

HASHTAGTHEWORLD
MADE BY PEOPLE POWERED BY US

User-Generated Content Platform

FIH2 REPORT

Novembro a Julho de 2018

HASHTAGTHEWORLD

**TRANSFORMANDO
DADOS EM INFORMAÇÃO:**

01

**QUAL FOI O
NOSSO TRABALHO DE
PESQUISA EMPÁTICA
E ESCUTA SOCIAL.**

- 1 - Escuta da comunidade FIH2 via plataforma social Instagram.
- 2 - Monitoramento do conteúdo advindo dessa comunidade *online*. UGC.
- 3 - Compilação dos dados quali-quantitativos em tempo real.
- 4 - Mapeamento dos perfis e público de interesse da marca FIH2.

02

**QUAL FOI A
NOSSA GESTÃO
DA COMUNIDADE E
ONLINE MARKETING.**

1 - Gestão do relacionamento diretamente com os clientes e público de interesse via canal social Instagram.

2 - Monitoria das conversas em torno do conteúdo exclusivo FIH2 FESTIVAL.

3 - Criação de galerias online de exibição via User-Generated Content.

4 - Promoção e conversão para produtos/serviços e interação com os clientes utilizáveis (contribuidores, influenciadores e embaixadores).

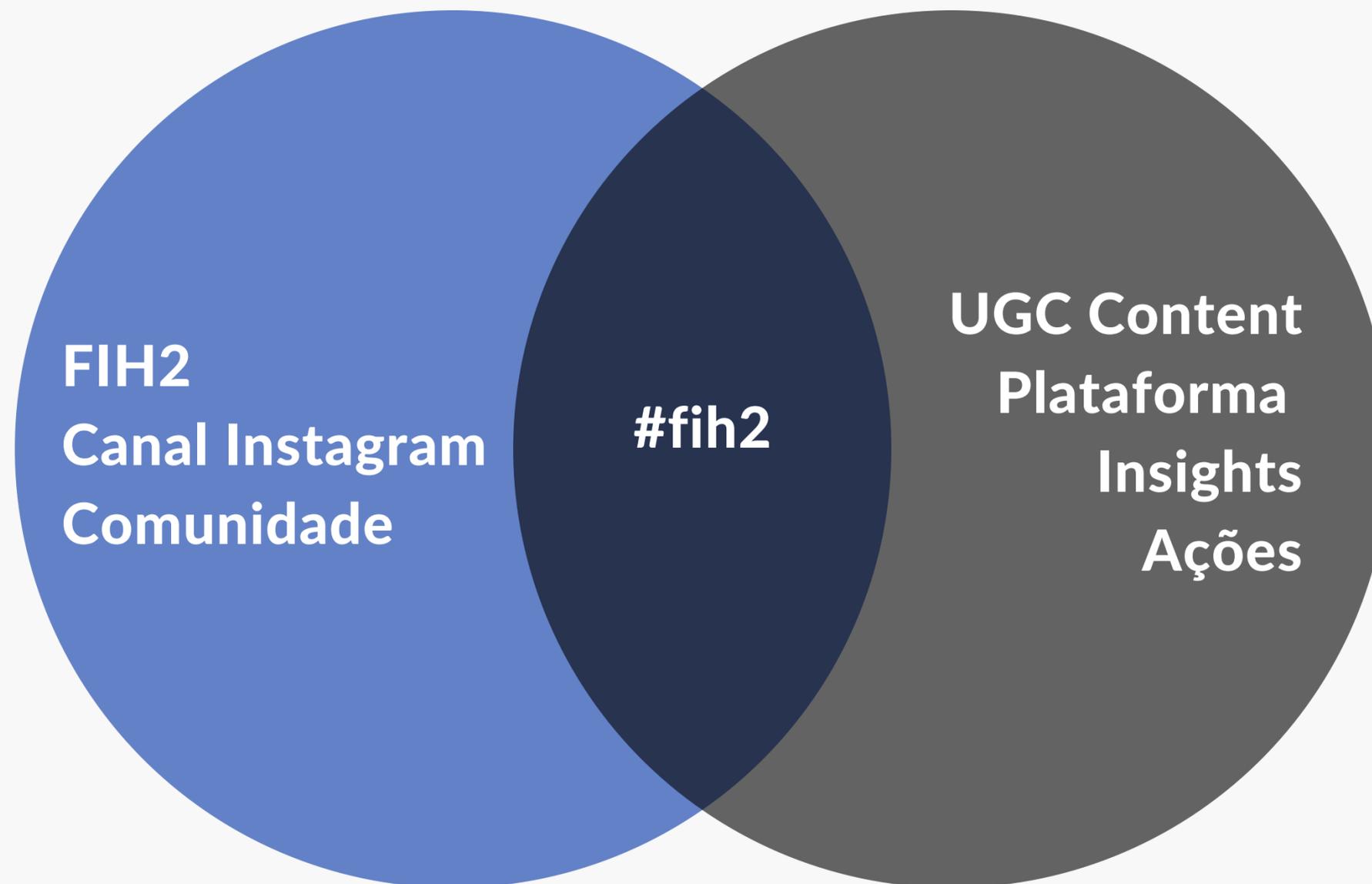
03

**QUAL FOI A NOSSA
PARTICIPAÇÃO
NO EVENTO.**

- 1 - Criação de meio para validar a experiência do público via Plataforma Instagram e mídia Out Of Home (LEDs Cidade da Dança e Teatro).
- 2 - Criação em tempo real da galeria de exibição #FIH2 para promover engajamento e produção de conteúdo via perfis sociais.
- 3 - Promoção da interação com os contribuidores, embaixadores e influenciadores coordenando a produção de conteúdo em Posts, Stories, Lives e ações com a IGTV conjuntamente com a equipe Dance&Concept.
- 4 - Monitoria das conversas em torno do conteúdo exclusivo #FIH2.
- 5 - Integração de arte e tecnologia durante o evento.

RESULTADOS

Como o modelo funcionou



DADOS DO PERÍODO: Nov 2017 a Jul 2018

Tráfego no Instagram com a #FIH2

9.180 BI

IMPRESSÕES
COM A #FIH2
NOS CELULARES

DISTRIBUIÇÃO DO
CONTEÚDO GERADO
PELO PÚBLICO COM
A #FIH2

1.836M

ALCANCE DA
MENSAGEM
-PESSOAS-

MÉDIA DE 20%
CONSIDERADA COMO
TAXA DE
CONVERSÃO REAL

3.827K

POSTS

NÚMERO DE POSTAGENS
GERADAS DURANTE O
PERÍODO COM A MARCA
UTILIZANDO A #FIH2

Influencers

ativados e moderados durante o período

@pamdebritto
@toniromanhuki
