

20 **RELATÓRIO**
22 **ANUAL**



Ninguém faz comunicação sozinho

É necessário, pelo menos, uma pessoa para falar e outra para ouvir. Mas nós sabemos que quando tem mais gente nessa conversa tudo fica ainda melhor.

E é por isso que acreditamos tanto na ideia de um grupo. Diferentes especialidades, pontos de vista. Outras vivências e opiniões.

Aqui, no Grupo Nexcom, atuamos de forma integrada a partir de uma cultura forte e um ótimo clima, que nos garantiu este ano a conquista da certificação GPTW.

Somos um grupo de profissionais experientes, inquietos e ágeis, que trabalham duro para antecipar tendências, construir

vínculos e contar boas histórias, seja por meio de Publicidade, Comunicação Corporativa, Mídia, Marketing Digital ou qualquer outra disciplina.

Onde houver gente para falar e gente para ouvir, estaremos lá. Obrigado a todos que participaram das nossas conversas ao longo de 2022, seja como parte do time, cliente, parceiro ou amigo.

Caso este seja o nosso primeiro contato, saiba que ficamos muito felizes de seguir criando novas conversas.

GRUPO
nexcom



SAIBA MAIS:

SOBRE NÓS >

Nascemos a partir da união de duas agências, que continuam atuando de forma independente, mas que compartilham de uma mesma cultura e possuem uma série de objetivos em comum. Defendemos que o cliente deve estar em primeiro lugar e acreditamos na consolidação do mercado brasileiro de agências e na ideia de unir, sob um mesmo grupo, as melhores práticas de comunicação. Também acreditamos no ganho de escala, na inovação e na tecnologia. Somos uma jornada que está apenas começando.

NOSSO MERCADO >

Nosso mercado é o mundo! Operamos em ritmo acelerado, investindo em tecnologias, pessoas e experiências aos nossos clientes, focando em atingir suas metas. Oferecemos uma comunicação moderna, integrada com diversos mercados para atender demandas de plataformas digitais e tradicionais.

NOSSA ESTRATÉGIA >

Entregamos um crescimento sustentável, trazendo para os nossos clientes uma diversidade de talentos, com habilidades e independência para as tomadas de decisões dentro dos mais diversos segmentos.

O QUE FAZEMOS

-  AUDIOVISUAL
-  BRANDED CONTENT
-  BRANDING
-  CIÊNCIA DE DADOS
-  COMUNICAÇÃO CORPORATIVA
-  ENDOMARKETING
-  EVENTOS
-  GESTÃO DE CRISES
-  MARKETING DIGITAL
-  MARKETING INSTITUCIONAL
-  PESQUISAS
-  PUBLICIDADE
-  REDES SOCIAIS
-  RELACIONAMENTO COM INFLUENCIADORES
-  RELACIONAMENTO COM INVESTIDORES
-  RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS
-  RELAÇÕES PÚBLICAS
-  TREINAMENTOS DE COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO

06

Uma história em números

07

O ano em que fizemos acontecer
nossa visão para o Grupo Nexcom

08

Agora é hora de ir longe!

11

Somos gente fina, elegante e sincera...
e Great Place To Work

12

Inserção de novos talentos com a Unesp

13

Experiência do Cliente

14

Publicidade e Mídia

15

Digital

16

Relações Públicas em essência

UMA HISTÓRIA EM NÚMEROS

O Grupo Nexcom é o resultado da união de duas empresas que estão em plena expansão. E claro que o primeiro ano do grupo foi acompanhado por um planejamento estratégico e um time voraz, que soube aproveitar as melhores oportunidades para fazer do crescimento sustentável uma assinatura da marca. 2022 foi um ano de sucesso para nós, agradecemos ao nosso extraordinário time, que faz acontecer, aos nossos clientes e parceiros.

➤ Saiba mais sobre o Nexcom em números:

⊕ DE
150 PROFISSIONAIS

36 MILHÕES
DE FATURAMENTO EM 2022

⊕ DE
100 CLIENTES

11º MAIOR GRUPO
DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA DO PAÍS

36 SÓCIOS

GREAT PLACE TO WORK

O ANO EM QUE FIZEMOS ACONTECER NOSSA VISÃO PARA O GRUPO NEXCOM

Em 2022, tiramos do papel a ideia de formar o **Grupo Nexcom**. Nossa visão é que a comunicação corporativa e o marketing precisam de inovação, força financeira e escopo de serviços para enfrentar a mudança sísmica no setor. São elementos pouco presentes no nosso segmento, ainda muito pulverizado. Portanto, o movimento de consolidação está apenas começando e vamos ser um dos principais agentes dessa transformação.

