



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**, está monitorando, 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
e veja como sua marca
pode aproveitar as oportunidades!



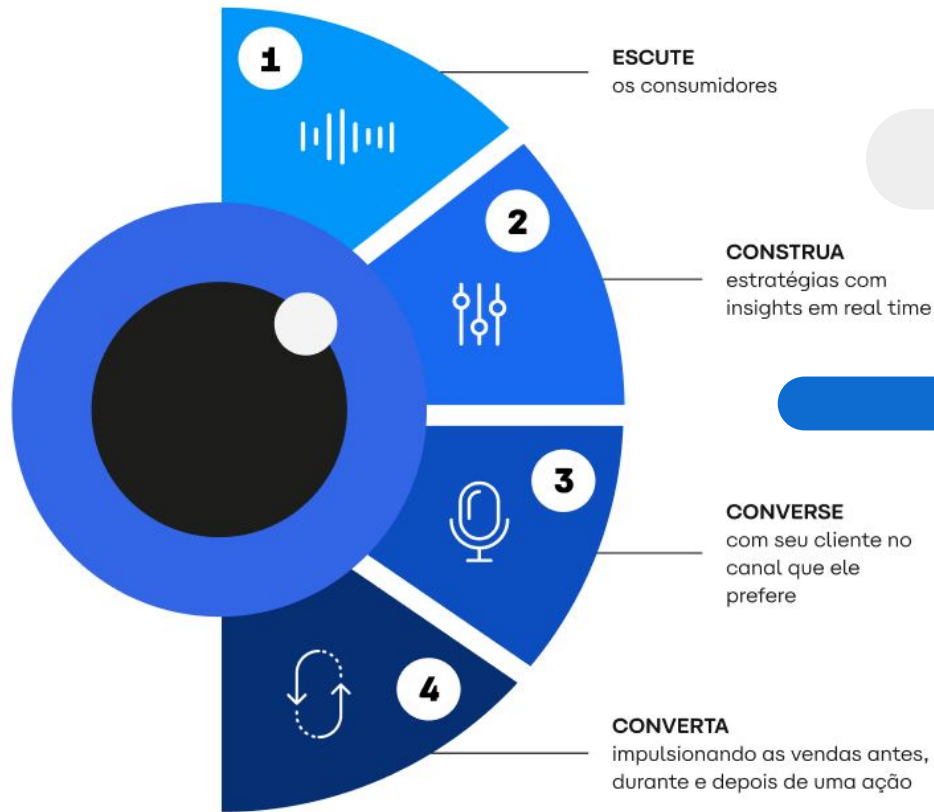
STILINGUE
by Blip

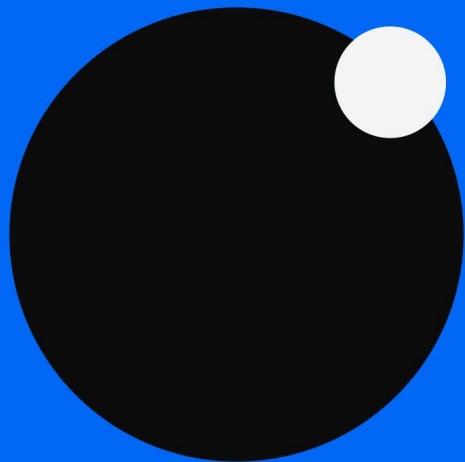


QUEM ESCUTA MELHOR, CRIA CONVERSAS INTELIGENTES!

Já imaginou poder **ouvir, em tempo real, tudo que os consumidores falam** sobre a sua marca ou setor de atuação 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 14

Período - 04 a 10/04



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.

