



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

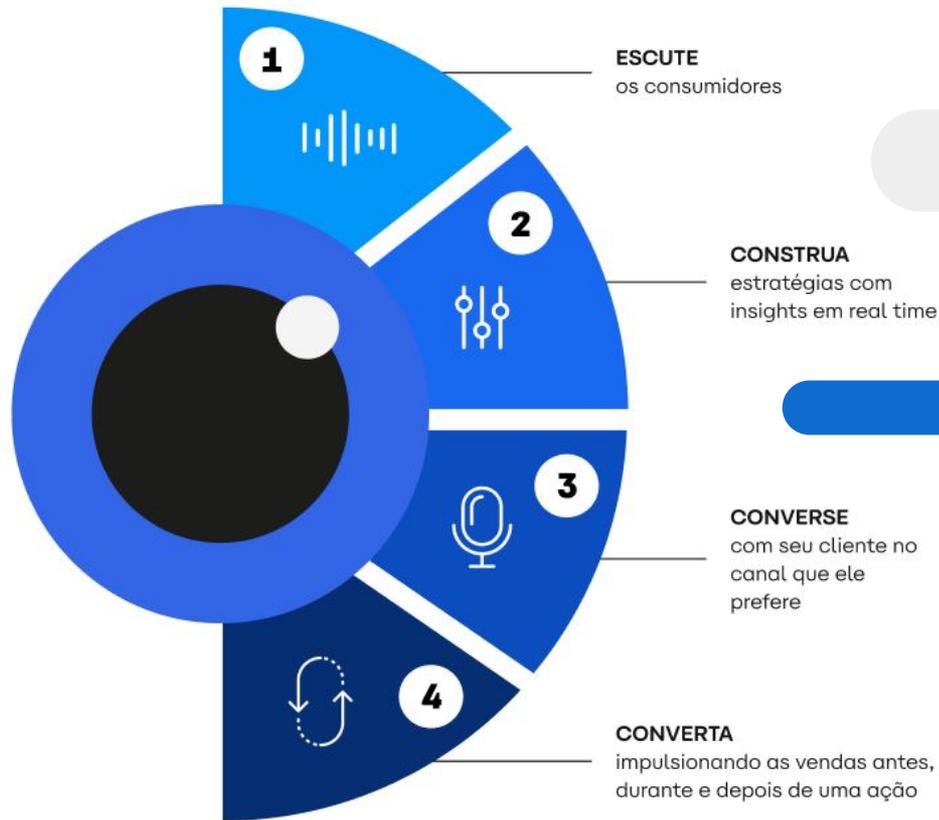


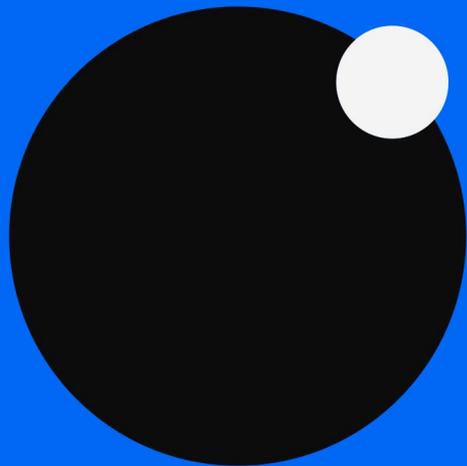
QUEM ESCUTA MELHOR, CRIA CONVERSAS INTELIGENTES!



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 9

Período - 29/02 a 06/03



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.



WANESSA CAMARGO FOI DESCLASSIFICADA DO BBB 24

Após a festa da última sexta (01), alcoolizada, Wanessa Camargo **passou do ponto no Quarto Magia**. A sister chegou acendendo e apagando as luzes, correndo pelo quarto, pulando, gritando...e ao bater em uma das camas, acabou atingindo Davi, que estava dormindo. O brother, imediatamente, foi ao confessionário e denunciou a cantora, que deixou o jogo por descumprir uma das regras do programa.

