



# Festa do Méqui no BBB: o maior merchan do reality?

Em parceria com a Globo, DPZ&T promove festa do pijama e ação ganha elogios do público

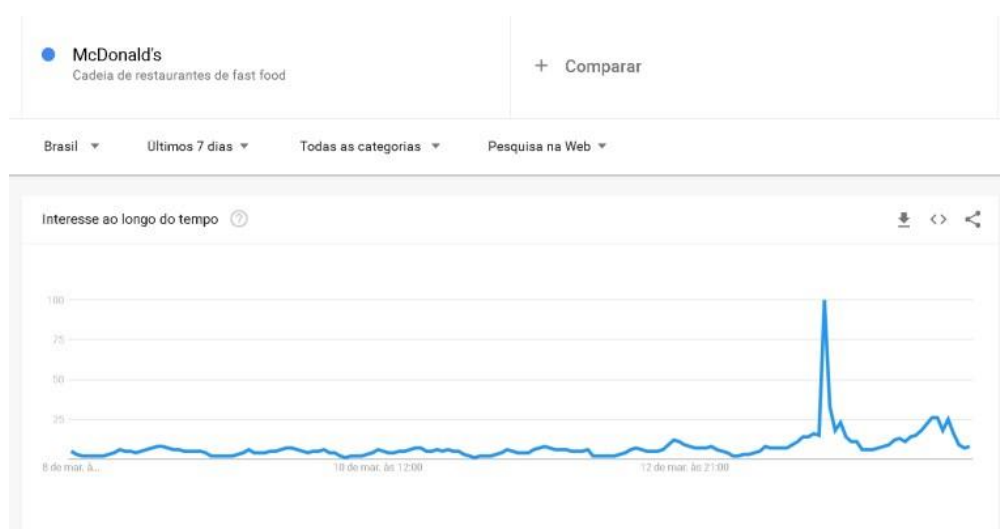


No último sábado (13), o McDonald's, em ação desenvolvida pela agência DPZ&T em parceria com a Globo, transformou o Big Brother Brasil 2021 em uma festa do pijama. Na ocasião, os brothers puderam saborear diversos produtos da rede, aproveitaram um cenário lúdico e vestiram a camisa, literalmente.

Para garantir que a experiência da festa fosse memorável para os brothers, a rede organizou, junto à produção do programa, uma cozinha estruturada com os equipamentos necessários para entregar produtos com o mesmo padrão dos restaurantes: alimentos frescos e com a temperatura ideal. Além disso, a montagem incluiu também o famoso arco da marca, compartilhado pelo diretor da atração, Boninho:

