

Postos Petrobras incentivam frentistas a virarem *creators* com mecânica de monetização

Vibra aposta no conteúdo gerado pela equipe de pista como estratégia de marketing para os Postos Petrobras em ação da PROS

São Paulo, julho de 2025 — Autenticidade é o maior valor de uma história bem contada. E ninguém entende mais da pista do que quem está lá todos os dias. Por isso, os **Postos Petrobras**, marca licenciada à Vibra, lança a campanha **#SóVemQueEuPosto**. Criada pela agência PROS, a iniciativa oferece aos mais de 80 mil frentistas, gerentes de pista e atendentes da rede BR Mania, que desejarem participar, a oportunidade de se tornarem criadores de conteúdo, remunerando-os a partir do desempenho de seus vídeos.

O projeto inaugura uma nova frente de marketing de influência dentro dos Postos Petrobras, em que os times de pista passam a ser mais do que o ponto de contato com os clientes, eles se tornam também protagonistas da comunicação, com alcance, autenticidade e engajamento.

“São os nossos frentistas que estão ali, todos os dias, ouvindo, orientando e fazendo a diferença na jornada dos nossos clientes. Eles conhecem os nossos produtos na prática, entendem o que cada consumidor precisa e têm credibilidade pra recomendar. Por isso, nada mais natural do que trazer essa força pra comunicação da marca. É assim que a gente gera conexão de verdade: com quem vive a experiência dos Postos Petrobras de perto”, afirma Vanessa Gordilho, vice-presidente comercial varejo da Vibra.

A iniciativa se inspira na estratégia de *User Generated Content*, que são conteúdos produzidos pelos consumidores finais de uma marca, mas vai além ao criar uma comunidade própria de *creators*. A cada missão, os frentistas produzirão vídeos para impulsionar ações estratégicas dos Postos Petrobras e, também, das marcas do ecossistema, como Petrobras Grid e Petrobras Podium, para receberem recompensas de acordo com o alcance.

A primeira missão da campanha convida o time da pista a divulgar a promoção “#VemProJogo”, que premiará consumidores com viagens para seguir seus clubes de coração, além de prêmios instantâneos. Os “novos influenciadores” concorrerão a recompensas progressivas, de acordo com o alcance dos vídeos criados.

“Nossa ideia é um reflexo do que já acontece no dia a dia dos Postos Petrobras, onde a equipe de pista já compartilha regularmente posts sobre suas rotinas, seu trabalho e suas conquistas. Queremos contribuir para a criação de um movimento colaborativo que valoriza a autenticidade desses conteúdos e estimula ainda mais o engajamento natural dentro desse universo”, comenta **Vitor Pavarini, Diretor de Criação da PROS**.



Para apoiar e inspirar os frentistas, a campanha aposta em um *squad* de influenciadores e, entre eles, o ex-jogador **Zé Roberto**, símbolo de dedicação e espírito de equipe. A ativação conta com uma plataforma oficial e grupos no WhatsApp e Facebook, que centralizam as missões e estimulam a troca de experiências entre os participantes. A marca Petrobras é licenciada à Vibra.

Sobre a Vibra

Líder no mercado brasileiro de distribuição de combustíveis e de lubrificantes, a Vibra é hoje uma plataforma multienergia que oferece soluções além dos combustíveis tradicionais, atendendo às necessidades energéticas de seus clientes, alinhada às melhores práticas de ESG do setor. Nos últimos anos foram investidos mais de R\$ 7 bilhões em projetos de transição energética, visando um portfólio de soluções renováveis e descarbonização. Fazem parte do ecossistema da Vibra a Comerc, a Evoluta e a EzVolt. No mercado automotivo, a Vibra detém a licença da marca Petrobras, operando uma rede com cerca de 8 mil postos de combustíveis em todo o país, incluindo as franquias BR Mania e Lubrax+. Com presença em todas as regiões, atende mais de 30 milhões de consumidores por mês e detém 31% de participação no mercado de postos embandeirados. A empresa também abastece mais de 10,4 mil clientes em 30 mil pontos de consumo, em setores como aviação, transporte, indústria, mineração, químicos e agronegócio. Com a marca BR Aviation, é responsável pelo abastecimento de 6 em cada 10 aeronaves, em mais de 90 aeroportos. Referência em lubrificantes, a Vibra possui a maior planta da América Latina e é reconhecida nacionalmente pela marca Lubrax. Como parte de sua estratégia ESG, a empresa incorporou o combate à violência sexual de crianças e adolescentes como uma causa prioritária, consolidando esse compromisso como um dos pilares da sua atuação. Para mais informações sobre a Vibra, clique [aqui](#).

Sobre a PROS

A PROS é uma agência de comunicação especializada em PR criativo, que desenvolve projetos multiplataforma para conectar marcas e pessoas. Fundada há 9 anos e com mais de 110 profissionais, a PROS acredita no poder das histórias para colocar as marcas naturalmente na vida dos consumidores e entregar engajamento e reputação nos mais diversos formatos. Parte do grupo internacional Stagwell desde 2024, a agência entrega soluções multiplataforma que envolvem PR Stunt, Reputação, Talkability, Digital, Mídia, Influência, Conteúdo, Live Marketing e Cultura Organizacional. Redes sociais: [Instagram](#) e [LinkedIn](#).

Ficha Técnica - Só Vem Que Eu Posto

Agência: PROS

Co-CEOs: Daniela Graicar e Fernanda Tchernobilsky

CCO: Adriano Abdalla

Direção de Criação: Vitor Pavarini

Head de Arte: Julian Akinaga

Direção de arte: Tiago Aguirre e Vitoria Bernardes

Redação: Bruno Tessari

Tráfego: Bruna Garcia

Diretora de Geral de Atendimento: Ana Assaly e Juliana Whately

Atendimento: Bruna Fernanda de Oliveira, Gabriela Fioroto, Gabriel Vargas



VIBRA



Estratégia: Maria Claudia Mestriner, Leandro Dario, Lorena Brito

Reputação: Meiri Duarte, Fernanda Gil

Produção Executiva / Coord. de Produção: Alyne Gomes Souza, Mariana Campanha

Aprovação cliente: Luiz Phillipe Steenhagen Blower, Paula Figueiredo Nunes, Siron do Nascimento da Silva