O Nexcom começou com duas agências, a **Fato Relevante** e a **Pub**. Estamos apenas no início. Mas foi um começo espetacular. Crescemos mais de 60%, para R\$ 36 milhões de faturamento e uma carteira com mais de 100 clientes, já nos firmando como um dos maiores grupos brasileiros de comunicação corporativa. Essa entrega foi feita por um time com mais de 150 profissionais. Como gostamos de dizer - **gente fina, elegante e sincera**.

Além da visão macro, de consolidação do setor e oferta completa para os clientes de serviços de comunicação e marketing, há um ingrediente micro essencial. É o modelo de partnership, que alia os

interesses dos clientes à remuneração da equipe de sócios, formada por um time imbatível de especialistas em suas áreas de conhecimento. Com isso, realmente **entregamos foco no cliente**, o que, aliado ao portfólio completo de serviços, torna nossa oferta superior e estratégica. De fato, ajudamos o cliente a deixar **sua marca no mundo**.

Ao longo do ano, adicionamos várias camadas de gestão e governança a esse modelo para tornar a nossa máquina ainda mais eficiente. Reforçamos o time administrativo e financeiro, criamos processos para as várias frentes de trabalho do negócio, implantamos rotinas de pós-venda, fizemos avaliação das pessoas, conseguimos o selo GPTW, atualizamos nosso Código de Conduta. Fizemos encontros de alto nível com clientes, especialistas e nosso time para refletir sobre o setor e buscar as melhores práticas.

Em 2023, vamos entregar ainda mais! Queremos um atendimento ainda mais diferenciado e eficaz para nossos clientes, a base do nosso sucesso. Queremos um time motivado, engajado, disposto a cooperar e inovar, com energia para fazer a diferença na vida dos clientes. Queremos soluções e serviços melhores que tragam ainda mais resultado aos negócios. Queremos um grupo atraente e acolhedor para os clientes, para os profissionais da área, para as novas empresas que vão chegar e para o mercado. **Queremos deixar um legado**.

Aos nossos mais de 100 clientes e 150 profissionais, nosso muito obrigado por fazer parte dessa trajetória. Aquele sonho cresceu e se concretizou.

Alcides Ferreira
Sócio executivo da FR e fundador do Grupo Nexcom

AGORA É HORA DE IR LONGE!

Há um ano, Alcides e eu decidimos que o **Grupo Nexcom** seria realidade. Falávamos há tempos sobre como poderíamos trabalhar juntos, mas a fórmula nunca chegava. Ou a conta era complexa, ou o momento não ajudava. Mas aquilo que, naquele momento, era apenas imaginação, saiu do papel. E é melhor, muito melhor do que eu ou qualquer pessoa na FR ou na Pub poderiam imaginar.

Nos últimos 12 meses, ultrapassamos a marca de 100 clientes. A Pub, pelo segundo ano consecutivo dobrou de tamanho, a FR cresceu mais de 50%. As duas marcas têm um ano juntas e isso, por si, já é incrível. Então, quando você se dá conta de que a marca mais velha tem apenas cinco anos, esse feito me parece ainda mais bacana.

Construímos isso com pessoas. São mais de 150 profissionais, entre jornalistas, publicitários, advogados e economistas trabalhando conosco. Todos muito queridos, que estão aqui há mais ou menos tempo, mas com participação fundamental no sucesso do negócio. Nesse tempo, mesmo com a distância e o formato híbrido, composto muito mais por home office do que presencial, conseguimos criar políticas de RH, oferecer treinamentos e reforçar

a cultura desejada: somos inquietos, ágeis e formados por gente fina, elegante e sincera. Tudo isso nos fez merecer a certificação de Great Place to Work®.

Nesse ano trouxemos para casa clientes como **Nestlé, SoftBank, V.tal, Descomplica e ANBIMA**, para o qual fizemos trailer em cinema, podcast, websérie... pacote completo de comunicação. Participamos também ativamente de um movimento regulatório que resultou na criação da primeira legislação específica do setor de criptoativos no mundo.

Nós conseguimos isso porque “amamos o que fazemos, somos divertidos e estamos sempre em busca do novo. Nossa visão especializada nos permite falar com confiança, sem nunca deixar de lado a leveza e a curiosidade”. Isso está entre aspas porque faz parte do nosso manual de marca. Porque para abrigar tanta coisa bacana, precisávamos de uma marca forte, capaz de expressar movimento e conexão. Conseguimos!

