



# BBB/*insights*



**STILINGUE**  
by Blip

**Semana 2**

Período - 11 a 17/01

# O BRASIL TÁ VENDENDO E A GENTE TAMBÉM! DE OLHO NOS INSIGHTS DO BBB 24

Durante os primeiros 4 meses do ano, o **BBB** é o programa que domina os assuntos e tendências nas redes sociais.

Isso porque o reality se tornou um dos **maiores fenômenos culturais** e de mídia, que mexe com os ânimos de muitos brasileiros que, muitas vezes, acabam gerando identificação com os confinados e com as marcas que surfam a onda ao criar conteúdos, campanhas, promoções e ações relacionadas ao tema.



**STILINGUE**  
by Blip

E pela 3º vez consecutiva, a STILINGUE que agora integra o grupo Blip, vai monitorar as conversas, escutar o público e identificar as principais tendências por meio da solução de **Social Listening**, para que as marcas interessadas, possam traçar novas estratégias de mercado por meio do **marketing conversacional**.

Vale ressaltar também, que nesta edição a inteligência da **STILINGUE by Blip**, será utilizada pelo veículo de comunicação **Meio e Mensagem**, como índice oficial das análises do BBB 24.

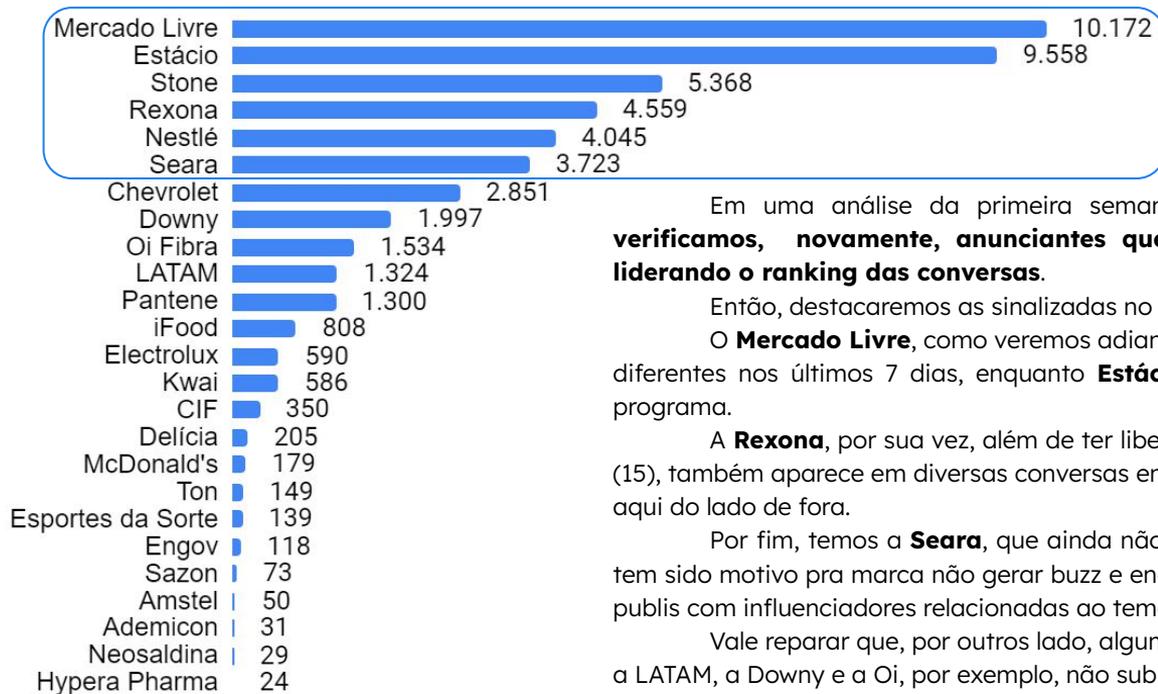
Acompanhe nossos relatórios semanais e descubra oportunidades para inserir a sua marca na liderança das conversas.



# SHARE OF VOICE ENTRE OS COTISTAS DO BBB 24



VOLUME DE MENÇÕES



Em uma análise da primeira semana completa de Big Brother Brasil no ar, **verificamos, novamente, anunciantes que estiveram na casa durante o período liderando o ranking das conversas.**

Então, destacaremos as sinalizadas no gráfico, sendo que:

O **Mercado Livre**, como veremos adiante no material, apareceu em quatro situações diferentes nos últimos 7 dias, enquanto **Estácio e Nestlé** promoveram prova e festa no programa.