@p_i_k_o_l_e
@deniziojr
@alissonjpereira
@ji_sambati
@caiotolloto
@duhalcantara
@ciapyramid
@volpsx
@mayaramulleer
@viniazevedos
@andrerockmaster
@guigadesouza
@dancerdassy
@cesarvalentinovogue

Embaixadores FIH2

escolhidos durante o período

@pamdebrito - 35.500

@guigadesouza - 19.300

@andrerockmaster - 10.800

@viniazevedos - 6.586

Ações no Canal Oficial @Fih2oficial

durante o festival

Produção de conteúdo para STORIES

Produção de conteúdo para LIVES

Produção de conteúdo para IGTV, inaugurada no festival

GOALS



Ver 1 comentário
HÁ 1 DIA · VER TRADUÇÃO

 #fih2
iagogiehl · Teatro Positivo



324 curtidas

iagogiehl Fruto de esforço, dedicação, busca, estudo, horas e horas de conversas e trocas... mais

Ver todos os 13 comentários

 Adicione um comentário...

HÁ 1 DIA · VER TRADUÇÃO

A #FIH2 passou a ser seguida por pessoas como metadado. O que isso significa?

Significa que essa atualização orgânica ampliou o alcance das publicações no Instagram ao permitir que pessoas que ainda não sigam o perfil @fih2oficial sejam impactadas por meio da hashtag, tanto no feed como nos "Stories".

Hoje milhares de pessoas seguem hashtags como #love, #health, dentre outras, para absorver e compartilhar desses valores em seu dia a dia.

Com a adoção da #fih2 espontaneamente pelo público como valor para ser seguido, consolidamos o valor da marca como um metadado a ser seguido no Instagram.



Curtido por hashtagtheworld e outras 40 pessoas

loteriofabricio #FIH2
 #AtitudeFIH2
 #ArteFIH2
 #EstiloFIH2
 #danceFIH2
 #2018

A Identidade Visual da edição de 2018 engajou e possibilitou ao metadado #, catalogar o registro das experiências.

Posts, stories e lives ressignificaram o discurso da marca, a ação com a comunidade. Ao mesmo tempo a produção de conteúdo validou as hashtags secundárias e discurso corporativo de todo o projeto.



@dancerdassy

Conteúdo publicado no "Stories" do perfil.

1.6K

POSTS

Engajamento entre 05 e 08 de julho no canal Instagram.

O perfil ainda obteve mais de 26.000 visitantes durante os dias do festival.

Abaixo o crescimento do número de seguidores no Instagram durante o período.