Nexcom é tudo isso e está apenas começando. Aguardem as cenas dos próximos capítulos.

Ricardo Bonatelli (Bona)
Sócio executivo da Pub e fundador do Grupo Nexcom



Ricardo Bonatelli e Alcides Ferreira
Sócios-fundadores do Grupo Nexcom no 1º Nexcom em Foco, encontro de lideranças da empresa

ALCIDES FERREIRA
Comunicação
Financeira, Relações
com Investidores,
Gestão de Crise



ADRIANA D'ESSEN
Finanças e Jurídico



ALESSANDRA CARVALHO
Comunicação
Corporativa, Finanças
e Indústria



ANA CLAÚDIA CÂMARA

Gestão de Crise,
Endomarketing,
Administração
Pública
e Comunicação
Corporativa



ANGELITA GONÇALVES
Saúde, Indústria
Farmacêutica e
Comunicação
Corporativa



BRUNO BLECHER
Agronegócio
e Meio Ambiente.



CRISTINA MAIELLO
Treinamento,
Prevenção de Crise,
Saúde, Indústria,
Comunicação
Corporativa



DANILO VIVAN
Comunicação
Corporativa, Mercado
Financeiro, Negócios
e Real Estate



EDSON GUSHIKEN
Comunicação
Corporativa, Indústria
e Finanças



EMÍLIA SPIRLANDELI
Comunicação
Corporativa,
Marketing, Negócios,
Gestão de Crise,
Mídia, Esporte,
Tecnologia



FERNANDO RUBINO
Gerenciamento
de Crise e Finanças



GILSON GUILHERMINO
Gestão Administrativa
e Financeira,
Planejamento
Estratégico
e Controller



GUSTAVO BARROSO
Gestão Financeira



ILANA SZYLLER
Mercado Financeiro
e Negócios



IVELISE CARDOSO
Mercado Financeiro,
Negócios e Saúde



JULIANA NERY
Comunicação
Corporativa,
Consumo, Gestão
de Crise,
Planejamento
Estratégico
e Reposicionamento
de Marcas



KÁTIA HOCHMAN
Finanças
e Negócios



LARISSA PERUCCINI
Especialista
em Comunicação
Corporativa



LIA CARNEIRO

Comunicação Corporativa, Finanças, Gestão de Crise, Indústria, Mineração e RH

**LORENA CASTRO**

Estrategista Digital

**MARCELINO FRANCISCO DE OLIVEIRA**

Gestão e Planejamento Estratégico

**MARCELO MENDONÇA**

Prevenção e Gestão de Crises, Viagens e Turismo, Setor aéreo e Usabilidade

**MARCELO NADALON**

Especialista em Agronegócio

**MARCOS VIESI**

Mercado de Capitais e Indústria

**MARCUS LAVORATO**

Relações Institucionais

**NÚBIA TAVARES**

Estratégia e Integração das Áreas

**OLÍVIA DE SÁ**

Customer Experience e Pós-Vendas

**RAFAELA BARROZO**

Planejamento Estratégico

**RICARDO BONATELLI**

Comunicação Corporativa, Gestão de Crise e Negócios

**RUY BARATA**

Energia, Mineração e Infraestrutura

**SILVIO BRESSAN**

Relações Governamentais e Responsável por Contas Públicas

**TERCIANE ALVES**

Educação Executiva, Mercado de Trabalho, Política Pública e Gestão Cultural

**THIAGO CARDIM**

Estrategista Digital

**VALÉRIA MASSON**

Comunicação Corporativa, Marketing e Estratégia

**VANESSA DA SILVA**

Viagens e Turismo

**VANESSA SOUZA**

Gestão Financeira e Administrativa



SOMOS GENTE FINA, ELEGANTE E SINCERA... E GREAT PLACE TO WORK

O sucesso do Grupo Nexcom está atrelado às pessoas que fazem a empresa acontecer diariamente. Por isso, cuidar da jornada dos profissionais é uma das prioridades da organização. A área de **Gente e Gestão** começou em 2021, com a chegada da Head de Talentos, Milena Baltazar, ao time FR. Em 2022, o setor foi incorporado à Pub com a entrada da analista Juliana Moraes.

