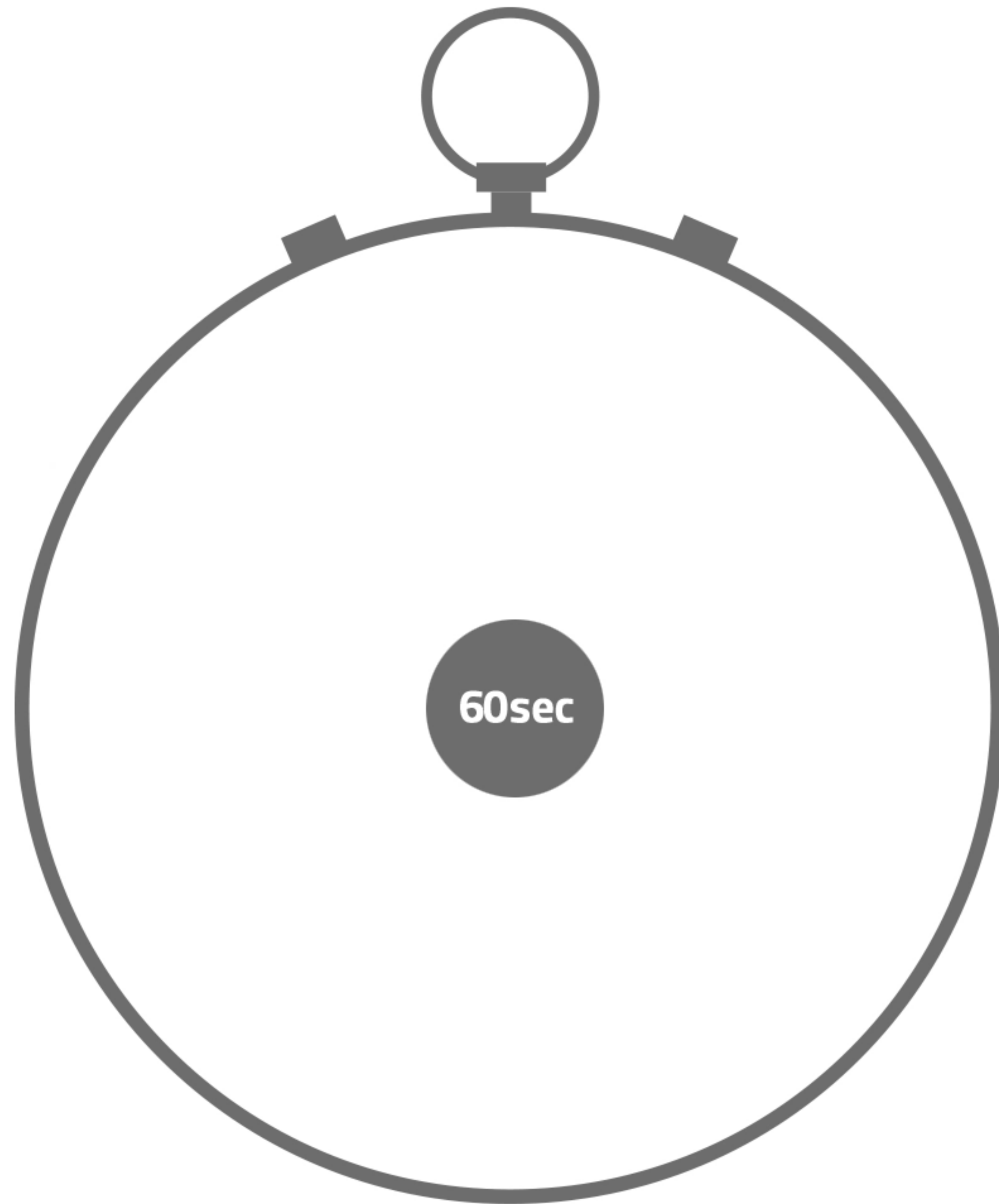




Mario D'Andrea



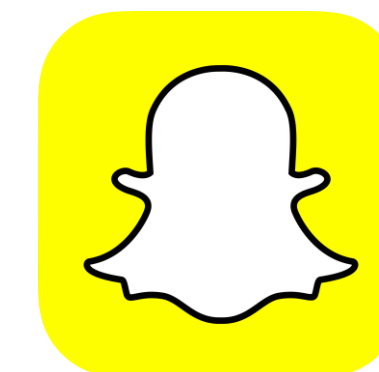
*ESTAMOS PERDENDO
NOSSOS CONSUMIDORES.*



COMO ENFRENTAR ESSA CONCORRÊNCIA?



