



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** pelo 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!



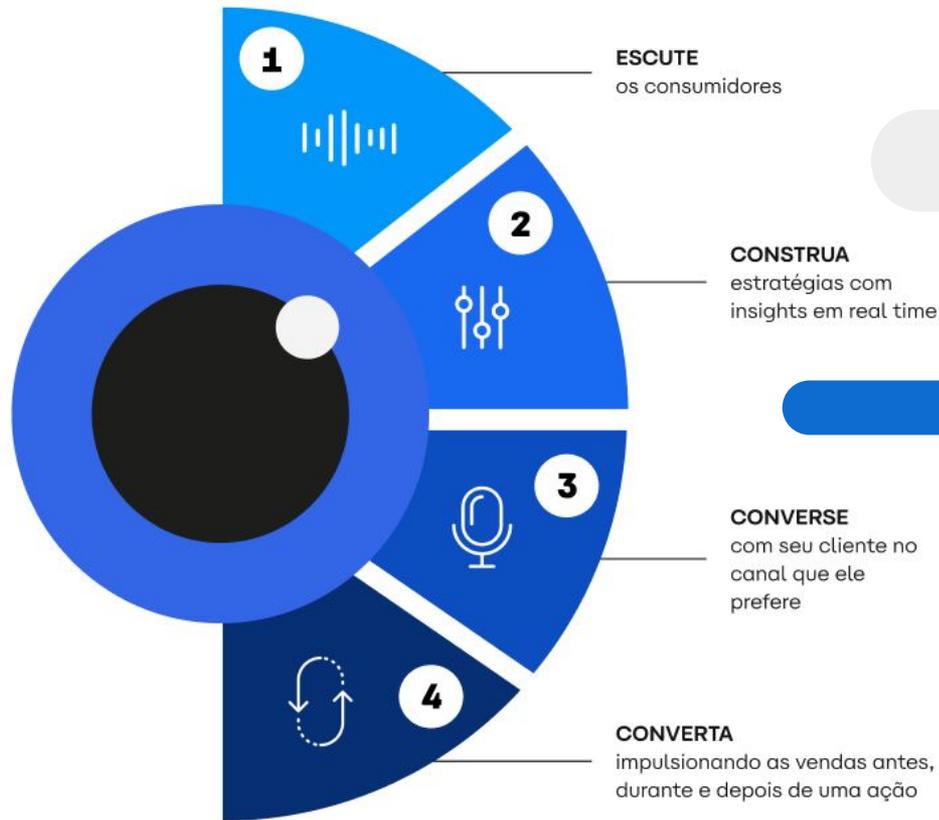
STILINGUE
by Blip

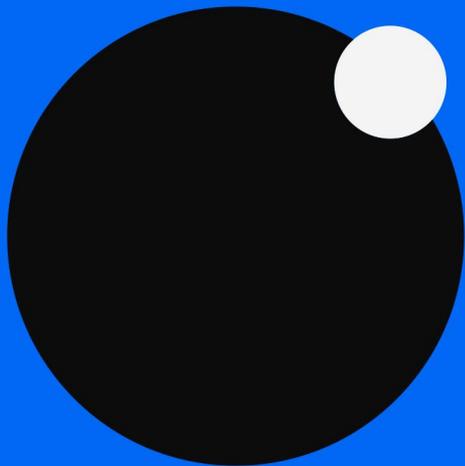


QUEM ESCUTA MELHOR, CRIA CONVERSAS INTELIGENTES!

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 12

Período - 21 a 27/03



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, ainda 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.



Briga entre Bin e Davi



Depois do último Sincerão, na segunda-feira (25), o MC e o motorista de aplicativo **acabaram se desentendendo seriamente**, em uma discussão que inicialmente, na verdade, envolvia Matteus.

Os participantes quase chegaram às **vias de fato**, comovendo toda a casa para separá-los, evitando que algo pior acontecesse.

Com isso, apenas entre segunda (25) e terça (26), monitoramos mais de **204 mil posts** com termos relacionados a agressão e outras **281 mil conversas** sobre expulsão.

O acontecido, claramente, gerou uma **expectativa no público por uma possível desclassificação** de ambos.



O impacto dessa briga para as patrocinadoras



EVOLUTIVO DE MENÇÕES QUE CITAM UMA OU MAIS MARCAS



Durante o período em análise, o painel da STILINGUE, dedicado às buscas sobre o reality, contabilizou ao todo pouco mais de **3,5 milhões de itens monitorados** - o que representa um **crescimento de 20%** no buzz com relação ao período imediatamente anterior.

