



**BBB**/*insights*



**STILINGUE**  
by Blip

## FOI AQUI QUE PEDIRAM INSIGHTS DA CASA MAIS VIGIADA DO BRASIL?



O Big Brother Brasil se tornou um dos maiores **fenômenos culturais** do país.

De janeiro a abril, o programa é o assunto mais falado nas redes sociais e, considerando todas as plataformas do reality, cerca de **145 milhões de pessoas são alcançadas** pelos assuntos relacionados ao tema, representando **70% da população brasileira**.

Então, é certo dizer que os **seus clientes fazem parte desse número**. E por isso, é estratégico que a sua marca esteja preparada para liderar conversas, além de gerar engajamento e relacionamento com o público.



**STILINGUE**  
by Blip

Nós podemos te ajudar com isso!

Mais uma vez, a **STILINGUE** que agora é **STILINGUE by Blip**, vai monitorar por meio do **Social Listening**, as conversas e quaisquer repercussões dos principais assuntos trazidos pelo reality, para que as marcas interessadas possam aproveitar tudo que está sendo falado na casa e também pelo público, para traçar novas estratégias de vendas por meio do **marketing conversacional**.

Acompanhe nossos relatórios semanais  
e veja como sua marca  
pode aproveitar as oportunidades!



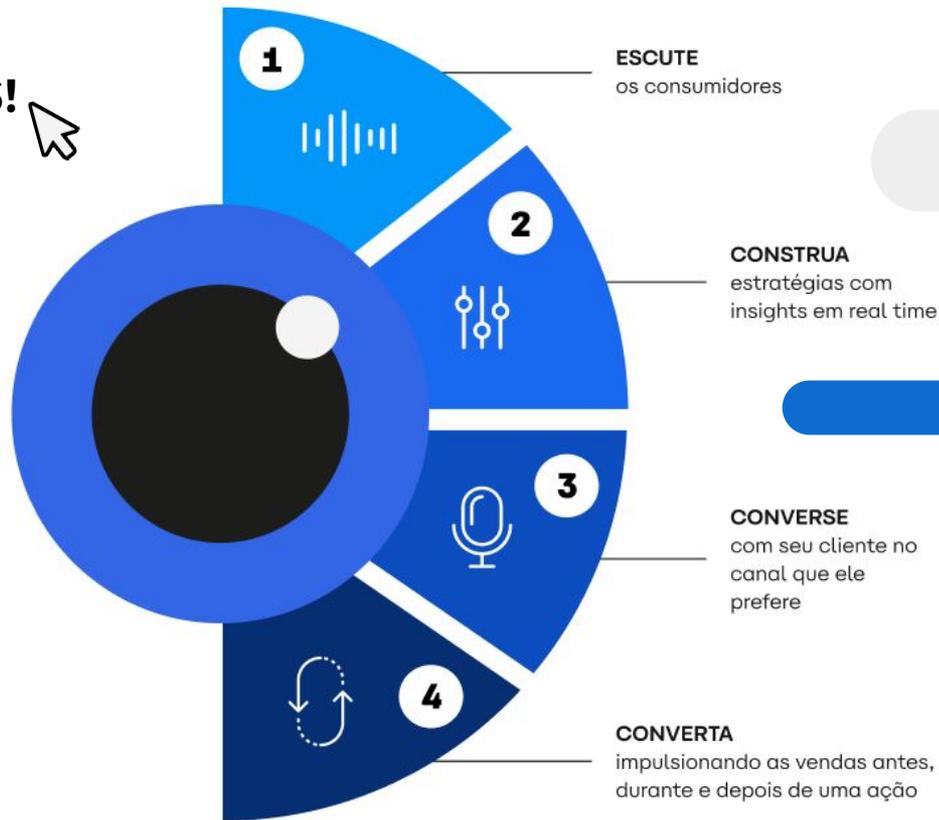
**STILINGUE**  
by Blip

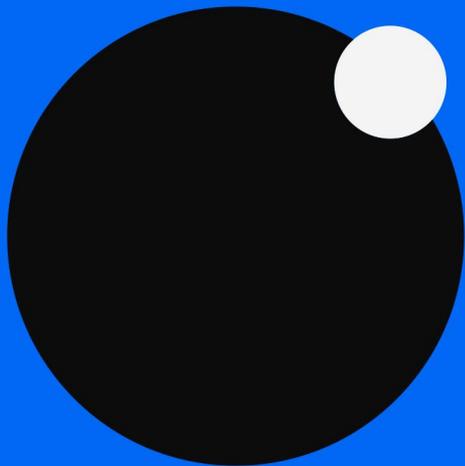


# QUEM ESCUTA MELHOR, CRIA CONVERSAS INTELIGENTES!

Já imaginou poder **ouvir, em tempo real, tudo que os consumidores falam** sobre a sua marca e oferecer exatamente o que eles precisam?

Unindo a nossa solução de **data insights real time**, com a jornada do **Contato Inteligente** da Blip, sua empresa monitora o comportamento dos clientes antes, durante e depois das datas que mais movimentam o comércio, entregando uma jornada personalizada de ponta a ponta nos principais canais digitais, como o **WhatsApp**.





# Semana 5

Período - 01 a 07/02



# BBB/*insights*

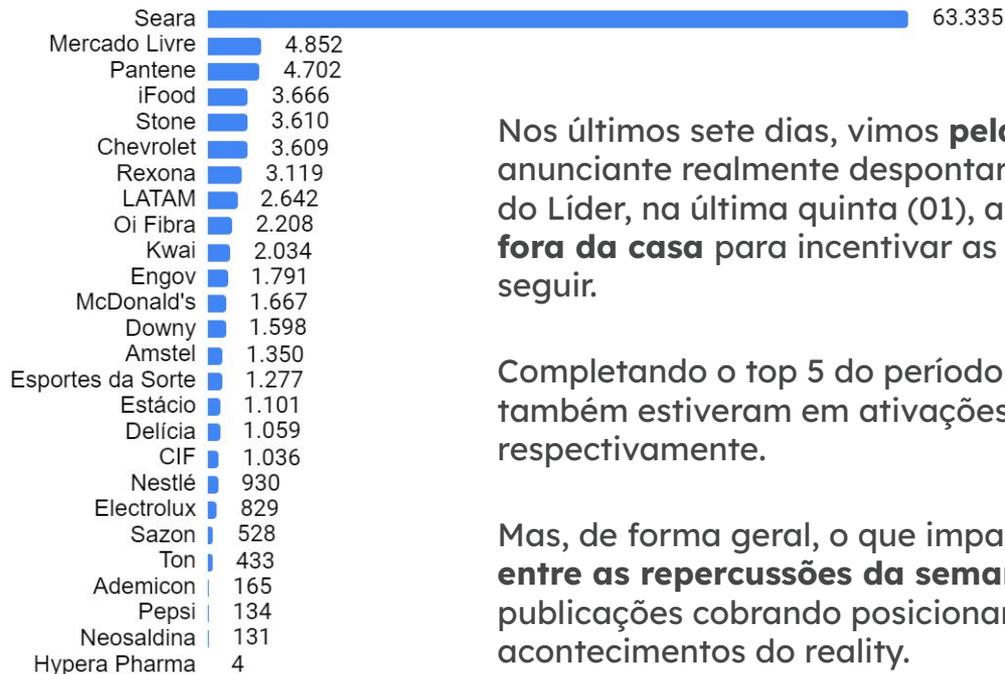


**STILINGUE**  
by Blip

# SHARE OF VOICE DA SEMANA



## VOLUME DE MENÇÕES SOBRE AS PATROCINADORAS DO BBB 24



Nos últimos sete dias, vimos **pela primeira vez nessa temporada** uma anunciante realmente despontar em buzz: além de ter patrocinado a Prova do Líder, na última quinta (01), a **Seara** ainda lançou mão de **estratégias fora da casa** para incentivar as conversas, como veremos nas página a seguir.

