



Case Study



Embracon tem um lift de +54% em Search através do Youtube Shorts e estratégia com criadores

Embracon independent consortium administrator

AMER - Brazil • <https://www.embracon.com.br/>

UNFY



O Desafio

A Embracon é uma das maiores administradoras de consórcios independentes do Brasil, especializada em oferecer planos para compra de imóveis, automóveis e serviços e tinha o desafio de expandir consideração pelos seus serviços de consórcio, para audiências interessadas, conectando-se com esse público de maneira autêntica e profunda.

Abordagem

Entendendo a oportunidade de conexão com o público interessado em consórcios através de uma linguagem mais nativa, autêntica e específica para conexão, foi proposto a participação do programa Creators Deals 2025, que atuou através de três principais pilares: 1. Curadoria e seleção de Nano e Micro Criadores específicos para Embracon; 2. Foco no formato Youtube Shorts com alto potencial de alcance e viralização e 3. Conteúdos postados nos canais orgânicos dos criadores e impulsionados por mídia, a fim de escalar a mensagem e os excelentes criativos.

Os Resultados

- A campanha resultou em um lift relativo de consideração de +8% no Brandlift que passaram a considerar Embracon;
- Tivemos um lift relativo no Search Lift de 54%, ou seja, os usuários que viram nossos anúncios no Youtube, tiveram 54% mais chances de pesquisar por Embracon comparados à quem não viu.



"A campanha com o Google Creators nos conectou a uma nova audiência com autenticidade e impacto. Conseguimos não só gerar leads qualificados, mas também ampliar significativamente a consideração pela marca. Foi uma ação que trouxe resultado e relevância, e reforçou o poder da influência como ponte entre marca e consumidor."

Helder Oliveira,
Gerente de Martech da Embracon

+8%

BrandLift de consideração

54%

Search Lift Relativo

Primary Marketing Objective(s)

Aumentar consideração pela marca

Featured Product Area(s)

Youtube Shorts
Partnership Ads





Embracon experiences a +54% increase in Search through YouTube Shorts and a strategy with creators.

an independent consortium administrator

AMER - Brazil • <https://www.embracon.com.br/>

UNFY



• The Challenge

Embracon is one of the largest independent consortium administrators in Brazil, specializing in offering plans for the purchase of real estate, automobiles, and services. The challenge was to expand consideration for its consortium services to interested audiences, connecting with this public in an authentic and profound way.

• Approach

Understanding the opportunity to connect with the audience interested in consortia through a more native, authentic, and specific language, participation in the Creators Deals 2025 program was proposed. This program operated through three main pillars: 1. Curation and selection of Nano and Micro Creators specific to Embracon; 2. Focus on the YouTube Shorts format with high reach and viral potential; and 3. Content posted on the creators' organic channels and boosted by media, in order to scale the message and the excellent creative content.

• The Results

The campaign resulted in a relative lift in consideration of +8% in Brandlift, with many people now considering Embracon. We experienced a relative Search Lift of 54%, meaning that users who saw our ads on YouTube were 54% more likely to search for Embracon compared to those who did not.



"The campaign with Google Creators connected us to a new audience with authenticity and impact. We were able not only to generate qualified leads, but also to significantly increase brand consideration. It was an action that delivered results and relevance, and reinforced the power of influence as a bridge between brand and consumer."

Helder Oliveira, Martech Manager at Embracon

+8%

BrandLift consideration

54%

Search Lift Relativo

Primary Marketing Objective(s)

Increase brand consideration

Featured Product Area(s)

Youtube Shorts
Partnership Ads

