



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

E 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!



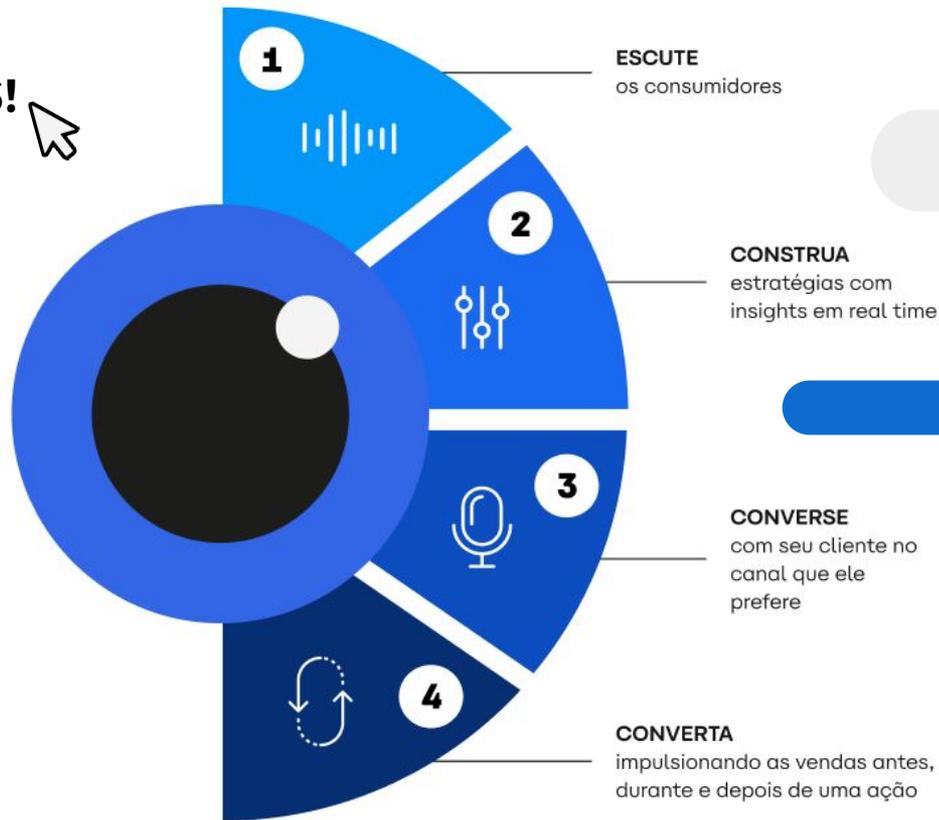
STILINGUE
by Blip

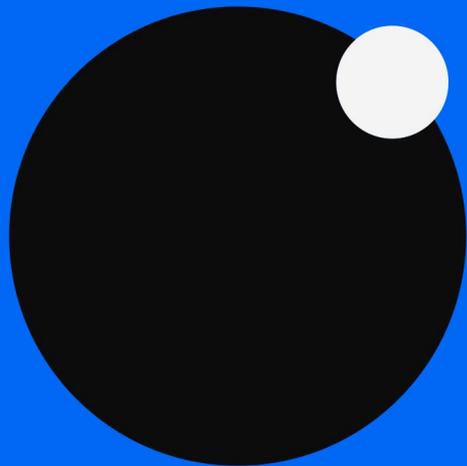


QUEM ESCUTA MELHOR, CRIA CONVERSAS INTELIGENTES!

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 8

Período - 22 a 28/02



BBB/*insights*



STILINGUE
by Blip

METODOLOGIA



STILINGUE
by Blip

Desde 2022, monitoramos o maior reality do Brasil sob os seguintes critérios:

Nosso painel de pesquisa contempla primordialmente **conversas sobre o programa** - termos como BBB, BBB 24, Big Brother Brasil e outros nesse sentido compõem a nossa principal busca.

Além disso, para o acompanhamento das marcas que patrocinam o programa, também contemplamos hashtags nesse formato: **#MarcaNoBBB**. Ou seja, #MercadoLivreNoBBB, #StoneNoBBB e #SearaNoBBB são alguns exemplos.

No entanto, como regra de Social Listening, **a configuração dessa pesquisa é constantemente revisada e aprimorada**, principalmente no que tange a atuação das anunciantes, acompanhando os movimentos do mercado.

