



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 esse público.



STILINGUE
by Blip

E nós podemos te ajudar com isso!

Mais uma vez, a **STILINGUE**, que agora é **STILINGUE by Blip**, monitorou, 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**.

Confira nossos relatórios
e veja como sua marca
pode aproveitar oportunidades!



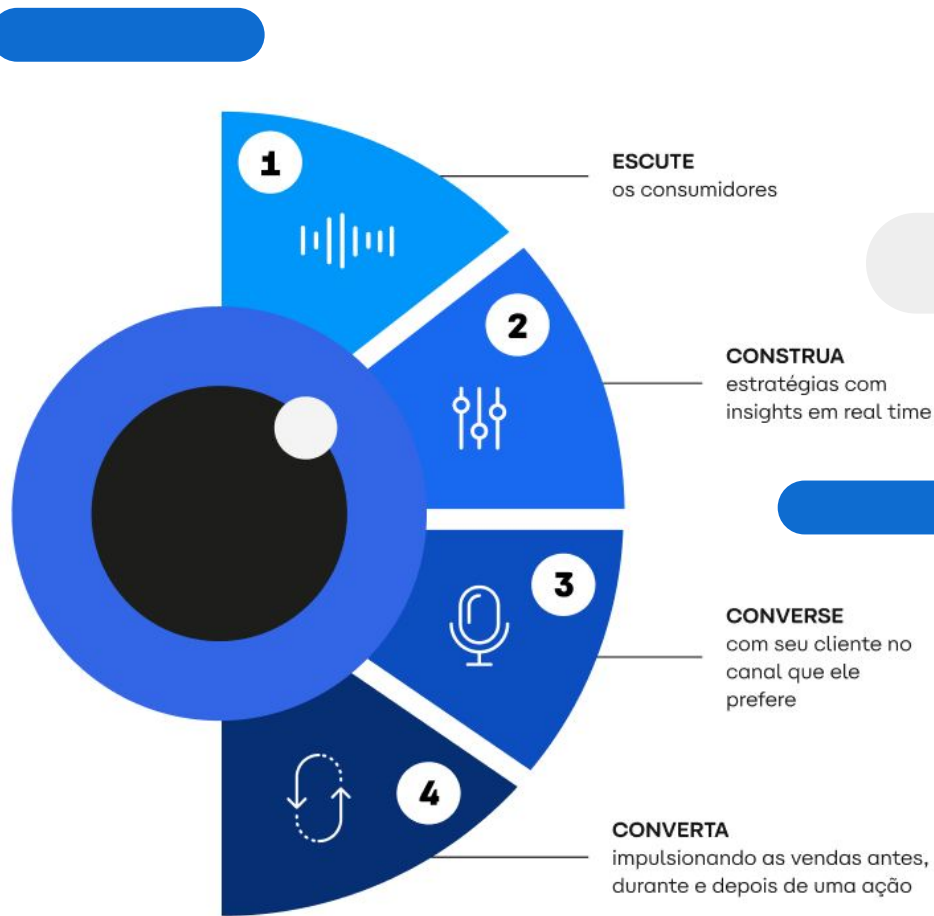
STILINGUE
by Blip

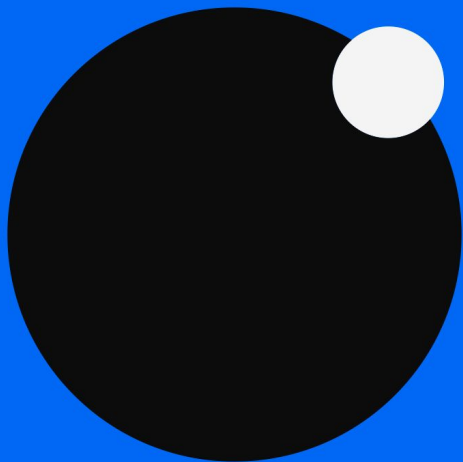


QUEM ESCUTA MELHOR, CRIA CONVERSAS INTELIGENTES!

E então, 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 15

Período - 11 a 17/04



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 as **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 DA ÚLTIMA SEMANA DE PROGRAMA

VOLUME DE MENÇÕES SOBRE AS PATROCINADORAS



Para encerrar mais uma edição do reality, **Chevrolet e Seara** seguiram se mantendo entre as anunciantes mais comentadas nesses últimos dias.