A **Rexona**, por sua vez, além de ter liberado a academia da casa no último domingo (15), também aparece em diversas conversas entre os próprios participantes, que repercutem aqui do lado de fora.

Por fim, temos a **Seara**, que ainda não marcou presença no BBB 24 - mas isso não tem sido motivo pra marca não gerar buzz e engajamento, promovendo até mesmo algumas publis com influenciadores relacionadas ao tema.

Vale reparar que, por outro lado, algumas anunciantes com ações na semana, como a LATAM, a Downy e a Oi, por exemplo, não subiram tanto no ranking.

# LEMBRA DA PANTENE?

QUE ESTAVA ENTRE AS MAIS CITADAS NO ÚLTIMO RELATÓRIO,  
POR CONTA DO CABELO DA YASMIN...



Então, para muitos, **aquele poderia ser o começo de uma crise**. Mas não para a marca de xampus, condicionadores e cosméticos.

Como vemos ao lado, **a Pantene soube aproveitar as piadas** - que vinham, muitas vezes, até com um tom de crítica - em uma oportunidade **e também entrou na brincadeira!**

Gerenciamento de comunidade, check

Nesse caso, o que vimos foi a importância do acompanhamento em real time, principalmente em momentos de grande exposição, justamente para **reverter situações da melhor forma e evitar crises**.

O **Social Listening**, certamente, é um grande aliado nessa tarefa!

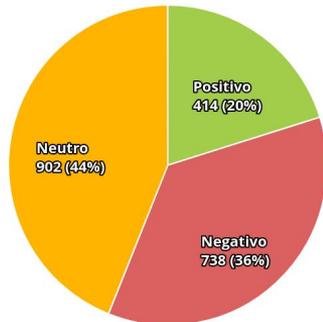
# VOCÊ OUVIU MERCADO LIVRE?

## PROVA DO LÍDER COM DESCONTAÇO

A segunda prova valendo liderança na edição aconteceu na última quinta-feira (11) e, patrocinada pelo Meli, exigia, principalmente, agilidade dos brothers e sisters.

Contabilizamos **18,1 mil mensagens sobre a disputa, como um todo, e 2 mil sobre a anunciante** - mas, como vemos no gráfico abaixo, o **sentimento que ficou foi majoritariamente negativo**, o que também aconteceu entre as menções sobre a prova.

SENTIMENTO DAS MENÇÕES DIRETAS À ANUNCIANTE



Isso porque a mensagem que a disputa pretendia passar era sobre a **entrega rápida** da empresa, com Tadeu trazendo em suas falas, porém a mecânica acabou remetendo mais a **lentidão**.

Eu não aguento essas provas que, indiretamente, depõem contra o patrocinador. O negócio é uma empresa de entrega, que preza pela entrega rápida, mas vai lá e a van de entrega na prova vai mais lenta que tudo #BBB24

cara, parabéns negativamente pra quem criou essa prova do BBB. passaram a ideia de que a entrega do mercado livre é a mais lenta do brasil kkkkkkk coisa monótona que dói

Na última semana, uma das maiores cotistas do reality contabilizou **quatro aparições no programa**, somando prova patrocinada, rotina e duas ações especiais.

## MODA DO MERCADO LIVRE NO ALMOÇO DO ANJO

Esse ano a marca também **estreou em uma rotina semanal** da casa mais vigiada do Brasil, que é o Almoço do Anjo.

Anteriormente a ocasião vinha sendo patrocinada pela Riachuelo, com isso, verificamos algumas **comparações entre**

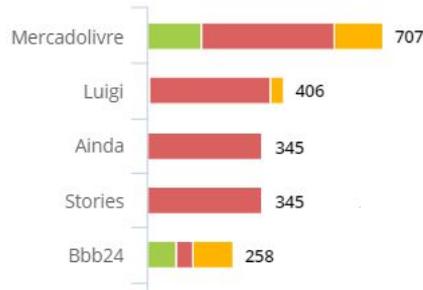
**as ativações**, uma vez que o Meli entrou com o segmento da Moda nesse espaço.

Além disso, o que mais repercutiu entre as quase **800 ocorrências** sobre o primeiro almoço foi a **declaração de Luigi sobre estar devendo no Mercado Livre**.

Será que vem uma parceria em troca desse pagamento?

