



Digite um termo que deseja encontrar

Buscar

15/08/2017



Campanha coloca Vale a um passo do Novo Mercado

Resultados do plano estratégico de comunicação - com destaque para as ferramentas digitais - foram cruciais para que a empresa conseguisse falar com seus acionistas

A campanha de informação sobre o processo de conversão das ações da Vale gerou um engajamento surpreendente no ambiente digital. Só a página especial criada no Vale.com, contendo vídeos explicativos e informações detalhadas sobre a reestruturação societária e os benefícios das mudanças na governança da companhia, teve 270 mil acessos únicos, mais que sua base de acionistas, em torno de 260 mil.

O objetivo da campanha, que combinou outras ferramentas digitais como posts nas redes sociais, mala direta e mídia online e offline, era esclarecer os acionistas sobre a tomada de decisão que eles deveriam fazer a partir da aprovação em assembleia geral extraordinária, no dia 27 de junho, da proposta de reorganização societária. Esta proposta incluía a conversão voluntária de ações preferenciais em ordinárias no período de 45 dias que terminava no último dia 11 de agosto.

Além do número de acessos únicos da página "Nova Governança" no site, a campanha registrou 347 milhões de impactos em mídia online, entre outros destaques:

- 3,8 milhões de pessoas foram impactadas nas redes sociais
- 109 mil visualizações espontâneas da entrevista do diretor-presidente Fabio Schvartsman em canal especializado em investidores e também disponibilizado na página especial no site da Vale
- 2,9 milhões de visualizações do vídeo explicativo do diretor-executivo de Finanças e de Relações com Investidores, Luciano Siani Pires, publicado na página especial, redes sociais e em mídia programática
- 367 mil visualizações da página especial do Vale.com
- 9 minutos foi o tempo de permanência do usuário da página especial no Vale.com
- 120 mil malas diretas foram enviadas para acionistas

A adesão voluntária à conversão chegou ao equivalente a 84,4% das ações preferenciais em circulação, superando com folga o mínimo de 54,09% necessários.

"Conseguimos falar com um público de cerca de 260 mil acionistas, com diferentes perfis e geograficamente bastante pulverizados. Tudo isso em um espaço muito curto de tempo. É gratificante ver que a mensagem foi entregue e que o acionista pôde tomar sua decisão bem informado", explica Mônica Ferreira, gerente de mídias digitais e relacionamento com a imprensa.

Novo Mercado

O processo de reestruturação societária busca tornar a Vale uma "true corporation", e adequar sua governança às regras do Novo Mercado da B3 (antiga BM&FBovespa), o mais alto segmento de listagem de mercado em termos de

governança corporativa, gestão e transparência.

[Confira o infográfico sobre o resultado da conversão de ações](#)

Mais informações