Completando o top 5 do período, apareceram **Mercado Livre e Stone**, que também estiveram em ativações na casa - com festa e ação especial, respectivamente.

Mas, de forma geral, o que impactou para que houvesse **maior similaridade entre as repercussões da semana** - exceto no caso da Seara - foram publicações cobrando posicionamentos das patrocinadoras frente a alguns acontecimentos do reality.

## TEMAS SENSÍVEIS

## AGRESSÃO, AMEAÇA, ASSÉDIO, IMPUTAÇÃO DE CRIME...

Com as discussões mais acaloradas que andaram acontecendo no BBB, sobre **assuntos bastante sensíveis e polêmicos para o horário nobre**, vimos as conversas nas redes se aquecerem também.

Conforme citado na página anterior, **as anunciantes do programa têm sido cobradas por apoiarem tais tipos de atitudes** - assim como já vimos acontecer em anos anteriores. Mas em 2023, na **ocasião do assédio de Guimê e Cara de Sapato com a intercambista Dânia Mendez**, essa pressão sobre as patrocinadoras acabou resultando em comunicados oficiais, e há quem acredite que tenha influenciado para a expulsão dos dois brothers - dessa forma, esse movimento dos telespectadores ganha força.

E em um cenário como esse, resta as marcas **seguir acompanhando o buzz sobre a questão, entendendo sua curva de ascensão ou declínio e o teor dessas conversas**. Com isso e de acordo com as diretrizes institucionais, cabe julgar quando e se é necessário se envolver no tema.

**63,8 mil**

itens monitorados  
citando uma ou mais das pautas

**2 mil**

associações a uma ou mais  
anunciantes do BBB 24



# Oportunidade aproveitada

pela Seara



Na festa do dia 31, houve uma **discussão entre Davi, Lucas e MC Bin Laden**, quando o baiano usou a expressão “**calabreso**” para se dirigir ao professor.

O uso do termo foi polemizado dentro da casa, mas aqui do lado de fora, sabemos que se trata de um **meme de Toninho Tornado**.

**Para a Seara, o timing foi perfeito!**

Porque justamente quando aconteceria sua primeira prova patrocinada da temporada, **a internet só falava do calabreso**.

Dessa forma, **a patrocinadora conseguiu surfar essa onda**, fazendo uma série de posts associando seus produtos com linguiça calabresa ao caso.

Mais uma vez vemos **o poder dos insights acionáveis em real time**.



Seara Brasil · Feb 1  
UM AMÉM PARA O ESCONDIDINHO COM CALABRESO DA SE  
#SearaNoBBB24



Seara Brasil · Feb 1  
PIZZA CALABRESO = #SearaNoBBB24



# Mas não só pela Seara

**Anunciantes de outros setores de atuação também souberam entrar na conversa do “calabreso”** - afinal, o meme de Toninho Tornado se trata de colocar um “o” no final das palavras, sendo elas femininas ou neutras.

A situação viralizou na web, promovendo **interações divertidas entre marcas** e ao lado vemos um exemplo da Chevrolet, que alterou até mesmo o seu nome no Twitter/X para entrar na brincadeira.

Talvez o BBB 24 esteja trazendo consigo o maior volume de exemplos do que é aproveitar oportunidades em ambiente digital. **As marcas estão dando um show de estratégia!**



## PROVAS DA SEMANA

MENÇÕES À DISPUTA

16,7 mil

MENÇÕES À ANUNCIANTE

400

A mensagem ficou **bastante clara** na mecânica, que reforçava os ingredientes da cerveja, além da levedura holandesa e a origem em Amsterdam.