Vale lembrar que, historicamente, **é comum que as rotinas semanais gerem menor buzz nas redes**.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS DIRETAS À ANUNCIANTE



"ainda bem que eles não olharam os meus stories, eu tava devendo o mercado livre R\$200 e pouquinho" NÃO DÁ COM O LUIGI, VÉI KKKKKKKKKKKKKKKOOOO #bbb24

Se eu fosse entrar no BBB e justo na minha vez trocassem a C&A pelo mercado livre para fornecer roupas no almoço do anjo eu ia ficar muito irritada e decepcionada .





## QUE TAL REFINAR A COMUNICAÇÃO?

### A GENTE TE AJUDA!

Como um dos maiores cotistas do BBB 24, é natural que o Mercado Livre traga muitas ações para o programa e aborde diferentes temas por lá - além de estar “concorrendo” com comunicações de outras marcas, também presentes no reality.

Em situações assim, **o Social Listening te ajuda a escutar seu público**, afinal, o que ele está entendendo da mensagem transmitida - seus elogios e críticas, por exemplo - e, **a partir disso, você pode conversar ativamente com grupos segmentados por interesse.**

Quem escuta melhor, conversa melhor!  
**Blip e STILINGUE atuando juntas.**



## BORA VENDER MAIS!

Seja com produto ou com serviço. Se os valores são baixos ou mais altos, como no caso de passagens aéreas, por exemplo.

Utilizando os anúncios **Click To Whatsapp** sua taxa de conversão pode crescer.

Além de que, já estando no aplicativo, você ainda pode tirar qualquer dúvida do seu consumidor antes da compra, por exemplo, através de um **contato inteligente**.

A Blip te ajuda a **mensurar** toda essa jornada!





## E POR FALAR EM DOWNY...

### OLHA AÍ MAIS MARKETING DE OPORTUNIDADE!

Mesmo como cotista do reality, a marca de amaciantes provou na última quarta-feira (17) que está mesmo **de olho no BBB 24**.

Depois de uma conversa entre Vanessa Lopes e MC Bin Laden, sobre o programa ter sido inspirado na história do **livro 1984 de George Orwell**, a anunciante rapidamente levou o ocorrido de forma divertida para sua timeline.

E até a editora do livro, a **Darkside Books**, também **aproveitou de forma inteligente a situação** - uma vez que não patrocina o programa.

IMPORTANTE



Para uma boa ação de Marketing de Oportunidade, você precisa **conhecer muito bem o seu público, seus interesses e a hora certa de conversar com ele**.

Blip e STILINGUE podem te ajudar nessa!

# UMA EXPERIÊNCIA ESTÁCIO



A rede educacional fez sua primeira aparição nessa edição logo em uma Prova do Líder - **apresentando todos os seus campos de atuação nos quesitos graduação e pós graduação.**

Apesar disso e de também trazer uma oferta ao público - seriam duas mensalidades grátis para matrículas nas próximas 24h -, o que acabou repercutindo mesmo foi a possibilidade de Wanessa Camargo vencer, ganhando a liderança e também uma bolsa de estudos de 100% em qualquer curso EAD da instituição - o que virou motivo de piada, por conta de seu status.

Foram **pouco mais de 17 mil mensagens a respeito da prova e 2,5 mil citando diretamente a anunciante nessa ocasião.** Infelizmente, o sentimento negativo acabou se destacando um pouco, como vemos no gráfico ao lado, e isso aconteceu por dois motivos:

- Internautas criticaram a mecânica da prova, que **não exigia inteligência** - o que faria remeter mais à Estácio -, mas exigia sorte;
- E ainda por conta de algumas **desconfianças de que a marca não esteja preparada para patrocinar o programa.**

Prova patrocinada pela Estácio no BBB é criticada

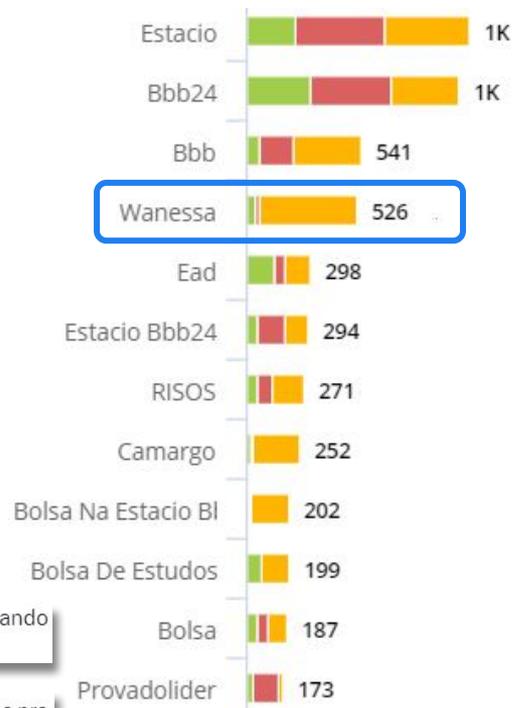
Muitos usuários consideraram a prova patrocinada pela Estácio no BBB ruim e sem sentido, criticando a falta de conhecimento envolvido e a necessidade de chutar as respostas.