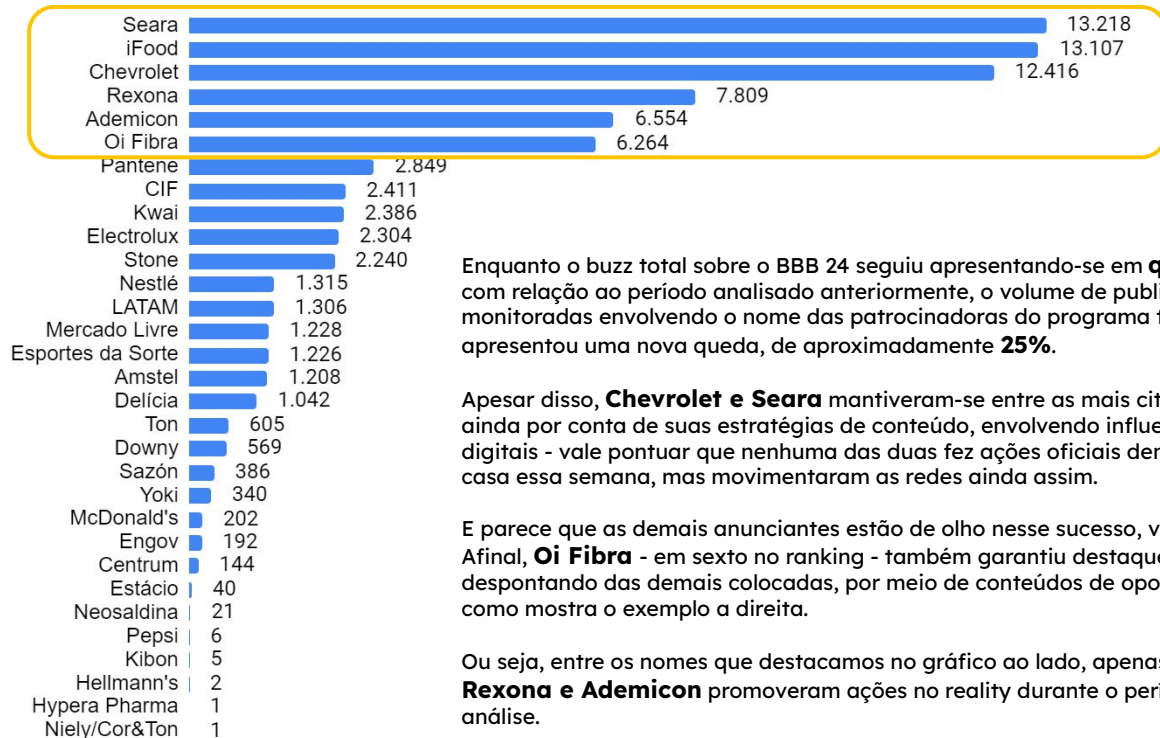
Vale ressaltar que **hashtags mais específicas de campanhas das patrocinadoras são contempladas apenas quando citadas em conjunto com termos relacionados ao BBB**, como explicamos acima, visando manter a metodologia centrada no contexto do reality.



RANKING DE MENÇÕES SOBRE AS MARCAS



VOLUME DE MENÇÕES SOBRE AS ANUNCIANTES DO BBB 24



Enquanto o buzz total sobre o BBB 24 seguiu apresentando-se em **queda**, com relação ao período analisado anteriormente, o volume de publicações monitoradas envolvendo o nome das patrocinadoras do programa também apresentou uma nova queda, de aproximadamente **25%**.

Apesar disso, **Chevrolet e Seara** mantiveram-se entre as mais citadas, ainda por conta de suas estratégias de conteúdo, envolvendo influenciadores digitais - vale pontuar que nenhuma das duas fez ações oficiais dentro da casa essa semana, mas movimentaram as redes ainda assim.

E parece que as demais anunciantes estão de olho nesse sucesso, viu? Afinal, **Oi Fibra** - em sexto no ranking - também garantiu destaque, despontando das demais colocadas, por meio de conteúdos de oportunidade, como mostra o exemplo a direita.

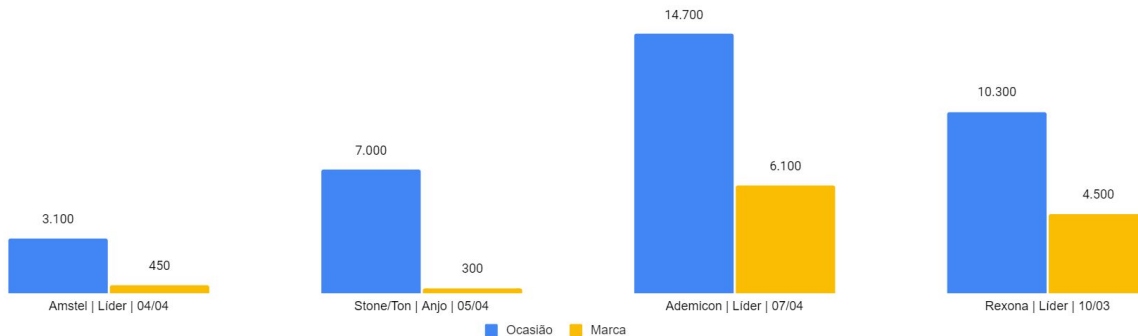
Ou seja, entre os nomes que destacamos no gráfico ao lado, apenas **iFood, Rexona e Ademicon** promoveram ações no reality durante o período em análise.



