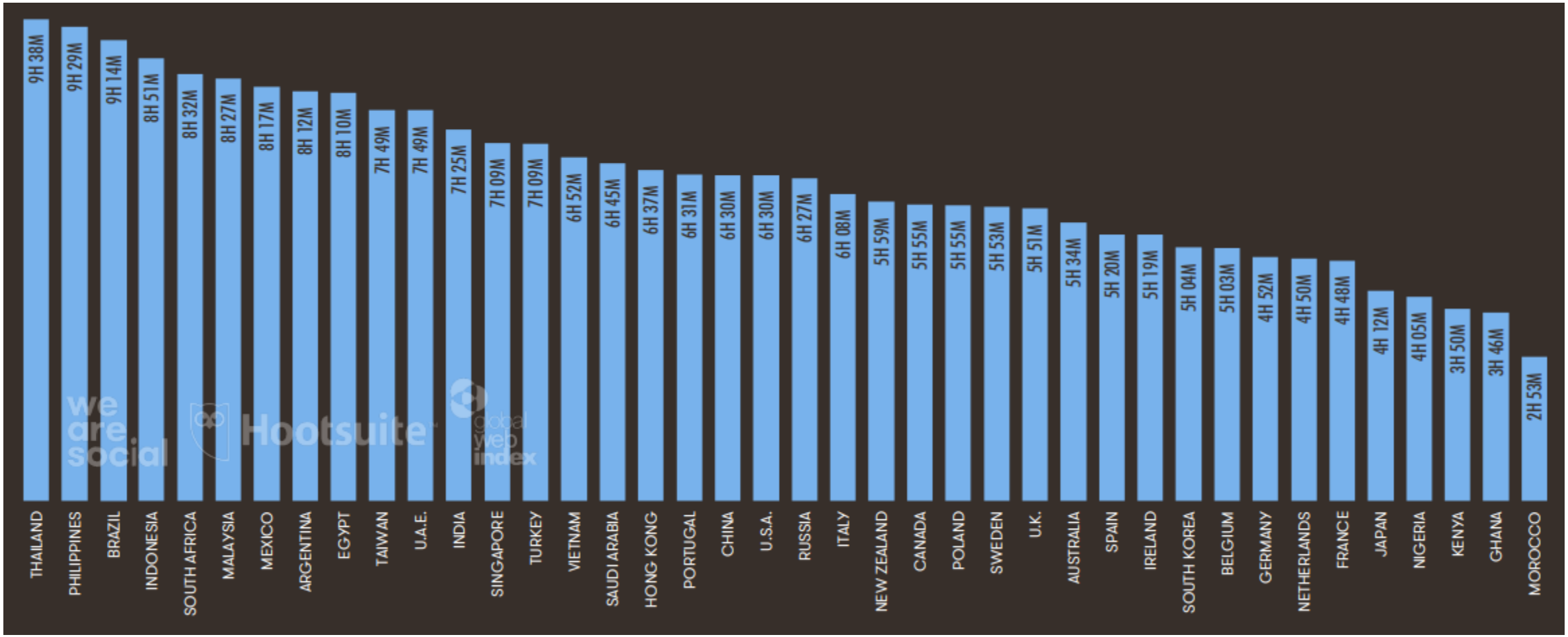


AS TENDÊNCIAS
DAS MÍDIAS SOCIAIS
PARA 2019

KANTAR IBOPE MEDIA

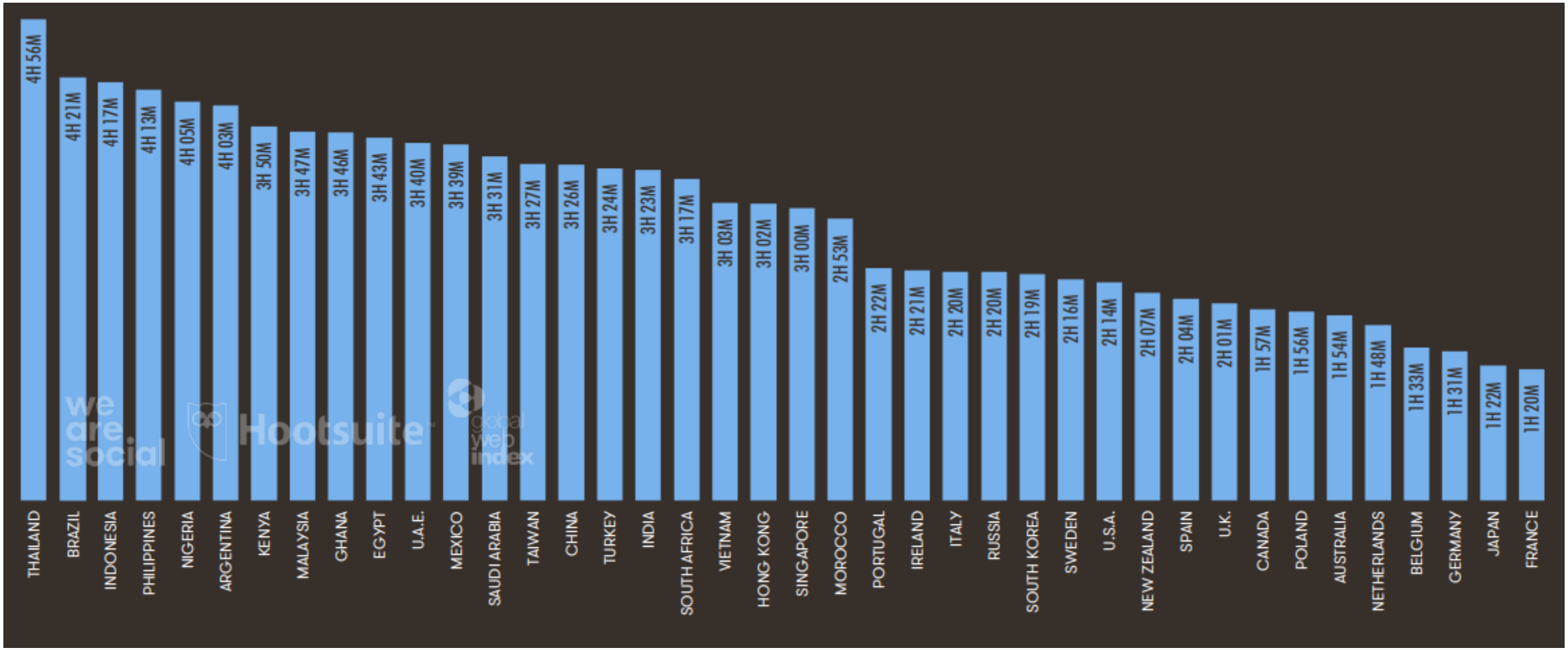

40% da população mundial usa mídias sociais
43,5% da população brasileira usa mídias sociais.
Os consumidores gastam em média
DUAS HORAS POR DIA
compartilhando, curtindo, tuitando e atualizando suas plataformas