Ambas estiveram, de fato, em ações dentro da casa mais vigiada do Brasil durante o período em análise - assim como a **Oi** -, o que veremos em mais detalhes no decorrer desse material.

Porém, como acompanhamos durante a temporada, o que garantiu maior buzz sobre as marcas foram, na verdade, **ativações fora da casa** - nas redes sociais!

O app de entregas, **iFood**, também lançou mão dessas estratégias digitais, mas um **novo comercial na TV** - que estreou no dia da final - movimentou ainda mais a web.

Nomes como **LATAM, Pantene, Rexona e Amstel**, por exemplo, também chamaram a atenção através de seus conteúdos na rede.

Destacamos, por fim, a **Centrum!** A marca não integra o quadro de patrocinadores cotistas oficiais do BBB 24, mas depois de uma ação na casa, em 09/04, a anunciante promoveu essa semana uma parceria com a ex-participante **Fernanda Bande**, que foi uma das queridinhas do público.



A Centrum me convidou para falar um pouco sobre como é encarar a vida fora da casa mais vigiada do Brasil com muita energia! Venham conferir:

[Translate post](#)



A Fernanda sendo mega elogiada pelo carisma, oratória e star quality na propaganda da Centrum.

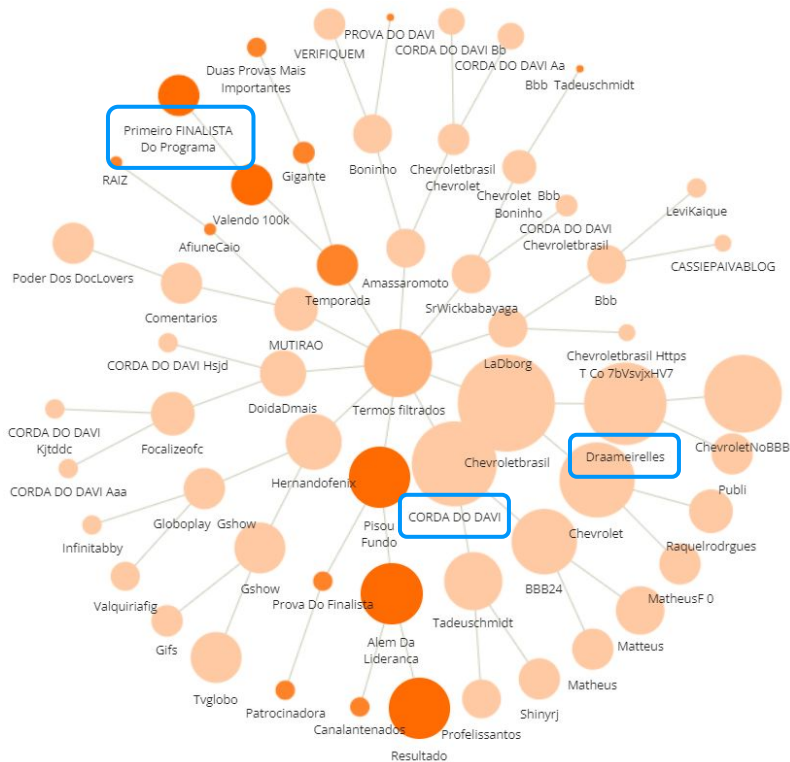
É A LOBA DO BBB24!!!! 🐾

A ÚLTIMA PROVA DA TEMPORADA

VALENDO UMA VAGA NA GRANDE FINAL COM A BRUTALMENTE BRASILEIRA, CHEVROLET S10

60,8 mil
publicações sobre a disputa

49,7 mil
citações ao nome da marca



Insight interpretado pelo Chat GPT, através do Zoom Insights da STILINGUE.

Parceria entre Amanda Meirelles e Chevrolet no BBB24

A parceria entre Amanda Meirelles e a Chevrolet está sendo bem-sucedida no BBB24, com muitos elogios e engajamento dos fãs.

Depois de **quase 50 provas no BBB 24**, na última quinta-feira (11), aconteceu a última da edição, conhecida como Prova do Finalista, e que foi patrocinada pela montadora cotista do reality.

Em uma mecânica de resistência, que se prolongou por quase 10 horas, os confinados precisaram girar em uma estrutura de lava-rápido - e entre as quase 61 mil conversas sobre a competição, **em aproximadamente 50% delas o nome do vencedor, e primeiro finalista do programa, Davi, esteve presente**; enquanto Alane apareceu em 12 mil, Isabelle em 7 mil e Matheus em apenas 5 mil itens.