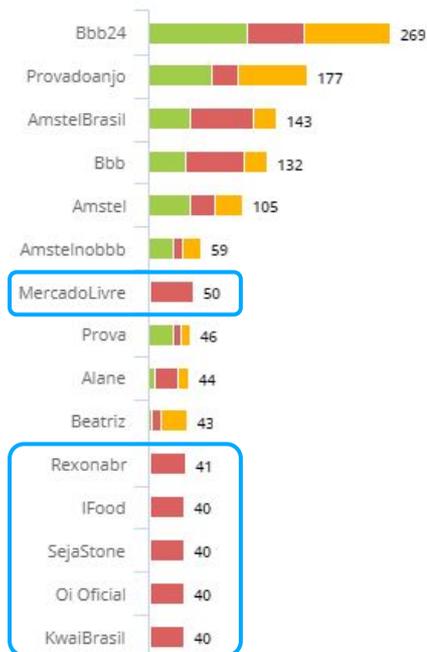
## A RECEITA DE AMSTEL NA PROVA DO ANJO

No sábado (03) foi a vez da Amstel fazer **sua primeira aparição nessa edição**.

Em uma prova que exigia um misto de habilidade, estratégia e agilidade, o que vimos na internet foram muitos **comentários sobre as movimentações do jogo** - com hipóteses se criando para a dinâmica da semana, de acordo com quem pudesse vir a ser o Anjo.

No entanto, como mostra o gráfico ao lado, o que saltou aos olhos foram as **menções negativas também associando outros anunciantes do programa** - isso porque internautas cobraram a Globo, o BBB e os patrocinadores sobre uma suposta ameaça que teria acontecido na casa.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A MARCA



# É uma crise?

## STILINGUE e Blip ajudam a gerenciar!

Saiba como



Em situações como essa, que vimos na página anterior, é necessário **entender se o cenário, de fato, evolui para uma crise que precisa ser gerenciada**, exigindo, por exemplo, algum tipo de posicionamento ou pronunciamento da patrocinadora - como já vimos acontecer anteriormente.

Por isso, através de **um acompanhamento bem de perto em Social Listening** fica mais fácil identificar e analisar a situação. Além de que um **atendimento mais próximo do consumidor** também pode contribuir para a imagem da marca, por meio de estratégias de **Marketing Conversacional**.

#BinExpulso

São desses tipos de coisas que os patrocinadores querem fazer parte? Agressão é crime, não estamos aqui para assistir esse tipo de coisa no bbb24.

@rexona\_id @AmstelBrasil @PanteneBrasil @chevroletbrasil @Downy @LATAMAirlines @EsportesDa @Nestle @viroudelicia

AMEAÇA NÃO É ENTRETENIMENTO

@NestleChocoBr @ifood @oi\_oficial @estacio\_br @chevroletbrasil @downyBRA @rexonabr @PanteneBrasil @viroudelicia @McDonalds\_BR @KwaiBrasil @AmstelBrasil @LATAM\_BRA @PepsiBR @EsportesDaSorte a produção deveria ter intervido! #BBB24

**A mesma situação respingou em diversas marcas e em diversas ocasiões no decorrer da semana.**

## PROVAS DA SEMANA



## BATE E VOLTA COM O TON, DA STONE

Nessa oportunidade para um dos emparedados escapar do Paredão, voltamos a perceber que as **menções sobre o jogo e sobre as torcidas para cada um dos participantes** que competiam se sobressaíram com relação às demais.

Um ponto positivo é que, diferente do que vimos em outras situações nessa temporada, **a Ton foi mais associada ao patrocínio do que a Stone.**

Talvez o reforço **com cenografia e com as falas de Tadeu Schmidt** esteja colaborando para essa diferenciação entre as marcas - vale citar que encontramos até menções de internautas corrigindo os brothers referente à confusão.

**7,6 mil**

itens sobre a **prova**,  
no domingo (04)

**100**

publicações citando a **marca Stone** na data

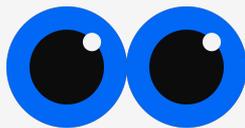
**230**

mensagens citando a **marca Ton** na data

o Marcos gritando "obrigado Stone" mas o patrocinador é o Ton  
KKKKKKKKKKK pqp.