PROVAS DA SEMANA

FALTA POUCO PARA CONHECERMOS O VENCEDOR DO BBB 24!

BUZZ SOBRE AS DISPUTAS DO PERÍODO E SUAS PATROCINADORAS



O **Modo Turbo** continua on no reality e, por isso, começamos a semana - na quinta-feira (04) - ainda com oito competidores na casa, e agora já são apenas cinco.

Seguindo o que temos visto, as disputas também voltaram a performar com uma **média de menções 59% abaixo da média histórica** da edição.

Como vemos no gráfico acima, as provas que fizeram parte das últimas definições do programa - **da Ademicon e da Rexona** - foram as que mais repercutiram, ainda abaixo da média geral.

Nas próximas páginas vamos entender mais sobre cada uma dessas disputas.

PROVAS DA SEMANA

AMSTEL REÚNE AMIGOS EM UMA MESA DE BAR ATÉ NA PROVA DO LÍDER 🏆

3,1 mil
publicações sobre a disputa

450
citações ao nome da marca

Na última quinta-feira (04), foi a **vez da Amstel promover a sua terceira prova na temporada** - sendo a segunda pela liderança do game.

No entanto, essa se tornou a disputa, com a assinatura da marca, com o **menor buzz** na internet.

De modo geral, dois foram os assuntos que se destacaram:

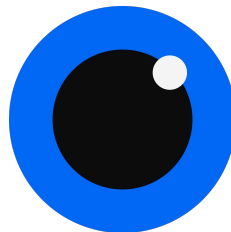
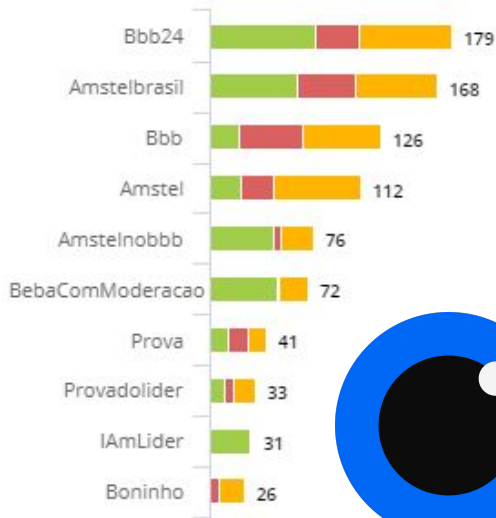
- A **vitória de Buda**, que conquistou o seu quinto colar de líder e ainda escapou de um embate direto com as Fadas;
- O **comportamento de Bia durante a competição**, uma vez que a mecânica exigia memorização e a sister ficou falando em voz alta para tentar memorizar o que era preciso; apesar dos avisos de Tadeu.

Como vemos ao lado, os dois acontecimentos foram interpretados pelo nosso **Zoom Insights**, aparecendo até mesmo questões relacionadas à **manipulação** das provas no BBB e também **boicotes** às anunciantes.

Vale ressaltar que as ofertas divulgadas pela marca na ocasião - relacionadas a **frete grátis** - não apareceram entre as conversas.

💡 **Insights interpretados pelo Chat GPT, através do Zoom Insights da STILINGUE.**

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PATROCINADORA



Prova do Líder da Amstel é destaque

A Prova do Líder da Amstel está gerando muita diversão e entretenimento para o público, com destaque para a dificuldade de decorar todos os pedidos.

Buda como forte competidor no BBB

Buda é um líder frequente e pode ser considerado um forte competidor na casa do BBB.

Questionamento das provas do líder

As provas do líder estão sendo questionadas pelos espectadores, que acreditam que algumas delas estão sendo manipuladas para favorecer determinados participantes.

Descontentamento com a produção do BBB

Alguns espectadores estão descontentes com a produção do BBB e estão deixando de assistir ao programa e/ou boicotando os patrocinadores.



Insights em um clique, para definições mais estratégicas

Para obter insights como os que vimos na página anterior, com a ajuda da **Inteligência Artificial Generativa**, na STILINGUE você pode identificar sobre o que quer e precisa entender mais durante sua navegação e, com um clique, poderá conhecer melhor o seu público, seus comportamentos e preferências.

Quem escuta melhor, conversa melhor!

Venha conhecer o poder do Social Listening

aplicado ao Marketing Conversacional



PROVAS DA SEMANA

7 mil
conversas sobre a disputa

300
posts envolvendo a marca



ANJO COM TON, A SOLUÇÃO PARA MICROEMPREENDEDORES DA STONE



Na sexta (05), aconteceu a **última Prova do Anjo desta temporada** - e ela foi patrocinada por uma das maiores cotistas do reality, a Stone.