O **pico de mensagens aconteceu no dia 26/03** - com mais de 1,1 milhão de ocorrências - assim, como também vemos no gráfico acima, que está relacionado apenas às publicações que citaram pelo menos uma - ou mais - das patrocinadoras do programa.

Conforme veremos no decorrer desse material, isso aconteceu por conta do movimento - que já acompanhamos desde o início da temporada - em que os **internautas cobram as anunciantes por posicionamentos com relação a certa convivência envolvendo certos fatos polêmicos na casa** mais vigiada do Brasil, como foi o caso da briga entre Bin e Davi.

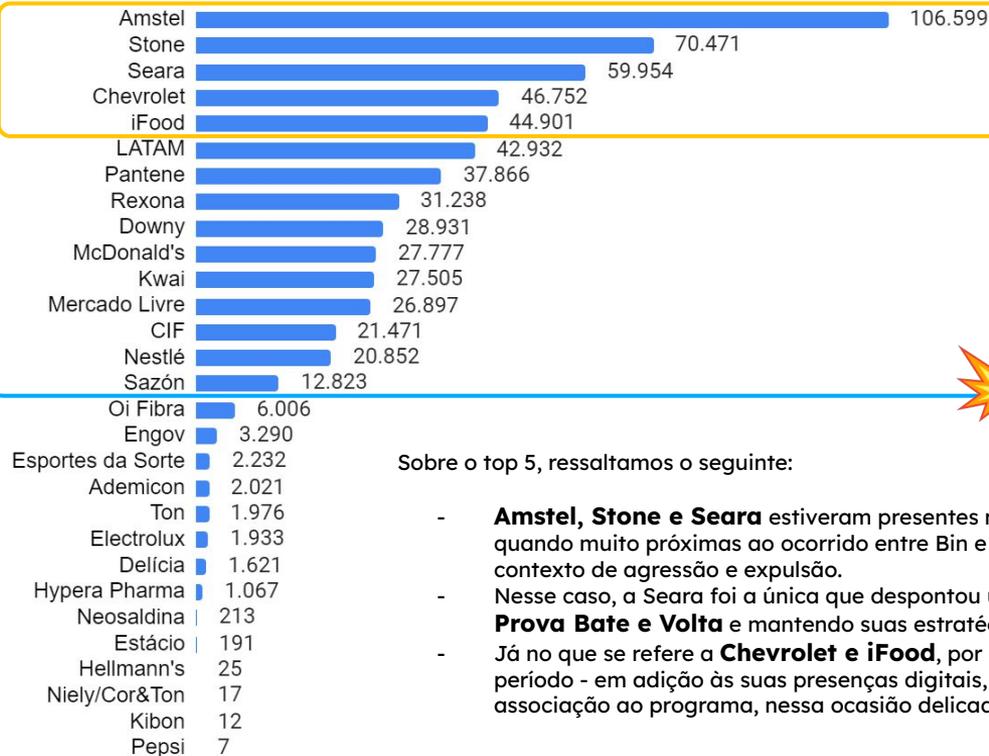
No decorrer das próximas páginas, sempre que este ícone aparecer



saiba que aquela análise foi impactada pelo movimento citado acima.

RANKING DO BUZZ ENTRE AS ANUNCIANTES

VOLUME DE MENÇÕES SOBRE AS PATROCINADORAS DO BBB 24



Sobre o top 5, ressaltamos o seguinte:

- **Amstel, Stone e Seara** estiveram presentes na casa durante o período, porém o timing de suas ações - quando muito próximas ao ocorrido entre Bin e Davi - fez alavancar ainda mais as associações com esse contexto de agressão e expulsão.
- Nesse caso, a Seara foi a única que despontou um pouco mais em conversas além desse tema - patrocinando a **Prova Bate e Volta** e mantendo suas estratégias de Marketing de Conteúdo e Influência nas redes sociais.
- Já no que se refere a **Chevrolet e iFood**, por exemplo - que não tiveram aparições oficiais no reality durante o período - em adição às suas presenças digitais, podemos concluir que foram marcas mais lembradas, em associação ao programa, nessa ocasião delicada - e isso pode ser interpretado de forma negativa e/ou positiva.

De acordo com o que vimos nas páginas 7 e 8, no share of voice entre as patrocinadoras do BBB 24, notamos claramente a **influência das cobranças dos internautas** com relação às marcas nessa semana.

