



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!



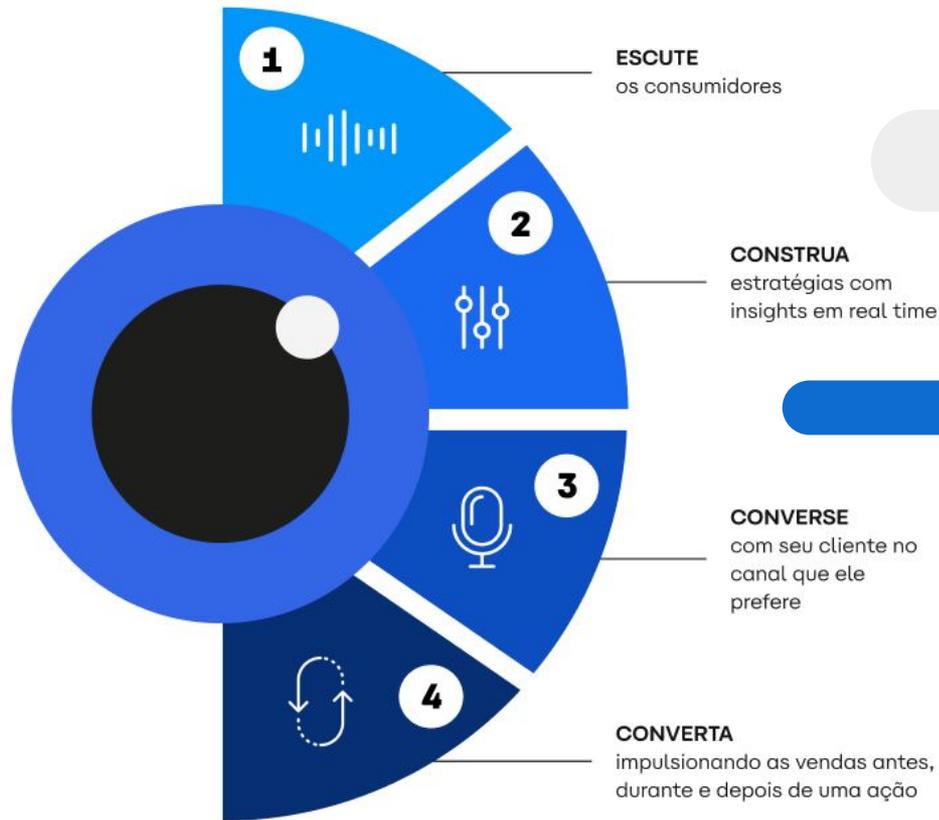
STILINGUE
by Blip

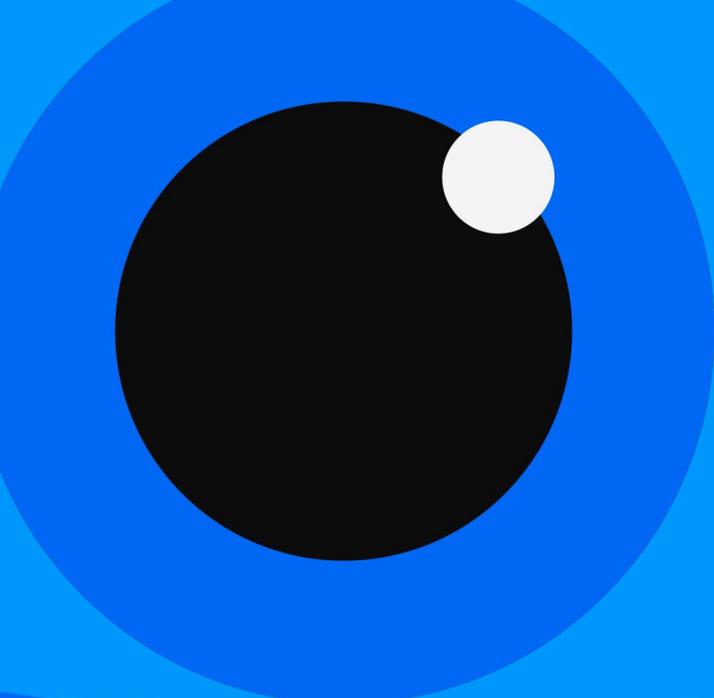


QUEM ESCUTA MELHOR, CRIA CONVERSAS INTELIGENTES!