Com relação à patrocinadora, como vemos no gráfico ao lado, entre as quase 50 mil mensagens, destacou-se a performance do ganhador durante a disputa, com muitos **internautas solicitando, inclusive, que a estrutura da prova do motorista fosse revisada e talvez ajustada.**

Nas redes sociais, a Chevrolet seguiu com a sua estratégia de **Marketing de Conteúdo e Influência**, contando com a força da ex-BBB e vencedora da edição anterior, Amanda Meirelles, para alavancar seu engajamento.

A ÚLTIMA FESTA DA TEMPORADA

NO PLANETA DOS MACACOS 🐵🐶



MENÇÕES AO EVENTO

11,3 mil

MENÇÕES AO FILME

1,8 mil

MENÇÕES ÀS ATRAÇÕES MUSICAIS

8,3 mil

Esse ano, assistimos a cerca de **25 festas na casa mais vigiada do Brasil** - entre as patrocinadas e também as do líder. E então, o último evento da edição foi promovido pelos 20th Century Studios, para divulgar o **super lançamento do filme "Planeta dos Macacos"** e a pré-venda dos ingressos.

O buzz performou, em sua maioria, de forma **neutra**. E o que mais chamou a atenção dos internautas, além da participação da sister Beatriz, foi a estrutura montada no jardim da casa, passando pela **cenografia** e até os **figurinos** dos brothers e sisters.

Outro assunto frequente foi o tão aguardado **primeiro beijo entre Matteus e Isabelle**, #MaBelle.

Já sobre as **atrações musicais**, conferimos destaque à Lulu Santos, que fez um show completo e apareceu em quase 8 mil publicações; enquanto a participação especial de Pedro Sampaio gerou cerca de 800 itens apenas.

NUVEM DE PALAVRAS SOBRE A FESTA



Começou a festa no BBB. Dessa vez investiram no cenário.

Adoro o Lulu Santos, mas o Top 5 merecia uma festa de algum artista que assista o #BBB24 🙄

Eles sabem que não tem graça uma festa sem Beatriz Reis. Por isso a de hoje será a última. #BBB24

Vamo Invadir Sua Casa

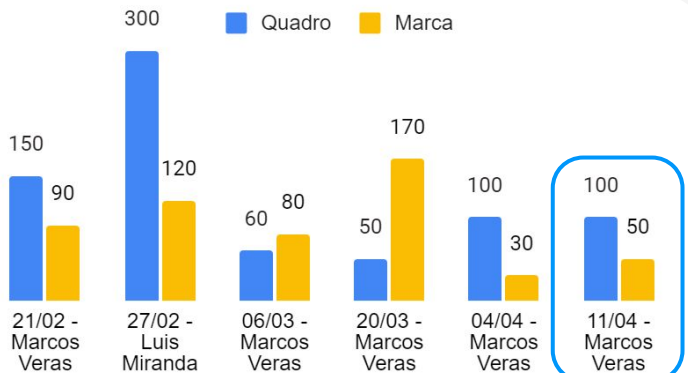
COM SAZÓN

No dia 11, a marca de temperos voltou a aparecer em um novo **merchan** no quadro de **Marcos Veras**



100 publicações sobre o **quadro**

50 itens monitorados sobre a **anunciante**



A marca - que apareceu bastante em **situações correlatas ao reality**, como o Café com o Eliminado, no programa de Ana Maria Braga, por exemplo - apostou apenas em **pequenos merchans dentro da casa**.

Como já citamos anteriormente, suas inserções nos quadros humorísticos acabaram **não chamando tanto a atenção**, gerando poucos comentários na internet e certo tom de crítica em algumas ocasiões.

A última inserção, no dia 11, divulgou o Tempero para Pipoca sabor Manteiga, no quadro "Vamo invadir sua casa", e **dividiu as opiniões**, como podemos ver abaixo.

