha "Nike Run Clans"



Que consistiu em escolher um clã (dentre as seguintes opções: Bosque De Chapultepec, Iztapalapa, Condesa, Coyoacán, Coapa, Satélite, Lindavista, Churubusco, Del Valle, Tlalpan e UNAM) e ajudá-lo, por meio do Nike+, a somar quilômetros e ser o vencedor.

A campanha **Nike Run Clans** foi lançada a reboque da corrida "We Run México", com o objetivo de preparar os participantes, promovendo o treinamento e incentivando-os a se destacarem como melhores corredores.

### Difundir os tênis Zoom Structure



O novo modelo de tênis lançado pela Nike, para homens e mulheres, que se caracteriza por possuir uma tecnologia de amortização NIKE ZOOM AIR de alta resposta, proporcionando um rápido arranque.

O objetivo fundamental da companhia era promover as campanhas em um meio inovador, em linha com sua missão.



## SOLUÇÃO

Para promover a campanha Nike Run Clans e o lançamento dos tênis Zoom Structure, foram utilizados os seguintes formatos oferecidos pelo Foursquare e pelo Swarm:

### NIKE RUN CLANS



1

#### PLACE BASED ADS (PBA)

No caso da campanha Nike Run Clans, a mesma se deu nas seguintes categorias:

Ar Livre ✓

Recreação ✓

O **call-to-action** utilizado levava a uma landing com mais informações e detalhes.



2

#### FOURSQUARE AUDIENCE NETWORK (FAN)

Foi utilizada para impactar os usuários do Foursquare e do Swarm na web. Os anúncios atingiram com os seguintes grupos:

Viajantes de Negócios ✓

Fãs do esporte ✓

Super compradores ✓

Profissionais ✓

## TENIS ZOOM STRUCTURE



1

### PLACE BASED ADS (PBA)

Em relação à campanha de lançamento dos Tênis Zoom Structure, a campanha foi orientada a 5 categorias específicas:

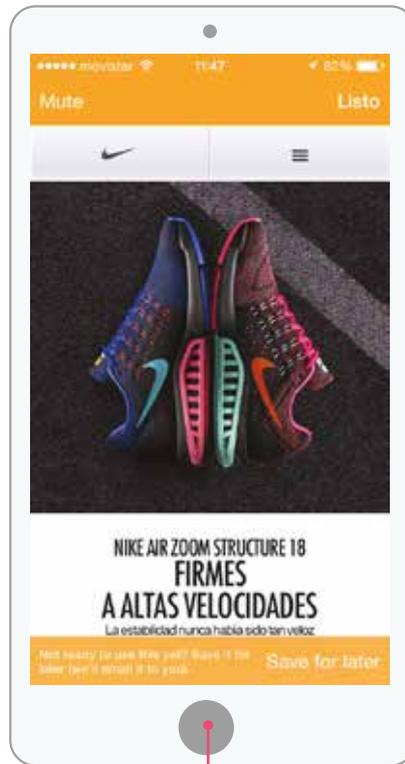
Viagens ✓

Compras e Serviços ✓

Transportes ✓

Artes e Entretenimento ✓

Profissionais ✓



2

### FOURSQUARE AUDIENCE NETWORK (FAN)

Foi utilizada para impactar os usuários do Foursquare e do Swarm na web.

Os anúncios atingiram os seguintes grupos:

Viajantes de Negócios ✓

Estudantes ✓

Fanáticos por Saúde ✓

Profissionais ✓

Entusiastas de Artes e Entretenimento ✓



## RESULTADOS



**452.000**

Impressões  
Place Based Ads



**3%**

Action Rate **Place Based Ads**  
Campanha Zoom Structure



**4%**

Action Rate **Place Based Ads**  
Campanha Nike Run Clans



**1.500.000**

Impressões  
**Foursquare**  
Audience Network



## AS CHAVES DO SUCESSO



### UTILIZAÇÃO DOS ANÚNCIOS ADEQUADOS

A utilização dos Place Based Ads e do Foursquare Audience Network permitiram uma grande cobertura e frequência, atingindo os usuários não somente quando estavam dentro do Foursquare e do Swarm, mas também quando estavam na web.



### SEGMENTAÇÃO POR CATEGORIAS E AUDIÊNCIAS:

Com as possibilidades de segmentação oferecidas pelo Foursquare e pelo Swarm, a Nike pode atingir o consumidor-alvo, por meio de cada uma das campanhas, de acordo com seu estilo de vida e o momento em que se encontrava.

"Queríamos fazer algo diferente e o Foursquare e o Swarm nos ajudaram a atingir essa meta. As amplas possibilidades de segmentação por categorias nos permitiram chegar ao público mais adequado, no momento preciso. Também, graças à possibilidade de chegar à audiência do Foursquare fora do aplicativo, pudemos compartilhar nossas campanhas com muito mais pessoas".

Sarah González del Villar  
Brand Comms and Digital Coordinator – Nike México



**Foursquare's Exclusive  
Ad Sales Partner in LatAm**