Além de ter gerado muitas conversas e comoção na internet - afinal, como vemos ao lado, o nome dos dois participantes envolvidos na situação foram amplamente citados entre sábado (02) e domingo (03), tendo em vista que o ocorrido se deu já no fim da festa, na madrugada -, **o incidente também respingou sobre as marcas patrocinadoras**, como iremos encontrar em algumas análises no decorrer deste material.



Davi
851 mil
menções

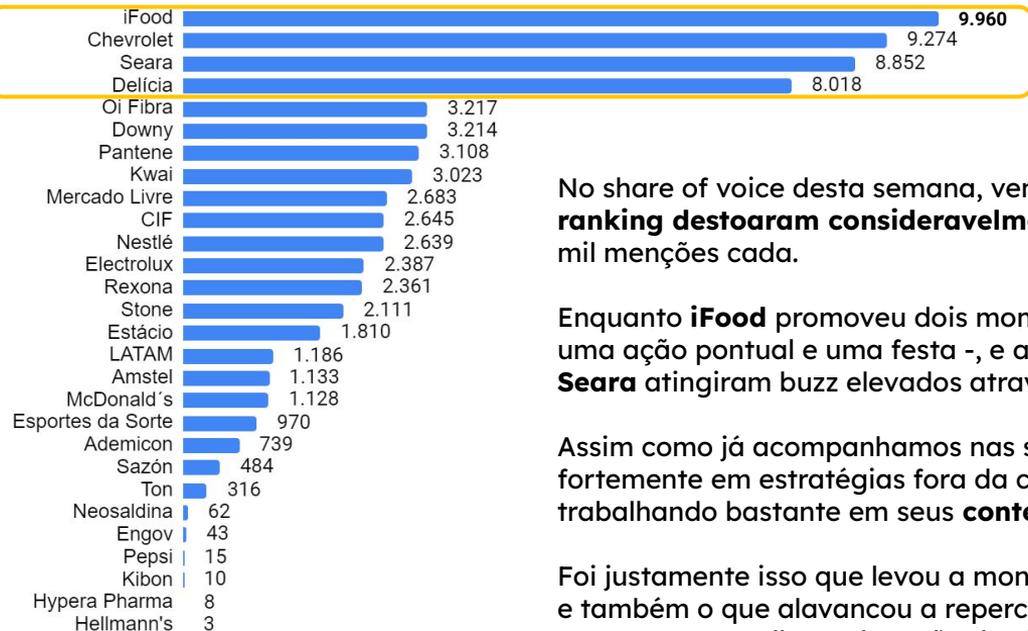


Wanessa
525 mil
menções

RANKING DAS MARCAS MAIS COMENTADAS



VOLUME DE MENÇÕES SOBRE AS PATROCINADORAS DO BBB 24



No share of voice desta semana, vemos que **as quatro primeiras colocadas do ranking destoaram consideravelmente do segundo grupo** - que ficou com cerca de 3 mil menções cada.

Enquanto **iFood** promoveu dois momentos no reality durante o período em análise - uma ação pontual e uma festa -, e a **Delícia** esteve na Prova do Líder; **Chevrolet e Seara** atingiram buzz elevados através de outros meios.

Assim como já acompanhamos nas semanas anteriores, as marcas têm apostado fortemente em estratégias fora da casa para alavancar suas menções nas redes, trabalhando bastante em seus **conteúdos proprietários**.

Foi justamente isso que levou a montadora e a marca de alimentos ao topo do ranking, e também o que alavancou a repercussão de outros nomes, como o da própria Oi, que cravou a sua melhor colocação desde o início da temporada.