Atualmente, a empresa conta com mais de 150 profissionais, atuando em diversas verticais de comunicação. Para integrar cada vez mais esses times, a área passou por um processo de consolidação, focando na criação de estruturas, processos, políticas e crescimento da organização. “Nossos principais desafios foram o início da cultura de avaliação, pesquisa de clima, desenvolvimento de liderança e integração de todo Grupo Nexcom”, comenta Milena.

E claro, os resultados desse trabalho vieram da melhor forma. Em outubro, o Grupo Nexcom foi contemplado com o selo **Great Place to Work®** - dado pela consultoria global, que apoia organizações a obter os melhores resultados por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação. A certificação é mensurada pelo índice de confiança dos funcionários, tendo como base uma metodologia calcada em cinco dimensões — credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem.



A pesquisa fornece dados para a construção de uma empresa melhor e, pelo fato de ser a primeira vez que o Grupo Nexcom participa da certificação, a conquista do selo reforça que estão no caminho certo. “Os resultados são extremamente relevantes para que a empresa possa atuar de forma efetiva, com melhorias de processos e desenvolvimento dos nossos profissionais”, complementa.

Para 2023, a área planeja continuar investindo na qualidade dos processos e no desenvolvimento do time, identificando os potenciais e a jornada de cada um. “Respeitamos a caminhada de cada profissional e queremos que ele se integre e se desenvolva dentro de casa, assim teremos equipes mais diversas e multidisciplinares”, finaliza.

“ Com o selo GPTW temos um direcionamento para projetos futuros, com total foco em nossos profissionais ”



Milena Baltazar
Head de Talentos



Juliana Moraes
Analista de Gente e Gestão

INSERÇÃO DE NOVOS TALENTOS COM A UNESP



Para muitos, a universidade é o primeiro passo de entrada no mundo corporativo. Mas, apesar de ser essencial para o desenvolvimento de novos profissionais, as instituições ainda não conseguem se adaptar às mudanças do mercado na velocidade em que elas acontecem. Por isso, ao longo do ano, os sócios do Grupo Nexcom realizaram encontros com estudantes, dentro das universidades, para abrir o primeiro contato com o universo das agências e o mercado de trabalho.

Desses encontros, surgiu uma parceria piloto com a **Universidade Estadual Paulista (UNESP)**. Liderada pelo sócio-diretor Danilo Vivan, o objetivo do projeto é criar um canal no qual os professores da instituição possam indicar alunos do último ano, ou recém-formados, para trabalharem na agência.

“Temos muitos egressos da Unesp no grupo e, até por isso, temos um bom contato com a direção da universidade. Nosso entendimento é o de que os professores conhecem o perfil de cada estudante e são capazes de indicar aqueles mais interessados”, explica Vivan.

O sócio ressalta que essa parceria não exclui a indicação de alunos de outras universidades e que a expectativa é ampliar o projeto para mais instituições, inclusive para estudantes bolsistas e de baixa renda no próximo ano. “Por operarmos em home office, profissionais de outras cidades, como Bauru, conseguem atuar na agência, modalidade que não era possível há alguns anos.”

“Quando o recém-formado ou estudante entende o mecanismo de uma agência, e se adapta a ela, tende a ser valorizado”



Danilo Vivan
Sócio-diretor da FR, especialista em Comunicação Corporativa, Mercado Financeiro, Negócios e Real Estate



Créditos: **Luis Antonelli Antonelli**

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

“O Grupo Nexcom faz entregas únicas! Prezamos pelo valor e excelência no nosso trabalho, sempre colocando o cliente em primeiro lugar”

Os objetivos do Grupo Nexcom são claros: oferecer o melhor atendimento para os clientes em todas as esferas. E, para atingir esse grau de excelência, a empresa chamou a Olivia de Sá para ser Head de Customer Experience e coordenar esse projeto junto aos diretores de atendimento e as demais áreas de suporte.

Com mais de 15 anos de experiência, Olivia entrou no time do Grupo Nexcom com o objetivo de oferecer algo novo, uma área que olharia de fora para dentro para acompanhar o dia a dia dos atendimentos, buscando trazer o elo entre as equipes e o cliente. “A área não é uma auditoria, mas, sim, uma ponte para identificar se o trabalho que estamos entregando é satisfatório para o cliente ou se precisa de ajustes”, comenta.

Dessa forma, a vertical reforça o lado humanizado no contato com o cliente. Na prática, Olivia faz rodadas de conversas com as interfaces das empresas para entender suas necessidades e trazer pontos de melhoria. “São conversas aprofundadas, para entender os caminhos e as dores que, muitas vezes, nem o cliente sabia que tinha e em como vamos solucioná-las, juntos” explica.