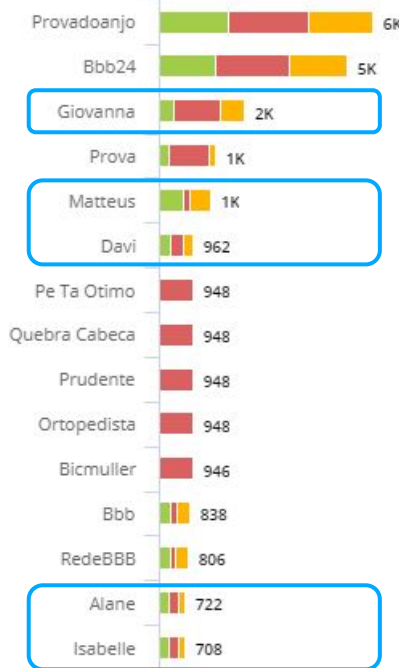
A marca seguiu comunicando as maquininhas do Ton, com condições especiais para pequenos negócios e microempreendedores.

Porém, nessa reta final, o buzz se concentrou ainda mais no que diz respeito à disputa - com **poucas citações à anunciante**.

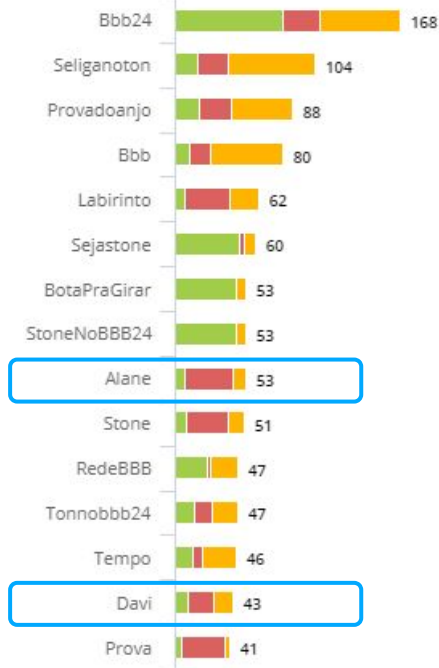
Como podemos ver nos gráficos ao lado, até mesmo em um recorte que considera apenas as 300 menções às marcas Stone e Ton, as conversas também se referiam à **participação e performance dos confinados**.

Destacamos a grande **expectativa** que existia em meio ao público pelo desempenho e vitória de Giovanna - assim os amigos do grupo Fadas se enfrentariam no paredão. Mas como não aconteceu, o fato de Matteus ter vencido mais uma vez e se tornado **anjo pela quinta vez** na temporada, também chamou a atenção.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PROVA



TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PATROCINADORA



PROVAS DA SEMANA

MENÇÕES À DISPUTA

14,7 mil

MENÇÕES À ANUNCIANTE

6,1 mil

Em uma partida de mini golfe, Davi conquistou sua primeira liderança no jogo

👑 A LÍDER EM CONSÓRCIOS NO BRASIL NA PROVA DO LÍDER DO BBB 24

No domingo (07), foi a vez da **Ademicon** aparecer em sua terceira prova patrocinada nessa temporada.

A volumetria que encontramos no monitoramento - tanto sobre a disputa em si, quanto em citações diretas à anunciante - foi diretamente impactada pela **vitória de Davi** na ocasião.

Ou seja, esse tipo de buzz foge do controle das marcas, uma vez que depende, basicamente, do imprevisível **desenrolar das mecânicas**.

O brother tem aparecido como um grande **favorito ao prêmio**, de acordo com o comportamento dos internautas, e nessa ocasião chegou a ser comparado até mesmo com **Juliette**, por conta de ter vencido sua primeira prova apenas no fim da edição.