## 👉 INSIGHT DO ZOOM INSIGHTS, QUE INTERPRETA AS MENSAGENS ATRAVÉS DO CHATGPT!

depois da entrega lenta do mercado livre, temos a estácio mostrando que não precisa estudar pras provas, basta chutar [#bbb24](#)

amanhã a estácio aumentando o valor da mensalidade dos alunos pra pagar a publi no bbb [#BBB24](#)

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS DIRETAS À ANUNCIANTE



# MAIS AÇÕES E ROTINAS NA CASA MAIS VIGIADA



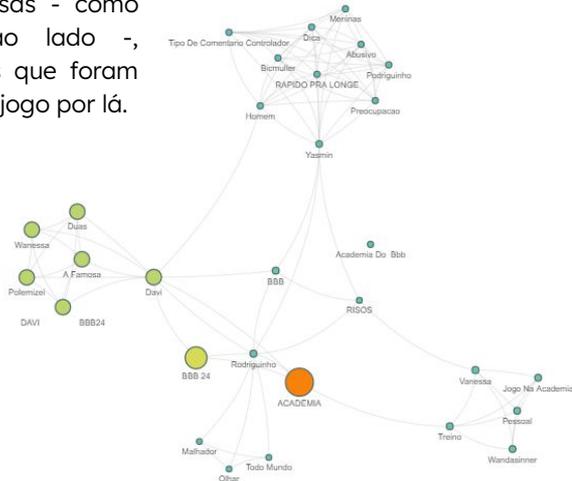
## ACADEMIA LIBERADA COM REXONA

No último domingo (15), a Rexona lançou um desafio para os brothers: eles precisavam pedalar, gerando a energia necessária para completar a logo da marca no telão e então, teriam acesso a academia do BBB 24, que ainda estava desativada.

**A ação remeteu aos benefícios e diferenciais dos produtos da marca, que promete entregar 72h de proteção.**

Foram **9 mil menções ao termo academia** na data, com uma diversidade de conversas - como mostra o gráfico ao lado -, destacando-se aqueles que foram logo treinar ou falar de jogo por lá.

**Sobre a marca foram apenas 600 citações**, com ela própria e também os participantes repercutindo a ação.



## CINE BBB É OI FIBRA

O antigo Cinema do Líder está de cara nova e agora, além de se estender a todos da casa, é patrocinado pela Oi Fibra.

A primeira edição dessa temporada aconteceu no começo dessa semana e na ocasião **monitoramos 6 mil mensagens sobre o evento especial e quase mil citando diretamente a marca.**

O que esteve em evidência entre as narrativas foram os **confinados sorteados para aproveitar a sessão.**

Com 20% das mensagens com teor negativo, encontramos **críticas ao serviço da Oi e também questionamentos sobre sua atual saúde financeira.**

Muito engraçado assistir a propaganda da [#oifibra](#) durante o [#bbb24](#) e a internet travar 😭 (sou cliente oi)

ver a Oi no BBB dá até um troço estranho lembrando do lixo que era a internet lá em ipatinga

Como a Oi em Recuperação Judicial conseguiu abocanhar uma cota tão importante na publicidade do BBB? Choices né

A Oi patrocinando coisa no BBB é até engraçado. A empresa tá toda fudida

# MODO STONE ATIVADO

Depois de duas eliminações na temporada, foi só com o terceiro eliminado, na última terça-feira (16), que a marca voltou ao reality, ativando o seu Modo Stone.