A regra para a head é clara. “Não vamos perder nenhum cliente por besteira. Viemos de uma escola de excelência e é isso que entregamos.” Por isso, após o diagnóstico com o cliente, Olivia se reúne com o diretor da conta e os atendimentos para reajustar estratégias e executar as novas ideias.

O crescimento do grupo será uma constante em 2023, por isso Olivia acredita que a área estará mais estruturada e novas métricas poderão ser utilizadas para potencializar, ainda mais, a entrega para os clientes. Além disso, graças ao envolvimento com as pessoas, é natural que a área de Experiência do Cliente do Nexcom caminhe cada vez mais próximo da área de Gente e Gestão.



Olivia de Sá
Head de Customer Experience

PUBLICIDADE & MÍDIA

Se a propaganda era uma área ainda tímida na FR e na Pub, essa percepção foi derrubada em 2022. A união das empresas reforçou a necessidade de ter um núcleo dedicado às campanhas de publicidades dos clientes. A consolidação da vertical veio com a chegada do Head de Publicidade, Pedro Lara, e da Gerente de Mídia, Fernanda Martire.

Os especialistas chegaram com a sede de integrar cada vez mais as equipes e, por isso, desde o início estimulam todos os talentos do time a criarem soluções aos clientes, que usam da publicidade e da mídia como mais uma ferramenta de comunicação. Potencializando o alcance das estratégias do Grupo Nexcom e estimulando o diálogo dos clientes da casa com os seus públicos de interesse.

“Somos uma área transversal, isso significa que podemos ser acionados por todos os clientes e pelos times do grupo. A ideia é oferecer soluções integradas aos nossos parceiros, para que suas narrativas e mensagens-chave estejam presentes em vários formatos e meios”, explica, Lara.

A área de **Publicidade e Mídia** do Grupo Nexcom possui um leque completo de serviços, que vão desde anúncios até a projetos que se convertam em várias ferramentas de comunicação. O desafio da vertical é saber utilizar o contexto do dia a dia para dialogar, criando conexões entre as marcas e os clientes. “A tecnologia tem sido essencial nesse quesito e permite criar novas possibilidades para serem exploradas, com soluções integradas e inovadoras”, complementa Fernanda.

Atualmente a vertical conta com 14 pessoas, divididas entre as áreas de Atendimento, Mídia e Criação, sendo:

- **Atendimento:** responsável pela interface com o cliente e as outras áreas da agência;
- **Mídia:** encarregada pela divulgação, cotação dos orçamentos e relacionamento com os veículos;

- **Criação:** desenvolvimento de estratégias criativas que irão ocupar os espaços negociados pela frente de Mídia.

A área teve destaque em 2022 por saber como aplicar estratégias para integrar a comunicação e trazer resultados mais eficientes para os clientes. Atualmente, a vertical possui 19 contas em operação. “Amplificamos o diálogo com as frentes de comunicação do grupo para entregar excelência e resultados de negócios”, afirma Fernanda.

No próximo ano, o time projeta ativar áreas complementares de comunicação, para alcançarem novos patamares de investimentos, ainda mais expressivos. O BI (Business Intelligence) é uma nova estrutura que está em desenvolvimento no grupo. “Vamos trazer dados e insights que nos ajudem a produzir estratégias mais assertivas e relevantes para os negócios e marcas dos nossos clientes”, finaliza Lara.

“*Nossos talentos têm ganhado mais familiaridade com a área e somos cada vez mais procurados para pensar novos projetos*”



Pedro Lara
Head de Publicidade



Fernanda Martire
Gerente de Mídia

“*Somos percebidos como parceiros estratégicos dos nossos clientes e não apenas prestadores de serviços*”

DIGITAL

A área de Digital é fundamental em qualquer agência, e na FR e Pub, a vertical é um destaque de resultados. Por isso, para ampliar o escopo de atendimento e expertise, os dois times se integraram em 2022.

A união das equipes trouxe mais robustez, melhoria de processos, apoiando o crescimento da área, que atualmente conta com mais de 30 clientes, além dos jobs recorrentes de multimídia. “O direcionamento estratégico de ambas as áreas no atendimento aos seus respectivos clientes já estava bastante alinhado e isso apenas contribuiu para o processo”, explica o Head de Planejamento Digital, Thiago Cardim.