Analisando os dados, podemos perceber que **praticamente todas elas foram impactadas** pelo movimento, com destaque para as quinze primeiras - esse top 15 apresentou, inclusive, um **crescimento de 174% na média do volume de menções**, quando comparamos com a semana passada.

PROVAS DA SEMANA

👑 LÍDER COM TON, A SOLUÇÃO PARA EMPREENDEDORES DA STONE



19,3 mil

publicações sobre a disputa

1,1 mil

mensagens sobre as marcas

A Prova do Líder do último dia 21/03 foi, novamente, patrocinada pelo Ton, da Stone.

A marca já havia feito essa inserção exatamente um mês atrás, no dia 22/02, com uma mecânica de resistência - dessa forma, **a primeira prova patrocinada gerou maior repercussão do que a da última quinta-feira (21)**; figurando, inclusive, entre as mais comentadas da temporada.

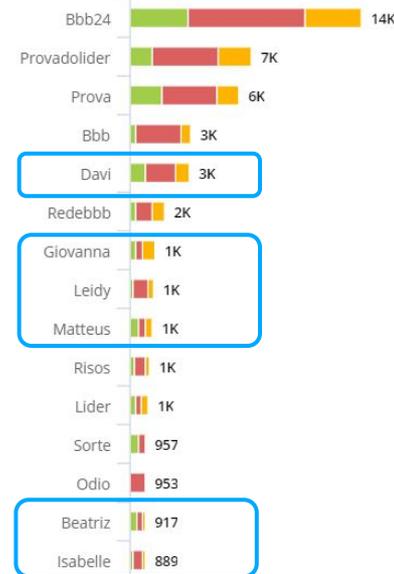
Dessa vez, a dinâmica foi dividida em duas etapas, que exigiam agilidade e sorte, respectivamente.

E entre as menções com relação à prova, em si, o que vimos foram mais **comentários sobre o desempenho dos brothers**, como mostra o gráfico ao lado. Além de algumas citações quanto a uma **possibilidade da disputa ter sido manipulada**.

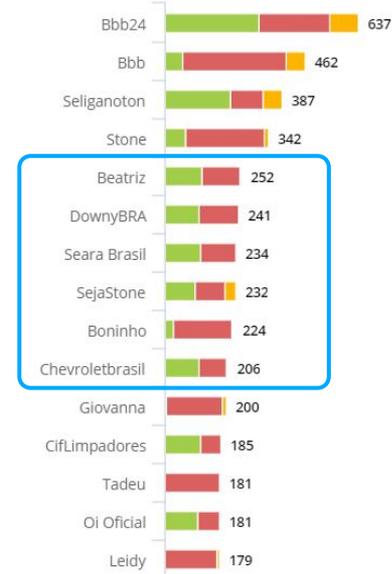
Já no que tange a anunciante, infelizmente, o que mais chamou a atenção nessa data foram, assim como destacamos em nosso último relatório, **as mensagens que cobravam as patrocinadoras do programa à respeito de uma possível expulsão da sister Beatriz** - por conta de seu comportamento nas situações com Sabrina Sato e Ivete Sangalo.

Ressaltamos ainda que as menções sobre a Stone foram **42%** mais frequentes do que as que citaram o Ton.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PROVA



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PATROCINADORA



#BEATRIZ EXPULSA

@Downy @Nestle @NestleChocoBR @estacio_br
@rexonabr @CifLimpadores @chevroletbrasil
@EsportesDaSorte @seliganoton @seara_brasil
@ademicon @AmstelBrasil @Downy @DownyBRA
@oi_oficial
#BBB24

Soluções financeiras, alimentos e bebidas,

automóveis, bens de consumo

duráveis ou não duráveis -

Você sabia que o

Marketing Conversacional

se aplica a todos os segmentos de mercado?

Através de um Contato Inteligente você pode vender, tirar dúvidas, resolver possíveis problemas e ainda garantir uma relação de proximidade com o seu consumidor.

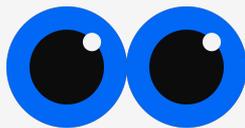
O melhor de tudo? A um clique, em aplicativos de mensageria, como o Whatsapp, por exemplo.

Com a Blip, o iFood conseguiu aumentar em 26% a conversão de novos parceiros, através de um fluxo automatizado no Contato Inteligente. **[Acesse o case completo!](#)**

**Clique aqui para falar com
os nossos especialistas
e saber mais**



Rotinas da Casa



Mercado Electrolux



1,6 mil itens sobre as compras da semana

900 menções à patrocinadora

Nesse mercado semanal, a maior discussão entre os internautas teve a ver com os **debates na casa sobre as estalecas** disponíveis para a compra, ocasionados, principalmente, pelo Poder Curinga, arrematado por Matteus.