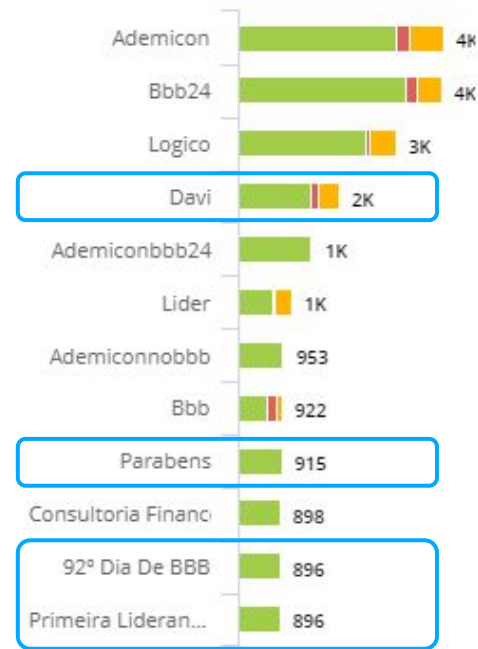
Manu Gavassi, Juliette e Davi ambos meus favoritos de suas edições e ambos ganharam a prova do líder na final... AMO 🥰🥰🥰🥰

A melhor liderança do bbb24. 🎉🎉🎉

Ao Menos deu para indicar o último de seus rivais no jogo. Agora o Buda vai descobrir q além de não ser camarote ele está solteiro e sozinho, pq nem a Pitel quer ele. 🤔🤔🤔🤔

#Bbb24 #ProvaDoLider #davidlider #DaviCampeão #forabuda

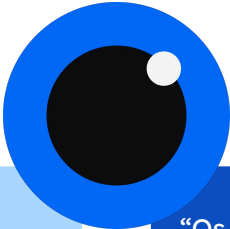
TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS SOBRE A PATROCINADORA



Como fazer do Marketing Conversacional um aliado no seu dia a dia?

Esses são exemplos de **mensagens ativas** →→→ que a Stone e a Ademicon poderiam trabalhar através de um **Contato Inteligente**, para falar mais diretamente com o público, gerando **facilidade nos processos** - afinal, através de um app de mensageria, como o Whatsapp, o consumidor resolve tudo, literalmente, **na palma da mão!**

**Fale com um especialista Blip
para aplicar ao seu caso**



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

Por tempo limitado, as condições estão imperdíveis para o plano Ton Brother, com taxa zero e 20% de desconto nas maquininhas.

Acesse o site - ou clique aqui - e vamos fazer como os participantes do reality mais amado do Brasil, vamos botar pra girar!”

“Os brothers e sisters lá na casa mais vigiada do Brasil já estão por dentro das vantagens dos nossos investimentos e consórcios.

E você, acha que dá pra investir naquela reforma que tá precisando? Ou então, em um procedimento estético que é o seu sonho?

A Ademicon te mostra que **É LÓGICO QUE DÁ!**

Digite “Quero falar com um consultor” para saber mais.

PROVAS DA SEMANA

CONFIANÇA PARA DESAFIAR LIMITES EM MAIS UMA PROVA DO LÍDER 🏆

10,3 mil

conversas sobre a disputa

4,5 mil

posts envolvendo a marca



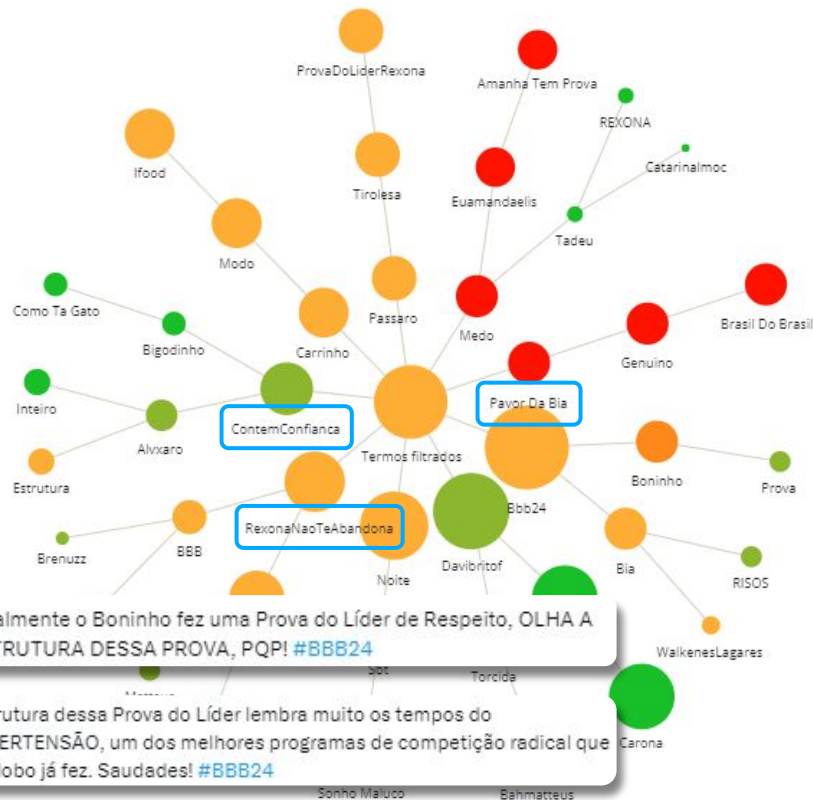
Depois de muito suspense a respeito da última Prova do Líder da temporada - sendo que o próprio diretor do programa, Boninho, criou expectativas através de publicações em seus perfis oficiais - na última terça-feira (09), assistimos ao que foi divulgado como **uma das maiores provas da história do BBB**.