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 13

Período - 28/03 a 03/04



BBB/*insights*



STILINGUE
by Blip

METODOLOGIA



STILINGUE
by Blip

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

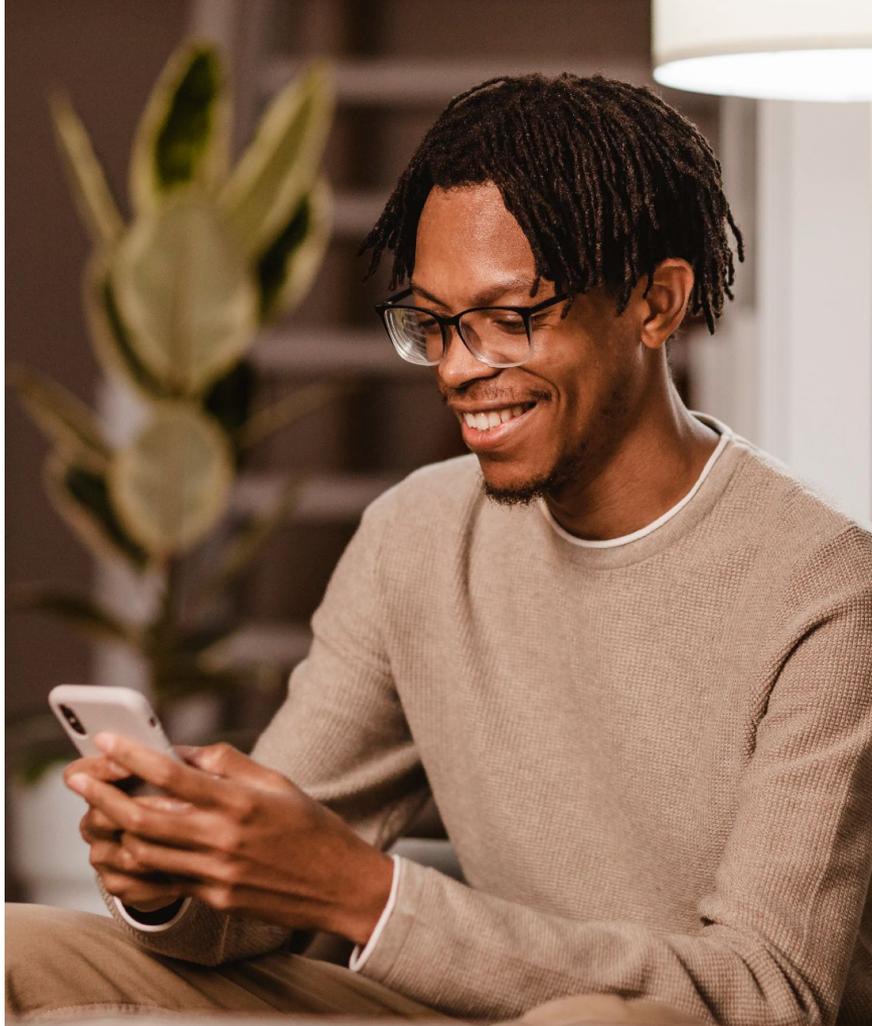
Nosso painel de pesquisa contempla primordialmente **conversas sobre o programa** - termos como BBB, BBB 24, Big Brother Brasil e outros nesse sentido compõem a nossa principal busca.

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.