#BBB24

## Rotinas da Casa



### Mercado Electrolux

**1,2 mil** itens sobre o evento

**400** menções à marca patrocinadora

Em mais um dia de compras na casa mais vigiada do Brasil, na última sexta (02), o que se destacou entre as conversas foram os comentários de Fernanda sobre o comportamento de Davi no mercado VIP, assim como a postura de Alane nas compras da Xepa.

Já no que se refere à Electrolux, chamou a atenção uma **ação de engajamento, com premiação**, que a anunciante promoveu no mesmo dia, mas que **não foi o suficiente para elevar significativamente o seu buzz**.



Hoje a gente quer presentear dentro e fora da casa! \*\*

Responde aqui embaixo usando a [#ElectroluxNoBBB](#):  
"Meu amigão é um Electrolux porque..."  
e concorra a um vale-presente de R\$5 mil para gastar no nosso site!

VALENDO!!! 🍌

[#SuaCasaBBBemVivida](#)

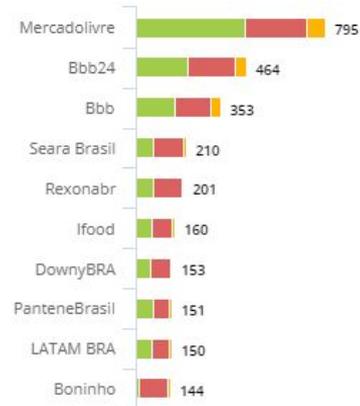
## Almoço do Anjo

**4,5 mil** mensagens sobre o evento

**Mil** menções ao Mercado Livre, que patrocina a refeição especial

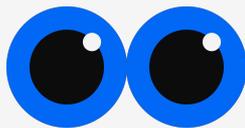
Essa rotina patrocinada cresceu significativamente em buzz, com relação à semana anterior. Porém, as conversas seguem se referindo mais aos **confinados** e ao desenrolar do **game**, do que propriamente a qualquer circunstância ou atributo que possa ser diretamente relacionado à marca.

### TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A MARCA



Nesse contexto, o que acabou ficando em evidência, novamente, foram as **mensagens que cobram as anunciante do reality sobre violência e ameaças dentro do programa**.

# Rotinas da Casa



## Cine BBB

**Mil** ocorrências sobre o evento

**1,3 mil** citações à Oi Fibra, que patrocina a sessão semanal

Encontramos **60% de menções negativas** sobre a marca na ocasião - que, como vemos acima - dessa vez garantiu uma repercussão ainda maior do que o próprio cinema em si.

Essa saudabilidade foi impactada por dois motivos:

- **A escolha do filme que foi exibido**, "O Escândalo", cujo tema central é assédio - enquanto haviam discussões sobre a possibilidade de um assédio dentro da casa.
- E também voltaram a aparecer  **muitas críticas aos produtos e serviços da operadora**, alegando até propaganda enganosa, de acordo com a mensagem que a marca tem entregado no reality.

Não contrate a @oi\_oficial, minha internet está caindo a mais de 2 semanas e eu não recebo nada por isso. O que o @bbb está fazendo é propaganda enganosa #BBB24

## Modo Stone

**500** mensagens sobre a dinâmica do dia 06/02

**1,9 mil** menções à Stone, que patrocina a dinâmica relacionada ao prêmio

Ainda há **um sentimento negativo com relação ao novo formato proposto pela marca** - no qual o eliminado é quem impacta mais diretamente, apesar de ser na sorte, no valor do prêmio final do programa.

Como vemos abaixo, existem **desconfianças** e até mesmo **comparações** com o Modo Stone de 2023.

Além disso, questões referentes à produção do programa também apareceram e **a marca foi impactada pelas mesmas cobranças dos internautas**, que vimos anteriormente nesse documento, com relação a acontecimentos de dentro da casa.

Eu acho que deve ter um dummy escondido ali na roleta do Modo Stone. Ai quando o prêmio já tiver pra base de 2 milhões, esse trem vai cair no 0 adoidado.