Tempo gasto por dia na internet



Fonte: We Are Social – Global Digital Report 2018 - HootSuite

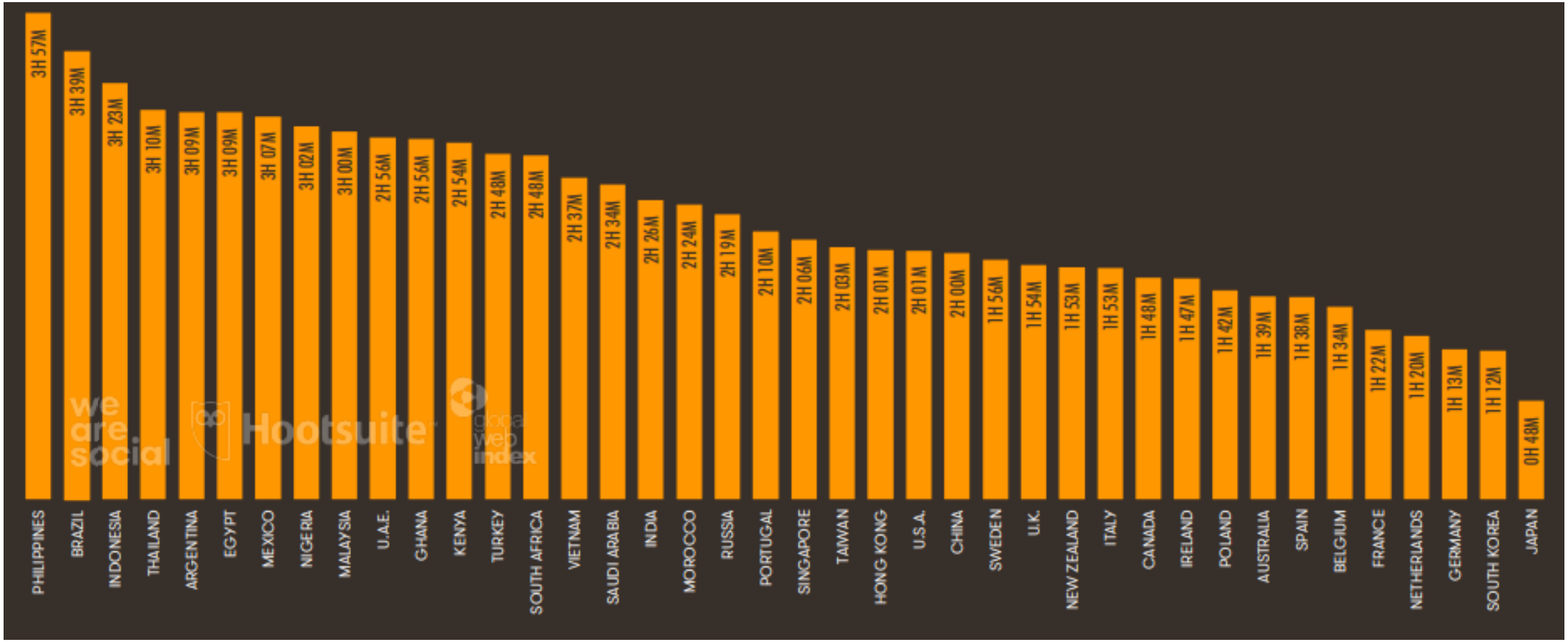
Tempo gasto por dia na internet mobile



KANTAR IBOPE MEDIA

Fonte: We Are Social – Global Digital Report 2018 - HootSuite

Tempo gasto em mídias sociais



KANTAR IBOPE MEDIA

Fonte: We Are Social – Global Digital Report 2018 - HootSuite

Maiores usuários ativos – Facebook e Instagram

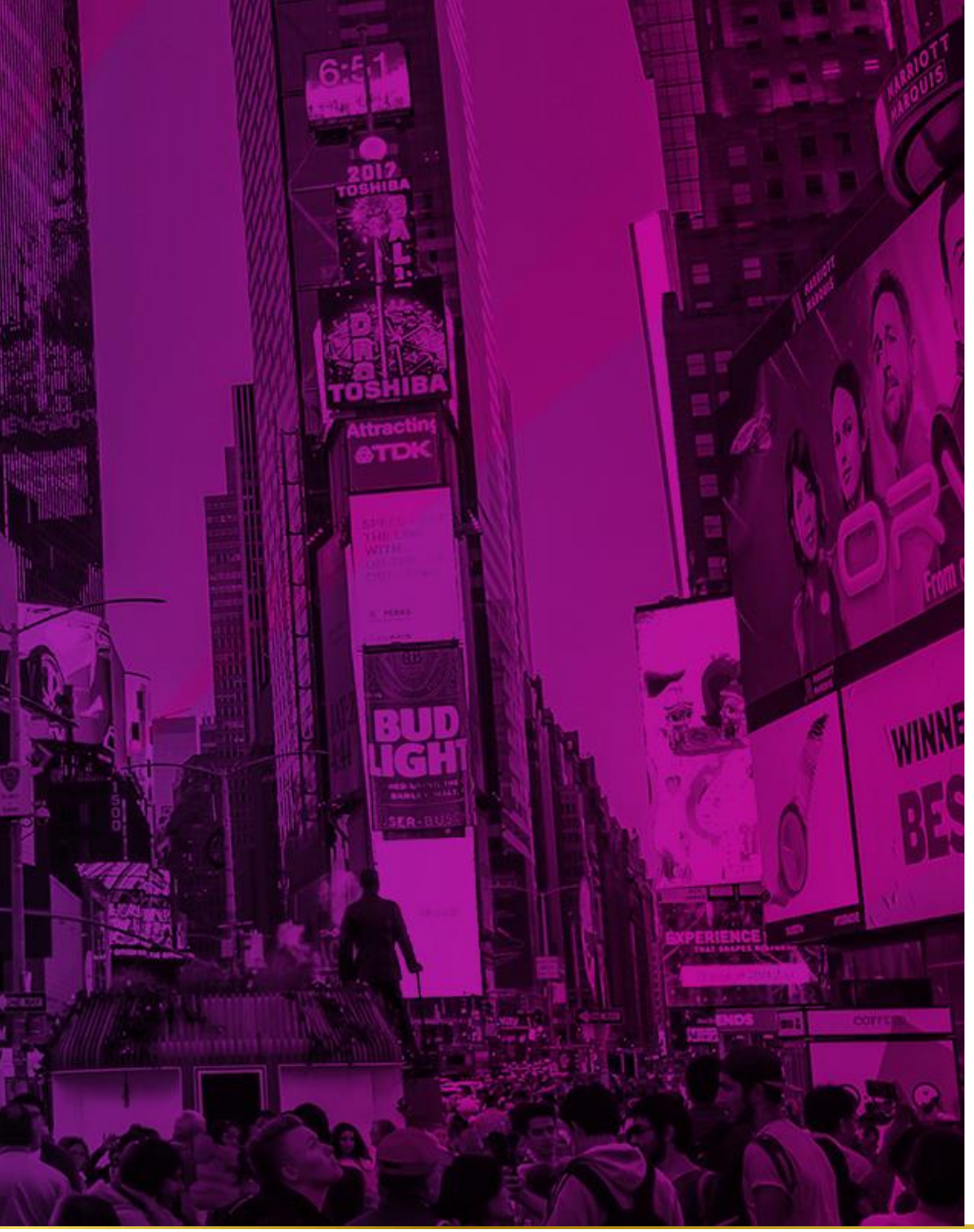
COUNTRIES WITH THE LARGEST NUMBER OF ACTIVE FACEBOOK USERS

#	TOP COUNTRIES	USERS	% TOTAL*
01	INDIA	250,000,000	12%
02	UNITED STATES	230,000,000	11%
03	BRAZIL	130,000,000	6%
04	INDONESIA	130,000,000	6%
05	MEXICO	83,000,000	4%
06	PHILIPPINES	67,000,000	3%
07	VIETNAM	55,000,000	3%
08	THAILAND	51,000,000	2%
09	TURKEY	51,000,000	2%
10	UNITED KINGDOM	44,000,000	2%

COUNTRIES WITH THE LARGEST NUMBER OF ACTIVE INSTAGRAM USERS

#	COUNTRY	USERS	PENETRATION
01	UNITED STATES	110,000,000	34%
02	BRAZIL	57,000,000	27%
03	INDONESIA	53,000,000	20%
04	INDIA	52,000,000	4%
05	TURKEY	33,000,000	41%
06	RUSSIA	29,000,000	20%
07	IRAN	24,000,000	29%
08	JAPAN	22,000,000	17%
09	UNITED KINGDOM	21,000,000	32%
10	MEXICO	20,000,000	15%

Fonte: We Are Social – Global Digital Report 2018 - HootSuite



...O QUE ESPERAR DE 2019?

A compreensão do cenário social em constante mudança é desafiadora e, cada vez mais, estamos vendo uma abordagem de inteligência conectada na qual os dados em todos os formulários de mídia estão sendo diretamente integrados aos dados primários dos anunciantes.

AS OPORTUNIDADES SÃO INFINITAS!


oculus
Baidu 百度

10 TENDÊNCIAS PARA MÍDIAS SOCIAIS EM 2019

1. **Manter ou mudar?**
   O modelo de publicidade se reinventa
2. **Além da algoritmização de plataformas**
   Um mundo de duas velocidades está surgindo
3. **Plataformas dedicadas...**
   Na era do "social por design"
4. **Mudando o Social Commerce**
   Abordagens multifacetadas tomando forma
5. **Parcerias estratégicas prosperam...**
   A diversificação acelera
6. **O desgaste do influenciador de marca (*Branded Influencer Fatigue*, BIF) se instala**
   Como quebrar o impasse?
7. **De volta ao básico!**
   O engajamento é a nova tendência
8. **Hibridização de formatos**
   A grande mistura de narrativas criativas
9. **O eixo estratégico do entretenimento**
   O show precisa continuar!
10. **Os círculos chineses de experiência de marca**
    A mídia social interconecta estratégias globais de marketing



1

MANTER OU MUDAR?

Reinvenção do modelo de publicidade



“As redes sociais foram além de sua estrutura original e se tornam poderosos conglomerados de tecnologia, que não podem mais ser ignorados”