Oi no BBB24
@oi_oficial

🌟 THIS IS CINEMA 🌟
Tivemos uma cena épica no #BBB24 ** e como uma boa cinéfila eu amei muito rs

Prá vocês, como vai ser o desenrolar da Yasmin e Leidy depois dessa surpresa? #OINoBBB

Translate post



Seara Brasil
@seara_brasil

Já pode se chegar no "Unidos dos menos votados", Fada Paransen! 🤪
#SearaNoBBB24 #BBB24

Translate post



Oi no BBB24
@oi_oficial

Vai Beatriz, tá travada? 🤔 Calma que Oi Fibra resolve, a fibruda aqui é líder em mais da metade das capitais do BRASIL DO BRAASILLLL
#BBB24

Qual série/filme você acha que resume a festa da Bia? 🤔 #OINoBBB

Translate post



ElectroluxNoBBB
@ElectroluxBr

O que é o que? 🤪

Tem 4 portas, amplo espaço interno, design arrojado, garante economia, promove praticidade e todo mundo quer ter?

A gente começa: Geladeira
Agora é com você, @chevroletbrasil 🤪

#ElectroluxNoBBB #SuaCasaBBBemVivida

Chevrolet Brasil
@chevroletbrasil

Hummm, esse eu vou pedir ajuda aqui para os nossos universitários 🤪
#ChevroletNoBBB

Chevrolet Brasil
@chevroletbrasil

Tem coisa mais brasileira que churras e #BBB24? Manda aqui o que entra na sua lista das maiores brasilidades possíveis 🤪
#ChevroletNoBBB

O MARKETING DE CONTEÚDO TÁ ON! 🔥

Segundo o que vimos na página anterior e mostram os exemplos ao lado, seja através de **influenciadores**, de conteúdos divertidos e interativos - até entre marcas -, ou aproveitando **situações meméticas** do programa ao seu favor, por meio de conteúdos inteligentes e sagazes as marcas garantem **maior engajamento do público**.

TUDO FICA MAIS GOSTOSO COM DELÍCIA

Principalmente uma liderança no Big Brother Brasil, não é mesmo?

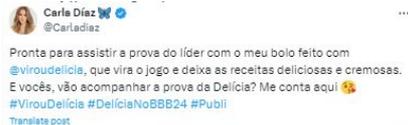
A disputa pelo mais alto cargo no programa foi patrocinada pela margarina Delícia na última quinta-feira (29). A mecânica exigia uma **boa mira** dos brothers, que estavam **fantasiados de alimentos que combinam com Delícia**.

O buzz sobre essa prova foi diretamente influenciado pela treta que aconteceu na quarta (28), entre Davi e Wanessa, quando o motorista disse para a cantora que, se estava incomodada, devia ir ao confessionário, apertar o botão ou ganhar a prova do líder - que aconteceria no dia seguinte - e mandá-lo ao paredão.

Apesar disso, a disputa foi classificada pelos internautas como **muito boa e divertida**. Com destaque ainda para a **#VirouDelícia** que foi alavancada pela marca, através **Marketing de Influência em parceria com a atriz e ex-BBB Carla Díaz** - inclusive, a estratégia adotada na ação digital foi bastante aderente ao que a anunciante propôs dentro da casa mais vigiada, como mostram os exemplos ao lado.

14,5 mil
mensagens sobre a
Prova do Líder

6 mil
citações à
marca patrocinadora



PROVA DO ANJO COM PROTEÇÃO REXONA



19 mil
itens sobre a disputa

1,1 mil
itens sobre a marca

No último sábado (02), a marca de desodorantes promoveu a disputa pelo anjo da casa mais vigiada do Brasil, **reforçando a proteção de Rexona em diferentes momentos do dia a dia.**

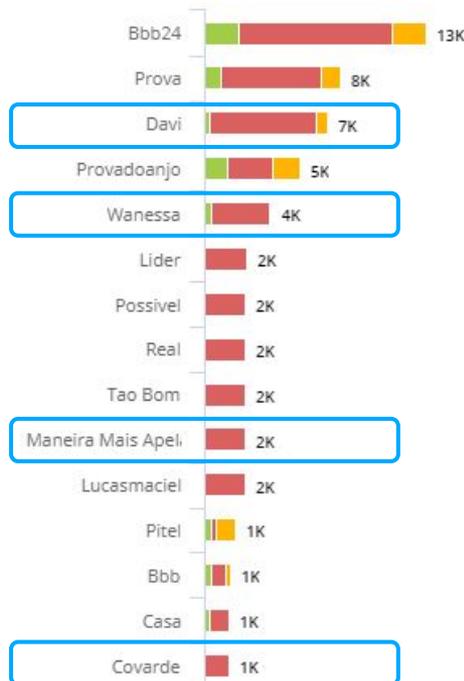
A prova foi dividida em três fases, que representavam o ônibus lotado, o dia corrido de trabalho e o treino do dia - ou seja, exemplos de ocasiões em que Rexona não te abandona.