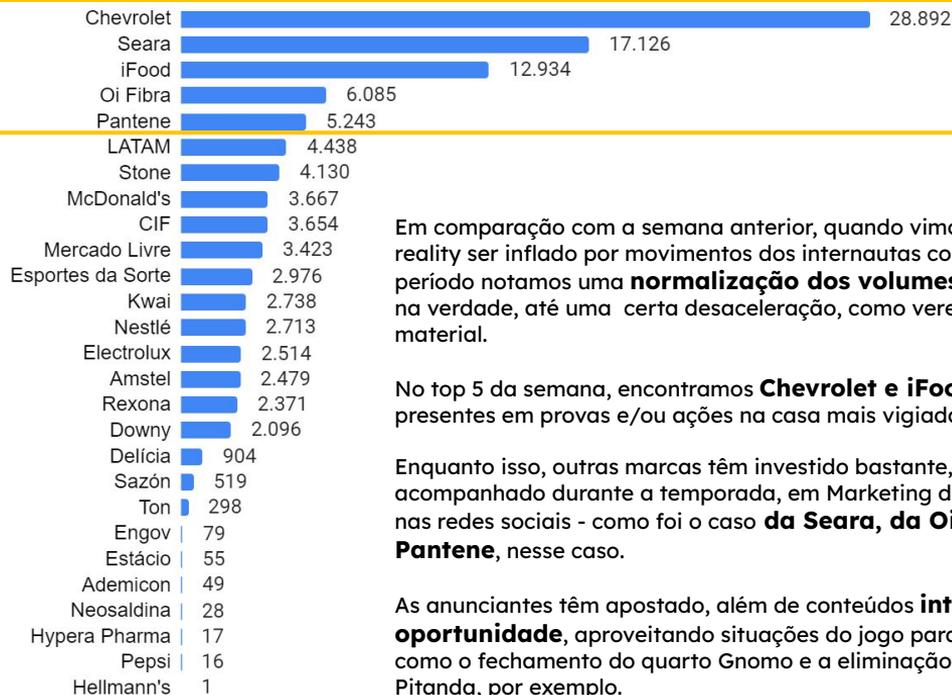
No entanto, como regra de Social Listening, **a configuração dessa pesquisa é constantemente revisada e aprimorada**, principalmente no que tange a atuação das anunciantes, acompanhando os movimentos do mercado.

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.



SHARE OF VOICE DAS PATROCINADORAS

VOLUME DE MENÇÕES SOBRE AS ANUNCIANTES DO BBB 24

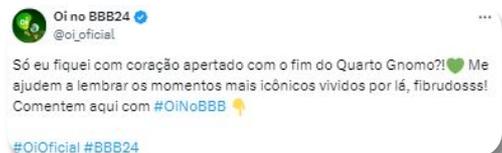
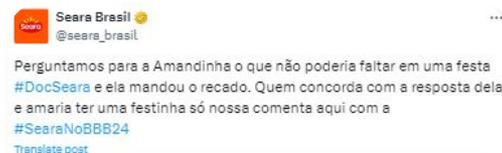


Em comparação com a semana anterior, quando vimos o buzz geral sobre o reality ser inflado por movimentos dos internautas contra Bin e Davi, nesse período notamos uma **normalização dos volumes** - que apresentaram, na verdade, até uma certa desaceleração, como veremos no decorrer desse material.

No top 5 da semana, encontramos **Chevrolet e iFood**, que estiveram presentes em provas e/ou ações na casa mais vigiada nesses últimos dias.

Enquanto isso, outras marcas têm investido bastante, como também temos acompanhado durante a temporada, em Marketing de Conteúdo e Influência nas redes sociais - como foi o caso **da Seara, da Oi Fibra e da Pantene**, nesse caso.