Vale ressaltar que **hashtags mais específicas de campanhas das patrocinadoras são contempladas apenas quando citadas em conjunto com termos relacionados ao BBB**, como explicamos acima, visando manter a metodologia centrada no contexto do reality.



SHARE OF VOICE ENTRE AS PATROCINADORAS



VOLUME DE MENÇÕES SOBRE AS PATROCINADORAS DO BBB 24



No ranking das marcas da última semana, vimos, mais uma vez, que **algumas anunciantes - mesmo com ativações dentro da casa - não garantiram volume de publicações expressivo** a seu respeito nas redes sociais; como foi o caso da Downy e do Méqui, por exemplo.

Por outro lado, entre as TOP 5 mais comentadas, também notamos que **patrocinadoras que não estiveram na casa durante o período estiveram em destaque**.

Enquanto CIF, Pantene e Stone patrocinaram provas, festas ou ações - que iremos ver nas próximas páginas -, **Chevrolet e Seara** garantiram buzz através de conteúdos proprietários que divulgaram suas respectivas promoções em vigência, que estimularam bastante as interações dos internautas com as marcas e ainda através do Marketing de Influência e Community Management.

Vale ressaltar que as menções às anunciantes cobrando-lhes **posicionamento** frente a alguns acontecimentos no confinamento - como supostos assédios e agressões - seguem se fazendo presente.

PROVAS DA SEMANA

As provas que aconteceram entre os dias 22 e 28 de março no BBB 24 **marcaram os números da edição**, pelo menos até agora.

Na disputa pela **liderança**, patrocinada pela Ton, da Stone, monitoramos quase 100 mil publicações, durante as 5h de prova - e assim ela se tornou **a mais citada até aqui**. Entre as mensagens, o que mais verificamos foram **torcidas** se movimentando, principalmente as de Bia, Isabelle e Davi.

Já a Prova do **Anjo**, dessa vez patrocinada pela Downy, também **entrou para o ranking das mais mencionadas dessa categoria**, com destaque para publicações sobre a participação - ou não - de alguns participantes, sendo que os que mais apareceram foram Giovanna e Davi. Além disso, vimos muitos comentários a respeito da terceira vitória seguida do mineiro Michel.

Enquanto isso, a Prova **Bate e Volta** do último domingo (24) foi a que gerou o **menor buzz da temporada**, com posts discorrendo sobre a formação do paredão e alegando que qualquer um dos três - Bin, Fernanda ou Lucas - que ganhasse a disputa para se livrar da berlinda estava valendo.

