



Mendorato na versão times de futebol amplia o portfólio da marca

Para celebrar a mistura de futebol e amendoim japonês, o Mendorato chega nas prateleiras das capitais paulista e carioca, por enquanto, vestindo 4 camisas: Corinthians (SP), Palmeiras (SP), Flamengo (RJ) e Botafogo (RJ). A novidade chega em época boa, já que a temporada do campeonato mais importante do país, o Brasileirão, está com tudo.

Disponível em pacotes de 120g, a novidade poderá ser encontrada nas regiões metropolitanas dos locais que já são atendidos e nas arenas nos dias de jogos dos times parceiros, pra torcida vibrar junto com o Mendorato. No comércio ao redor dos estádios a presença do Mendorato também está garantida, uma estratégia a mais adotada pela Santa Helena, uma das maiores indústrias do setor alimentício na América Latina, para reforçar a campanha.

“Dessa maneira, devemos ampliar a presença da marca Mendorato no mercado, refletindo no aumento do reconhecimento da marca associado ao universo do futebol, o qual é o posicionamento central do produto”, afirma Tiago Garcia Leal, gerente de marketing da Santa Helena.

Tiago explica também que “Outras frentes de trabalho estão em andamento para que, em breve, mais clubes brasileiros sejam inseridos no projeto. O intuito é ter a presença da marca perante a maior quantidade de torcedores possíveis, nos conectando com eles diante das diversas ocasiões de consumo relacionadas ao futebol”.

A iniciativa faz parte da campanha Mendorato, Seu Parceiro do Futebol, que está no seu terceiro ano. De 2017 até 2018, a ação já rendeu mais reconhecimento para a marca, com um crescimento de nove pontos percentuais na cidade de São Paulo, local trabalhado com exclusividade até o ano passado. Dessa vez, a campanha dá um novo passo nos canais digitais e atinge outro estado. “Este ano, com ainda mais sinergia no universo do futebol devido ao licenciamento, o Rio de Janeiro passa a ser também praça foco de trabalho. A comunicação nos

canais digitais ganha suporte das redes sociais dos próprios clubes, uma importante ferramenta para impactar o consumidor”, comenta Leal.

Agora, a torcida pelo seu time do coração fica ainda mais forte com o Mendorato vestindo a camisa e torcendo junto com você.