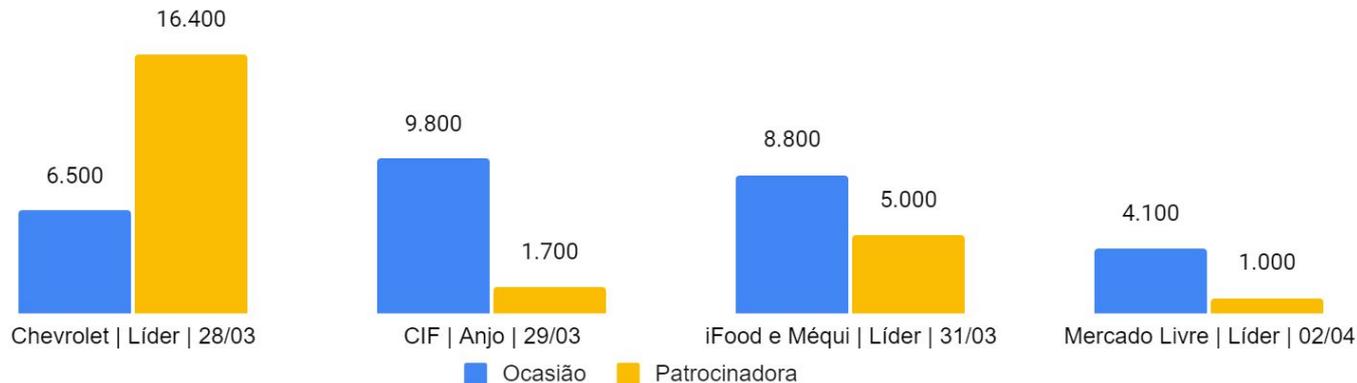
As anunciantes têm apostado, além de conteúdos **interativos**, em posts de **oportunidade**, aproveitando situações do jogo para engajar suas bases - como o fechamento do quarto Gnomo e a eliminação da dupla de amigas Pitanda, por exemplo.



PROVAS DA SEMANA

RETA FINAL DA TEMPORADA, MODO TURBO ATIVADO 🚀

BUZZ SOBRE AS DISPUTAS DO PERÍODO E SUAS PATROCINADORAS



Chegamos, oficialmente, aos **últimos dias de BBB 24**, e com isso existe a necessidade de eliminar participantes para chegarmos ao dia 16 de abril com apenas 3 finalistas - dessa forma, as provas e paredões estão à todo vapor!

Como mencionado na página anterior e também podemos ver no gráfico acima, o volume de conversas sobre o reality, essa semana, foi mais discreto - inclusive, as disputas do período performaram com uma **média de menções 68% abaixo da média histórica** da edição.

Acreditamos que isso pode estar associado ao feriado de **Páscoa**, mas também pode, de fato, indicar uma **queda no engajamento** do público.

A seguir entenderemos mais detalhes sobre cada uma dessas dinâmicas.

PROVAS DA SEMANA

6,5 mil
publicações sobre a disputa

16,4 mil
mensagens sobre a marca

Na última quinta-feira (28), a Chevrolet patrocinou a sua quarta prova nessa temporada, divulgando e entregando mais um carrão na casa mais vigiada do país, o Chevrolet Spin.

A disputa performou como a menos comentada da edição, até agora - mas, em contrapartida, a anunciante se tornou uma das mais comentada em situações de Prova do Líder.

O buzz envolvendo a marca também foi alavancado por meio de **Marketing de Influência e Conteúdo** - assim como a Seara, a montadora está aproveitando a força de ex-BBBs para movimentar conversas na internet.

Como podemos analisar ao lado, o maior destaque da ocasião ficou por conta da **"Batalha dos Bigs"**, acessando diretamente os fandoms dos influenciadores.

Dessa forma, se desconsiderarmos os nomes dos influencers Amanda Meirelles e Gil do Vigor, em um segundo viés de análise, **restam 4,8 mil publicações que citam a Chevrolet**, com muitas comemorações sobre a vitória de Pitel e o carro que a sister ganhou.