Tecnologia além das redes sociais
AUDIÊNCIA



Portal

TweetDeck

Tweet Deck



Athena

AINDA EXISTEM MUITOS OUTROS CAMINHOS PARA EXPLORAR…



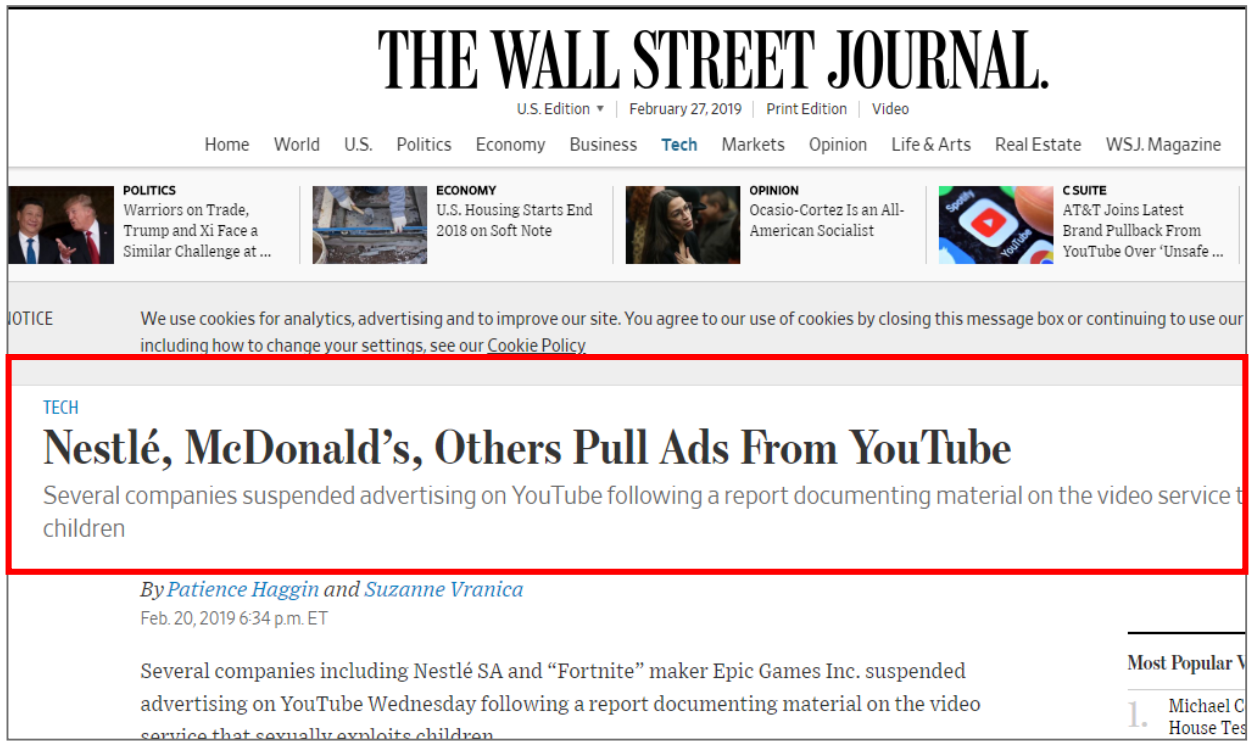
ALÉM DA “ALGORITMIZAÇÃO” DE PLATAFORMAS

Um mundo de duas velocidades está surgindo

2



“O consumo de conteúdo é muito multifatorial e complexo para um algoritmo, com tanto requinte e nuance quanto a inteligência humana?”



THE WALL STREET JOURNAL.

U.S. Edition ▾ | February 27, 2019 | Print Edition | Video

Home World U.S. Politics Economy Business Tech Markets Opinion Life & Arts Real Estate WSJ. Magazine

POLITICS
Warriors on Trade, Trump and Xi Face a Similar Challenge at ...

ECONOMY
U.S. Housing Starts End 2018 on Soft Note

OPINION
Ocasio-Cortez Is an All-American Socialist

C SUITE
AT&T Joins Latest Brand Pullback From YouTube Over 'Unsafe ...

NOTICE We use cookies for analytics, advertising and to improve our site. You agree to our use of cookies by closing this message box or continuing to use our including how to change your settings, see our Cookie Policy

TECH

Nestlé, McDonald's, Others Pull Ads From YouTube

Several companies suspended advertising on YouTube following a report documenting material on the video service t children

By Patience Haggin and Suzanne Vranica

Feb. 20, 2019 6:34 p.m. ET

Several companies including Nestlé SA and "Fortnite" maker Epic Games Inc. suspended advertising on YouTube Wednesday following a report documenting material on the video service that sexually exploits children

Most Popular V

1. Michael C House Tes

O vídeo, que recebera 1,7 milhão de visitas até a tarde da quarta-feira, também afirmava que o algoritmo de recomendação do YouTube conduzia usuários que assistissem aos vídeos a conteúdos semelhantes.

FOLHA DE S.PAULO

Por mais avançados que os algoritmos estão ainda há um longo caminho para se aproximar do discernimento humano


CORREIO DO PODER
Informação segura em tempo real
Clique e participe.
'BNDES é a maior teta do Brasil. R$1,2 trilhão para os apadrinhados do poder! O povo exige e quer saber: quem roubou nosso dinheiro?', pergunta Levy Fidelix
GAY RIGHTS HAVE MADE US DUMBER, IT'S TIME TO GET BACK IN THE CLOSET
15867
EMAIL
SHARE
44
TWEET
2016 BMW 5-SERIES
0% APR UP TO 72 MONTHS
$500
HOPE
Dia dos Namorados
ganhe um kit
ÓLEO + VELA*
de massagem



PLATAFORMAS DEDICADAS...

Na era do “social por design”

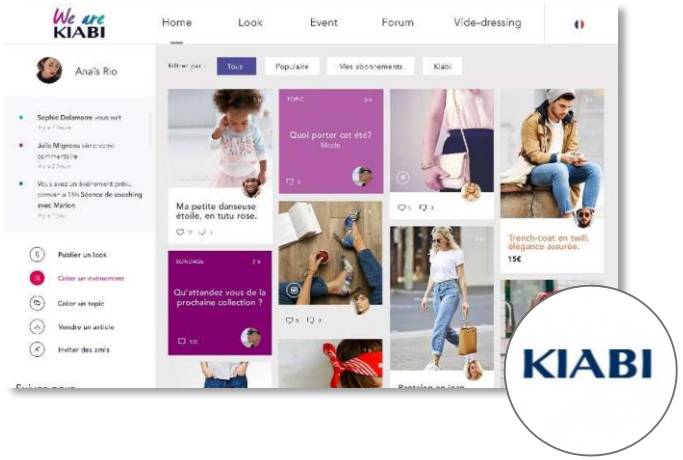
3



“É uma questão de reinvestir em autonomia paralela e fortalecer vínculos com um público”







“Social” **não** é mais a **preservação** das grandes redes e **sim** o negócio de todos e um **elemento-chave** no sucesso de uma empresa

As marcas precisam reinvestir em **mídia própria** e limitar a dependência das principais plataformas de mídia social. O objetivo não é substituí-las, é claro. É uma questão de reinvestir em **autonomia paralela** e fortalecer vínculos com um público privilegiado.

ROSEBEAUTY by LANCÔME PARIS

首页 | 精彩频道 | 产品试用 | 试用报告 | 唯你俱乐部 | 小黑瓶指触为真

更多： 网上商城 官方微信 官方微博 优酷空间

美容 护肤心得 热力活动
资讯 彩妆秘笈 玫瑰新闻

乐活 晒物 旅游 情感 星座 街拍
风尚 电影 灌水 美食 瘦身

互动 杂志 投票
达人 达人 徽章兑礼

账号： 邮箱/手机号 立即注册
密码： 登录
微博登录



请输入产品名字或关键词，多个关键词以空格区分 搜索

精彩活动 | 社区热帖 | 社区新帖

[热力活动] 护肤秀长春欧亚现场，达人点爆全程！
今天下午14:00，在长春欧亚，兰蔻资深彩妆师吕天一...

[热力活动] 说出你的肌肤需求，赢兰蔻明星「小...
首先欢迎各位加入兰蔻玫瑰社区， 第一次来还不知道...

[热力活动] 谁是色彩高手你来定，投票还能赢明...
1.【suey素】春日花花俏彩妆： http://www.rosebea...

[护肤心得] 你懂美白吗？
你有哪些美白困扰？色斑？暗沉？泛黄？ 这些讨厌的...

[玫瑰新闻] 《Rosebeauty兰蔻玫瑰社区网站指...
兰蔻玫瑰社区ROSEBEAUTY是兰蔻官方的美妆互动平...