A integração dos times permitiu ampliar o portfólio de serviços oferecidos e institucionalizar os processos da área. No guarda-chuva de Digital estão a gestão de redes sociais, monitoramento, criação e execução de campanhas, além do **Workshop de LinkedIn**, uma vertente criada pela Head de Digital Lorena Castro para atender os executivos de forma mais estratégica. “O mundo hoje é digital e nós estamos preparados, não só para atender as necessidades do cliente, como também instigá-los a entrar em novos desafios”, comenta Lorena.

O time de Digital conta com profissionais de **Social Listening, Social Media, Designers, Analistas de Motion, Editores de Vídeos, Community Manager, Redatores**, além dos **Coordenadores** que atuam diretamente com o cliente e cuidam da estratégia.

“Neste ano, exploramos campanhas mais complexas com os clientes, como a ANBIMA. Com ações que partiram do cenário digital até o offline para trazer uma conexão diferenciada com as pessoas. Temos um DNA digital, nos orientamos por dados e são através deles que decidimos todo o nosso trabalho, desde como iremos escrever um texto, até as formas de aplicá-lo nas nossas estratégias”, complementa Lorena.

Para 2023, a área planeja criar projetos que vão além das redes sociais, com entregas

de conteúdo que passam por todas as vertentes de comunicação, como podcasts, videocasts, webséries e newsletters. Além de explorar o uso de plataformas proprietárias em formatos diferenciados, como o TikTok e o Kwai. “E claro, desenvolver mais projetos integrados com PR, pois trazem resultados extraordinários e mostra a força da união de esforços e olhar 360 que o Grupo Nexcom tem”, finaliza Cardim.

“ *Nossas estratégias reforçam a força e necessidade do digital para as empresas* ”



Lorena Castro
Estrategista Digital e sócia-diretora

“ *Integramos os times PUB-FR de acordo com as habilidades de cada profissional e as necessidades dos clientes* ”



Thiago Cardim
Estrategista Digital e sócio-diretor

RELAÇÕES PÚBLICAS EM ESSÊNCIA

Ao longo do ano, o Grupo Nexcom tem cada vez mais incorporado o DNA de multidisciplinar as suas verticais de atendimento. Mas é impossível contar a história da empresa sem falar do trabalho de PR desenvolvido. Assessoria de Imprensa é a essência da agência e em 2022 isso se provou com a entrada de grandes contas e, com elas, grandes desafios.

Conheça mais sobre os cases que movimentaram o ano de 2022 no Grupo Nexcom.

ANBIMA

O Grupo Nexcom “soma talentos e expertises em um grupo de comunicação” e a entrada da ANBIMA reforça esse propósito. Liderada pela sócia-diretora Ilana Szyller, a conta possui duas vertentes: a primeira é de fundos de investimento e a segunda, mercado de capitais. O trabalho desenvolvido pelo time busca trazer uma agenda positiva para os dois universos dentro da ANBIMA, e, para isso, foram idealizadas as campanhas: **#VaiFundo** e Mercado de Capitais – **Quem Conhece, Investe**.

A novidade é que as campanhas captam o que há de melhor no ecossistema do grupo, a integração entre times e a criatividade. “As duas ações são diversas, com frentes de PR, Vídeo, Websérie, Podcast, Mídia Paga, Digital, Conteúdo. É uma equipe multifacetada e que abrange várias verticais do grupo e entrega, de fato, a comunicação 360”, explica Ilana.

Com um amplo escopo de trabalho, o grande desafio do time foi sair da zona de conforto e conciliar todas as frentes para tirar as ideias mais complexas do papel. O lançamento das campanhas foi um sucesso, com divulgações em mídia OOH (Out Of Home), trailers nas salas de cinema e uma campanha no aeroporto de Brasília.

“A ANBIMA tem um papel importante, ela é uma referência dentro e fora do mercado financeiro na geração de conteúdo e pelo papel que

exerce na disseminação da educação financeira. Ficamos felizes por podermos trabalhar de forma inovadora e fora da caixa com eles. O Grupo Nexcom sem dúvida tem toda a capacidade de atender clientes com esse tipo de demanda e fazemos isso com muita segurança”, completa.