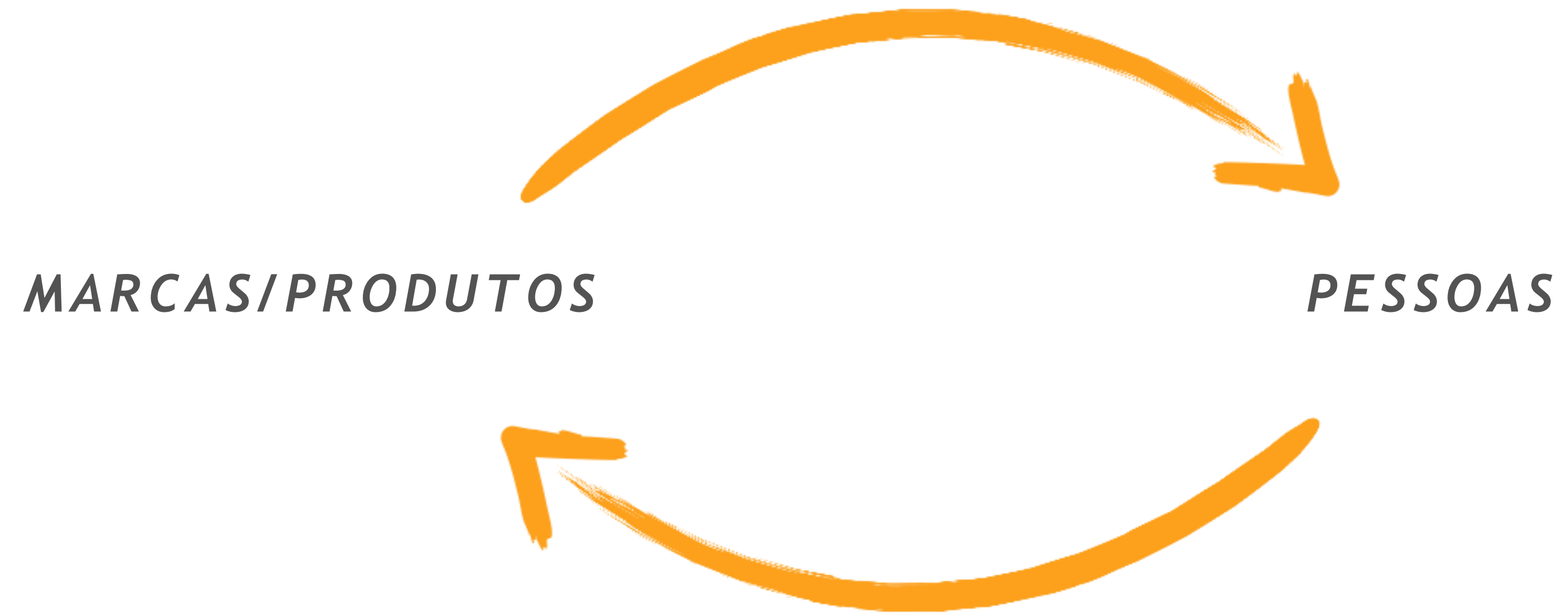
Agências perderiam espaço por causa das plataformas digitais?



Agências não são apenas
“AGÊNCIAS.”

Agências são um centro de inteligência a serviço de construção de marcas/negócios.