👑 LÍDER COM O BIGMALISMO DO CHEVROLET SPIN NA GARAGEM

Dra. Amanda Meirelles
@draameirelles

O @GilDoVigor e a @chevroletbrasil me desafiaram pra ver quem tem a torcida mais BIG. Bora mostrar o nosso DocLove? ❤️ Poste aqui SEM PARAR: #ChevroletNoBBB.
VALENDOI! 🙌
Translate post

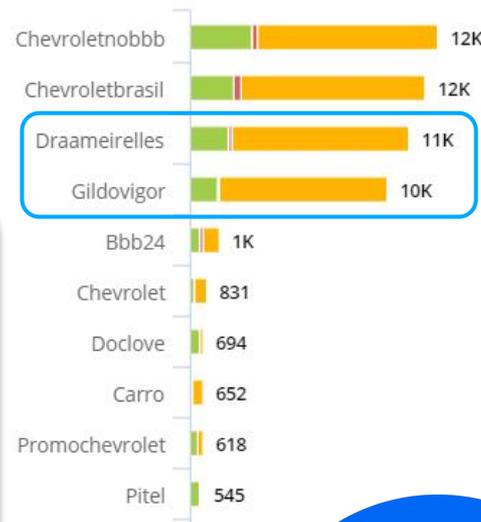


GIL DO VIGOR
@GilDoVigor

O QUEEEEE, BRASIIIL? A @draameirelles e @chevroletbrasil me desafiaram e eu conto com vocês, meus vigorentos, pra mostrar que esse time aqui é BIG!
Bora postar #ChevroletNoBBB
10, 20, 100x!
#publicidade
Translate post



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A MARCA





Que tal aumentar

suas vendas, e a geração de leads,

no ritmo do seu target?

Você, enquanto consumidor, gostaria de poder **comprar e até mesmo tirar dúvidas** ou **conhecer melhor** sobre qualquer tipo de produto que encontra navegando pelas redes sociais, **de forma mais fácil?**

E se isso, adaptando à sua rotina, fosse **tão simples quanto mandar uma mensagem** no Whatsapp?

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

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

FALE COM OS NOSSOS ESPECIALISTAS!



PROVAS DA SEMANA

MAIS UM LÍDER COM MÉQUI NO PRECINHO PELO IFOOD



8,8 mil
publicações sobre a disputa

2,3 mil
mensagens sobre o iFood

1,7 mil
mensagens citando o Méqui

Seguindo com o Modo Turbo, no domingo (31), já aconteceu **mais uma prova valendo liderança**.

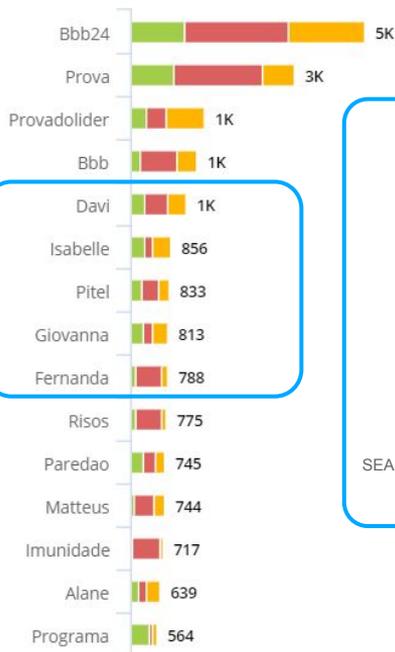
Vimos, pela terceira vez, uma **parceria entre iFood e Méqui** nessa ocasião, sendo que a estrutura da prova, ludicamente, demonstrou o processo que o alimento percorre desde o seu preparo no restaurante, até a chegada à residência de quem fez o pedido.

Como vemos no gráfico imediatamente ao lado, os nomes de **Davi e Isabelle** performaram como os mais citados, porém outros confinados também foram assunto - até mesmo Fernanda, que foi a eliminada dessa noite, apareceu entre as menções.