“*Nosso padrão é a excelência e nossas entregas confirmam isso*”



Ilana Szyller
Sócia-diretora, especialista em Mercado Financeiro e Negócios



Campanha Quem Conhece, Investe



Campanha Vai Fundo

SERASA

Todo brasileiro já ouviu falar da Serasa, mas, desde sua criação, ela é confundida com um órgão governamental e como uma empresa que “cobra” as dívidas. O trabalho desenvolvido pelo time Nexcom, desde março, foi para mostrar a empresa como ela realmente é - uma organização que compartilha informações e dados, além de tornar o crédito cada vez mais acessível aos brasileiros. Além de desmitificar o perfil e o comportamento dos consumidores quando o assunto é finanças.

O time, comandado pelo diretor Fernando Rubino, teve o desafio de manter as pautas da Serasa na imprensa brasileira, tanto de forma nacional, como regional. Para isso, foi realizado um trabalho de regionalização da comunicação, com agências em cada parte do país, aliados a uma forte parceria com as interfaces da empresa.

“A Serasa representa a nossa capacidade em atender todos os segmentos existentes, incluindo um que é importantíssimo para a população brasileira. Por meio do nosso trabalho com a imprensa, conseguimos ajudar mais de 70 milhões de inadimplentes a limparem seus nomes e terem um equilíbrio financeiro e, claro, sono tranquilo”, explica Rubino.

Um dos destaques de divulgação foi o anúncio da parceria da Serasa com o Banco PAN para liberação de empréstimos tendo o FGTS como garantia. Foi realizada uma coletiva presencial, que teve como gancho a divulgação da pesquisa feita pela Serasa sobre a **Relação do Brasileiro e o Fundo de Garantia**. Mais de 70 veículos participaram do evento, gerando mais de 600 resultados na imprensa em menos de três dias.

Contudo, o tradicional **Feirão Serasa Limpa Nome**, que ocorreu pelos canais digitais e com tendas físicas em cinco capitais brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte e Porto Alegre), foi o maior desafio para o time. A divulgação em nível nacional e diária resultou em mais de três mil menções na mídia, em especial nas principais TVs do Brasil, e gerou mais de 140 entrevistas para a Serasa.

“É o maior tema do ano e foi um desafio, mas os resultados na imprensa ajudaram a atingir o maior número de acordos da história da Serasa.

Isso demonstra a força do Grupo Nexcom no trabalho de Relações Públicas”, finaliza.

“ *Com este trabalho, estamos posicionando a Serasa como um dos maiores ecossistemas de saúde financeira do país* ”



Fernando Rubino
Sócio-diretor, especialista
em Gerenciamento de crise e Finanças



Feirão Serasa Limpa Nome realizado no Largo do Anhangabaú - São Paulo

NESTLÉ

Top of Mind dos brasileiros, a Nestlé tem mais de 100 anos de atuação no país e segue renovando seu compromisso com a sociedade. Para apoiar esse propósito presente nos lares, a empresa contratou, em abril, o Grupo Nexcom para cuidar do Brand PR e do portfólio da marca.

A conta tem um time de atendimento full-time, coordenado pela sócia-diretora da agência Juliana Nery. O trabalho desenvolvido focou em uma estratégia para atingir vários pilares da comunicação, com objetivo de ajudar a Nestlé na narrativa das diversas ações, das mais de 50 marcas da empresa.

“O jeito de consumir mudou e a Nestlé acompanhou essa jornada dos consumidores. Para nós é extremamente importante fazer a comunicação dessa empresa, que é tão presente nos lares brasileiros, e criar ações de PR Stunt e ativações importantes para a marca”, comenta Juliana.

KITKAT NO ROCK IN RIO 2022

Em setembro, KITKAT®, estreou no Rock in Rio Brasil 2022 em grande estilo. Foi a terceira marca com maior exposição em Earned Media*. Uma história construída em parceria entre a Nestlé e time. Ao todo foram centenas de matérias nos principais veículos de comunicação do Brasil e influenciadores ativados nos dois fins de semana de Festival - que teve o apoio full da agência.

O time trabalhou com foco na comunicação do pré-evento, posicionando a marca em veículos tier 1, além de veículos com afinidade com o público-alvo: a geração Z. “Trabalhamos na criação de narrativas e angulações diferentes para contar toda a jornada da marca. Esse case foi possível graças à integração e confiança construída entre o time o Nexcom e Nestlé”, finaliza.