Quanto a patrocinadora, notamos que a sua **estratégia de conteúdo** foi o que alavancou as conversas. Os posts interativos tornaram-se uma oportunidade para a marca **colher informações** sobre os produtos preferidos dos consumidores e também com relação a penetração desses itens nos lares do país.

Os termos mais citados nesse sentido foram **geladeira, máquina, lavadora e aspirador de pó**, com esse último se mostrando um grande queridinho de quem interagiu com a anunciante nesse contexto.

A geladeira Electrolux ganharia a liderança da **#SuaCasaBBBemVivida**, porque ela mantém alimentos frescos, economiza energia e faz toda a diferença na casa!

#SuaCasaBBBemVivida
#ElectroluxNoBBB

O produto da Electrolux que vai ganhar a liderança da minha casa **#SuaCasaBBBemVivida** vai ser um ASPIRADOR DE PÓ, pra eu dar aquele chega pra lá na minha vassoura piaçava **#ElectroluxNoBBB**

Almoço do Anjo



1,8 mil mensagens sobre o evento especial

450 menções ao Mercado Livre, patrocinador da ação

Pitel se tornou o Anjo da semana, mas quem foi assunto na situação do almoço foi a sua amiga **Fernanda**.

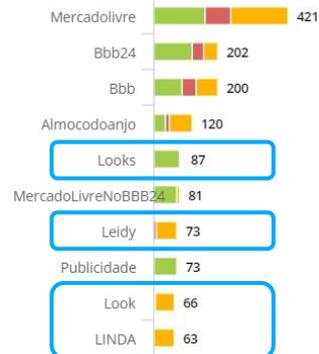
O que gerou polêmica na web foi o fato de, mais uma vez, a sister ter tido falas problemáticas, quando a apresentadora e ex-BBB

Ana Clara fez um comentário, em tom de brincadeira, com o fato da carioca ter ido com a sua **viseira**, já uma marca registrada, até para a refeição especial - o termo viseira viralizou, com mais de 2,1 mil ocorrências na data, principalmente por conta do post de

[@httpsrealityts](https://realityts.com).

Como podemos ver no gráfico ao lado, sobre a anunciante, os **looks** da Moda Mercado Livre repercutiram, com destaque para **Leidy Elin** e o ótimo timing da marca em trazer o tema festivais de música justamente no fim de semana de **Lollapalooza Brasil**.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A MARCA



Mais Rotinas do BBB



Cine BBB

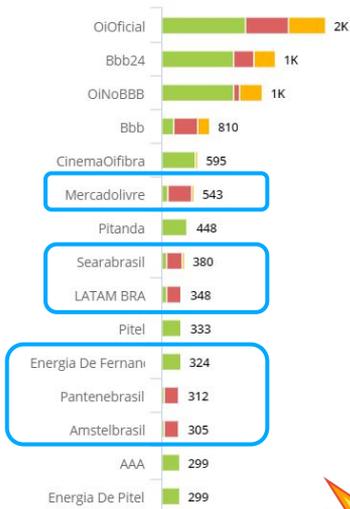
1,2 mil ocorrências sobre a sessão semanal
1,7 mil citações à patrocinadora Oi Fibra

Na última segunda (25), com exibição na edição de terça (26), aconteceu mais uma sessão de cinema na casa mais vigiada do Brasil.

Fernanda, Pitel e Alane foram as sortudas que conseguiram uma vaga na sessão, escolhendo Leidy para acompanhá-las - dessa forma, a presença das amigas Pitanda e o fato da grande **cinéfila** dessa temporada, Fernanda, terem ido ao evento, foi destaque entre as mensagens que monitoramos, tanto quando analisamos a ocasião em isolado, quanto analisando a repercussão sobre a marca patrocinadora.