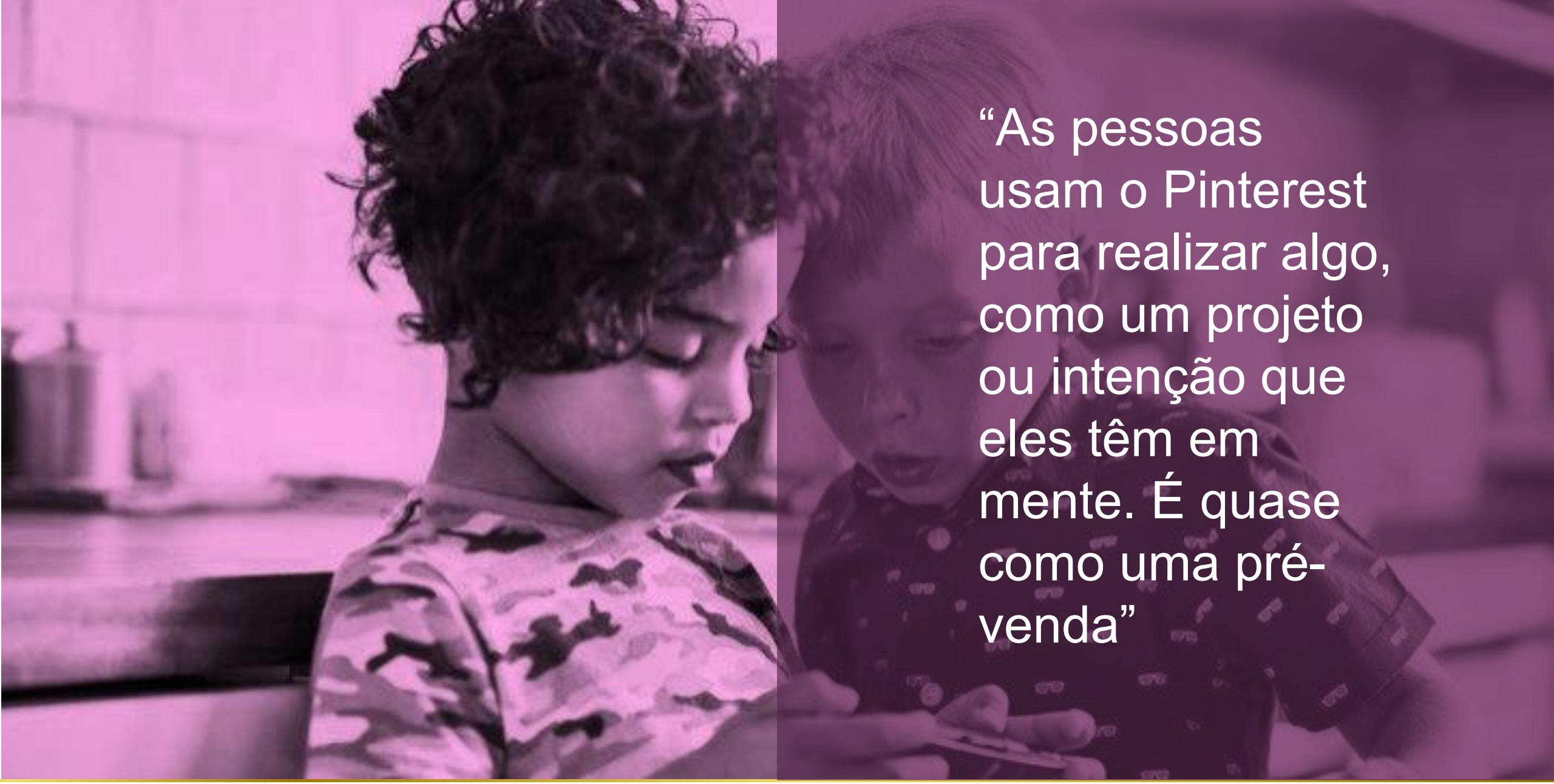
访问更多



MUDANDO O COMÉRCIO SOCIAL

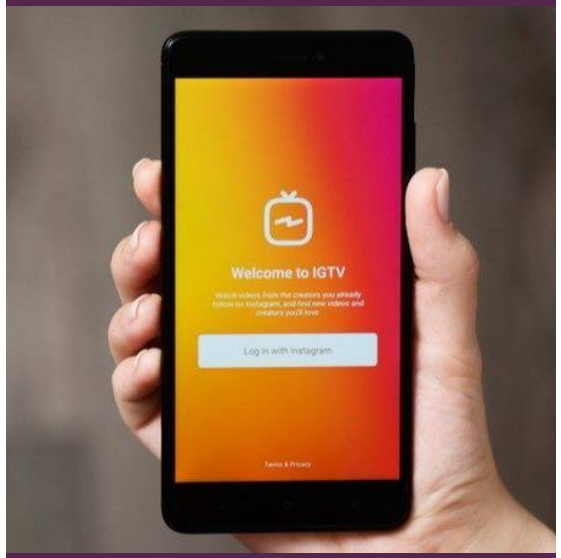
Abordagens multifacetadas tomando forma

4

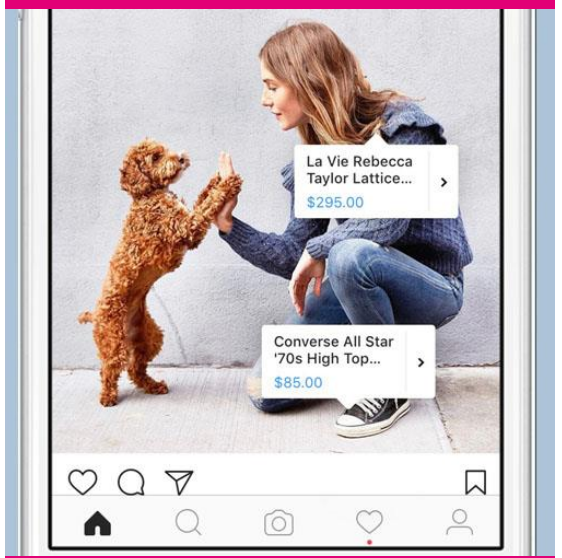


“As pessoas usam o Pinterest para realizar algo, como um projeto ou intenção que eles têm em mente. É quase como uma pré-venda”

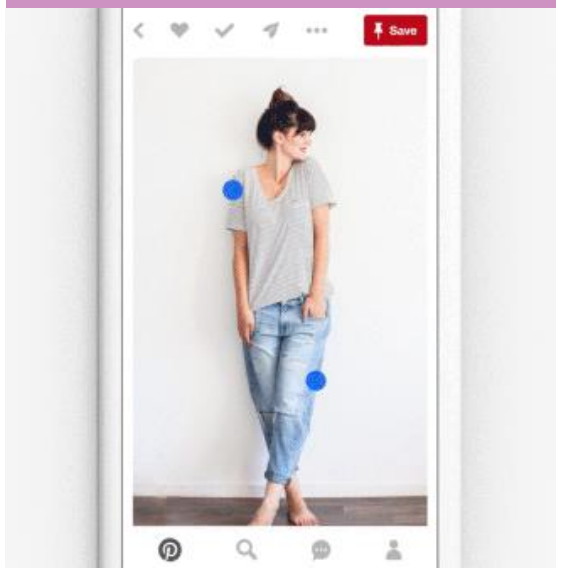
é altamente provável que nos próximos anos as marcas não possam mais ignorar as novas experiências do comprador nas mídias sociais .



IGTV



INSTAGRAM



PINSTREST



PINDUODUO

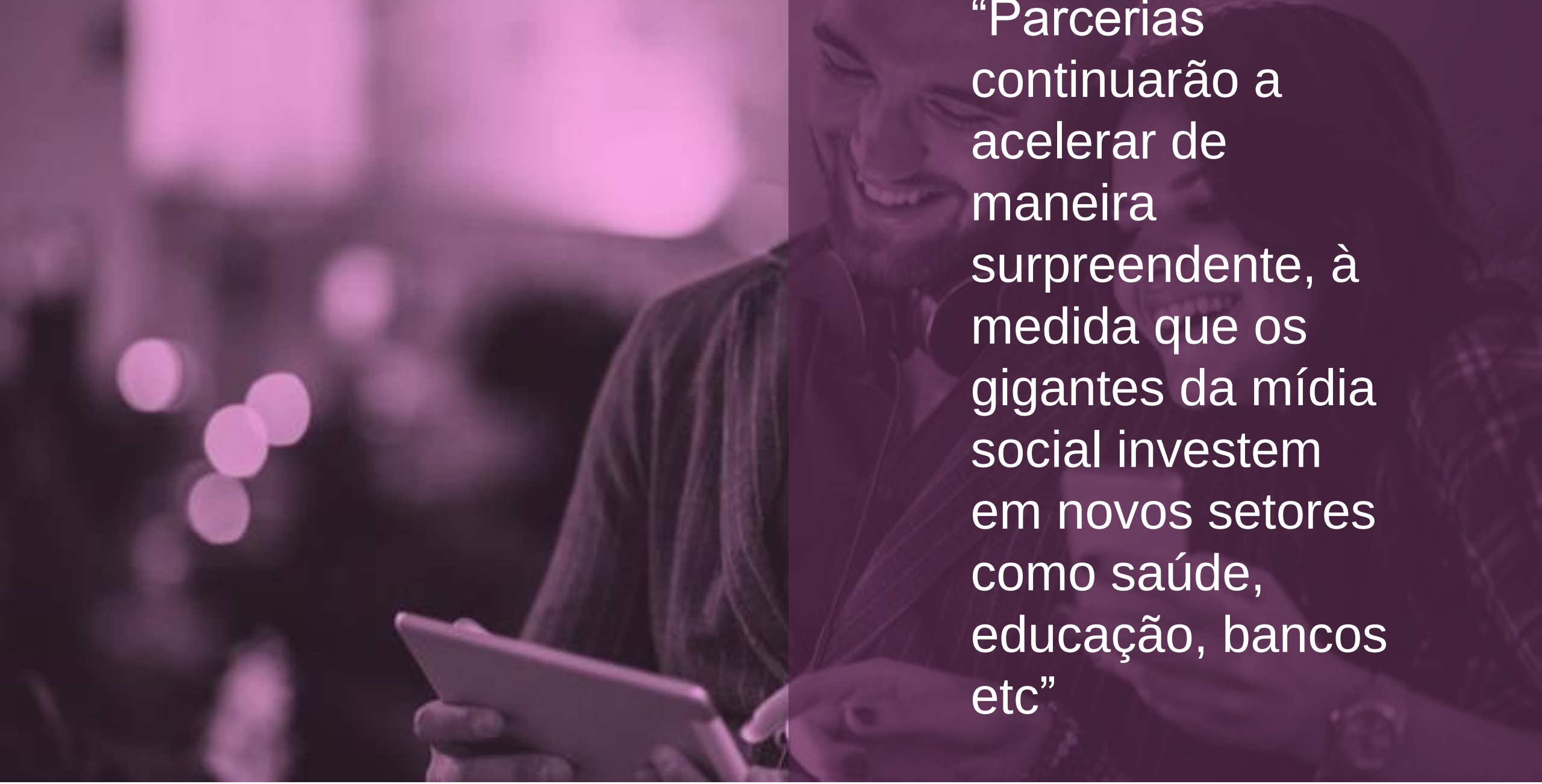




5

PARCERIAS ESTRATÉGICAS PROSPERAM...