A **Rexona**, reforçando o seu atributo de confiança, patrocinou uma dinâmica que envolvia altura e a aventura de uma tirolesa.

Nesse sentido, percebemos que os internautas, na maioria da vezes em que citaram a marca, utilizaram também a hashtag #ContémConfiança, o que demonstra **efetividade na mensagem transmitida**.

Em geral, a maior repercussão - como podemos ver através das bolhas vermelhas no gráfico ao lado - teve a ver com a **reação de Beatriz ao participar da prova** e, ainda nesse momento, já vimos surgir um movimento #ForaBia, sendo que a modelo acabou indo, de fato, ao paredão depois do encerramento da disputa.

De forma mais qualitativa, também encontramos **elogios a estrutura** da ocasião, com algumas memórias relacionadas a programas do passado também aparecendo.



Moda Mercado Livre no Almoço do Anjo

Mensagens sobre a última edição,
em 07/04

1,8 mil

Média de buzz sobre os
almoços durante a edição

2,8 mil

Citações à marca nesse
último almoço, em 07/04

350

Média de posts sobre a marca
nas ocasiões ao longo do programa

550

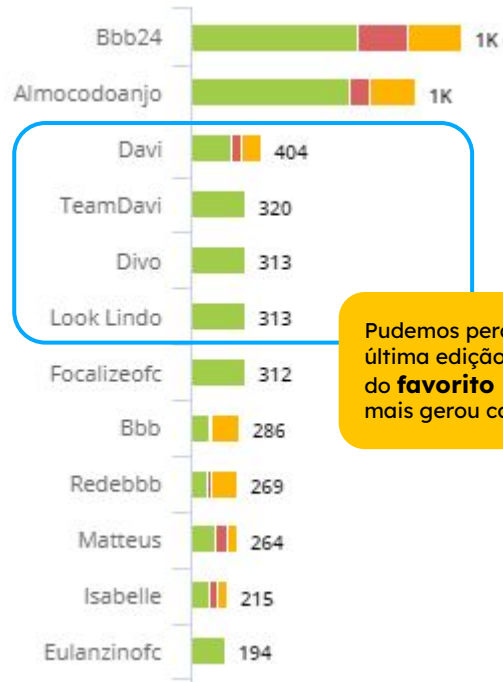
Depois da última Prova do Anjo, no último domingo (07) aconteceu também o **último Almoço do Anjo** desta temporada.

Como podemos ver através dos números acima, essa rotina - assim como todas as outras do programa - **não garantiu grande destaque em volume de menções**, apresentando muitas oscilações durante esses quase 100 dias de edições semanais.

Na terça-feira (09), também foi exibida uma **retrospectiva** das refeições especiais na edição; e o que não dá pra negar é que, na maioria das vezes, o que fez alavancar as conversas em torno da situação patrocinada pelo Mercado Livre foram, justamente, os **looks escolhidos pelos brothers**.

Vale lembrar que esse foi o **primeiro ano da anunciante patrocinando essa inserção** no reality e, apesar de ter recebido muitas críticas no início da temporada, depois o quadro se tornou mais positivo.

TOP TERMOS ENTRE AS MENSAGENS
SOBRE O ALMOÇO DE 07/04



Pudemos perceber que nessa última edição, a participação do **favorito Davi** foi o que mais gerou conversas na web.

Como ampliar o **share of mind?**

Conforme acompanhamos, as rotinas do programa geram pouca repercussão e, conseqüentemente, **pouca lembrança das marcas por parte dos 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.

Conhecer muito 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 nesse desafio.

Saiba como!