Além disso, como vemos no gráfico, a **briga entre Bin e Davi**, já citada neste material, também acabou resvalando no buzz da Oi na data em questão.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A MARCA



Modo Stone

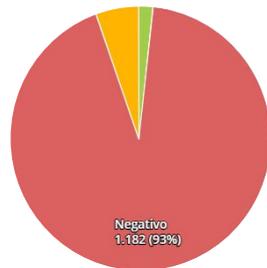
1,2 mil itens citando as expressões “Modo Stone” e/ou “Bota pra Girar”

64 mil menções à marca que patrocina a dinâmica 

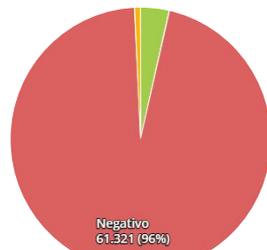
Depois do público esperar pela desclassificação de Bin Laden e Davi na noite de terça (26), por conta da briga de segunda-feira (25), o buzz do Modo Stone dessa semana foi **diretamente impactado pelo fato da não expulsão dos brothers**.

Eles receberam apenas uma bronca de Tadeu e, depois disso, o programa transcorreu com naturalidade - sendo assim, sobre a dinâmica que mexe com o prêmio do reality a cada semana, praticamente não vimos mensagens à respeito do formato proposto dessa vez e nem mesmo sobre o aumento do prêmio, mas sim muitas e muitas cobranças dos internautas quanto a certa **convivência da emissora e seus patrocinadores frente a gravidade do ocorrido na noite anterior**.

SAÚDE DAS MENÇÕES SOBRE A AÇÃO



SAÚDE DAS MENÇÕES SOBRE A MARCA





Com a nossa **solução de data insights real time**
e uma pitada de **Inteligência Artificial Generativa**,
você pode ter insights em um clique!

O mais novo lançamento da STILINGUE é o **Zoom Insights**, que conta com a interpretação da IA para geração de insights rápidos.

Veja abaixo alguns **exemplos** relacionados à ação da Nestlé:

Ação de Páscoa da Nestlé no BBB24

A Nestlé realizou uma ação de Páscoa no BBB24, entregando ovos de chocolate e fotos da família dos participantes. Vários brothers ficaram emocionados e agradeceram a empresa pela surpresa.

X 86% • Instagram 6% • Facebook 6%

Lucas Henrique percebe que está solteiro

Lucas Henrique percebeu que está solteiro após receber um ovo de Páscoa sem a foto de sua ex-esposa Camila.

Instagram 40% • YouTube 40% • X 20%

Saiba mais com os nossos especialistas



EXPERIÊNCIA AMSTEL

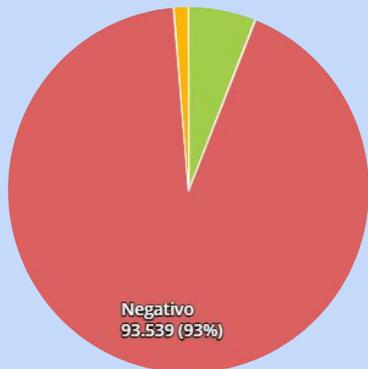
5,5 mil

ítems monitorados sobre a ativação

100,8 mil

mensagens envolvendo a marca

SAÚDE DAS MENÇÕES À ANUNCIANTE



Infelizmente, a briga entre Davi e Bin, citada anteriormente, impactou diretamente no buzz dessa ação da marca de cervejas, que aconteceu no começo do dia seguinte ao ocorrido.

Esse **timing** da inserção acabou trazendo teor negativo, com muitas associações a certo apoio da patrocinadora com relação ao acontecido - entrando até nos **Trending Topics** nesse sentido.

Como vemos no exemplo ao lado, a público esperava pela expulsão dos brothers, e acabou recebendo mais um merch.

Já está EM SEGUNDO LUGAR...

AMSTEL APOIA AGRESSÃO | #BBB24

[Translate post](#)

2 · Programas de competição

AMSTEL APOIA AGRESSÃO

42,5 mil posts

Esperávamos expulsão, ganharam espaços Amstel. #bbb24

[Translate post](#)



MEGA FESTA, MEGA PROMO LATAM

26,8 mil

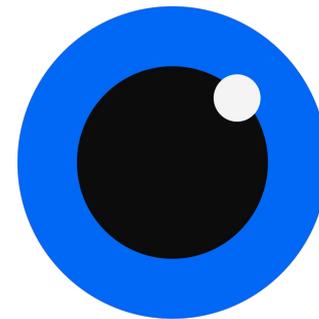
conversas sobre a festa da última sexta-feira (22)

145,6 mil

mensagens sobre a comandante, Ivete Sangalo

13 mil

citações diretas ao nome da patrocinadora



A companhia aérea, patrocinadora do BBB, voltou ao reality em **mais uma festa** - sendo que já esteve presente em outro evento, em janeiro.