A diversificação acelera

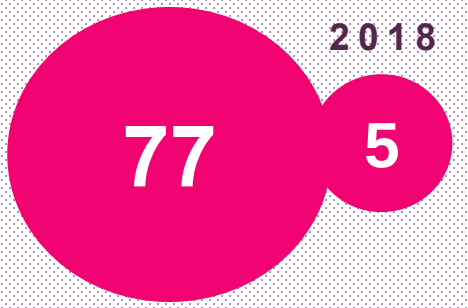


“Parcerias continuarão a acelerar de maneira surpreendente, à medida que os gigantes da mídia social investem em novos setores como saúde, educação, bancos etc”

AQUISIÇÕES

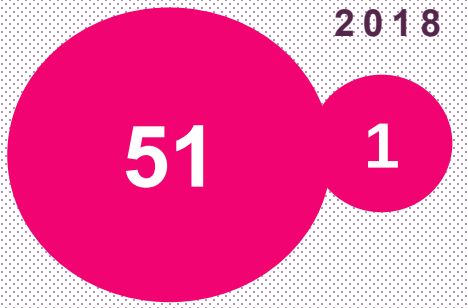
"o Facebook fez 77 aquisições desde a sua criação, o Twitter fez 51. **No entanto, o ritmo diminuiu consideravelmente nos últimos anos**"

facebook



- Bloomsbury
- Vidpresso
- Redkis
- Slack
- Confirm.io

twitter



- Smyte

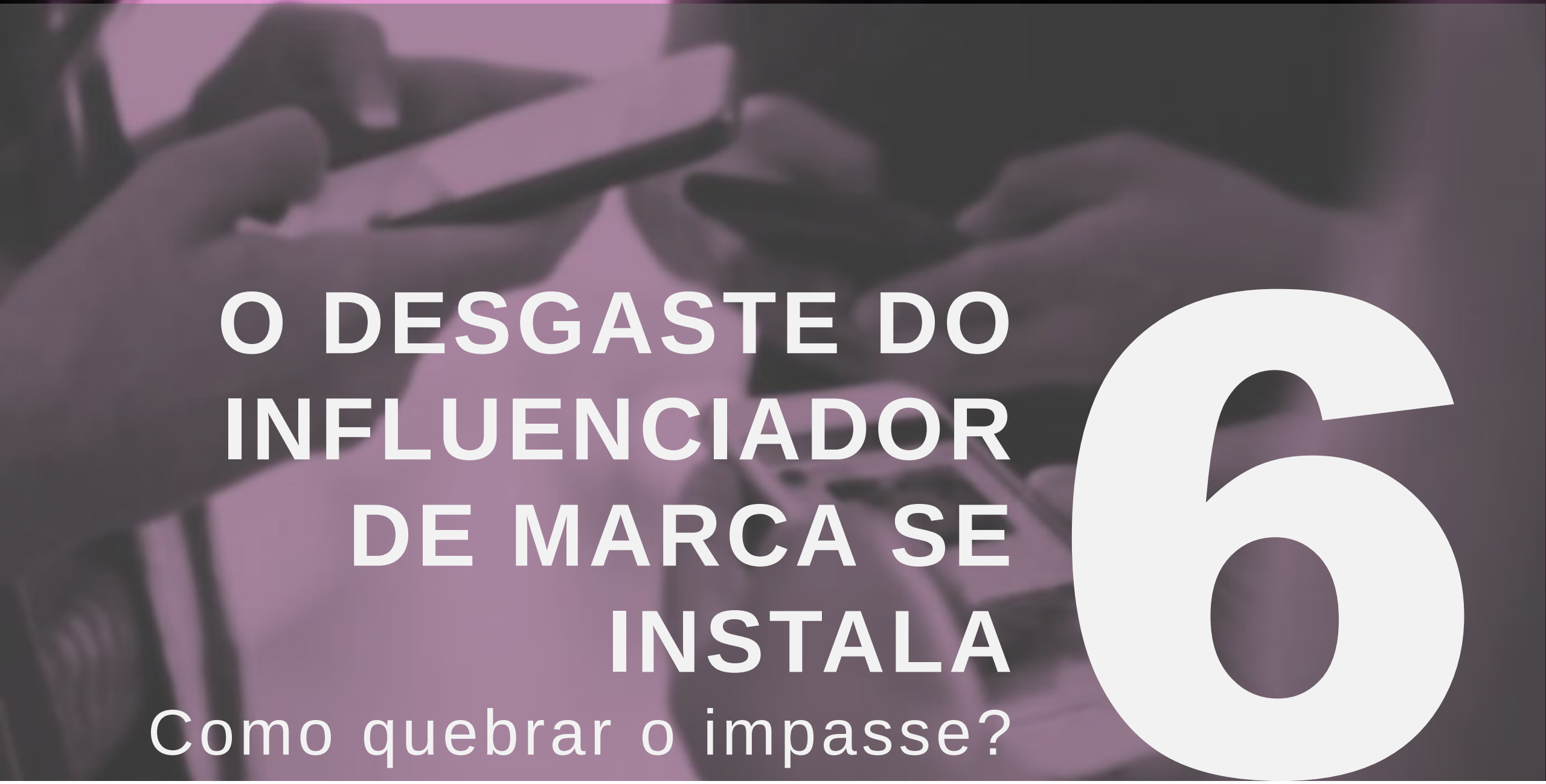
“**a união faz a força**”

“as parcerias estratégicas **estão em alta**”

- **Data Transfer Project**
- **Shazam das compras**
- **Reserva de restaurantes**
- **Projeto Rockit**