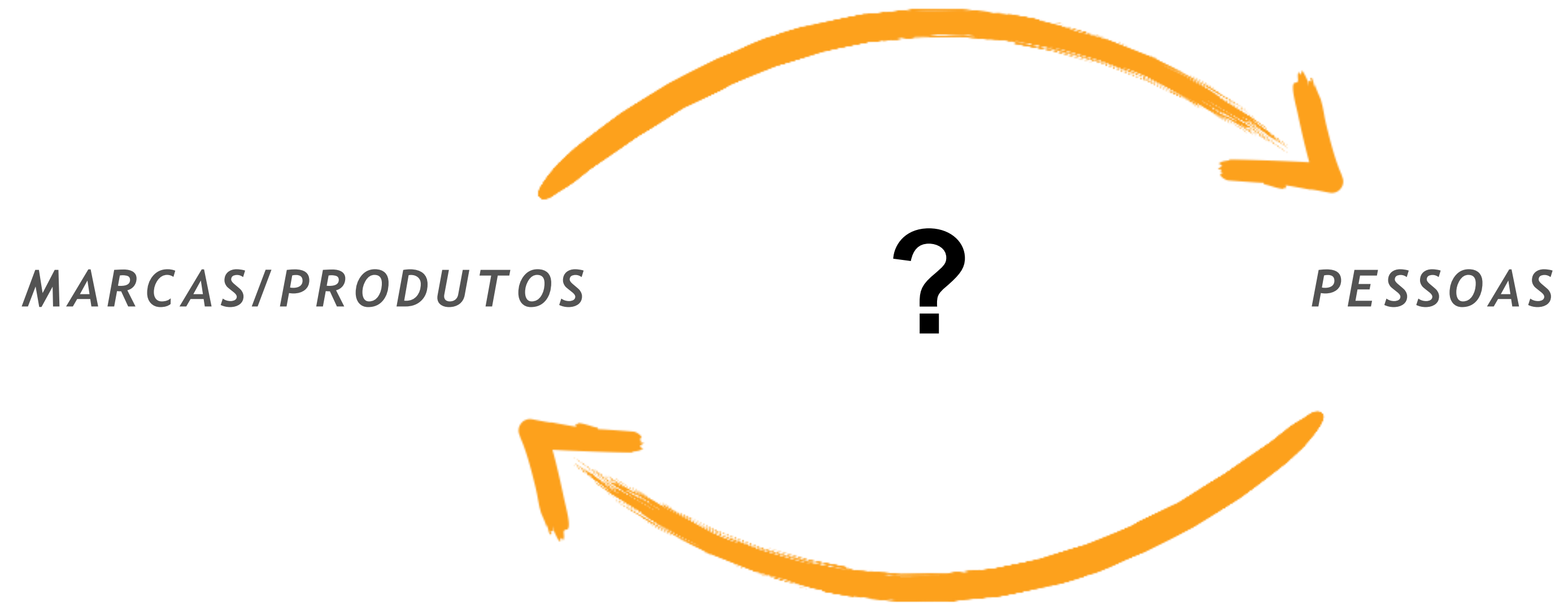
Nossa função é
CONSTRUIR PONTES.