Sazon com pipoca realmente é mto bom [#BBB24](#)

Comi esse sal da pipoca sazón e passei mal rapaziada não comprem essa porcaria [#bbb24](#)

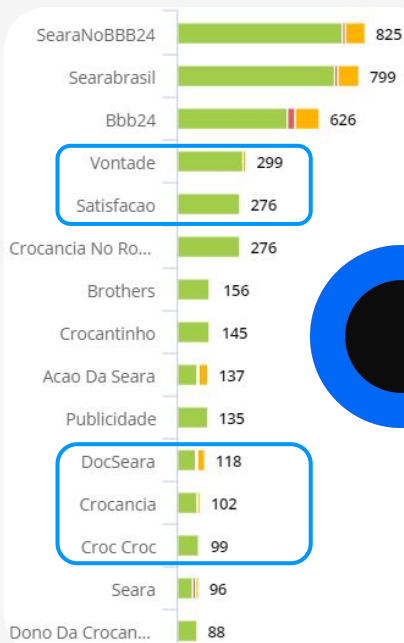
OS SUCULENTOS FRANGOS CROCANTE DA SEARA



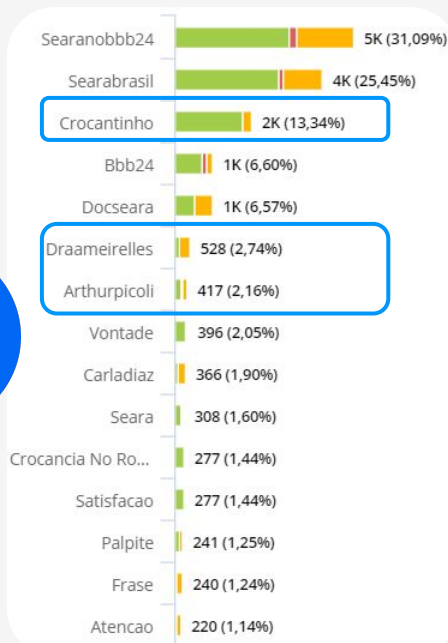
1,2 mil
posts sobre a ativação

7,2 mil
citações ao nome da marca

TOP TERMOS SOBRE A AÇÃO



TOP TERMOS SOBRE A SEARA



Nessa temporada, a Seara concentrou seus **esforços de comunicação** em dois produtos do portfólio - a Salsicha Hot Dog e a sua linha de Frangos Crocantes.

Na quinta (11), a marca de alimentos esteve, novamente, em uma ativação sobre os **frangos** lá na casa mais vigiada - em uma tarde recheada de atividades divertidas, incluindo um “crocantômetro”, para provar a tamanha crocância dos seus produtos.

Esse foi também o atributo trabalhado em seus **conteúdos nas redes sociais** que, inclusive, chamaram muito a atenção durante todo o BBB 24.

Como vemos nos gráficos e também no post abaixo, a anunciante trabalhou com **influencers em publicações interativas**, fazendo crescer o volume de menções ao seu nome na web.



Apesar do “Squad da Se” contar com outros nomes, como Arthur Picoli, Sarah Andrade e Gil do Vigor, foi mesmo a **campeã do BBB 23** que seguiu se destacando com os seus “DocShoes”.

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!**

Adicionando a camada do Social Listening à sua estratégia conversacional, você ainda pode **escutar melhor, para conversar melhor.**

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



Você achou que tinha acabado?

Ainda deu tempo para mais um cineminha especial com a **Oi Fibra**

300

comentários sobre a sessão

1,6 mil

citações ao nome da marca

Foram mais de 10 sessões do Cine BBB nessa temporada, e às vésperas da grande final, na última segunda-feira (15), os finalistas ainda puderam curtir **uma exibição diferente** no jardim da casa.

Davi, Isabelle e Matteus puderam assistir à imagens divertidas e emocionantes do jogo, enquanto o público telespectador foi contemplado com **ofertas atrativas** da marca patrocinadora.

Entre as mensagens que monitoramos, destacaram-se as **reações** dos brothers ao assistirem aos vídeos e também diversas **publis** da Oi com personalidades no X/Twitter.

Já vou deixar aqui marcado que uma das minhas metas é ir num cinema Open Air 🤔

o bom é que fica fácil assistir um filminho com a oi fibra ainda mais com 50% de DESCONTO nos primeiros 6 meses!

obrigadaaaa @oi_oficial ❤️

*válido até 20/04 #OiNoBBB #publi

Translate post



oi.com.br

Oi Fibra é a internet oficial do Big Brother Brasil 24 | Oi no BB
Oi Fibra é a internet oficial do BBB 24. Assine Oi Fibra com GloboPlay e tenha a melhor internet pra ficar por dentro d...

itens necessários pra um bom cinema em casa:

- pipoca
- refrigerante
- #OiFibra** pra n passar raiva com filme demorando pra carregar

ainda não tem Oi fibra??Aproveita q eles estão com 50% de desconto nos primeiros 6 meses

bit.ly/49BEisX

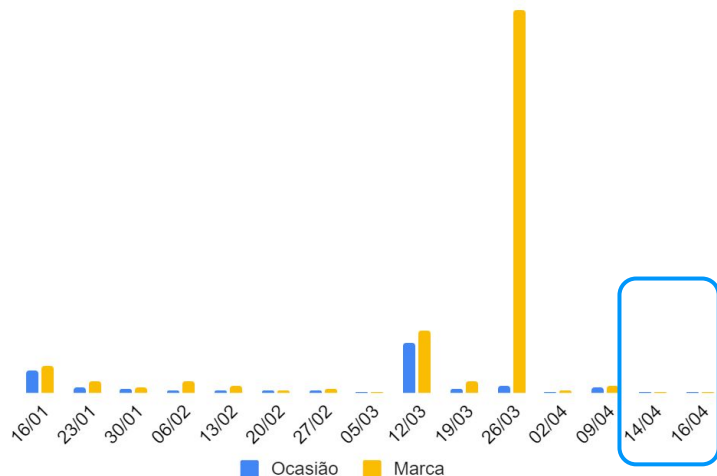
@oi_oficial #OiNoBBB *publi



O prêmio do BBB 24 chegou a quase **3 milhões de reais!**

Pelo segundo ano consecutivo, a **Stone** patrocinou a dinâmica que mexe, semanalmente, com a premiação final do programa. O Modo Stone foi repaginado e no início da temporada recebeu diversas críticas - com o público demonstrando gostar mais do modelo anterior, mas aos poucos percebemos que houve **adaptação por parte dos telespectadores**.

BUZZ SOBRE AS OCASIÕES E A PATROCINADORA



Então, os brothers botaram pra girar pela última vez no dia 14. E no dia 16, dia da grande final, também aconteceu uma ação da marca na casa, para reforçar e celebrar o prêmio definido.

Como vimos, de maneira geral, nessas ocasiões também houve **pouca repercussão na internet** - tanto sobre a dinâmica em si, como sobre a marca. Foram cerca de **100 mensagens** em cada recorte analisado nessa última semana.

Apesar disso, a vigésima quarta edição do Big Brother Brasil atingiu o **maior prêmio da história** do reality - foram 2,920 milhões de reais.

JUNTOS NA DIREÇÃO



O vencedor do BBB 24, Davi, ganhou também a brutalmente incrível TrailBlazer, da Chevrolet - além do prêmio em dinheiro

No programa exibido na última terça-feira (16), vimos ainda uma ação da marca na casa, apresentada por Mari Gonzalez, em que os finalistas - e também o público - puderam **conhecer os atributos do veículo**, como o painel de oito pategadas, o motor 2.8 turbo diesel e também o novo câmbio de oito marchas.

2,5 mil menções ao nome do **carro**

19,6 mil citações à **anunciante**

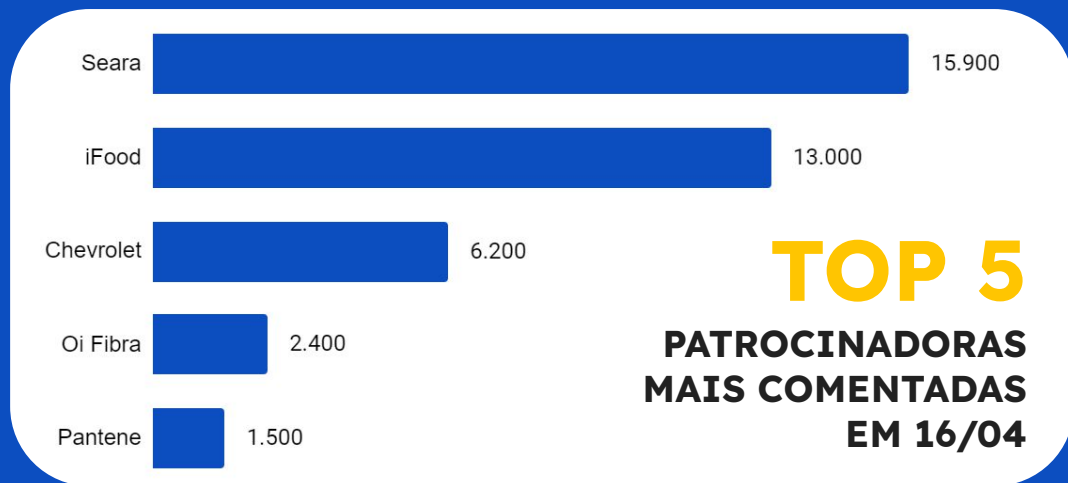
TOP TERMOS SOBRE A PATROCINADORA



Apesar de verificarmos um buzz sobre o automóvel mais **reduzido**, em comparação ao nome da marca, notamos que ambos os cenários foram **positivamente impactados** pelas ações da anunciante nas redes sociais - conforme evidenciam os termos do gráfico.