Apesar de **muito bem planejada, estabelecida e trazendo clareza para os atributos de marca**, como vemos nos gráficos ao lado, o que inflou o buzz sobre a prova e também sobre a marca foi o **posicionamento de Davi com relação a Wanessa Camargo**, com a cantora tendo sido desclassificada do reality poucas horas antes da disputa.

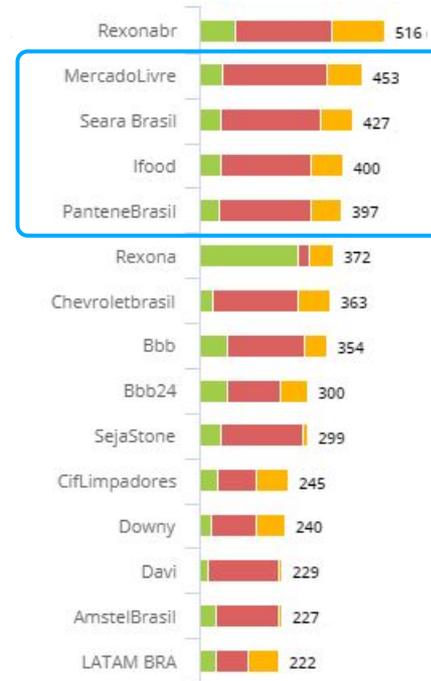
Além disso, uma série de posts da anunciante alavancando a hashtag **#RexonaVaiTeNotar**, e fazendo referência às fases da prova dentro da casa, também chamou a atenção.



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PROVA



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A REXONA





Hey brother! Hey sister!

Tá precisando trocar o seu celular?
Então venha conhecer o nosso Plano de Troca - com ele você vai passar por apenas três passos e pode economizar até 4 mil reais na hora de trocar o seu aparelho.

Diga “Quero saber mais” ou então acesse:
<https://www.mercadolivre.com.br//plano-de-troca>

Com uma **simples mensagem**,
como essa, você pode garantir
maior **lembrança da sua marca**
e ainda **mais proximidade**
com o seu público.

Entre em contato

com os nossos especialistas

para saber mais sobre

o Marketing Conversacional

ALMOÇO DO ANJO COM MELI

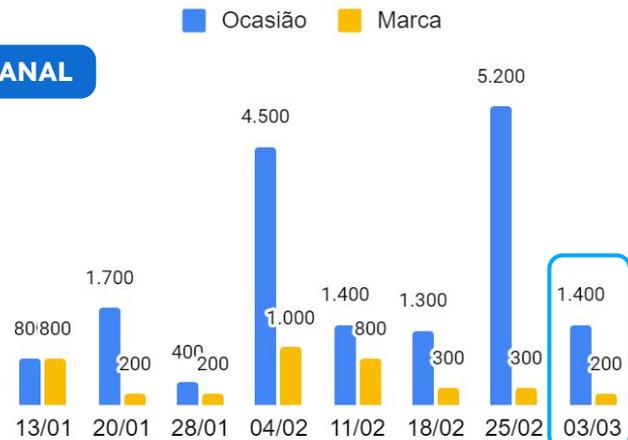
Essa rotina semanal do BBB também costuma concentrar **mensagens sobre os brothers que participam da refeição especial** - inclusive, esse foi o motivo de ambos os picos que vemos no gráfico à direita.

E então, **o comportamento não foi diferente essa semana**, conforme mostra a nuvem de palavras sobre as narrativas envolvendo a marca na data do último almoço promovido, em 03/03.