PARCERIAS

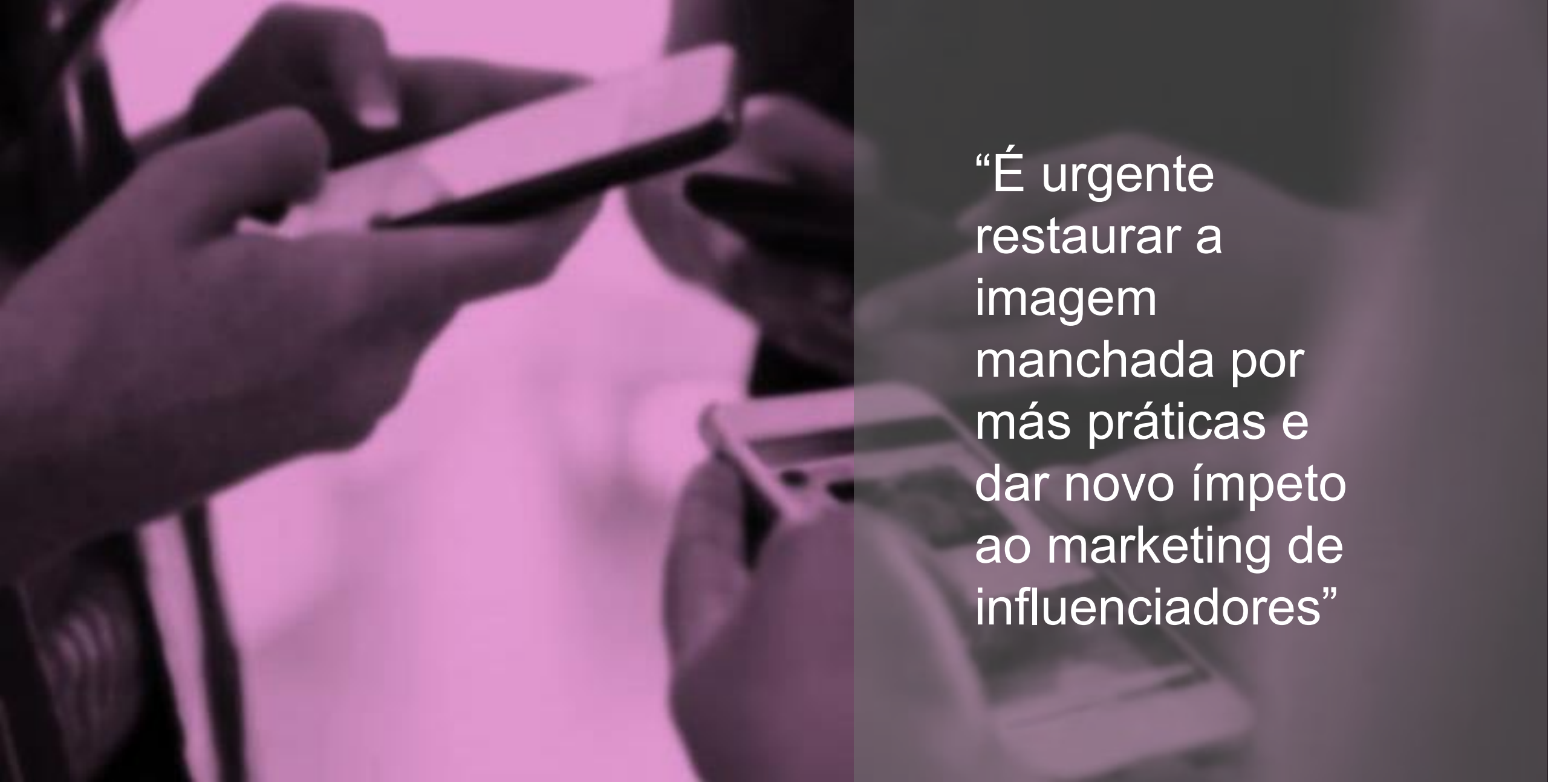

9:41 AM
Search



O DESGASTE DO INFLUENCIADOR DE MARCA SE INSTALA

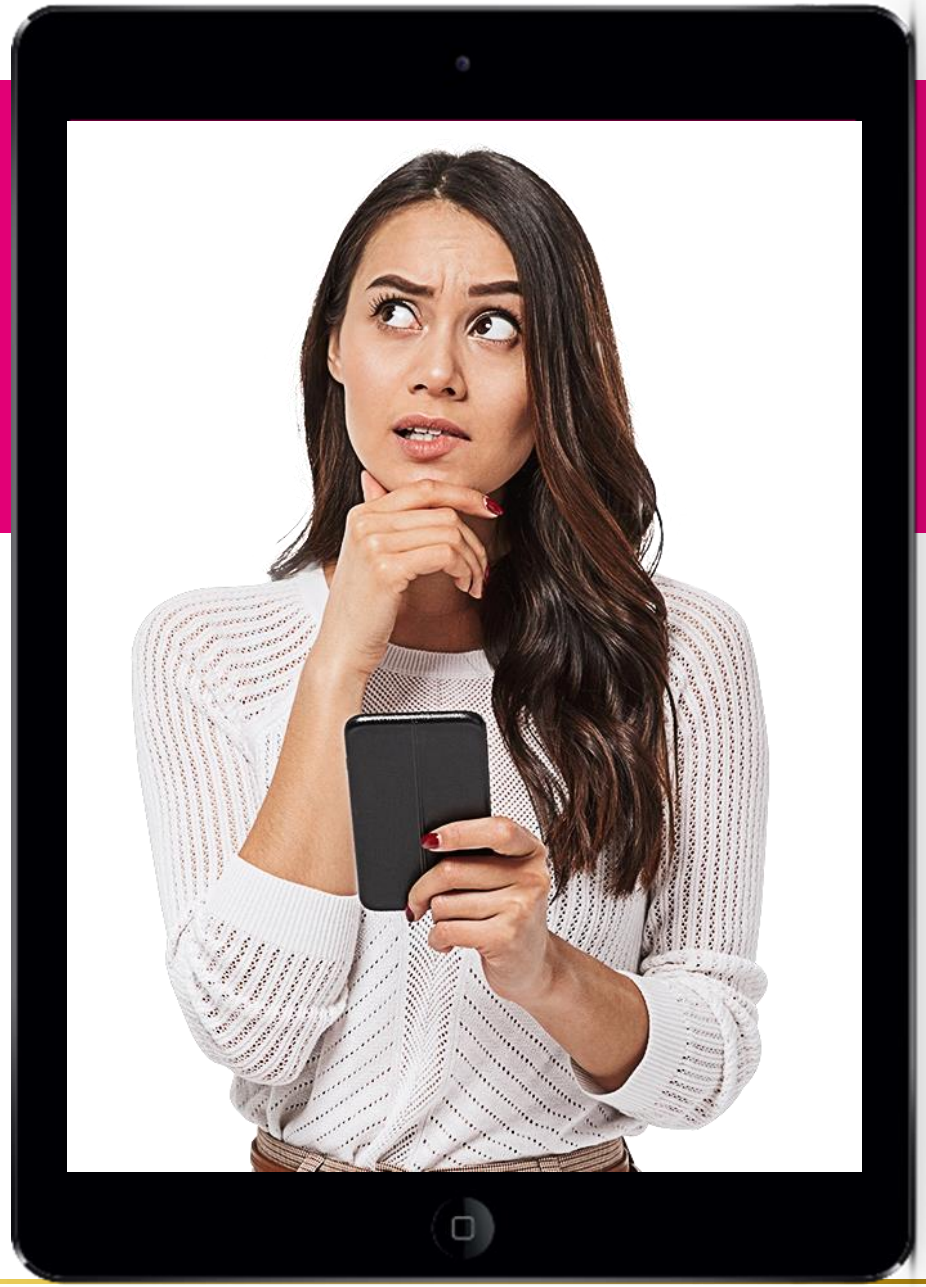
Como quebrar o impasse?

6



“É urgente restaurar a imagem manchada por más práticas e dar novo ímpeto ao marketing de influenciadores”

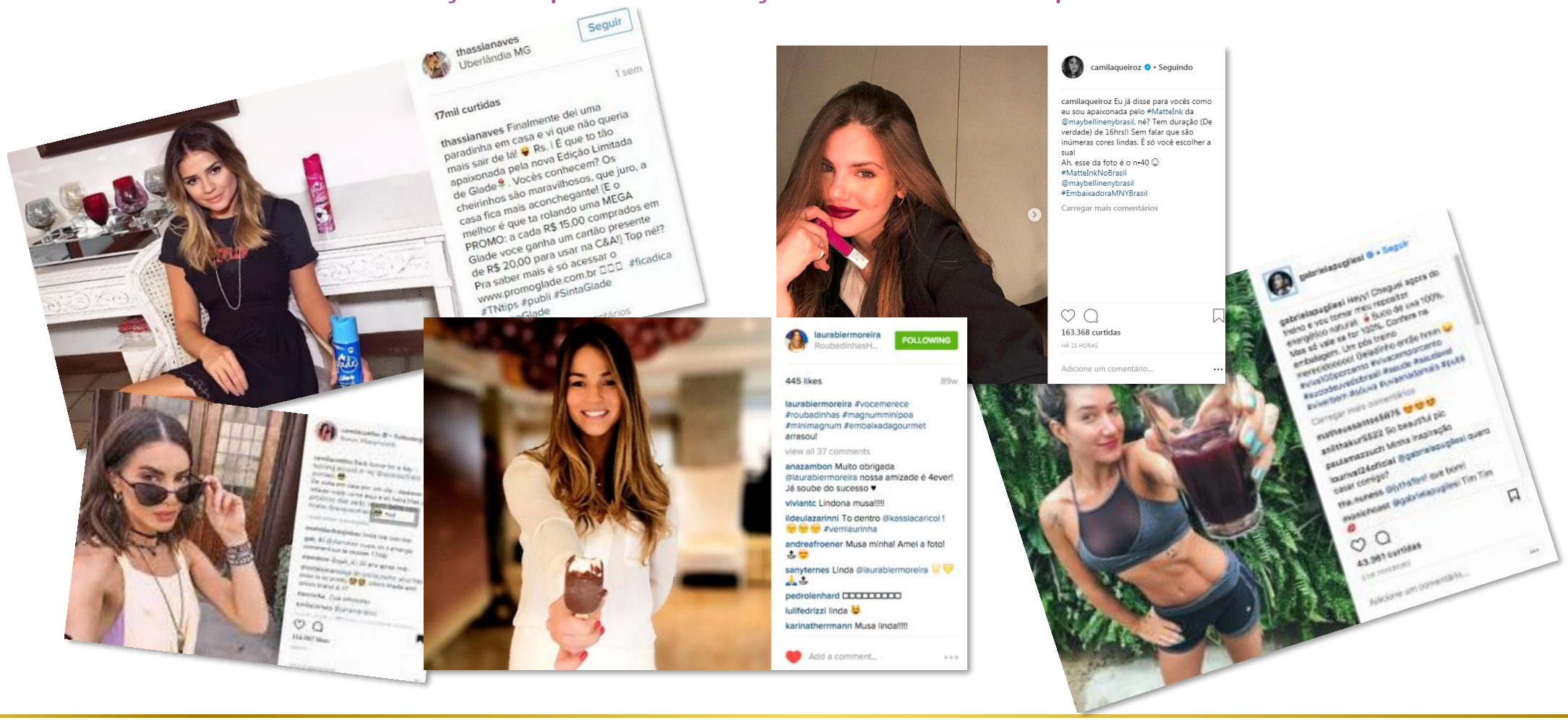
A INFLUÊNCIA FOI TRATADA COMO QUALQUER OUTRO CANAL DE MARKETING



Há muitas práticas ruins entre os influenciadores, **causando uma grande queda de confiança**. Entre elas: seguidores falsos, falta de transparência, falta de criatividade… E até mesmo o surgimento de influenciadores CGI [Computer Generated Imaging (Imagem gerada por computadores)

O MARKETING DE INFLUENCIADORES AINDA TEM UM FUTURO BRILHANTE PELA FRENTE.

A conscientização que começou em 2018 precisa continuar em 2019.







7

DE VOLTA AO BÁSICO!

O engajamento é a nova tendência



“A força de um proprietário de mídia está em sua capacidade de conhecer seu público e desenvolver um relacionamento único com eles”

O engajamento da comunidade é uma parte crucial da estratégia de marketing on-line de uma marca.
Por isso, elas precisam levar mais criatividade para suas plataformas sociais para criar engajamento com seus usuários, que acabam se tornando multiplicadores.