BATE E VOLTA TEM SE TORNADO O FORMATO MENOS COMENTADO

LÍDER

Solução **Tapton** da Ton/Stone em uma prova de resistência

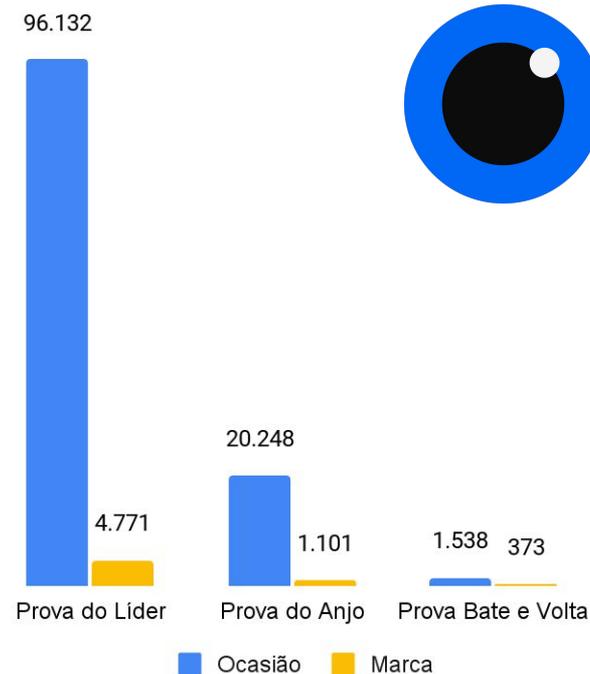
ANJO

Agilidade em um labirinto com as fragrâncias de **Downy**

BATE E VOLTA

A sorte de acumular pontos no programa Meu **Méqui**

BUZZ SOBRE AS DISPUTAS E SUAS PATROCINADORAS



LÍDER COM A SOLUÇÃO PARA CELULARES DA TON: É TAPTON

3,8 mil
itens sobre a Stone



1,2 mil
itens sobre a Ton

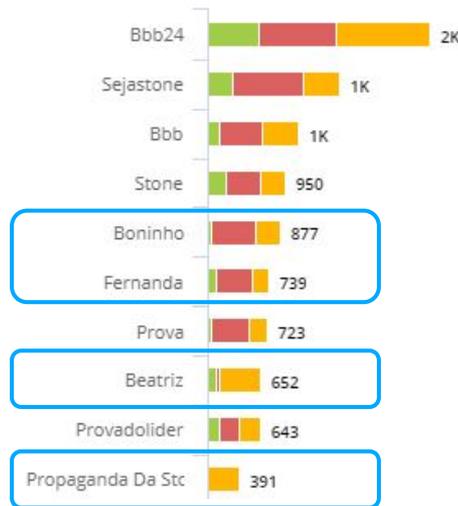
Mesmo com o maior buzz entre as provas da edição - até agora -, **a marca patrocinadora apareceu pouco** entre as menções da última quinta-feira (22), como vemos acima.

Além disso, como já havíamos notado anteriormente, mesmo se tratando de uma ação da Ton no BBB, foi a detentora **Stone que apresentou o maior volume de conversas** entre os internautas.

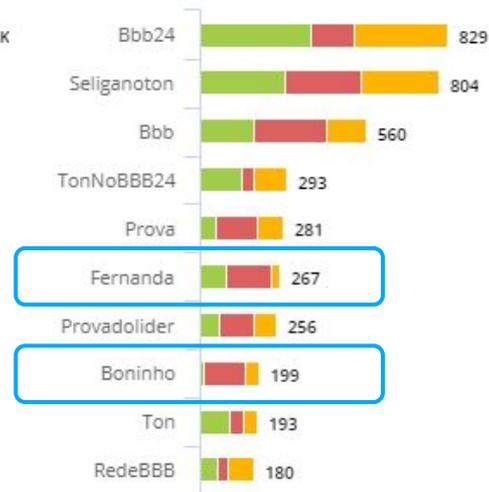
Dois pontos foram os que chamaram mais a atenção entre as narrativas:

- Reclamações sobre a possibilidade da sister Fernanda ter dormido durante a disputa, **cobrando a marca sobre compactuar com fraude na competição.**
- Comentários sobre as **propagandas de Beatriz**, mesmo em meio a uma prova de resistência de alta complexidade.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A STONE



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A TON



A BEATRIZ FAZENDO PROPAGANDA DA STONE, ELA ESCUTOU A GENTEEEE AAAAAAAA BIA É UM CÃO!!! #BBB24

@SejaStone @bbb @boninho isso para vocês é entretenimento? Enquanto não está dormindo e, logo, roubando, a participante Fernanda faz discurso de violência contra a adversária durante a prova do patrocinador. Sério, vocês compactuam com isso @SejaStone? A gente quer saber.

ACUMULANDO PONTOS NO MEU MÉQUI NA PROVA BATE E VOLTA

1,5 mil
itens sobre a disputa

400
itens sobre a marca

Apesar dessa ter sido a prova menos comentada da edição, e o Méqui também não ter acumulado uma grande repercussão na ocasião, notamos que **a aceitação do público com relação ao novo programa de pontos da rede de fast food foi boa** e, como sempre, apareceram ainda as **declarações de desejo** de consumo dos produtos.

Como vemos no gráfico à direita, na mesma data, o McDonald's e diversas outras **anunciantes foram cobradas com relação a episódios da festa do dia anterior** - em supostos casos de assédio e agressão.

