



EUMEMO
I D E I A S

10 tendências para fortalecer um plano de comunicação



Consumo simultâneo de mídia

Dados Ibope Media

- 32% dos brasileiros assistem à TV enquanto navegam na internet;
- 18% acessam a web ouvindo o rádio;
- 4% dos brasileiros possuem tablet;
- 16% têm smartphone;
- 31% têm celular com acesso à internet.



Programação TV

- De linear para fragmentada;
- Binge view;
- On demand / streaming;
- Consumo de informação/entretenimento que se alinha ao estilo de vida das pessoas.



O consumidor – cada vez mais ocupado, seletivo e exigente – quer utilizar o tempo que tem para decidir o que assistir, ler e ouvir da maneira que quiser, sem interrupções.



O público está cada vez mais imune ao bombardeio publicitário e confia muito mais nas opiniões de outras pessoas do que nas propagandas.



Tudo pode se transformar em uma nova mídia, mais eficiente, criativa e adaptada à nova rotina de consumo.



1. Marketing em tempo real



- Agrega valor às interações com o público;
- Dá relevância ao relacionamento com o consumidor;
- Gera buzz às empresas.



Thalles @thallesmrf · 1 de abr

Sempre fico em dúvida qual o melhor social media: do @itau do @NetflixBrasil ou do @pontofrio

← ↻ 53 ★ 41 ⋮



Pontofrio.com @pontofrio · 1 de abr

@thallesmrf @itau @NetflixBrasil Na dúvida compra uma TV comigo usando seu cartão Itaú, para depois assistir Netflix em casa! *_____*

← ↻ 47 ★ 20 ⋮



Thalles @thallesmrf · 1 de abr

@pontofrio @itau @NetflixBrasil mas deu pau no meu Netflix e o pagamento não caiu ainda pra eu usar meu cartão Itaú :(

← ↻ 14 ★ 4 ⋮



Pontofrio.com @pontofrio · 1 de abr

@thallesmrf @itau @NetflixBrasil Ah, é só reinstalar o APP ou ver aqui a página de help deles, que é ótima: extra.vc/PddtmJ *_____*

← ↻ 16 ★ 7 ⋮



Netflix @NetflixBrasil · 1 de abr

@pontofrio @thallesmrf @itau Vdd, tem opção de Suporte por telefone e chat também, se precisar. :)

← ↻ 12 ★ 6 ⋮



Pontofrio.com @pontofrio · 1 de abr

@NetflixBrasil @thallesmrf @itau Suporte lindo!!!! <3 <3

← ↻ 26 ★ 8 ⋮



Netflix @NetflixBrasil · 1 de abr

@pontofrio @thallesmrf @itau Ai lindo é vocOEEEE <3

← ↻ 42 ★ 16 ⋮



Pontofrio.com @pontofrio · 1 de abr

@NetflixBrasil @thallesmrf @itau HAHHAHAHAHAHA mais tarde te conecto! <3

← ↻ 16 ★ 5 ⋮



Netflix @NetflixBrasil · 1 de abr

@pontofrio @thallesmrf @itau

← ↻ 10 ★ 9 ⋮



Itaú @itau · 1 de abr

@NetflixBrasil @pontofrio @thallesmrf Se rolar um bebê pontoflix, podemos ser os padrinhos? ;-) #tamojunto

← ↻ 57 ★ 33 ⋮



Pontofrio.com ✓

@pontofrio

+ Seguir

@itau @NetflixBrasil @thallesmrf Claro, já vamos até abrir uma poupança no Itaú pros estudos! <3

← ↻ ★ ⋮

Clauder Sousa

RETWEETS

25

CURTIRAM

10





Case Oreo

- Apagão no Super Bowl 2013;
- Tuíte da marca já tinha sido retuitado 14 mil vezes e favoritada por 5 mil pessoas no dia seguinte ao evento;
- Empresa nos trending topics.