Percebemos que os nomes de **Pitel** - anjo da semana - e **Fernanda**, amiga que a sister convidou para acompanhá-la no evento, estiveram em destaque entre as narrativas - além das **menções ao desfile** que os participantes fazem usando os itens da Moda Mercado Livre.

Por fim, ainda verificamos citações à diversas outras patrocinadoras do programa ao analisarmos esse contexto, e isso aconteceu porque, com a **desclassificação de Wanessa** no sábado (02), a internet esteve movimentada com muitas cobranças dos usuários frente às anunciantes - sejam elas contra ao a favor do ocorrido.

BUZZ SEMANAL



NUVEM DE PALAVRAS SOBRE 03/03



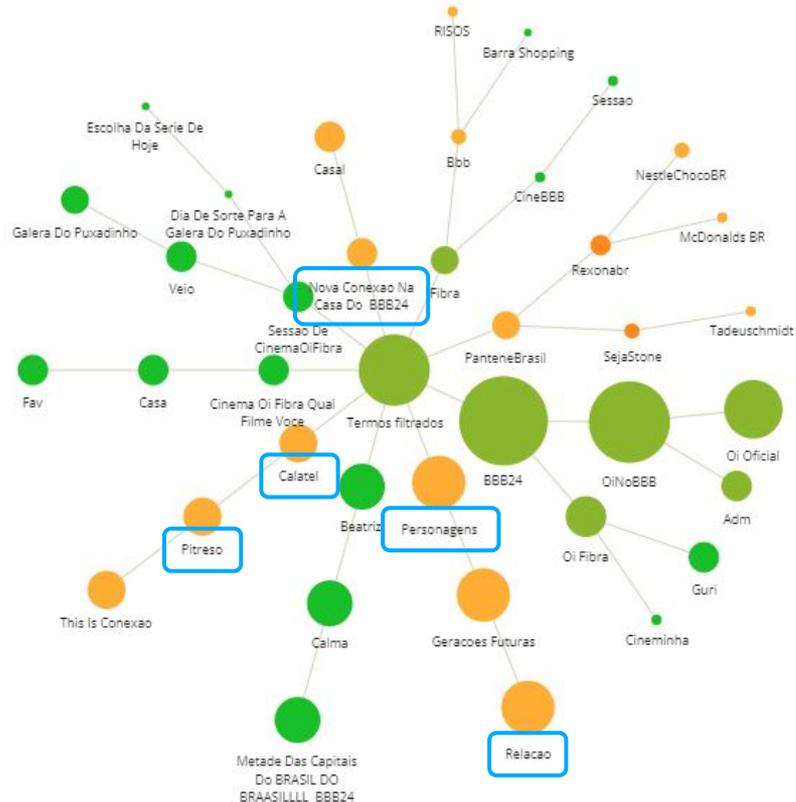
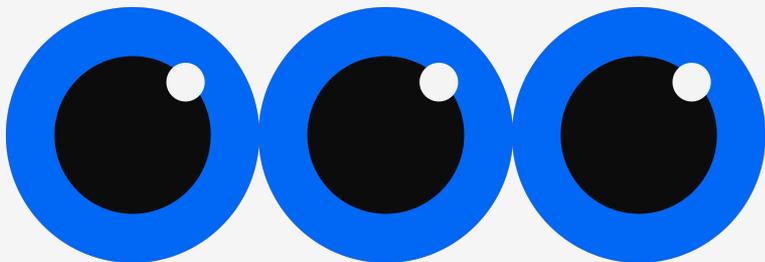
OI FIBRA NO CINE BBB

Na última segunda-feira (04), aconteceu mais uma sessão de cinema na casa mais vigiada do Brasil - com a edição mostrando o momento dos brothers apenas na terça-feira (05) na Globo.

Monitoramos cerca de 500 mensagens relacionadas ao evento, e as citações à patrocinadora quase chegaram a mil.

Como é possível notar no grafo ao lado, a marca tem se destacado por conta de **conteúdos de oportunidade** - como, por exemplo, ao aproveitar as últimas movimentações de Lucas e Pitel, que ocasionaram uma possível separação para o brother fora do reality.