Melhor do que vencer a prova bate e volta é ganhar 1 milhão de pontos no Meu Méqui!!!! Eu ia morar no @McDonalds_BR!!! ❤️❤️🍔🍔🍔🍔🍔🍔
#mequinobbb24 #bbb24 #redebbb

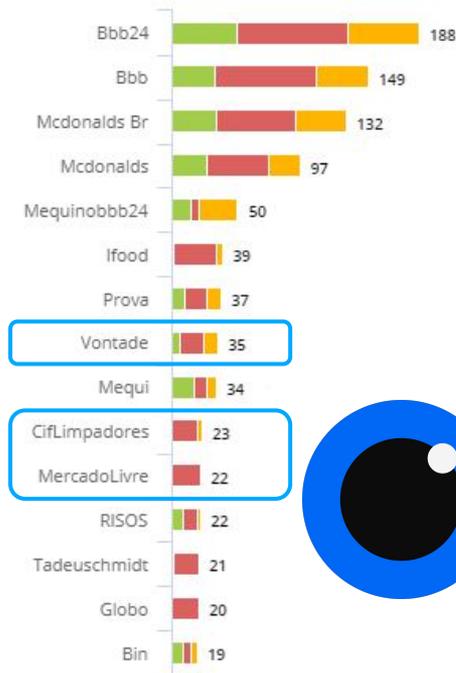
É DESUMANO VER ISSO E NÃO PODER PEDIR.

#BBB24 #MéquiNoBBB24

Translate post



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PATROCINADORA





Como ampliar esse **share of mind?**

Como vimos, as marcas que patrocinaram as provas da semana no BBB foram **pouco lembradas pelos telespectadores.**

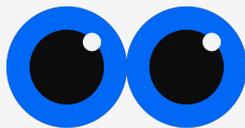
Por isso, salientamos que é possível garantir um share of mind mais consistente através de uma **comunicação constante e assertiva** com o seu consumidor.

Conhecendo bem o seu target e o que ele quer ou precisa ouvir da sua marca é exatamente o que vai te ajudar nessa jornada.

**STILINGUE e Blip te ajudam nessa!
Afinal, quem escuta melhor, conversa melhor.**

Saiba mais 

Rotinas da Casa



Mercado Electrolux

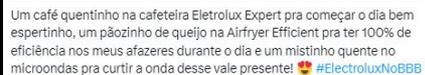
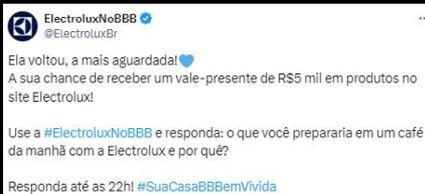


2,6 mil itens contendo os termos mercado ou compras
1,5 mil menções à patrocinadora

Em mais um dia de compras na Casa BBBem Viva da Electrolux, o que vimos gerar o maior volume de conversas na rede, na verdade, foi relacionado com a **divisão das estalecas dos confinados** - com destaque para Leidy e Davi.

Já no que tange a marca, **o fato de Davi ter ganhado os 5 mil em compras** no site foi também o que chamou a atenção dos internautas.

Além disso, uma **ação interativa no Twitter** entregou um vale presente pros próprios consumidores - como vemos ao lado -, porém o engajamento não foi tão alto, tendo recebido apenas 245 respostas até o fechamento desse material.



Almoço do Anjo 🍴

5,2 mil mensagens sobre a refeição especial

300 menções ao Mercado Livre, patrocinador da ação

Nessa ocasião, o que repercutiu entre o público foi a **reação de Isabelle após o almoço** em companhia de Michel, Raquele e Giovanna.

Os internautas alegam que logo em seguida a sister foi conversar sobre jogo com Davi, ao perceber que não é uma prioridade para o grupo do Puxadinho.

Sobre a marca, mais uma vez vimos **divulgações de promoções**, cobranças com relação a acontecimentos da casa e também buzz sobre as **muitas premiações que Michel já recebeu** no programa.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE O EVENTO



Mais Rotinas do BBB



Cine BBB

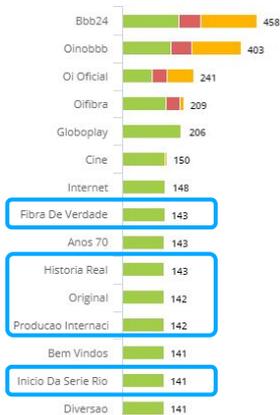
2,3 mil ocorrências sobre o evento

Mil citações à patrocinadora Oi Fibra

O fato de **Davi e Isabelle** terem participado da sessão foi assunto mais comentados nas redes.

Além de **divulgações dos serviços da marca** associada à ocasião e comentários sobre a **série Rio Connection**.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE O EVENTO



Modo Stone

500 itens citando as expressões “Modo Stone” e/ou “Bota pra Girar”

700 menções à marca que patrocina a dinâmica relacionada ao prêmio

Essa semana, o que mais apareceu entre as publicações na web foi o fato de **Tadeu Schmidt ter revelado aos confinados como tem acontecido o Modo Stone**.