HIBRIDIZAÇÃO DE FORMATOS

A grande mistura de narrativas criativas

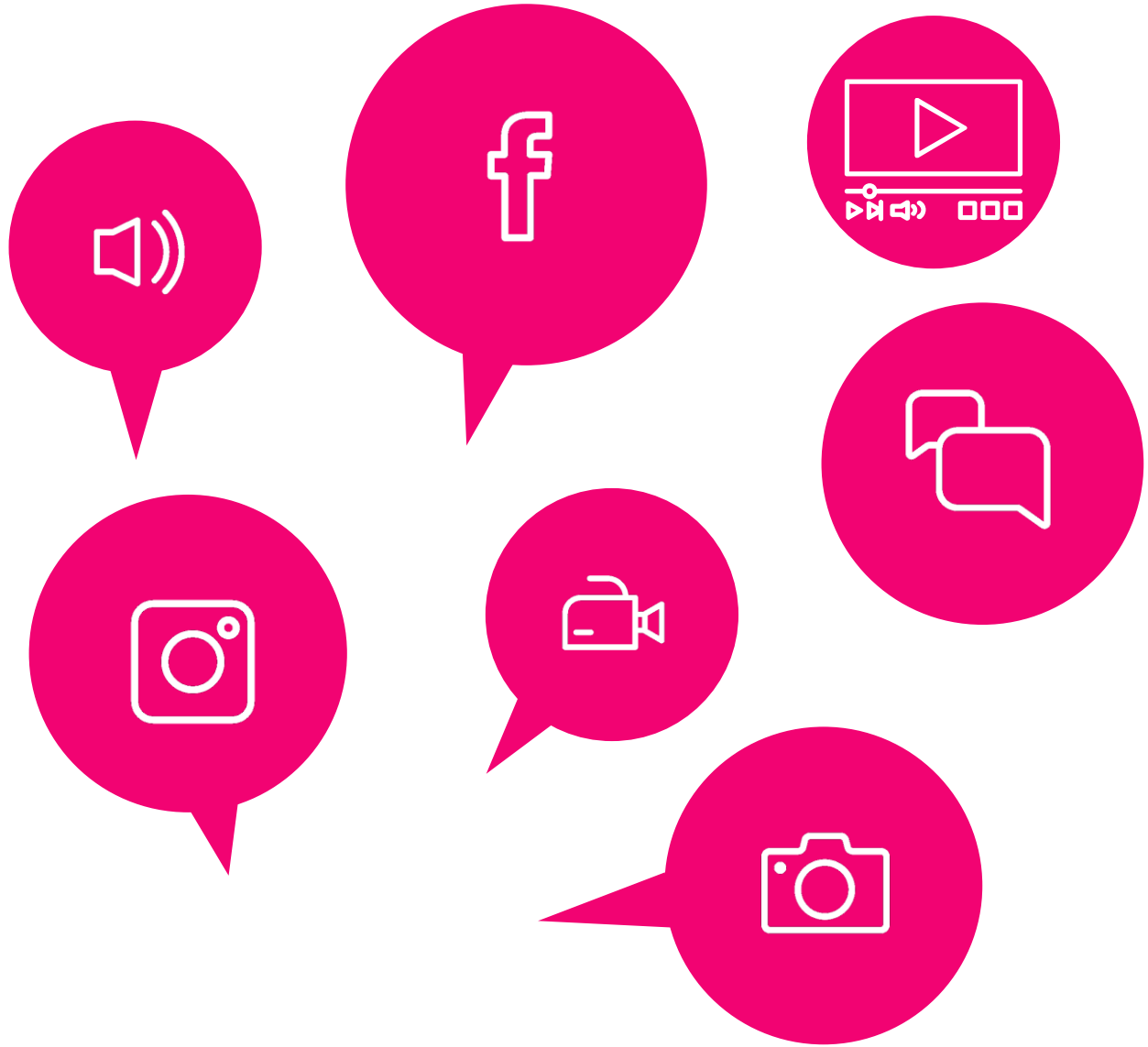
8

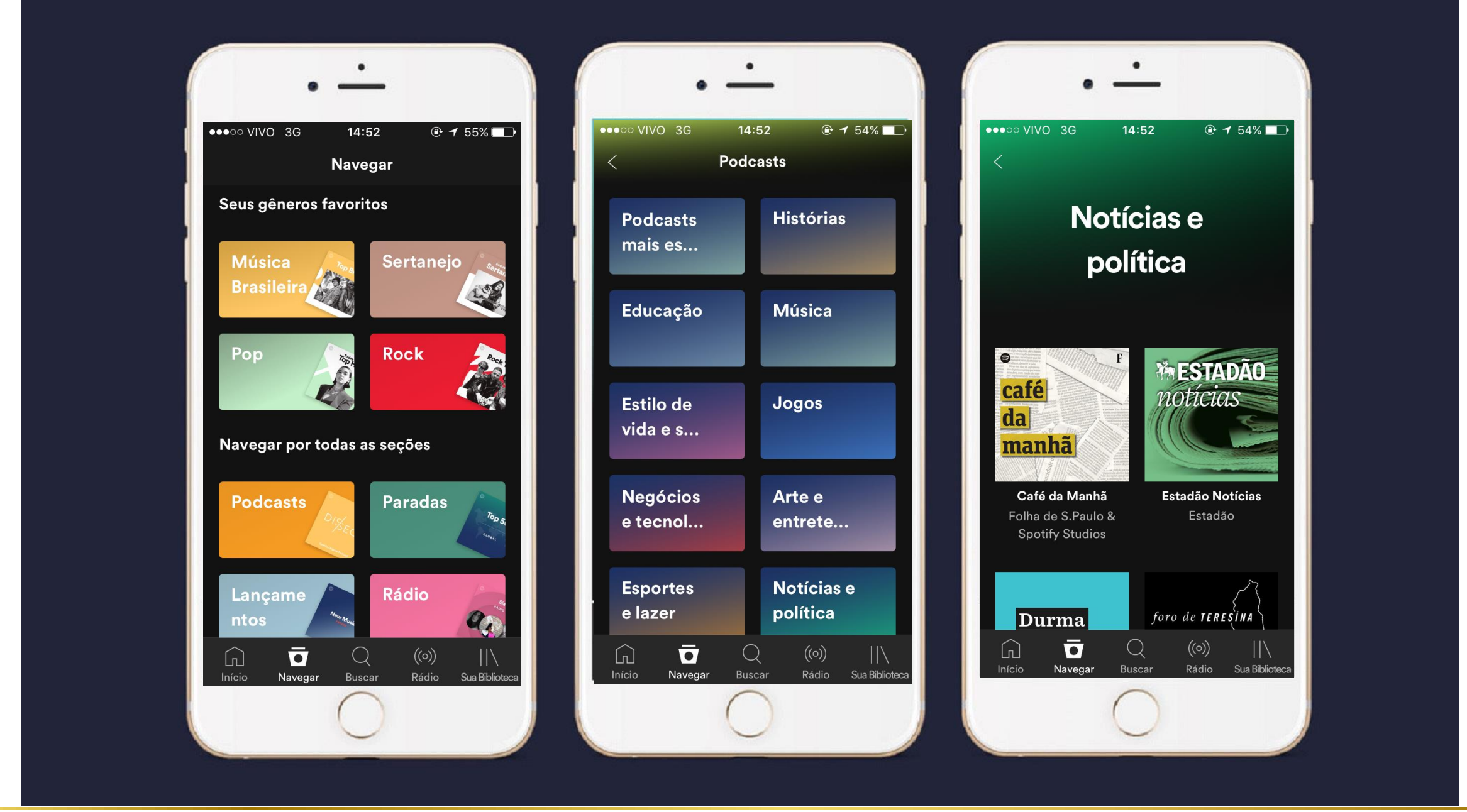


“Podcasts de música, novas opções de música em vídeos, efeitos sonoros de todos os tipos... A experiência de áudio completa o arsenal do Stories para uma verdadeira imersão dos sentidos”

O CONTEÚDO EVOLUI!

A partir de um formato estático e textual, tornou-se mais visual e interativo antes de se tornar mais e mais imersivo. A hibridização é agora a norma para tentar se destacar no burburinho digital, que é submetido a vários algoritmos




VIVO 3G 14:52 55%
Navegar
Seus gêneros favoritos
Música Brasileira
Sertanejo
Pop
Rock
Navegar por todas as seções
Podcasts
Paradas
Lançamentos
Rádio
Início
Navegar
Buscar
Rádio
Sua Biblioteca
VIVO 3G 14:52 54%
Podcasts
Podcasts mais es...
Histórias
Educação
Música
Estilo de vida e s...
Jogos
Negócios e tecnol...
Arte e entrete...
Esportes e lazer
Notícias e política
Início
Navegar
Buscar
Rádio
Sua Biblioteca
VIVO 3G 14:52 54%
Notícias e política
café da manhã
Café da Manhã
Folha de S.Paulo & Spotify Studios
ESTADÃO notícias
Estadão Notícias
Estadão
Durma
foro de TERESINA
Início
Navegar
Buscar
Rádio
Sua Biblioteca