4.8K

NOV - 2017

10K

JUL - 2018

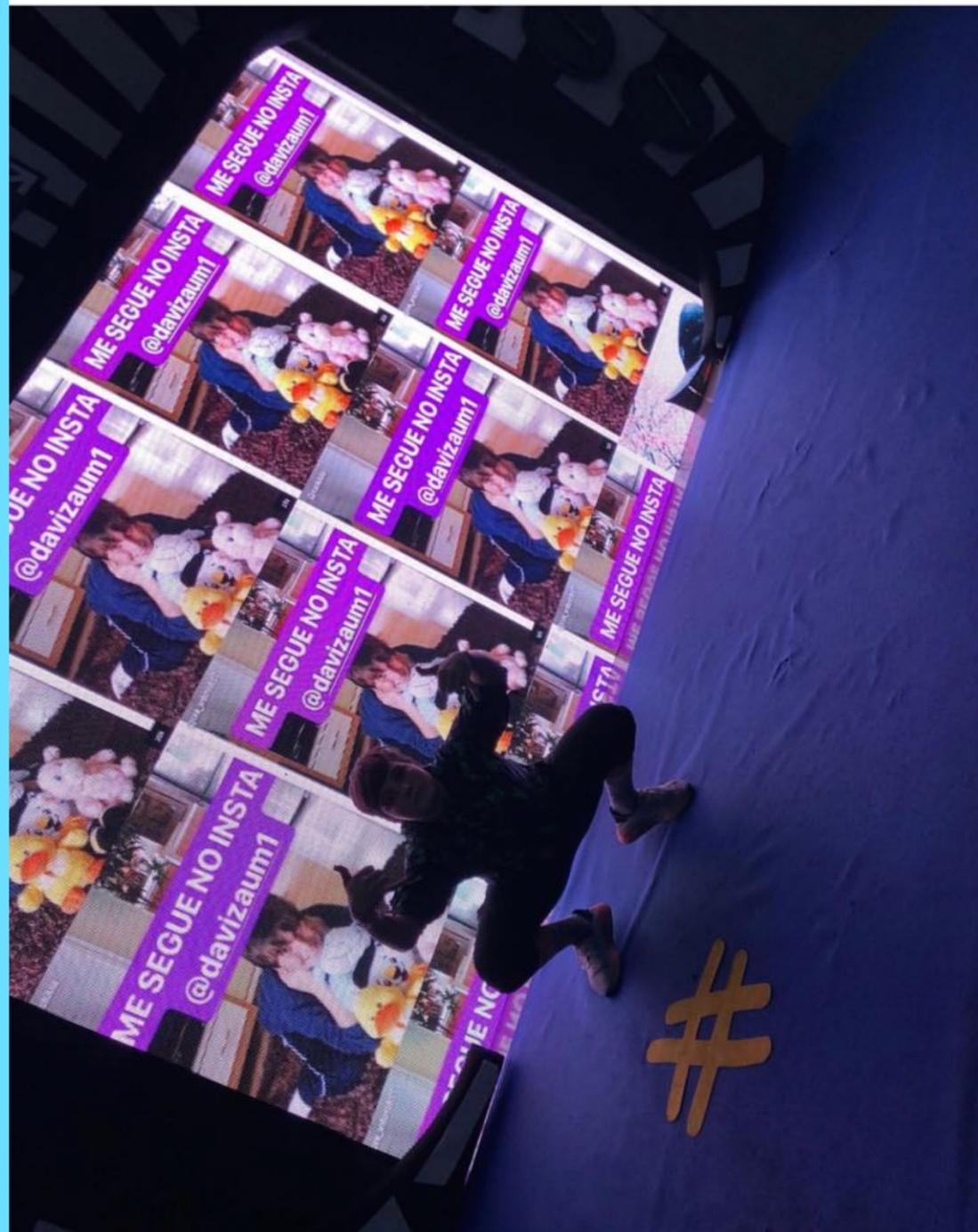
CURIOSIDADES

ouoiiuiuiu #fih2

22 HOURS AGO



ouoiiuiuiu · Follow



ouoiiuiuiu #fih2



Fome de fama

Um instagrammer tentou criar vários perfis anônimos para postar ao mesmo tempo suas fotos e aparecer para o mundo, dentro da ação de engajamento dos painéis com a #FIH2.

Identificado, ele foi removido pela nossa equipe e setup que excluiu todas as tentativas de ficar famoso dizendo: ME SEGUE NO INSTA @davizaum1

A foto registra o momento identificado por nós durante o evento.



HORAS DEDICADAS

279 H 33'

Nov de 2017 a Jul de 2018

**"OUR BRANDS ARE
PICKING UP STORIES TO
ENGAGE IN VERSUS
PRODUCTS TO PUSH**

WELCOME FIH2"



I amsterdam®



sketch



ROTTERDAM
ΡΑΓΤΠΕΡΓ



MENDO



SPACES.



HASHTAGTHEWORLD



#FIH2

Compartilhe no Instagram e apareça aqui!

**TOT ZIENS!
FIM DE CONTEÚDO**