

PEPSI FAZ TWEET ENTREVISTA PARA APRESENTAR SITE COM NOVO VISUAL

Novo layout segue alinhamento global e será implantado simultaneamente nos 19 países da América Latina

São Paulo, abril de 2011 – A Pepsi apresentou ontem, por meio de uma tweet entrevista, o novo layout do seu site e também toda reestruturação desenvolvida exclusivamente para os canais digitais da marca. Com as alterações, os usuários poderão acompanhar de perto as ações do refrigerante Pepsi, além de contar com novas ferramentas. Toda a estratégia está alinhada com a comunicação da marca na América Latina e leva a assinatura das agências Rapp Brasil e Agência Riot.

Para desenvolver o novo visual do site e também suas ferramentas, a Rapp Brasil realizou um estudo de arquitetura de WEB, desde outubro, no qual levantou as necessidades dos consumidores e usuários que acessam os canais da marca e procuram informações sobre suas ações. “Para a Pepsi, o resultado do estudo mostra que os usuários estão cada vez mais antenados com o que a marca apresenta em seus canais de comunicação da internet e queremos retribuir essa procura”, afirma a diretora de marketing da PepsiCo Bebidas no Brasil, Luciana Fortuna .

Com a novidade, os usuários poderão conferir o widget – pequena janela que ficará ao lado direito da tela de navegação - com atualizações constantes do Twitter, Facebook, Orkut e Youtube da marca para que todas as intervenções estejam no site de Pepsi.

Outra novidade é a quantidade de seções disponíveis no site. O anterior contava com cinco canais, enquanto no novo as ativações da marca estarão separadas em três seções: produtos, que contará um pouco da história da marca no Brasil e informações sobre o portfólio de Pepsi; promoção e diversão, que mostrará as principais atividades nas quais a Pepsi está presente, como Festival de Verão, Planeta Atlântida e Eu Amo Porto.

“Com essas mudanças, queremos que os usuários diminuam o número de cliques para saber o que a marca está fazendo. Para facilitar a navegação dos consumidores, vamos reunir tudo no mesmo lugar”, explica Luciana Fortuna. Nos demais canais da marca na internet, como Facebook, Youtube, Twitter e Orkut, a Pepsi elaborou, junto com a Riot, uma estratégia para que todos os perfis, a partir da mudança, fiquem com a mesma nomenclatura, Pepsi Brasil.

A ideia de divulgar atuação da Pepsi nas mídias sociais pelo seu perfil no Twitter reforça que a marca está atendida com seus consumidores que cada vez mais buscam inovação e que as redes digitais fazem parte da estratégia da marca para o ano de 2011. A Riot passa a ser responsável pela gestão dos canais sociais da marca, monitorando e desenvolvendo campanhas em social media. Essa nova estratégia focada na internet está alinhada com a campanha de Pepsi lançada no final do ano passado, que tem como slogan “Pode ser muito bom. Pode ser Pepsi”, que oferece uma proposta de fazer

com que as pessoas saiam do piloto automático e considerem alternativas que podem ser surpreendentes.

Todas as mudanças podem ser conferidas em www.pepsi.com.br

Sobre a PepsiCo do Brasil

A PepsiCo foi fundada em 1898 nos Estados Unidos e atualmente é a segunda maior companhia de alimentos e bebidas do mundo, com faturamento em 2010 de aproximadamente US\$ 60 bilhões. A companhia emprega mundialmente aproximadamente 285.000 funcionários e seus produtos são comercializados em mais de 190 países. Seus principais negócios

incluem: **FRITO-LAY®** (snacks) **PEPSI-COLA®**, **GATORADE®**, **TROPICANA®** (bebidas) e **QUAKER®** (Cereais). Seu portfólio inclui 19 marcas que geram cada US\$ 1 bilhão anualmente.

No Brasil desde 1953, a PepsiCo atua no mercado por meio de marcas preferidas e líderes de mercado como **QUAKER®** (cereais), **TODDY®** e **TODDYNHO®** (achocolatados), **COQ UEIRO®** (pescados), **ELMA**

CHIPS®, **LUCKY®** e **EQLIBRI®**(snacks), **GATORADE®** e **PROPEL®** (bebidas esportivas), **LIPTON®** (chá pronto, em parceria com a Unilever), **KERO COCO®** e **TROP COCO®** (água de coco), **H2OH!®** e **PEPSI-COLA®** (bebidas com gás).

No total, a companhia conta com 15 plantas, cerca de 100 filiais de vendas localizadas em todo território brasileiro e com o talento de quase 10 mil funcionários que já elegeram a empresa por 11 vezes como uma das melhores para se trabalhar no Brasil (segundo pesquisa da Revista Exame e FIA – USP). Desde 1997, a companhia mantém estreita parceria com a AmBev - Companhia de Bebidas das Américas - para a produção, comercialização e distribuição de Pepsi, H2OH!, Gatorade e Lipton aos mais de um milhão de pontos de venda pelo país.

Na PepsiCo, Performance com Propósito significa alcançar crescimento sustentável com o investimento em um futuro mais saudável para as pessoas e para o planeta. Isto inclui atender às necessidades dos consumidores ao oferecer alimentos e bebidas de qualidade, reduzir os impactos da companhia no ambiente através de iniciativas focadas em água, energia e embalagens; e promover uma cultura de diversidade e inclusão que propicie crescimento profissional e pessoal de seus funcionários. A PepsiCo é uma das empresas listadas do Índice de Sustentabilidade Dow Jones.

Para saber mais sobre a Pepsi, acesse www.pepsi.com.br ou acompanhe:

Twitter - [@PepsiBR](https://twitter.com/PepsiBR)

Facebook - <http://www.facebook.com/PepsiBrasil>

Orkut - <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=2111816987361294270>