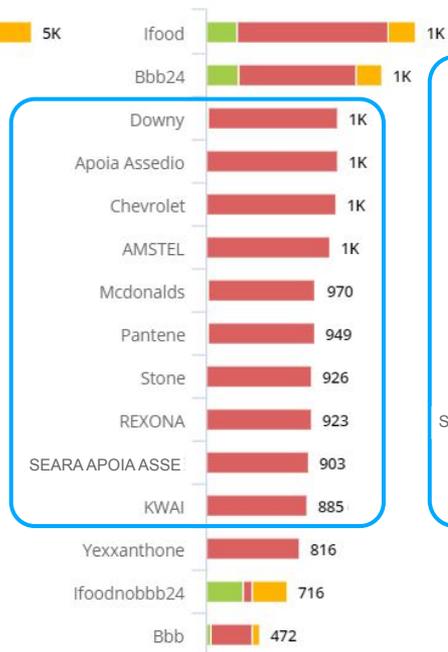
Já no que diz respeito às marcas envolvidas na disputa, podemos perceber que **a saúde das conversas foi muito negativa** - e isso aconteceu por conta de um novo movimento dos internautas, cobrando posicionamento das patrocinadoras, dessa vez por conta de **possíveis assédios** de Davi contra Alane e Fernanda.

Por isso, ao desconsiderarmos os termos polêmicos associados ao movimento citado acima, **restam apenas 650 citações** envolvendo uma ou ambas as marcas patrocinadoras - mostrando um comportamento semelhante ao que vimos nos comentários sobre a prova

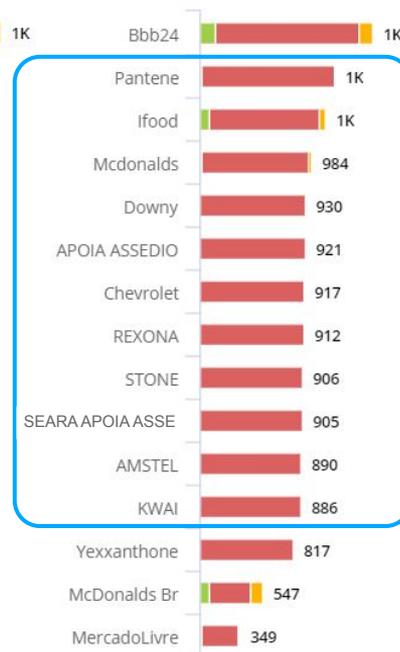
TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A DISPUTA



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE O IFOOD



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE O MÉQUI



Dia da Mentira 🤫

iFood e Méqui voltaram ao BBB, já na segunda (01), e interditaram a cozinha da casa, fazendo os participantes acreditarem que estavam no “Tá com Nada”, mas na verdade eles estavam com tudo, em uma ação recheada com a **linha McCrispy Chicken!**

2 mil itens sobre a ação

5,4 mil conversas envolvendo as anunciantes

Davi se fazendo de invisível ao ver os Dummies entrando na casa hoje cedo para interditar a cozinha.

O que rolou aqui?
Trolagem de dia da mentira? 🤔🤔

#BBB24

#iFoodNoBBB24 🍷🍷
@iFood

Brothers almoçando Méqui na casa
Fernanda jantando na Namaria

Dá RT quem começou o dia de barriga cheia igual a loba aaaaa 🤪
#iFoodNoBBB24 #BBB24

Depois de patrocinar uma Prova Bate e Volta e uma festa na temporada, **o Méqui só tem aparecido nas ações em conjunto com o iFood**. Porém, o app de delivery sempre acaba sendo mais citado, e provavelmente mais lembrado, do que a rede de fast food - nessa ocasião, foram **1,6 mil citações ao restaurante e 5,1 mil contendo o iFood**.

Em geral, entre as publicações vimos que a interdição da cozinha e a reação de Davi no momento foi o assunto na web.