Oreo Cookie

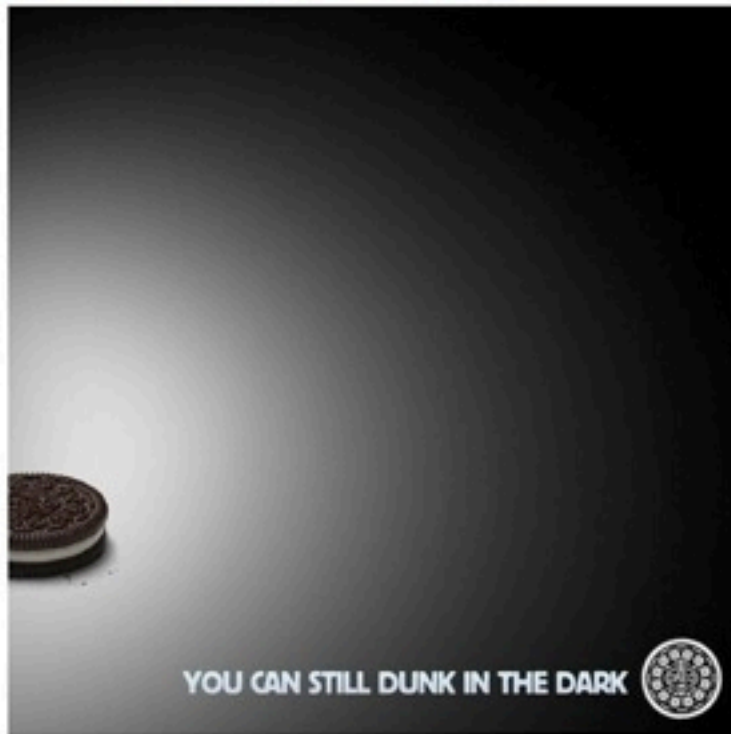
@Oreo



Follow

Power out? No problem.
pic.twitter.com/dnQ7pOgC

Reply Retweet Favorite More



15,370
RETWEETS

5,510
FAVORITES



12:48 PM - 4 Feb 13

Flag media



2. Objetos conectados (ou a internet das coisas)



- Do Google Glass e smartwatches a eletrodomésticos e utensílios como fechaduras e lâmpadas;
- Cerca de 80 objetos são conectados à web por segundo. Em 2020, serão 250/seg (Relatório Cisco 2013);
- Tecnologia de Identificação por Rádio Frequência (RFID) ou Comunicação por Campo de Curta Distância (Near Field Communication, ou NFC).

Smart Cook Brastemp





Jornal Más por Más

- Campanha da FCB para mostrar a rapidez do veículo em divulgar informações.



3. Mais vida real, menos digital



A conectividade em tempo real também tem seu lado ruim, que é a sobrecarga de informação.



- Campanhas e ações digitais e produção de conteúdo;
- Saturação;
- Mudanças nos algoritmos das redes sociais, minando o engajamento orgânico;
- A concorrência também está se comunicando na internet com o mesmo público-alvo.



É preciso sair do mundinho virtual e dar um contexto adequado às mensagens das marcas na vida real das pessoas.

Farm Rio - PDV





Desodorante Gillette UFCC

- Apresentar para as os lutadores de artes marciais o novo desodorante da marca;
- Ação em rede de academia de luta, com 90% do público masculino;
- Proposta de experimentação do produto.



- Experiências de consumo;
- Criam engajamento;
- Alta capacidade de mensuração;
- Geram mídia espontânea e buzz nas redes sociais.



4. Crowdsourcing



O mercado é mais do que um lugar para compra e venda; ele é um espaço que se baseia na afinidade de interesses, na troca de conhecimentos e na cooperação.



- Tecnologia aumentou o alcance da opinião do consumidor;
- Da comunicação unilateral ao diálogo com o consumidor;
- Crowdsourcing = mais engajamento;
- 75% dos brasileiros que acessam a internet são cocriadores (Forrester Research).



- **Marketing de conteúdo:** 3 entre 4 internautas geram conteúdo.
- **Google Consumer Surveys:** ferramenta do Google que oferece pesquisas, análises e resultados para empresas que buscam dados de mercado.
- **Maior interação:** Campanhas e promoções em que os consumidores propõem novos produtos, slogans, serviços...

My Starbucks Idea



My Starbucks Idea

FAQ

GOT AN IDEA?

VIEW IDEAS

IDEAS IN ACTION

Hi there, [Sign In](#) to make a comment.