Nas próximas páginas iremos entender melhor esse cenário.

MARCAS QUE SE DESTACARAM NO DIA DA GRANDE FINAL



Como vimos anteriormente, **Chevrolet e Stone** foram as únicas anunciantes que, de fato, apareceram no programa do dia 16.

Mas não foram as mais comentadas na internet! Sendo que a segunda nem mesmo apareceu entre o top 5.

De maneira geral, muitas das patrocinadoras do programa investiram em **conteúdos, community management e parceria com influenciadores** na data, seguindo o que acompanhamos durante toda a temporada e fazendo alavancar o seu engajamento e o share of voice também nessa data importante.

SQUAD DA SE E O BOLÃO DA FINAL



Amanda Meirelles @draameirelles · Apr 16

Eu SABIA, #DocSeara! Vocês desbloquearam o Bolão da Final da @seara_brasil
Se você AMOU comente eu amo Seara + #SearaNoBBB24. Se bater 10k nos comentários eles liberam um recado especial na DM dos fandoms <3 *publi

Seara Brasil @seara_brasil · Apr 15

Bolão liberado

Do dia 1 ao dia 100 do #BBB24, do jantar com os amigos ao bolão da final. Com Seara tudo fica bom demais! Bora participar dos momentos finais do jogo com a Se?

...
[Show more](#)



A marca de alimentos manteve a primeira posição no ranking, praticamente, durante todo o dia, seguindo **a mesma estratégia que adotou - e deu muito certo - durante toda a temporada.**

Trabalhando com muito conteúdo, principalmente no X/Twitter, a Seara ativou os fandoms de ex-BBBs, como Amanda Meirelles, Gil do Vigor, Sarah Andrade e Arthur Picoli, para movimentar a web através, por exemplo, de um bolão pelo grande vencedor.

Para seguir nessa conversa, de forma mais próxima, e ainda garantir mais alcance, engajamento e conversões, a anunciante, como exemplificamos à direita, poderia utilizar o **Marketing Conversacional**, através dos anúncios **Click To WhatsApp** e as notificações ativas.

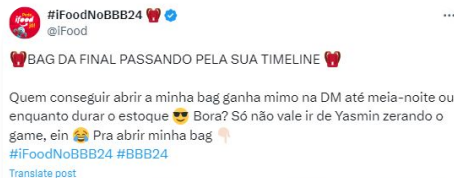
Parabéns, você participou do bolão da Seara e ganhou 20% de desconto.

Aproveite e garanta agora o seu banquete Seara para curtir a final do BBB!

Comprar

Fale com os nossos especialistas para saber mais!

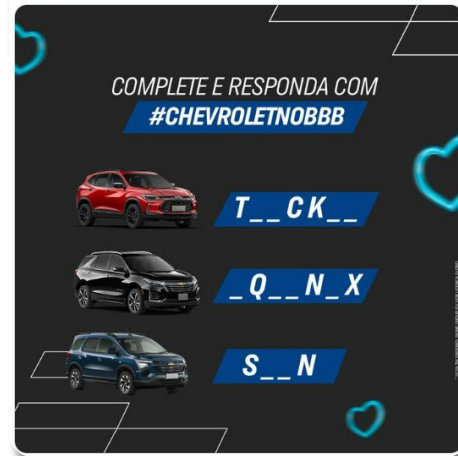
IFOOD E CHEV NÃO FICARAM PRA TRÁS




Completando o **pódio das anunciantes** na grande final, as marcas também apostaram em conteúdos **interativos**, de **oportunidade** e com a presença de **influenciadores** nas redes para engajar com os telespectadores e as torcidas.



O BBB - brasileiro, bom e barato -, iFood, se destacou ainda mais por trazer para a TV a **primeira propaganda com Beatriz Reis**, chamando muito a atenção por trabalhar com a atriz **em silêncio**.





Bom, essas análises sobre o BBB 24 foram 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.**