Além disso, o **zero na roleta** voltou a ser assunto, por ter sido novamente removido de lá. E as **reações de Davi** ao ver o valor atual do prêmio também repercutiram.

Por que justo hoje resolveram revelar o segredo da Roleta do Modo Stone? 😏 #BBB24

Tiraram o zero do modo Stone para o Cudríguinho não ter o azar de cair nele. KKKKKKKKKKKK
Até nisso foi beneficiado. #BBB24

Eu amo o modo stone por causa do Davi. Ele jurando que a stone vai jogar dinheiro no bolso dele kkkkkk “tô duro, viu stone” e ainda coloca os bolsos pra fora 🤔🤔🤔🤔🤔 #BBB24

Tapton de volta à casa mais vigiada em uma ação pontual

Na terça-feira (26) a marca de maquininhas da Stone promoveu uma ação no reality, trazendo a **narrativa do vendedor e do comprador exemplificando o Tapton** - que transforma um celular em uma máquina de pagamento.

Os brothers puderam “comprar” pastéis assados de sabor a sua escolha.

A ativação gerou **menos de mil mensagens** nas redes.

A participação de **Beatriz e as suas propagandas** foram destaque.

Mais uma vez, **a Stone foi mais citada** do que a Ton na ocasião - ambas com menos de 600 itens.

Encontramos mensagens sobre o **contexto da ação**, em que muitos entenderam que foi aleatória.

A Ton escolheu o momento certo pra Bia ser a vendedora, já que na última ação ela foi a cliente e ficou muito chateada #BBB24

Ação da stone na casa e não aguento mais tanta “publi” da Berratriz #BBB24

Que ação sem pé e nem cabeça #BBB24

Do nada uma propaganda de pastel com Ton kkkk ALEATORIEDADES #BBB24

O Marketing Conversacional também pode te ajudar a **educar o seu público** com relação aos seus produtos, serviços e, principalmente, lançamentos - como no caso do Tapton!

Em um contato inteligente, através de um aplicativo de mensageria, você pode - e deve - usar esse **canal para um melhor relacionamento** com os seus leads, prospects ou clientes.

Seja através de mensagens ativas enviadas pela marca, ou de um menu pré-configurado, em que o usuário é atendido por uma inteligência artificial, com o Marketing Conversacional você garante **mais agilidade, clareza e aproximação** nessa comunicação.

Entre em contato com os especialistas

para saber mais



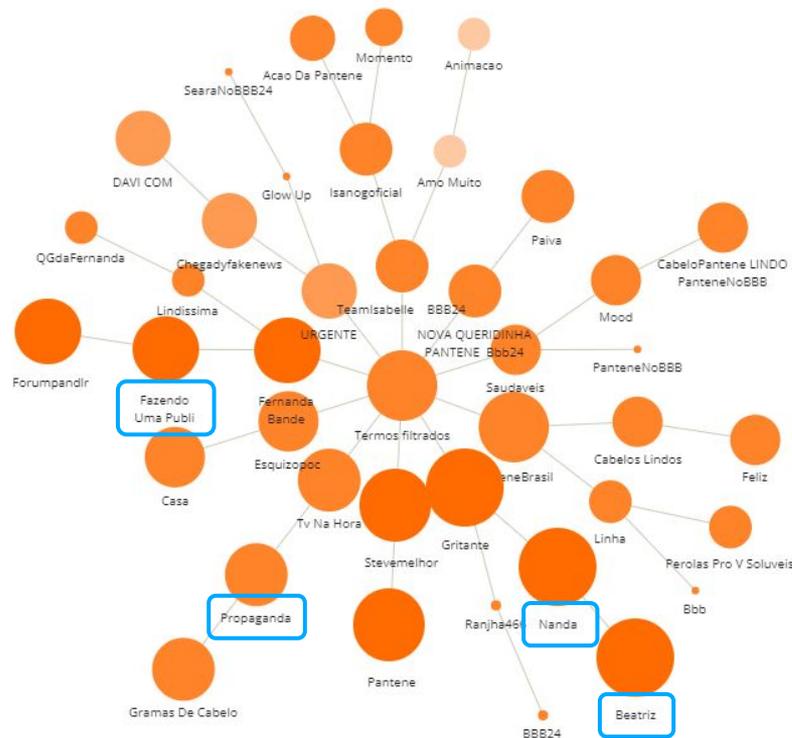
CUIDADOS COM OS FIOS

Com os três minutos milagrosos de **Pantene Pro-V Pérolas Solúveis** e o seu Cronograma Capilar

Na terça-feira (27), a marca de produtos para cabelos promoveu um **day-spa** na casa mais vigiada do Brasil, a fim de cuidar das madeixas dos brothers e sisters.