Share   
Follow us on 

Ideas so far _____

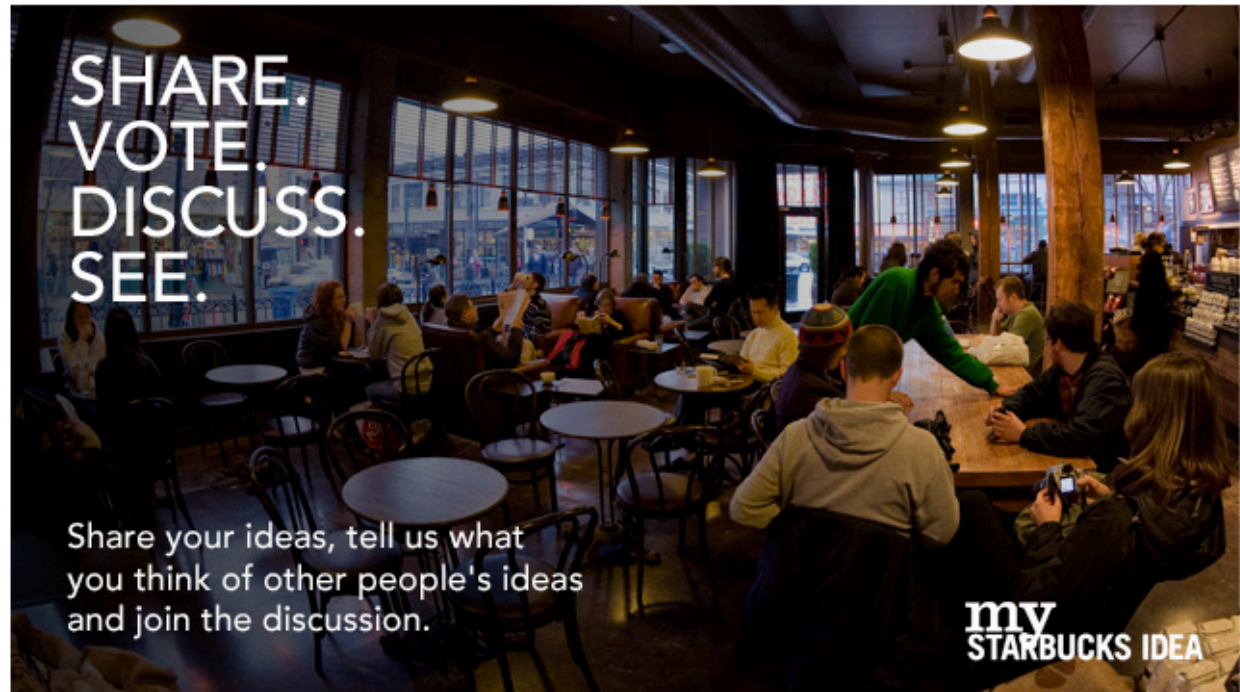
Search Ideas



PRODUCT IDEAS

- 26,505 [Coffee & Espresso Drinks](#)
- 2,221 [Frappuccino® Beverages](#)
- 8,149 [Tea & Other Drinks](#)
- 12,447 [Food](#)
- 6,280 [Merchandise & Music](#)
- 8,512 [Starbucks Card](#)
- 1,241 [New Technology](#)
- 8,629 [Other Product Ideas](#)

EXPERIENCE IDEAS





5. Marketing baseado em localização (location-based marketing)



- **Serviços baseados na localização (Location-based services – LBS):** aplicativos para smartphones que fornecem informações a partir da localização dos usuários. Foursquare e o Nearby Friends.
- **Comunicação por Campo de Curta Distância :** troca de informações entre dois aparelhos que estão próximos. A conectividade pode ser feita entre um chip e um aparelho celular, ou via bluetooth.
- **Anúncios baseados na localização (Location-based advertising – LBA):** utilização do GPS e geo-fencing (serviço de SMS que se baseia no perímetro onde o usuário está) para localizar potenciais clientes e enviar mensagens de ofertas.



Estamos na era do Big Data



6. People-based research



Perfil do consumidor

- Se antes bastava traçar um perfil de acordo com gênero, idade, localização e renda para nortear as ações de comunicação, agora é preciso humanizar as informações do Big Data, identificando hábitos, necessidades e expectativas do consumidor.