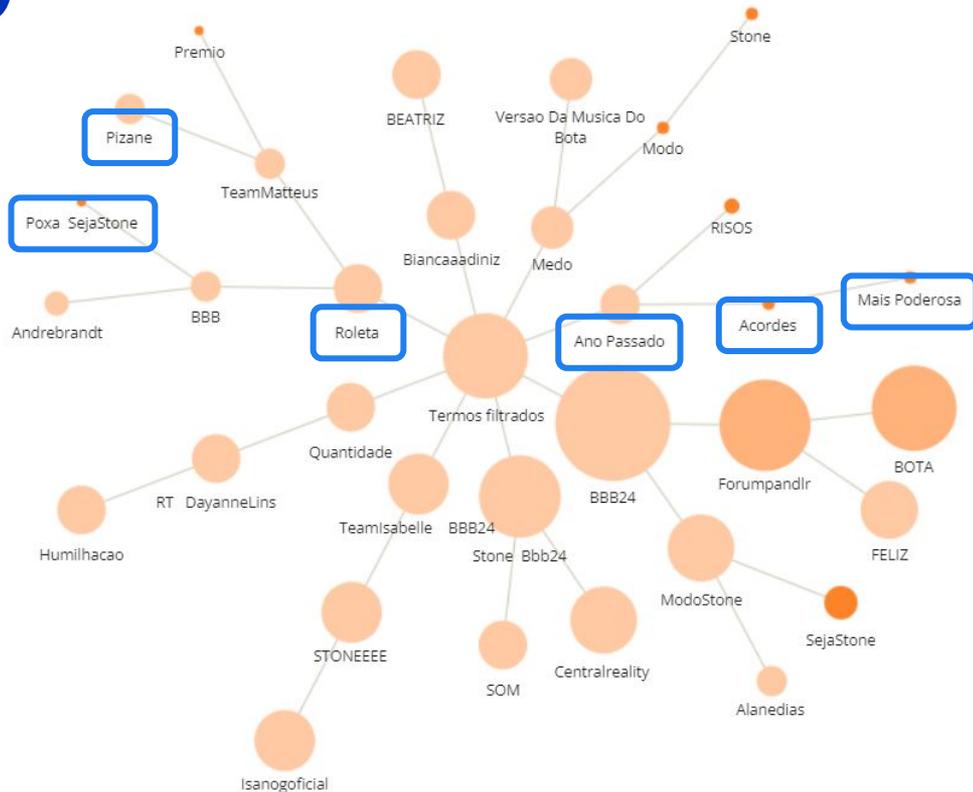
**As expressões “Modo Stone” e “Bota pra Girar” foram encontradas 3,7 mil vezes em nossa base de menções, enquanto o nome da patrocinadora, por si só, apareceu em 4,5 mil itens.**

O que mais chamou a atenção do público foi: a **mudança de estratégia para fazer o prêmio crescer**, sendo que ano passado os próprios confinados participavam da dinâmica, e agora é o eliminado o grande protagonista; além do **novo ritmo do jingle para a ação** - em ambos os casos os telespectadores, em sua maioria, alegaram que preferiam as versões anteriores.

Vale registrar ainda que a **marca Ton**, apesar de ter sido citada ao vivo por Tadeu Schmidt, anunciando promoção de maquininhas, não gerou buzz relevante nas redes nessa data.

achei burrice mudar os acordes da musica mode stone , a musica do ano passado era muito mais poderosa #BBB24 ( ainda da tempo de voltar com musica antiga )s

Na minha opinião a Stone errou mais uma vez com a ação do modo stone no bbb. O eliminado gira uma roleta com o valor que vai somar no prêmio final. Mano, o cara foi eliminado. E ainda tem aquela cena bizarra do povo ver quanto somou enquanto chora a saída do amigo.



# ELECTROLUX NO MERCADO DA SEMANA



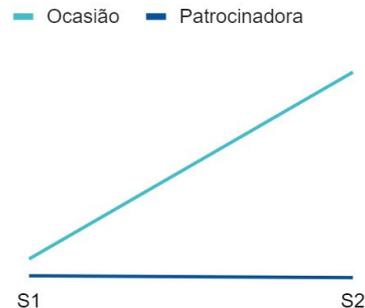
Para alegria dos moradores da casa, na quarta-feira (17) eles foram, novamente, às compras - com patrocínio da Electrolux.

Como vemos no gráfico evolutivo ao lado, a situação foi amplamente mais comentada do que na semana anterior - **atingindo 11,2 mil itens monitorados** - e isso aconteceu por conta do disse me disse sobre a comida da Xepa, envolvendo, principalmente, Davi e Yasmin Brunet.

A marca, no entanto, segue sendo pouco lembrada nesse contexto, apesar de apresentar sua linha de produtos - essa semana destacando a geladeira.

Entre as **200 citações à Electrolux no contexto**, vimos muitas interações dela própria, alguns elogios aos produtos e promoções, mas também críticas aos enredos das anunciantes nessa edição.