Encontramos **8,2 mil mensagens sobre a ativação e 10,8 mil citações à Pantene** nessa data.

O efeito dos produtos nos cabelos dos confinados virou assunto, com destaque para Isabelle. E as propagandas que Bia e Fernanda fizeram durante a ação também foram comentadas e comparadas pelos telespectadores.



Sazón no Big Treta

Na última terça-feira (27), depois de aparecer no quadro “Vamo invadir sua casa!”, a **Sazón também marcou presença no “Big Treta”**, com Luis Miranda entregando pedidos em seu food truck e divulgando os produtos “**Tempera e Dá Liga**” e “**Tempera e Empana**” da marca.

Como vimos anteriormente, o **humorístico segue enfrentando resistência do público**, com termos como “fingindo que acha graça” e “muito ruim” aparecendo entre as poucas mensagens movimentadas na web. À respeito da anunciante, o maior buzz ficou por conta de **publicações proprietárias que geraram mais compartilhamentos** no X/Twitter.

300

mensagens sobre o quadro de Luis Miranda em 27/02

O quadro segue recebendo **críticas e ironias.**

o tadeu toda vez assim fingindo que acha graça nesse quadro do Luis miranda #bbb24

Gente, não tem jeito, esse quadro do Luis Miranda é MUITO ruim #BBB24

120

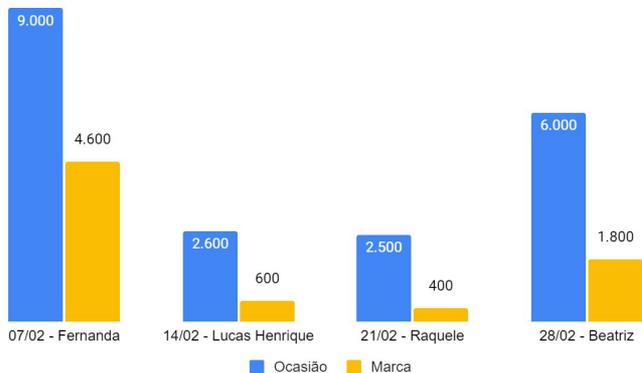
citações à marca de temperos divulgada na ocasião

Esperando as publis no discurso de eliminação.
"Nem toda eliminação precisa ser ruim. Quem sair hoje vai comer uma pipoca temperada com Sazón, que acabou de lançar a nova linha de temperos para pipoca. Quem sai hoje e ganhará a companhia de Sazón, é você, Rodriguinho"
#BBB24

Camelando com Beatriz Reis é

#BomPraKwai

BUZZ SOBRE AS OCASIÕES E A PATROCINADORA



Como vemos no gráfico, as festas com participação do Kwai têm apresentado **oscilação em seu volume de menções** - com destaque para a da liderança de **Fernanda**, que foi a primeira a ganhar o evento, e agora para a de **Beatriz**.

Nessa ocasião, o **momento #BomPraKwai** da suster foi o que mais repercutiu, com suas **propagandas e simulações de situações que acontecem quando se trabalha de forma informal nas ruas**. O próprio app promoveu conteúdos in loco, com camelôs e ambulantes.

Na quarta (28) aconteceu mais uma **Festa do Líder** na casa mais vigiada do Brasil, sobre a liderança da vendedora e modelo Beatriz e as suas barracas no Brás.





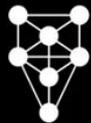
Essas análises sobre BBB 24 são apenas um recorte do potencial da nossa inteligência. Nossas soluções também permitem o desenvolvimento de painéis personalizados para escutar e monitorar os principais temas de interesse da sua marca, que vão impulsionar as vendas durante todo período de uma campanha.

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

Descubra como a jornada integrada do Social Listening com um 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.**