Enquanto, sobre as marcas, percebemos que alguns **conteúdos nos perfis oficiais do aplicativo geraram grande engajamento** - como mostra o post acima.



Hey brother! Hey sister!

Bateu uma fome de Méqui por aí?
Então que tal um McCrispy Chicken no precinho e com entrega grátis?

PEDIR AGORA

Com uma **simples mensagem** como essa, e um **timing** adequado, você pode garantir maior **lembrança** da sua marca, mais **proximidade** com o seu público e ainda **alavancar as vendas!**

Entre em contato

com os nossos especialistas

para saber mais sobre

o Marketing Conversacional

ROTINAS DO REALITY

Mercado na Casa Bem Vivida Electrolux

A marca tem reforçado o seu compromisso com a **sustentabilidade** nas últimas semanas da ação



500 posts sobre o mercado

As compras da Xepa geraram maior repercussão, com a presença da queridinha do público, **Beatriz**, na ocasião, e também de **Giovanna** - que estava no Monstro, vestida de rato.

300 itens coletados citando a patrocinadora da ação

Com relação à Electrolux, a participação dos brothers do **VIP** apareceu em destaque, por conta dos vales-compra de 5 mil reais que a marca entrega. Nas redes a anunciante também promoveu uma ação para contemplar um consumidor, divulgando a sua **Air Fryer por Rita Lobo** - [VEJA CLICANDO AQUI!](#)

Almoço do Anjo com a Moda Mercado Livre

Looks estilosos na tendência **Comfy**

1,1 mil menções à refeição especial

Encontramos **51% de mensagens negativas**, por conta da relação de Matheus com Davi: além do gaúcho não ter chamado o amigo para o almoço, os internautas alegaram que Matheus ainda falou mal de Davi na ocasião.

800 publicações citando a marca

Os possíveis assédios de Davi contra Alane e Fernanda - como citamos na página 12 - também impactaram essa ativação. Desconsiderando o caso, **restam apenas 300 itens sobre a anunciante nessa data**, com comentários sobre o Presente do Anjo, os looks dos participantes e também o seu desfile.

Modo Stone ativado!

Mais uma vez, a líder Giovanna recebeu a tarefa de escolher entre Botar pra Girar através dos envelopes, já sabendo o valor que seria acrescido ao prêmio, ou então contar com a sorte na roleta. A sister optou pela **certeza do envelope**, na noite de terça (02), e a escolha foi vantajosa!

200 menções à dinâmica

As **reações de Bia e Davi** nos paredões e depois de suas decisões passaram a ser criticadas na internet. Além disso, o fato do prêmio ter crescido em **220 mil**, ao invés dos 50 mil da roleta girada por Pitel, também repercutiu.

500 citações à Stone e/ou Ton

O perfil das mensagens que citaram diretamente a patrocinadora da dinâmica foi muito **semelhante ao que vimos sobre a dinâmica, à esquerda**.

MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE:

Com 10 minutos por semana protegemos nossos lares da **Dengue!**



400 itens citando os termos
Ministério ou Governo

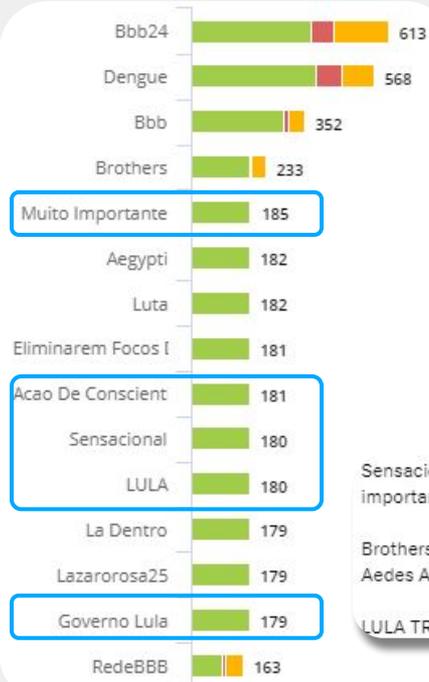
850 posts sobre a Dengue

Em mais uma ação de conscientização sobre a epidemia de Dengue que assola o país, seguimos monitorando um **volume baixo** de publicações sobre o assunto.