EVOLUTIVO  
SEMANTAL  
DE MENÇÕES



Está geladeira é tudo acabei de compra ela [@ElectroluxBr #BBB24](#)

top as promoções da [@ElectroluxBr](#) nessa ação do [#BBB24](#)

já achei uma máquina de lavar linda, por favor façam essa ação de novo depois que meu cartão virar dia 05/02 🙏🙏🙏

O merchans esse ano tão péssimos, nada combinando com nada: Mercado Livre patrocinando almoço do anjo, Electrolux no mercado, Nestlé fazendo festa de Carnaval. O desespero pra ter qualquer anunciante e tentando encaixar seja como for 🙏 [#BBB24](#)

# MAIS FESTA? NESTLÉ CHOCO TRIO



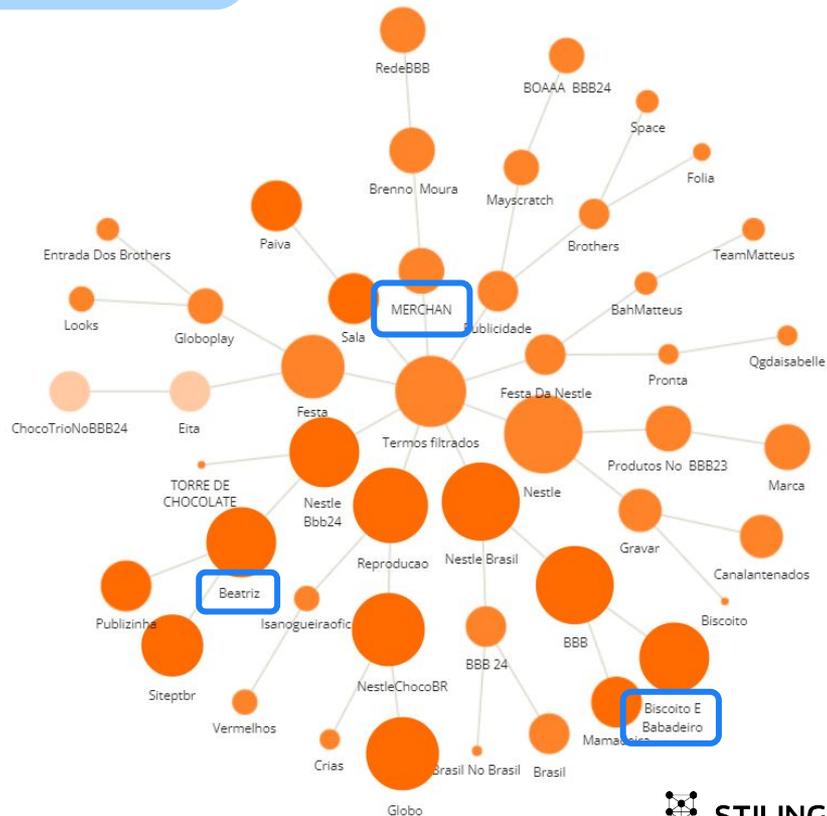
A marca de chocolates que, até então, aparecia sempre de forma mais tímida e discreta no reality, desta vez levou um trio para o jardim da casa, em uma super festa na noite de quarta-feira (17).

Fazendo alusão ao produto Nestlé Choco Trio, a festa trouxe o conceito de trio elétrico, com shows de Léo Santana, Kevin O Chris e Pixote.

Como temos acompanhado, **o evento em si e suas atrações foram mais comentados - com 24,6 mil itens e 44 mil itens coletados, respectivamente - do que a própria anunciante.**

Em meio às **4 mil mensagens sobre a patrocinadora**, o destaque ficou, novamente, por conta de Beatriz e suas falas no merch que fez para Nestlé antes da festa começar.

a beatriz reuniu todos na sala para uma publizinha pra nestlé #bbb24  
[Translate post](#)

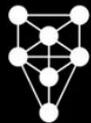




As análises do BBB 24 são apenas um recorte do potencial da nossa inteligência. Você também pode utilizar a nossa solução de Social Listening para diversos temas relacionados a sua marca.

Descubra o que seus clientes andam falando, conheça quais são os desejos de compra e antecipe as necessidades dos consumidores com conversas personalizadas e assertivas.

**Fale com nossos  
especialistas e conquiste  
a liderança de mercado.**



**STILINGUE**  
by Blip

Uma **plataforma inteligente**  
para **administrar conversas**  
digitais em **tempo real.**