No mais, reparamos ainda que a **presença da anunciante no programa e os seus serviços também são divulgados e comentados.**



Prêmio do reality já ultrapassa R\$ 1,5 milhões através do **Modo Stone**

Apesar da patrocinadora estar botando pra girar toda semana no reality, percebemos que **o buzz sobre o Modo Stone vem em queda**, no decorrer desses 60 dias de programa.

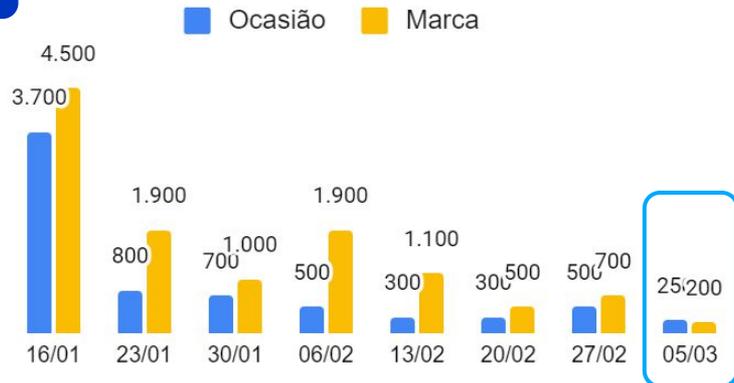
Nas últimas três semanas - incluindo a ação do dia 05/03 - **o principal assunto entre as mensagens foi a reação de Davi** ao ver o prêmio aumentar.

Além disso, a ocasião também costuma ser impactada pelas **torcidas dos emparedados** a cada terça-feira.

Essa é uma das poucas situações em que **a anunciante, por vezes, é mais citada do que o contexto** em que está inserida!

Isso acontece porque **o nome da ação, inevitavelmente, está diretamente associado à marca** - isso quer dizer que é praticamente impossível falar da dinâmica da premiação, sem falar da Stone.

BUZZ SEMANAL



Buzz abaixo do esperado? 🤔

A sua marca está participando de um grande evento, investindo em uma grande campanha ou patrocínio, mas ainda assim, não está gerando a lembrança de marca esperada no ambiente digital?

Como temos visto, existem diversas alternativas que podem ajudar a alavancar essas conversas, como o Marketing de Conteúdo, o Marketing de Influência e o Community Management, por exemplo.

O Social Listening e os insights em real time, certamente, vão te ajudar nessas estratégias!

Entre em contato com os especialistas

da **STILINGUE**

para saber mais



Uma tarde com iFood

1,3 mil
itens sobre a ação

2,6 mil
itens sobre a marca

Nessa segunda-feira, o app de entregas marcou presença no BBB para divulgar, novamente, o **Clube iFood** e **todos os seus benefícios**.

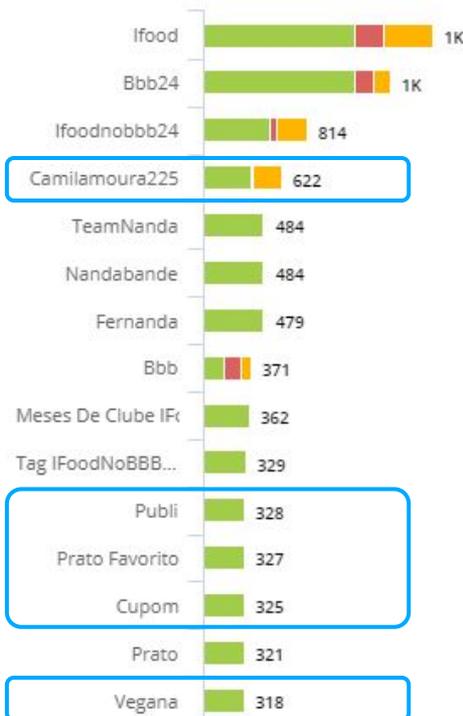
Depois de uma caça aos cartões, todos os confinados ganharam um ano de clube e a marca ainda está proporcionando **dois meses gratuitos para novas assinaturas** do público aqui de fora.