Quem é o cliente?

- Onde ele compra?
- O que ele compra?
- Quando ele compra?
- Com quem ele compra?
- Do que ele gosta?
- O que ele comenta sobre os produtos que compra?
- Que tipo de produto ele gostaria de comprar?



- Pesquisas qualitativas;
- Basket analysis: análise de dados que descobre associações entre produtos ou de preferência de marcas;
- Redes sociais: social targeting e monitoramento;
- Perfil avaliado individualmente.



7. Monetização de fãs



Quanto vale um like?

- Antes – ROI: quanto um fã comprou?
- Agora – ROI: quanto o consumidor conectado influencia outras pessoas?
- O valor de um fã deve ser calculado não só pelos recursos gastos em produtos, mas pela sua capacidade de incentivar mais fãs a se tornarem clientes.
- Um defensor da marca vale mais que um anúncio no horário nobre da TV.



8. Gamificação do Marketing



Quando usada como plataforma para aliar diversão e experiência, a tecnologia cria mais engajamento do que programas de pontos ou promoções.



O que é a gamificação?

- App como o Foursquare – dinâmica de games;
- Recompensar em troca de tarefas realizadas;
- 70% das 2 mil companhias apontadas pela Forbes como as mais poderosas do mundo terão ao menos um aplicativo gameficado até 2015 (consultoria Gartner).



Decolar.com

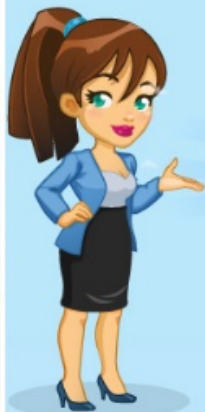
A empresa usou o jogo do Facebook
MegaCity para atrair potenciais
consumidores.



DECOLAGEM AUTORIZADA!

Tem cheirinho de meganovidade no ar!

O céu azul da sua cidade é o cenário perfeito para muito movimento! Prepare-se para dar a volta ao mundo e ter os pontos turísticos mais especiais do planeta na sua MegaCity!



Só uma dica:

Comece a arrumar as malas para uma Mega Aventura Internacional!

JOGUE AGORA!

Mais em: 00:03
10/17

Sua Cia. Aérea está esperando por passageiros para decolar com destino ao mundo inteiro! Todos a bordo!

DECOLAGEM AUTORIZADA!

	Aterrisse 3 Aviões.	0 / 3
	Aterrisse aviões até juntar 5 Passageiros.	0 / 5
	Decole 1 Avião entrando na sua Cia. Aérea.	0 / 1

DICA: Para efetuar decolagens, entre na "Cia. Aérea", selecione um destino e clique em "Decolar".



9. Pílulas de conteúdo



As informações foram reduzidas para caber na tela dos smartphones e captar de forma mais rápida a atenção dos consumidores em trânsito.



- Infográficos x postagens de blog / vídeos curtos / redes sociais baseadas em imagens;
- O Brasil já é um dos cinco países com mais smartphones vendidos no mundo;
- O mobile-commerce brasileiro representa 10% do total do varejo online e deve chegar a mais R\$ 2 bilhões em transações em 2014.



Benefícios

- Conteúdo mais acessível;
- Consumo rápido e “descartável” gera mais engajamento e viralização;
- Conteúdo mais barato para produzir.



10. Integração off e online



A demarcação da fronteira entre online e offline está um tanto quanto indefinida.



- Digital e real se misturam. Ninguém deixa de se relacionar fora da web, inclusive com as marcas;
- Surge um novo padrão social, em que cada um faz parte de uma rede complexa de diversas comunidades, como família, trabalho, amigos e, claro, empresas.



- Não adianta criar novos canais e pontos de contato. Para manter a competitividade e reter clientes, é preciso proporcionar uma experiência sensorial de consumo única, por meio da internet e no ponto físico.
- Convergência de mídias para uma experiência completa.



Engajamento é muito mais do que obter milhões de likes ou seguidores. É a realização de ações que trazem benefícios para uma empresa e que identificam o cliente como embaixador da marca.



Obrigada!



@ludmilasantos
www.eumemo.com.br