“ É uma marca que trouxe várias mudanças, não só no setor, mas também na sociedade ”



Juliana Nery
Sócia-diretora e especialista em Consumo



Loja KitKat Chocolatory na Cidade do Rock.
Foto: Ike Santos



Foto: Ike Santos

*Segundo pesquisa realizada pela IQEM - CDN Comunicação

MERCADO DE CRIPTO NO BRASIL

A economia baseada em cripto veio para ficar. Desde 2018, a Pub tem uma área formada para atender clientes de criptoconomia com o objetivo de informar sobre a importância da regulamentação das criptomoedas para o mercado e sociedade.

Com a criação do Grupo Nexcom, esse objetivo foi potencializado. Um exemplo desse trabalho foi o atendimento para o **Mercado Bitcoin**, maior plataforma de ativos digitais da América Latina. O time liderado pela sócia-diretora Valéria Masson preparou os executivos para conversarem com o público, por meio da imprensa e das redes sociais, acerca das melhores condições da regulação dos criptoativos.

“Além do planejamento de comunicação com imprensa e conteúdo para as redes sociais, também desenvolvemos e aplicamos treinamentos para que os executivos da empresa estivessem preparados para o debate em audiências públicas na Câmara dos Deputados”, explica Valéria.

Outro destaque da casa é a **Associação Brasileira de Criptoconomia, a ABCripto**. O trabalho de comunicação com a imprensa e redes sociais abriu caminho para que a população pudesse entender sobre o tema que, aliado ao projeto de lei para a regulamentação das criptomoedas, trouxe mais visibilidade para a empresa, posicionando-a como referência no setor.

Pensando em promover ainda mais o debate, a ABCripto criou o Criptorama, o primeiro evento da associação com o objetivo de apresentar um panorama do mercado no Brasil. O time da sócia-diretora Núbia Tavares criou uma estratégia de comunicação para atender não só a parte de PR e redes sociais, mas que dialogasse com a comunicação interna, patrocinadores e influenciadores presentes no evento, que ocorreu em novembro, em São Paulo. O encontro também apresentou o estudo de mercado, realizado pela LCA a pedido da ABCripto, sobre a primeira fotografia do setor no país.

Como resultado, foram publicadas mais de cem matérias sobre o evento, contribuindo para ampliar a discussão sobre cripto e para que a Lei 14.478/22, conhecida como o Marco Regulatório da ‘Criptoconomia’, fosse sancionada, em dezembro de 2022. A regulação define as diretrizes

para estruturar a proteção do consumidor, combater os crimes financeiros e garantir a transparência das operações envolvendo os criptoativos.

“Tivemos um sucesso de público, imprensa e visibilidade, reforçando a nossa capacidade de não só de executar serviços de comunicação, mas de desenhar uma estratégia que esteja alinhada a todas as frentes de comunicação, necessidades do cliente e também da sociedade”, explica Núbia.

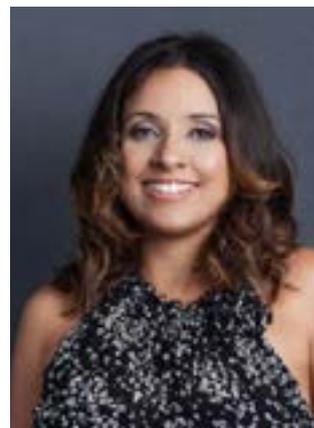
“O Grupo Nexcom tem a competência em intermediar com a imprensa questões governamentais e políticas, em prol da sociedade e dos nossos clientes”



Valéria Masson
Comunicação Corporativa, Marketing e Estratégia



Evento Criptorama, realizado pela ABCripto
Créditos: Divulgação



Núbia Tavares
Estratégia e Integração das Áreas

“Vamos além da execução para criar estratégias de forma coordenada com a realidade do cliente”

Coordenação
Grupo Nexcom

Redação e Revisão
Alcides Ferreira
Ivelise Cardoso
Julia Bispo
Ricardo Bonatelli
Bruno Cruz

Projeto Gráfico e Diagramação
Rebeca Campagnoli
Murilo Pimenta

Capa | Ficha técnica

Fotógrafo: Paulo Vitale

Fotografias de:
Jô Soares
Zé Celso
Angeli
Caetano Veloso
Djamila Ribeiro
Laura Cardoso
Pelé

GRUPO
nexcom

R Foto
Relevante

pub.

SOZINHO SE VAI RÁPIDO.
**AGORA É HORA
DE IR LONGE.**

**FAÇA PARTE DESSA HISTÓRIA:
CAFÉ OU CALL? VOCÊ ESCOLHE!**



contato@gruponexcom.com.br



[@nexcomgrupo](https://www.linkedin.com/company/nexcomgrupo)