Dessa vez, notamos ainda certa **correlação política** com a situação - que foi assinada pelo Ministério da Saúde. Como podemos ver ao lado, até mesmo o nome do atual presidente **Lula**, apareceu entre os termos mais citados.

De forma geral, publicadores ressaltaram a **importância desse tipo de movimento** e os perfis oficiais de Isabelle apareceram em evidência sobre o tema. Além de alguns influenciadores, como Dantinhas, no X/Twitter.

TOP TERMOS ENTRE OS POSTS SOBRE A DENGUE



Sensacional! Hoje tivemos uma ação de conscientização muito importante do Governo Lula contra a dengue lá dentro do BBB!

Brothers entraram na luta contra a Dengue para eliminarem focos do Aedes Aegypti. #BBB24

LULA TRABALHA

A marca de inseticidas e repelentes, **SBP** - que já havia aparecido anteriormente na temporada, também abordando a questão da Dengue - durante o período analisado nesse material, voltou a marcar presença, com **ativações discretas** no programa - somando, porém, apenas **250 menções ao seu nome**.

BROTHERS **ESCALADOS** PARA ENTRAR EM CAMPO E CURTIR ATÉ O ÚLTIMO MINUTO DA **PRORROGAÇÃO**

11,2 mil

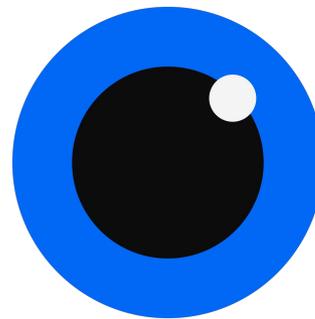
conversas sobre a **festa** do último sábado (30)

7,6 mil

mensagens sobre o grupo **É o Tchan!**

2,4 mil

citações diretas ao nome da **Esportes da Sorte**



Com aparições no top de 5 segundos do programa e também em destaque em alguns intervalos, essa foi a **primeira ação da Esportes da Sorte** dentro da casa mais vigiada do Brasil.

A anunciante chegou para marcar e ser lembrada, levando um showzaço de **É o Tchan!** para o jardim do BBB - na internet, entre as mensagens que citaram diretamente o grupo, notamos muita **nostalgia**, como mostram os exemplos:

A geração de hoje NUNCA vai saber o que foi o É o Tchan! Meu Deus q saudade ❤️❤️❤️ Carnaval era todo mundo fantasiado com a roupa das meninas, nas festas todo mundo dançava a mesma coreografia! Era uma febreeeee 🤔🤔🤔 #BBB24 #eotchan

É o Tchan é bom demais, antigamente não tinha uma criança que não soubesse a coreografia. 🤔🤔🤔 #BBB24

NUVEM DE PALAVRAS ENTRE AS MENÇÕES SOBRE A PATROCINADORA



Analisando a nuvem de palavras ao lado, durante o evento, notamos que os **nomes de alguns participantes se destacaram** - até mesmo em relação direta com a anunciante, por conta do uso de hashtags. Parte dessas publicações, de fato, repercutiam a participação dos confinados na festa, mas os possíveis **assédios** de Davi contra as sisters Alane e Fernanda acabou impactando na saúde das menções.

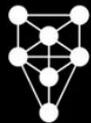


Bom, essas análises sobre o BBB 24 são apenas um recorte do potencial da nossa inteligência. Nossas soluções também permitem o desenvolvimento de painéis personalizados para escutar e monitorar os principais temas de interesse da sua marca, que vão impulsionar as vendas durante todo período de uma campanha.

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.**