UMA FESTA JUNINA COM SABOR E QUALIDADE YOKI

9,4 mil

conversas sobre a **festa** do último sábado (06)

4,8 mil

mensagens sobre uma ou mais das **atrações musicais**

200

citações diretas ao nome da **patrocinadora**

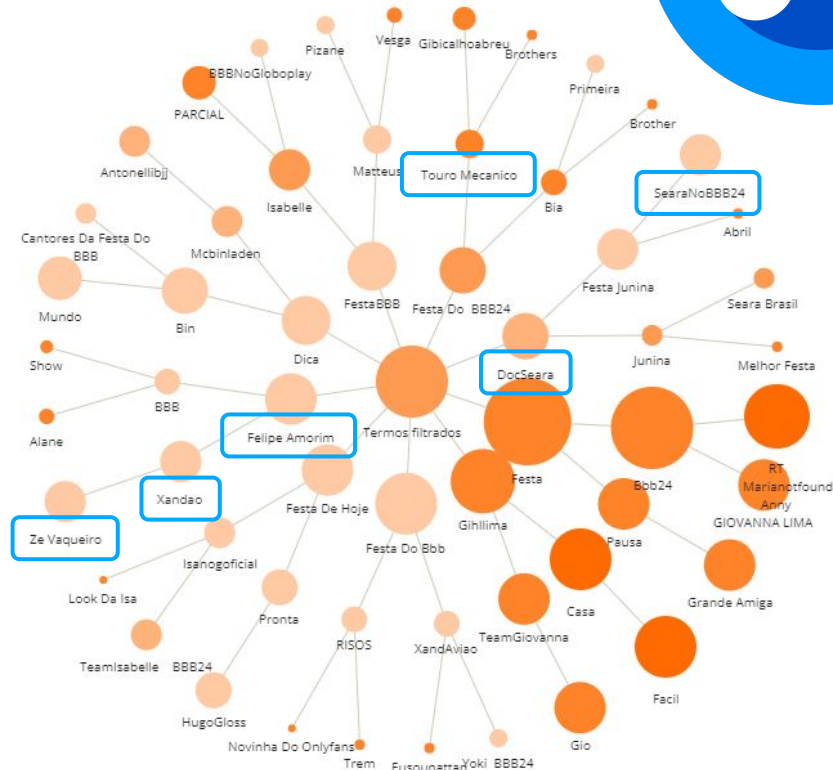


A marca **antecipou** e abriu a temporada junina na casa mais vigiada do Brasil, já com **ofertas** para os consumidores

A Yoki **não integra a lista de cotistas e/ou patrocinadores oficiais do reality**, mas no último final de semana fez sua primeira aparição no programa - com uma super festa, ao estilo #ArraialYoki, e com **Felipe Amorim, Gabi Fernandez, Nattanzinho, Xand Avião e Zé Vaqueiro** para animar a noite dos brothers e sisters.

Os nomes dos artistas apareceram com bastante frequência entre as conversas na internet - como mostram os números e o gráfico ao lado. A estrutura da festa, no geral, também chamou a atenção - com **o touro mecânico e os figurinos**, por exemplo. Na ocasião, a anunciante investiu em publis na internet, destacando ainda mais seus produtos juninos.

Mas, como também vemos no gráfico, a **Seara** foi bastante citada na ocasião! Vamos entender melhor na próxima página?



HOT DOG SEARA NO ARRAIAL

1,3 mil menções



É isso mesmo, a Seara foi mais citada na data da festa, do que a própria patrocinadora do evento, a Yoki!

Divulgando o Hot Dog Seara desde o início da edição, a marca aproveitou que a receita é tipicamente servida em festas juninas e, como também já vimos anteriormente, trabalhou com **Marketing de Conteúdo e Influência** na ocasião, alavancando seu engajamento.

Patrocinar

pode ir muito além
de uma exibição na TV
ou qualquer outro canal

E é exatamente isso que a Seara - e algumas outras anunciantes - têm mostrado, com maestria, nesse BBB 24.

O patrocínio, nesse caso, não precisa ficar restrito às aparições na casa, por exemplo. E o mesmo se aplica até para players não patrocinadores de certos eventos, que podem entrar na conversa e engajar com o tema, de qualquer forma.

Marketing de Conteúdo, Marketing de Influência, Gerenciamento de Comunidade são algumas das formas que podem te ajudar a compor uma boa estratégia de ativação.

Agora entenda como o Marketing Conversacional

também entra nesse mix de comunicação!



Vamo Invadir Sua Casa

COM SAZÓN

Na última quinta (04), a marca de temperos voltou a aparecer em um **merchan** no quadro de **Marcos Veras**

100 publicações sobre o **quadro**

30 itens monitorados sobre a **anunciante**

Essa foi a quinta inserção de Sazón no BBB 24, sendo que todas elas aconteceram **nos humorísticos do reality** - apenas uma no “Big Treta”, de Luis Miranda, com todas as demais no quadro de Veras.