Dito isso, tanto o buzz sobre a ativação da anunciante, quanto a repercussão envolvendo diretamente o seu nome, foram impactados por uma **publicidade que a patrocinadora fez em parceria com Camila Moura** - agora ex-esposa de Lucas Calabreso.

Vale ressaltar que Camila usou suas redes sociais para desabafar e declarar sua separação do brother, depois dele flertar com a sister Pitel essa semana.

Com isso, a jovem ganhou mais de um milhão de seguidores em apenas 24h e o **iFood** souber **aproveitar muito bem essa oportunidade!**

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A MARCA



 **Camila Moura**
@camilamoura225

A vingança é um prato que se come bem quentinho... sem calabreso... e com cupom!
É por isso que @iFood vai liberar 2 meses de Clube iFood pra vocês que tweetarem o prato favorito (que não leve calabreso 🍌) com a tag #iFoodNoBBB24
Eu começo 🍌
FEIJOADA VEGANA #iFoodNoBBB24 #publi
[Translate post](#)



#JuntosContraOMosquito até no BBB 24

Na terça-feira (05), a marca **SBP** esteve no programa para ressaltar a importância do uso de repelentes nessa epidemia de **Dengue** - divulgando assim os seus produtos para pele.

400

mensagens citaram os termos
dengue ou repelente



150

itens mencionaram diretamente
a **marca envolvida**

Infelizmente, apesar da relevância e urgência do assunto, o volume de menções monitoradas sobre o tema foi **muito baixo**.

Os principais publicadores foram, em sua maioria, os **próprios perfis dos participantes**, comentando sobre a ação e salientando sua importância.

Respira, é Downy Brisa Suave

1,3 mil
itens sobre a ação

Na terça (05), a marca de amaciantes apresentou sua fragrância Brisa Suave no BBB. Entregou ainda **um ano de Downy para os confinados**, uma premiação em dinheiro e **desconto** para o público externo.

Os brothers desfrutaram de uma tarde relaxante, com **sensação de roupa lavada por mais tempo**, e também saborearam comidinhas.

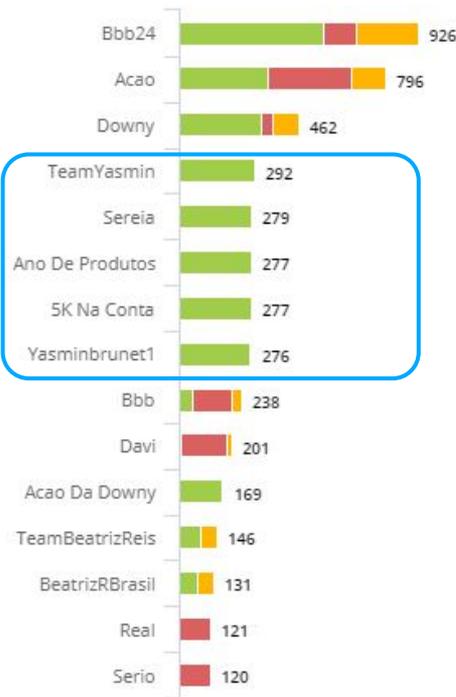
1,9 mil
itens sobre a marca

PRINCIPAIS AUTORES

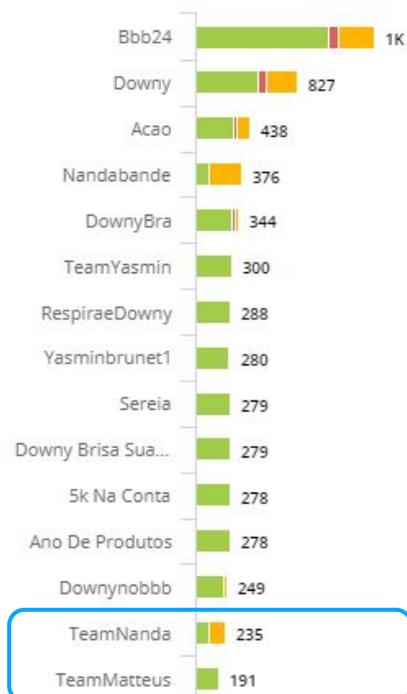
- #1 Fernanda Bandede
- #2 bbb
- #3 Downy Brasil no #BBB24...
- #4 Big Brother Brasil
- #5 Matheus Amaral
- #6 BBB
- #7 Isabelle Nogueira
- #8 QG da Isabelle Oficial ...
- #9 Yasmin Brunet
- #10 Beatriz Reis Brasil