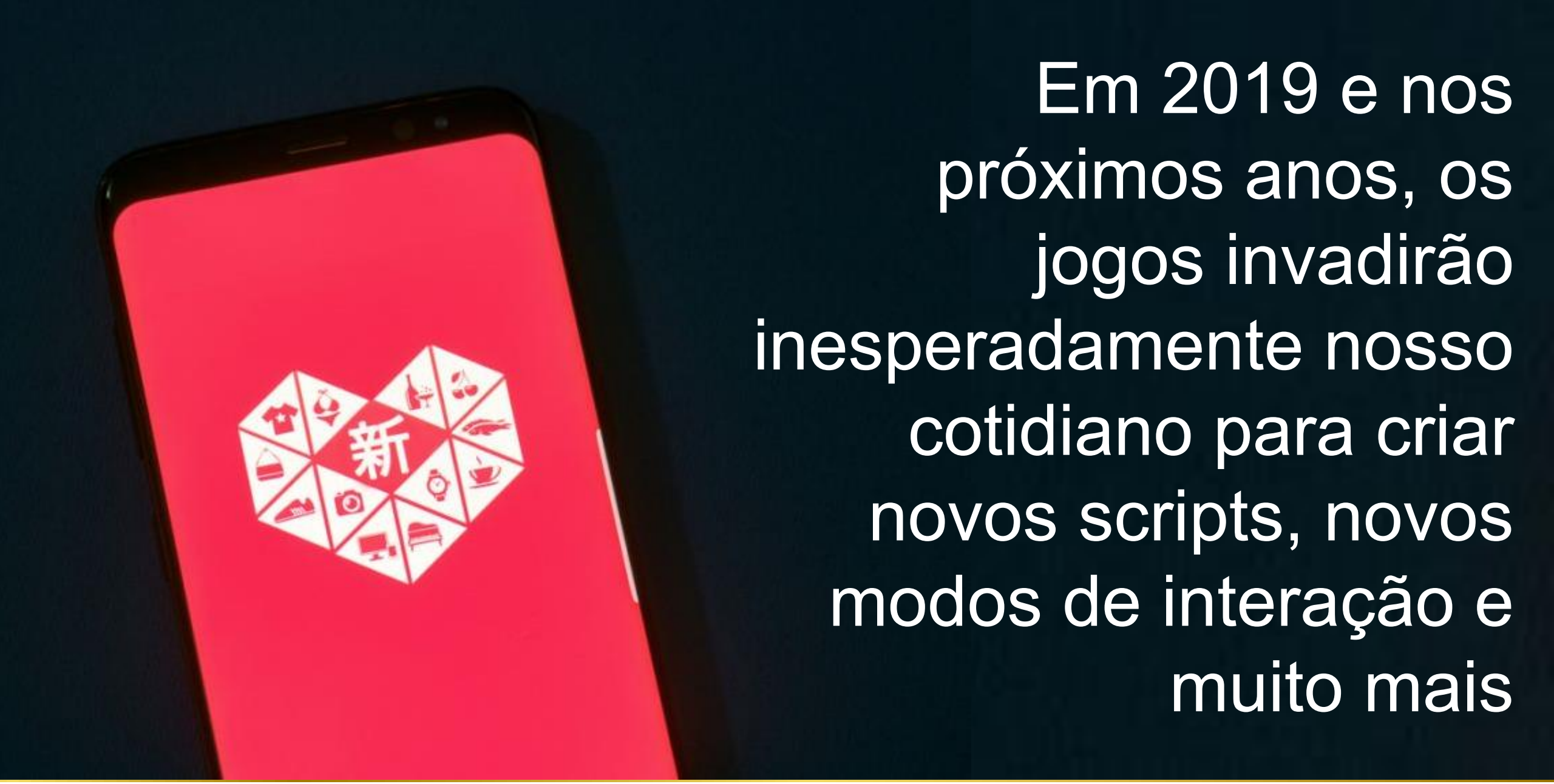
O EIXO ESTRATÉGICO DO ENTRETENIMENTO

O show precisa continuar!

9



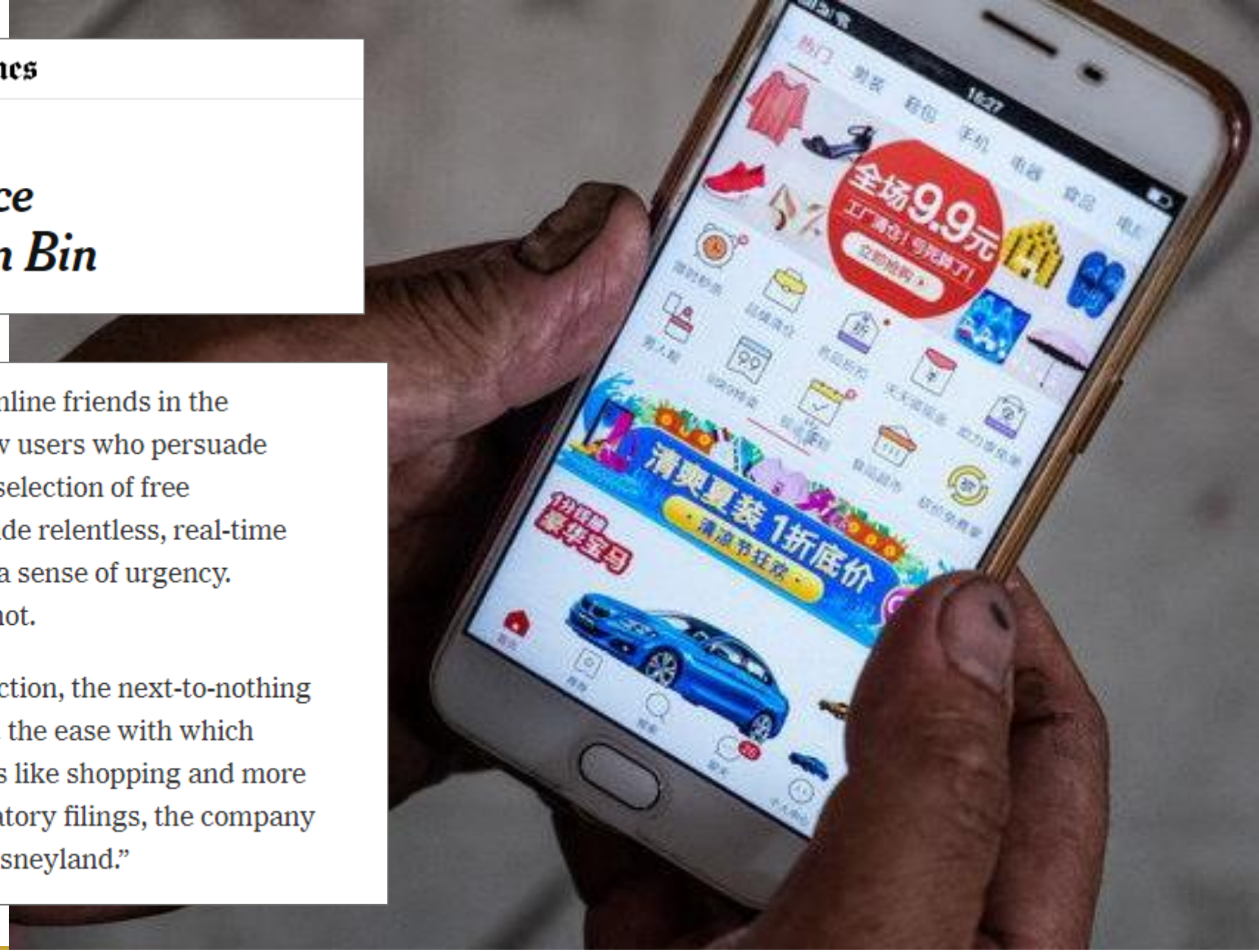
“Os jogos invadirão inesperadamente nosso cotidiano para criar novos scripts, novos modos de interação”



Em 2019 e nos próximos anos, os jogos invadirão inesperadamente nosso cotidiano para criar novos scripts, novos modos de interação e muito mais

The New York Times

The Latest Hot E-Commerce Idea in China: The Bargain Bin



Pinduoduo wants shoppers to involve their online friends in the process. Group orders receive discounts. New users who persuade others to sign up are rewarded with one of a selection of free purchases. Tiny pop-ups within the app provide relentless, real-time updates on what others are buying, creating a sense of urgency. Everyone is getting great deals and you are not.

Between the deliriously strange product selection, the next-to-nothing prices, the barrage of coupons and deals, and the ease with which purchases are made, the experience feels less like shopping and more like playing a shopping video game. In regulatory filings, the company calls the app "a combination of Costco and Disneyland."



EXPERIÊNCIA DE MARCA FEITO NA CHINA

10

A mídia social interconecta estratégias globais de marketing



“A abordagem chinesa dá ao marketing social o papel principal de conectar as várias experiências”

O objetivo é criar interações exclusivas em diferentes dimensões em torno da experiência da marca.





Isso significa atrair consumidores-alvo para entrar e desfrutar de uma experiência sensorial abrangente, orientando-os a compartilhar e expandir gradualmente o círculo para atingir públicos mais amplos

Obrigado!

Paulo Arruda

Digital Sales Director

Paulo.arruda@kantaribopemedia.com

Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media é a divisão latino-americana da Kantar Media, líder global em inteligência de mídia. A empresa oferece as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão.

Parte do grupo Kantar - braço do Grupo WPP responsável pela gestão de informação - a Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

Acesse www.kantaribopemedia.com para mais informações.

Sobre a Kantar Media

A Kantar Media é líder global em inteligência de mídia, fornecendo aos clientes dados que precisam para tomar decisões informadas sobre todos os aspectos da medição, monitoramento e planejamento de mídia. Parte da Kantar, braço da WPP de gestão de investimentos de dados, a Kantar Media fornece informações abrangentes e precisas sobre o consumo, desempenho e investimento em mídia.

Para mais informações, visite o site www.kantarmedia.com

@K_IBOPEMedia

Kantar IBOPE Media

company/Kantar IBOPE

@KantarMedia

+KantarIBOPEMedia

KantarMediaGlobal

KANTAR IBOPE MEDIA

© Kantar Media

About Kantar IBOPE Media

Kantar IBOPE Media is the leading media research business in Latin America and, following an acquisition in 2015, now forms part of Kantar Media, a global leader in media intelligence, providing clients with the data they need to make informed decisions on all aspects of media measurement, monitoring and selection.

Part of the Kantar group, it provides the most comprehensive and accurate intelligence on media consumption, performance and value.

Find out more at http:// www.kantaribopemedia.com
www.twitter.com/ibopemedia
hwww.facebook.com/IBOPEMedia?fref=ts
youtube.com/KantarIBOPEMediaBr
www.linkedin.com/company/ibopemedia
plus.google.com/u/0/108237224098622736266/posts

About Kantar Media

Kantar Media is a global leader in media intelligence, providing clients with the data they need to make informed decisions on all aspects of media measurement, monitoring and selection. Part of Kantar, the data investment management arm of WPP, Kantar Media provides the most comprehensive and accurate intelligence on media consumption, performance and value.

http://www.kantarmedia.com/uk/newsroom/press-releases/uk-backs-clinton-for-president-but-trump-earns-biggest-share-of-voice

@K_IBOPEMedia

Kantar IBOPE Media

company/Kantar IBOPE

@KantarMedia

+KantarIBOPEMedia

KantarMediaGlobal

KANTAR IBOPE MEDIA

© Kantar Media