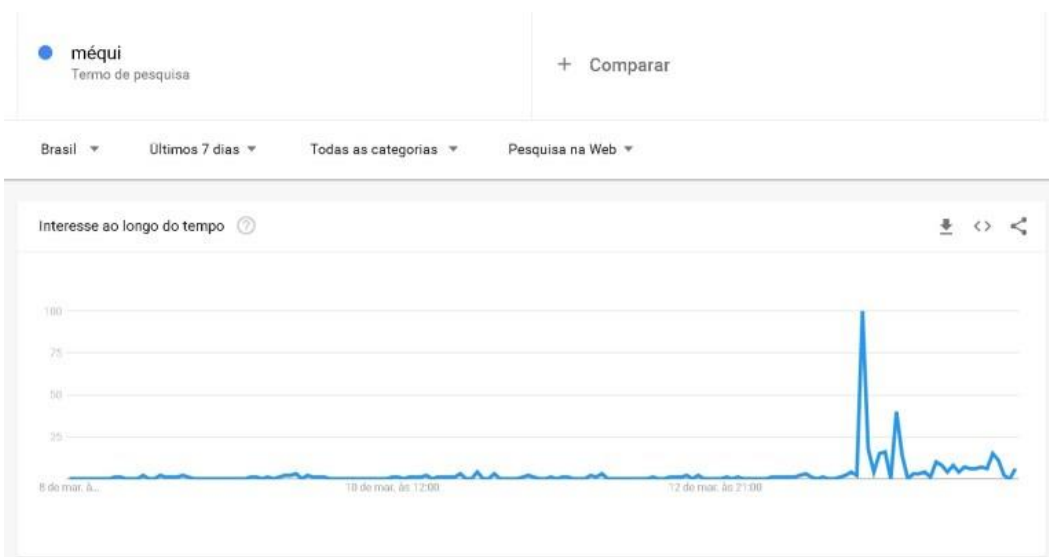


Com a pandemia da Covid-19 em sua pior fase no Brasil, a ação caiu como uma luva para a audiência brasileira, cada vez mais isolada em casa. "A marca esteve presente em seis dos principais temas mais comentados no Twitter durante a festa. Assim como na noite da Prova do Líder, no começo de fevereiro, tivemos um grande número de acessos em nosso app", revela a rede. Dados do Google Trends mostram o aumento de buscas exatamente no momento da festa:



Crescimento do termo McDonald's (Reprodução/Google)





Crescimento do termo McDonald's (Reprodução/Google)

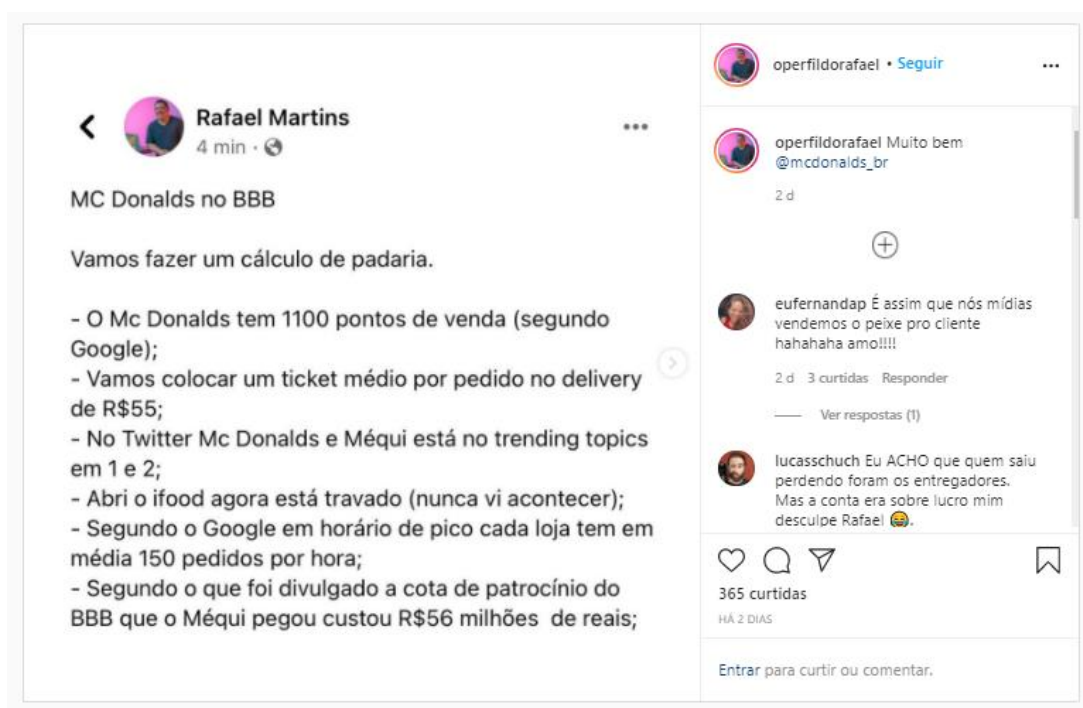
Tudo “culpa” da combinação da ação. TV aberta, anúncios em redes sociais veiculados no momento da festa promovendo os pedidos da rede e ações digitais com influenciadores. O resultado: diversos comentários elogiosos sobre a ação:



Inclusive, usuários relataram que o iFood chegou a travar durante a atração, evidenciando ainda mais sua efetividade:



Houve até quem calculasse os lucros do Méqui na noite de sábado:



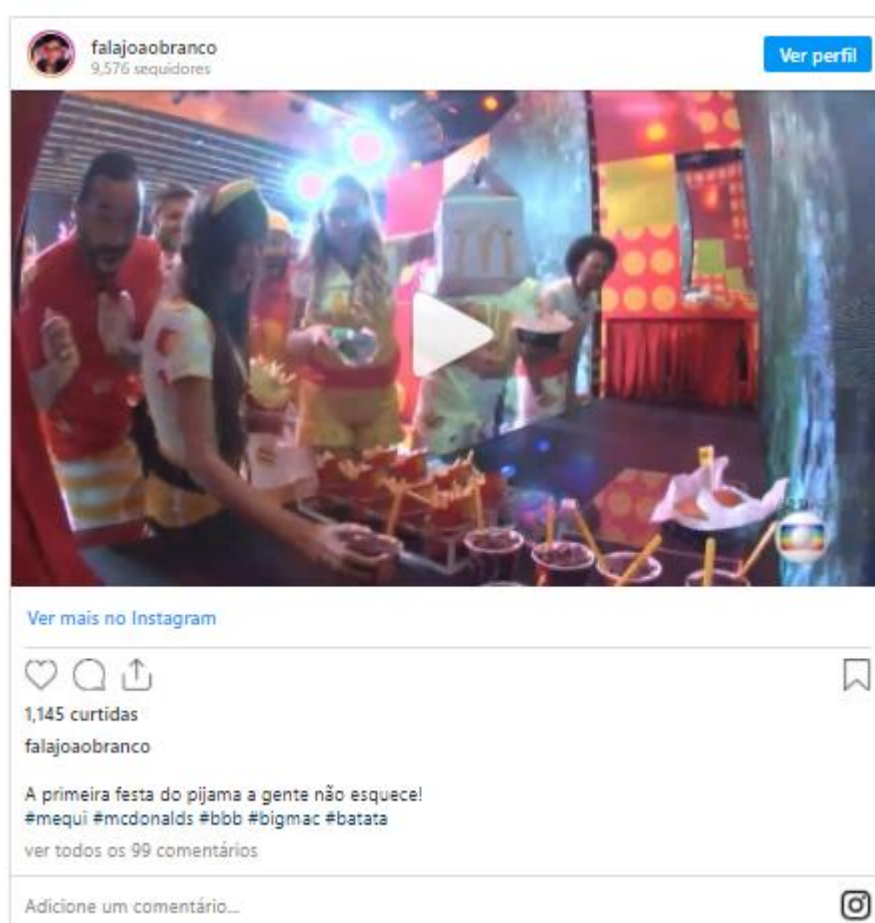
A ação teve ainda um “molho especial” para incrementar os pedidos: intens inspirados na festa.

Segundo a rede, a cada semana, a edição exclusiva da “Méqui BBBox – Festa do Pijama” terá um item especial e sortido, válido apenas para pedidos realizados via o aplicativo iFood, de acordo com restaurantes participantes e horário de funcionamento, bem como conforme a disponibilidade de estoque.

Nesta semana, são pares de meias e nas próximas duas semanas (21 e 28 de março), outros dois novos itens serão disponibilizados. Os preços estarão disponíveis dentro do aplicativo iFood e para conferir o regulamento da campanha e os restaurantes participantes, basta acessar [este site](#).



“Essa é nossa maneira de evidenciar que o Méqui é uma marca democrática e que tem o poder de transformar simples momentos em experiências deliciosas, como curtir um Méqui de pijama, no conforto do seu sofá, enquanto dá uma espiadinha na casa mais vigiada do Brasil. Por meio de todos os nossos canais digitais, oferecemos a melhor conveniência e comodidade para atender as necessidades do nosso consumidor”, destaca João Branco, CMO do McDonald’s Brasil. O executivo comemorou a festa em seu Instagram:







O executivo também afirma que a estratégia por trás dessa ação é reforçar a plataforma que atende os mais variados grupos de família: a Méqui Box. “Acreditamos muito no potencial da Méqui Box, um produto que oferece uma grande diversidade de combinações e ótimo custo-benefício para quem busca as melhores ofertas para si e para a família ou amigos. É uma ótima opção para matar a Fome de Méqui de todos independente de onde você estiver”.

Outro componente que ajudou no sucesso da ação: o público fez questão de compartilhar seus pedidos, mostrando que “faziam parte” da festa do BBB:





[comercialonline.tv.br](http://comercialonline.tv.br)