Como mostram os números, o maior destaque da última sexta-feira (22) foi **Ivete Sangalo**, comandante da LATAM que animou a noite dos brothers - vale destacar que na festa de janeiro a marca levou **Jota Quest** para a casa mais vigiada do Brasil, movimentando apenas 7,2 mil publicações com relação a participação do grupo na edição.

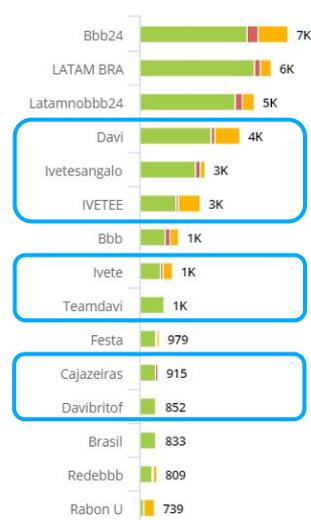
As **interações** da artista com todos os confinados chamaram a atenção, mas principalmente com **Davi**, que também é baiano. A cantora chegou a adaptar sua famosa música “Poeira” dizendo o nome do bairro soteropolitano onde Davi mora, “**Cajazeiras**”.

Além disso, percebemos que mensagens **contendo termos como promo, promoção, descontos, juros e pontos**, associadas às condições divulgadas pela anunciante para a sua Mega Promo, **não ultrapassaram 400 itens**. Perfis do BBB, da marca, dos participantes, com destaque para Matteus e ainda alguns especializados em viagens, como o Melhores Destinos, foram os que mais apareceram nessa análise - ou seja, mantendo mesmo um cunho de disseminação da mensagem.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A FESTA



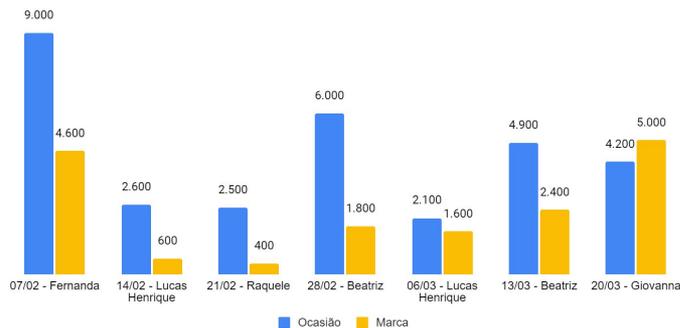
TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PATROCINADORA



Hippie Chic é #BomPraKwai



BUZZ SOBRE AS OCASIÕES E A PATROCINADORA



As **Festas do Líder** seguem sendo promovidas pelo Kwai, app de vídeos curtos parceiro do BBB 24.

Na última semana vimos o evento sob o tema **Hippie Chic**, para a mineira Giovanna.

Vale registrar que a festa desta quarta (27) será analisada em relatório posterior, por conta de se encerrar já na madrugada de quinta (28); visando respeitar o recorte de período analisado neste material.

PATROCINADORES BBB APOIAM AGRESSÃO
PATROCINADORES BBB APOIAM AGRESSÃO
PATROCINADORES BBB APOIAM AGRESSÃO

CIRCO 🇧🇷 PALHAÇOS 🤡
BIA EXPULSA BEATRIZ EXPULSA @KwaiBrasil @MercadoLivre @Downy
@seara_brasil @viroudelicia @PanteneBrasil @bbb
@globoplay @tvglobos
#RedeBBB #BBB24

espero que a próxima festa do líder da giovanna seja melhor
#bbb24
#redebbb

Como podemos ver, algumas das comemorações foram mais comentadas pelos telespectadores: a de **Fernanda**, ainda em janeiro, por conta de ter sido a primeira da edição; as duas de **Beatriz**, devido ao seu apelo comercial, agitando o momento #BomPraKwai facilitado pela anunciante; e também a de **Giovanna**, que na verdade ganhará dois eventos em sua homenagem, por ter se tornado líder novamente.

O evento do dia 20 - que terminou no dia 21 - apresentou ainda um comportamento raro: mais mensagens sobre a marca, do que sobre a festa. E isso foi por conta das **cobranças dos telespectadores** frente a alguns acontecimentos dentro da casa, envolvendo a sister Beatriz.



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.

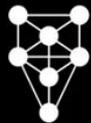
Descubra como a jornada integrada do Social Listening com um Contato Inteligente pode potencializar seus resultados em alta escala.

Fale com nossos

especialistas e conquiste

a liderança de mercado





STILINGUE
by Blip

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