#BBB24

O modo stone do ano passado era bem melhor #BBB24

vazou a produção testando o Modo Stone no gramado no PPV, mas só no do Globoplay - na TV a cabo não aconteceu. testaram também o vídeo que roda se a roleta cair no zero, um "Modo Stone não ativado" com um funk triste no fundo kkkkkkkk #BBB24

# Marketing Conversacional

## COMO APLICAR?

Ao lado trouxemos alguns exemplos de mensagens que poderiam ativar os consumidores da Electrolux, do Mercado Livre, da

Oi e da Stone, após suas ações semanais no BBB, através de um app de conversas, garantindo aproximação com o público e também maior conversão.

Para saber e entender mais sobre os casos de uso,

Fale com os especialistas



### ELECTROLUX

“Hoje os brothers foram às compras na **Casa BBBem Viva!**

Essa semana você pode aproveitar as condições especiais nas **Máquinas de Cuidar**, em uma big oferta no site - ou clicando aqui.

Continue espiando para conhecer a nossa linha completa de produtos e também **ganhar estalecas.**”

### MERCADO LIVRE

“Você conhece toda a **variedade de produtos** disponíveis no Meli?

Bom, em mais um **Almoço do Anjo** na casa mais vigiada do Brasil, as fadas garantiram **looks incríveis** e desfilaram com muito samba no pé!

Use o cupom **ANJO20** em suas compras e garanta 20% de desconto para montar os looks pros bloquinhos do próximo final de semana.”

### OI FIBRA

“Nosso objetivo é ter **clientes conectados e satisfeitos!**

**Confira nossos planos aqui** e nós garantimos que se a sua conexão cair, devolveremos o valor referente ao período desconectado.

Corre, porque ainda dá tempo de acompanhar a sessão **#CineBBB** dessa semana, hein?”

### STONE

“Não importa o tamanho do seu negócio ou do seu faturamento, **se liga no Ton!**

Até o dia 08, as condições estão imperdíveis para o **plano Ton Brother**, com taxa zero e 15% de desconto nas maquininhas.

Acesse o site - ou clique aqui - e vamos fazer como os brothers da casa mais vigiada, **vamos botar pra girar!**”

## Estrela da Casa

Por que não aproveitar uma audiência qualificada para anunciar uma estreia?

Na última segunda-feira (05), a própria Globo fez um merch dentro do BBB 24.

A emissora trouxe **Ana Clara** para o estúdio, junto com Tadeu Schmidt, para falar mais sobre o seu **novo reality show**, que mistura música e convivência, previsto para estrear no segundo semestre deste ano. A ex-BBB e apresentadora é quem irá comandar o programa e foi homenageada na ocasião.

Dessa forma, o público de BBB - claramente interessado em reality - **recebeu de forma clara e direta a mensagem** da Globo.

1,2 mil

itens monitorados  
citando o Estrela da Casa

950

citações à  
apresentadora

ESTRELA DA CASA! Tadeu para Ana Clara: "Você é uma das maiores revelações da TV brasileira" ❤️

Ela será a apresentadora do novo reality musical da Globo. #BBB24

# Cabe mais um pouquinho de presença de marca

## nos quadros humorísticos do programa?

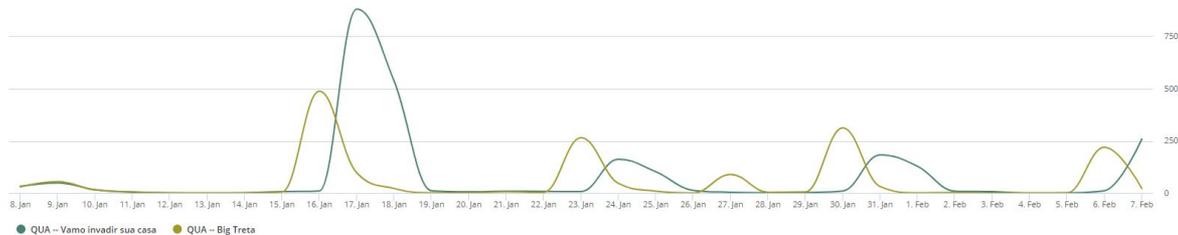


Os novos quadros - Big Treta e Vamos invadir sua casa - **ainda estão ganhando o gosto do público**, sendo pouco comentados na internet.