Por si só, **os próprios quadros já não garantiram grande destaque** durante a temporada, recebendo, na verdade, diversas críticas por parte dos telespectadores.


Dessa forma, entre os posts que monitoramos sobre a anunciante, nessa ocasião, encontramos queixas sobre a presença de **propaganda em meio a um momento que deveria ser de humor** e, por outro lado, alguns internautas também lamentaram que a marca apareça justo nessa situação, julgada por eles como **sem graça**.

COMIDA COM GOSTINHO DE CASA


Na segunda-feira (08), o **iFood** voltou à casa mais vigiada do Brasil, levando aos brothers e sisters a possibilidade de almoçar com um gostinho de casa - além de terem, individualmente, escolhido o seu **pedido pelo app**, a anunciante ainda promoveu emoção, exibindo **fotos das casas** de cada um deles no telão.

Mil publicações sobre a ação

4,5 mil conversas envolvendo a marca

 iFood Danado #iFoodNoBBB24 🍷
@iFood

Sai da frente que Davi tá sem freio: chegou a tão esperada liderança!
#iFoodNoBBB24 #BBB24 😊

 iFood Danado #iFoodNoBBB24 🍷
@iFood

Hoje é dia de eclipse total e a Loba vai uivar mais cedo 🐺 RT só quem vai fazer o uivo da loba AUUUUUUUUUU #iFoodNoBBB24 #BBB24 #Eclipse2024

Os posts que comentaram sobre o almoço especial nas redes - eventualmente usando hashtags oficiais da patrocinadora, como #iFoodNoBBB - se concentraram em torno da **alegria dos participantes** em ver as fotos de suas casas, com destaque para Davi; e também na suposta inconveniência de Beatriz com os seus merchans.

No que tange diretamente a marca, percebemos que **publicações de oportunidade** no X/Twitter foi o que fez alavancar seu buzz, conforme exemplos acima.

LANÇAMENTOS DA GLOBO

No Rancho Fundo

1,4 mil posts mencionando os termos
novela ou o nome da atração

Nesse caso, a conversa de **Davi** com os amigos, depois da sessão, foi o que mais repercutiu - quando o brother compartilhou que, ao assistir a novela, se lembrou de episódios difíceis de sua própria vida.

Além disso, o evento da tarde de quarta (10) também trouxe a tona o fato da ex-sister **Fernanda** já estar recebendo convites para atuar.

Davi falando sobre o gatilho que teve assistindo a novela e fez lembrando quando sua mãe apanhou do seu padrasto. Disse que se sentiu impotente e agiu pedindo ajuda na rua. #BBB24

Translate post



Apenas essa publicação recebeu mais de **500 reposts**.

Os Outros

1,1 mil itens citaram os termos

série, seriado ou o nome da atração

O comportamento de **Alane** durante a exibição da série chamou a atenção nas redes: houve quem destacasse a animação e concentração da sister em assistir ao conteúdo, mas também encontramos aqueles que acharam a reação da bailarina um pouco exagerada.

Os telespectadores ainda notaram certa inconsistência nas falas de **Davi**, que sempre alegou não ter acesso a TV, não conhecer a grande maioria dos atores famosos, mas demonstrou estar inteirado sobre esse conteúdo, disponível na Globoplay.

Nossa
Alane cala a porra da boca
Chata do crih
Atrapalhando os outros vê a série #BBB24

Concentradinha no ep de 'Os Outros' 🤩 #TeamAlane #BBB24

Translate post



Davi e suas mentiras! Foi criado sem Tv, não conhece artistas, mas sabe de cor todos os detalhes da série Os outros. Detalhe: a série era exclusiva pra assinantes Globoplay! Tem otario que acredita nesse mentirosos! Pobre vítima de Taubeté! #BBB24 #ForsDavi #Mentiroso



DAVI & BIA

Os participantes performaram entre os mais comentados durante toda a edição e, conforme vimos no decorrer do material, **eles ainda são o momento!**


Davi construiu um favoritismo e acaba aparecendo e virando assunto com relação a, praticamente, todas as ações que participa na casa.

Já a **Bia do Brás** também segue se destacando, mas o seu jeito agitado e os merchans que faz para as patrocinadoras do programa já começaram a incomodar o público.

COMO APROVEITAR ESSE BUZZ?

TEM QUE FICAR DE OLHO NAS OPORTUNIDADES!





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.**