O buzz sobre a ativação, como vemos nos gráficos e no ranking acima, também ficou bastante **concentrado entre os perfis oficiais dos participantes do programa**. O fato de Yasmin ter ganhado a premiação em dinheiro foi o que mais chamou a atenção do público.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A AÇÃO



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A MARCA





Que tal aumentar

suas vendas,

no ritmo do seu target?

Você gostaria de poder **comprar facilmente** os produtos que encontra navegando pelas redes sociais?

E se isso fosse **tão simples quanto mandar uma mensagem** no Whatsapp?

Proporcione isso ao seu público através dos anúncios **Click To Whatsapp**.

**E A BLIP TE AJUDA A METRIFICAR
TODA ESSA JORNADA.**

FALE COM OS NOSSOS ESPECIALISTAS!



#SazónNoBBB

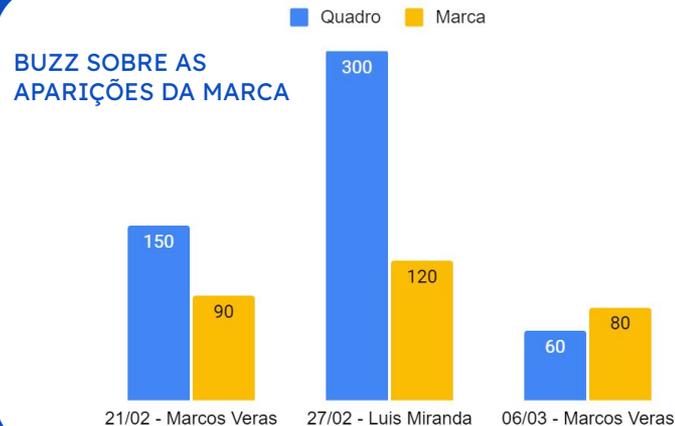


A marca de temperos já fez 3 ativações na temporada mas, como vemos no gráfico à direita, todas elas foram através de **merchans nos humorísticos do programa** - o “Vamos invadir sua casa”, com Marcos Veras, e o “Big Treta”, com Luis Miranda.

Acontece que ambos os quadros são novos e ainda estão **em fase de adaptação com o público** - muitas vezes recebendo diversas críticas a cada exibição.

No entanto, apesar do buzz ainda ser baixo, nessa quarta-feira (06), foi a **primeira vez que monitoramos mensagens mais positivas** sobre o quadro de Veras.

E no que diz respeito à anunciante, diferente do que vimos anteriormente, também não houve share negativo de destaque - sendo que muitas das 80 citações à marca foram, na verdade, seus **próprios conteúdos e compartilhamentos dos mesmos**.



Hoje o quadro do Veras foi 10/10. #BBB24

Genteeeeee melhor dia do quadro do Marcos Veras “Vamos invadir sua praia” foi hoje com o @olazaroramos #BBB #RedeBBB #bigbrother #BBB24

E agora, Marcos Veras fez o merchand de Sazón, da Ajinomoto. #RedeBBB

A minha pergunta é o Veras colocou Sazon na comida da Xepa mesmo? E se sim, perceberam o gosto?

#BBB24



Bom, essas análises sobre o 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.

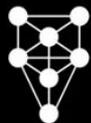
Descubra como a jornada integrada do Social Listening com um Contato Inteligente pode potencializar seus resultados em alta escala.

Fale com nossos

especialistas e conquiste

a liderança de mercado





STILINGUE
by Blip

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