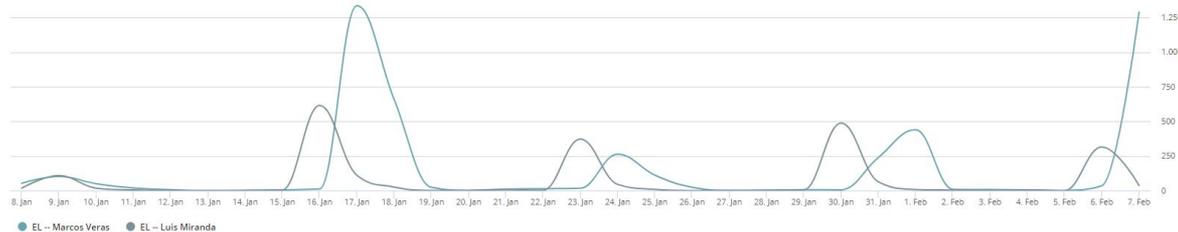
Como vemos nos gráficos ao lado, muitas vezes os humoristas, Luís Miranda e Marcos Veras, são até mais citados. Sendo que em suas estreias no BBB houve um pico de menções, porém nas exibições seguintes **o buzz já reduziu bastante**.

E pela segunda semana consecutiva, na terça (06), vimos uma **inserção da Estácio no quadro de Miranda**, sendo que, novamente, o buzz sobre a marca foi baixo, com **pouco mais de 100 publicações, em uma saudabilidade 44% negativa** - pois os telespectadores que já se queixam da **qualidade do quadro**, estão se incomodando ainda mais com **uma publicidade** até mesmo nesse espaço.

EVOLUÇÃO DE MENÇÕES SOBRE OS QUADROS DESDE O INÍCIO DA TEMPORADA



EVOLUÇÃO DE MENÇÕES SOBRE OS HUMORISTAS ENVOLVIDOS DESDE O INÍCIO DA TEMPORADA



# DESAFIO 3XTREMO

Rexona Clinical, não te abandona!

Na terça (06), a anunciante promoveu uma dinâmica - com cara de prova - que reforçou o poder dos seus produtos e ainda entregou prêmios aos confinados

**2,5 mil** publicações sobre  
a ativação

**2 mil** menções ao nome da  
anunciante na data

Nessa ação a marca deu ênfase para sua linha Clinical, que **suporta mais calor, exercício e estresse**.

Apesar de tudo, entre os internautas os **acontecimentos da casa** - antes e depois do desafio - apareceram em maior quantidade nas conversas.

Além disso, com a eliminação de Juninho no mesmo dia, Rexona - e outras patrocinadoras - voltaram a aparecer em **menções de cobrança sobre o apoio à imputação de crime na casa**.

## FESTAS DA SEMANA



## SONHOS EMBALADOS EM CAIXAS PELO MERCADO LIVRE

Na sexta-feira (02), foi a vez do Meli animar a noite dos brothers e sisters na casa mais vigiada do Brasil. A marca levou **Thiaguinho** para um show no jardim, visto que o cantor é a voz do seu novo jingle.

**18,7 mil**  
itens sobre o evento

**13,2 mil**  
menções ao cantor

**870**

itens sobre a marca

Como vemos acima, **a patrocinadora foi assunto em uma minoria de publicações**, enquanto a festa e a atração musical chamaram muita atenção - principalmente por conta de novos romances surgindo e também pelo fato de Thiaguinho e Rodriguinho serem muito amigos.

Sobre a marca, especificamente, o que mais se destacou entre as narrativas foi um **alto volume de compartilhamento de ofertas** e também novos apelos do público, frente aos patrocinadores do programa, com relação a acontecimentos polêmicos no jogo.

Nuvem de

Palavras

sobre o

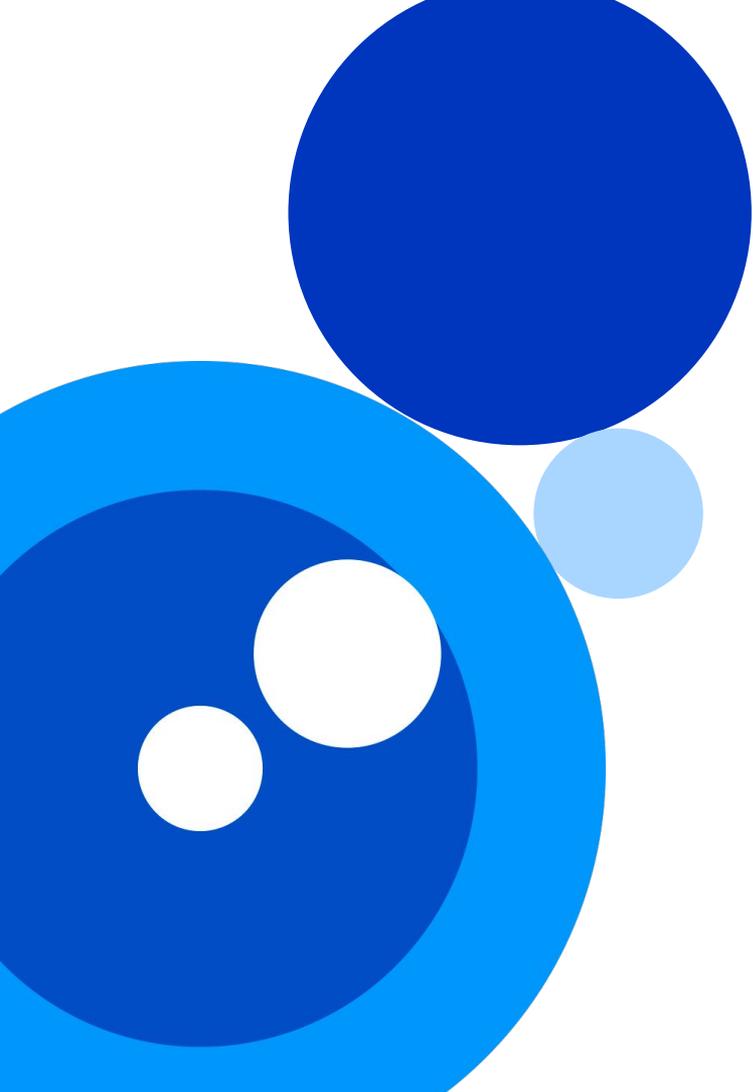
Meli



Insights interpretados pelo ChatGPT, através do Zoom Insights, da STILINGUE.

Descontos e frete grátis no Mercado Livre  
O Mercado Livre está oferecendo descontos e frete grátis em diversos produtos, incluindo eletrônicos, roupas e utensílios domésticos.

Cupons de desconto em lojas online  
Algumas publicações estão oferecendo cupons de desconto para diversas lojas online, incluindo Amazon, Shein, Magalu e Renner.



As análises do BBB 24 são apenas um recorte do potencial da nossa inteligência. Nossas soluções também permitem o desenvolvimento de painéis personalizados para escutar e monitorar os principais temas de interesse da sua marca, que vão impulsionar as vendas durante todo período de uma campanha.

**Use o poder da Inteligência Artificial Conversacional a favor do seu negócio.**

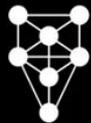
Descubra como a jornada integrada do Social Listening com Contato Inteligente pode potencializar seus resultados em alta escala.

**Fale com nossos**

**especialistas e conquiste**

**a liderança de mercado.**





**STILINGUE**  
by Blip

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