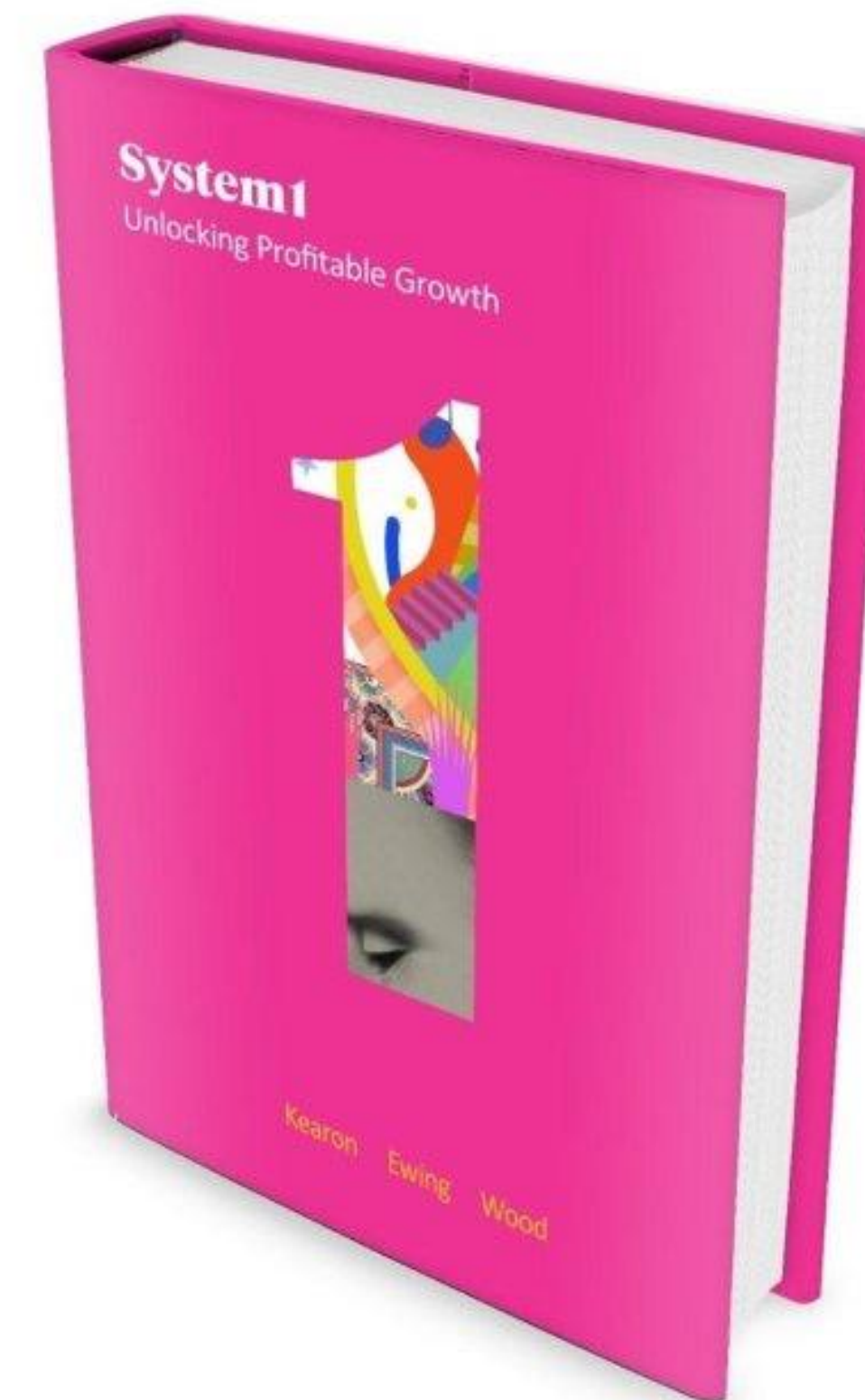


TECNOLOGIA NÃO DIFERENCIA.

***TECNOLOGIA É O CAMINHO,
NÃO O DESTINO.***



TEORIA DO SISTEMA 1 E 2



Todos já ouvimos sobre o conceito do lado direito e esquerdo do cérebro.

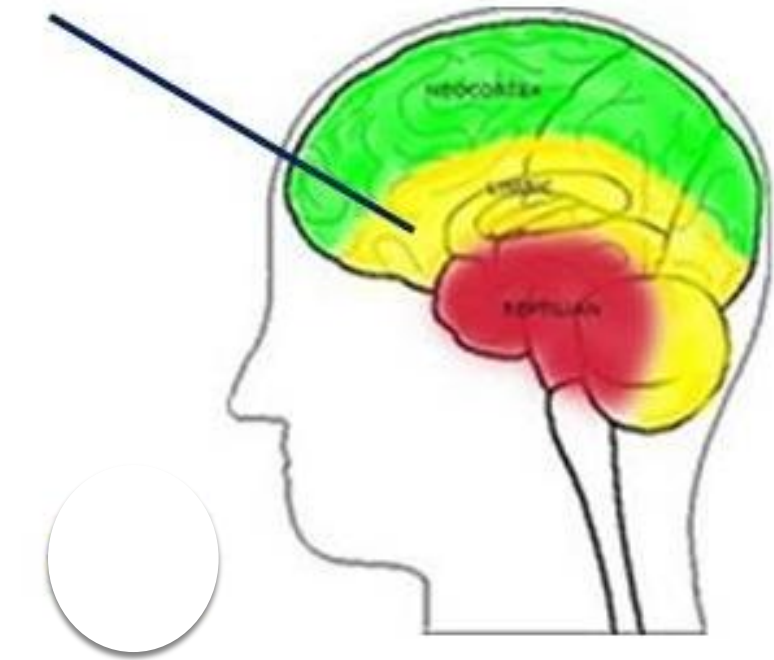


É MAIS COMPLEXO DO QUE A GENTE IMAGINA

Sistemas conectados são ativados ao mesmo tempo.
Eles podem ser divididos em Sistema 1 e Sistema 2.

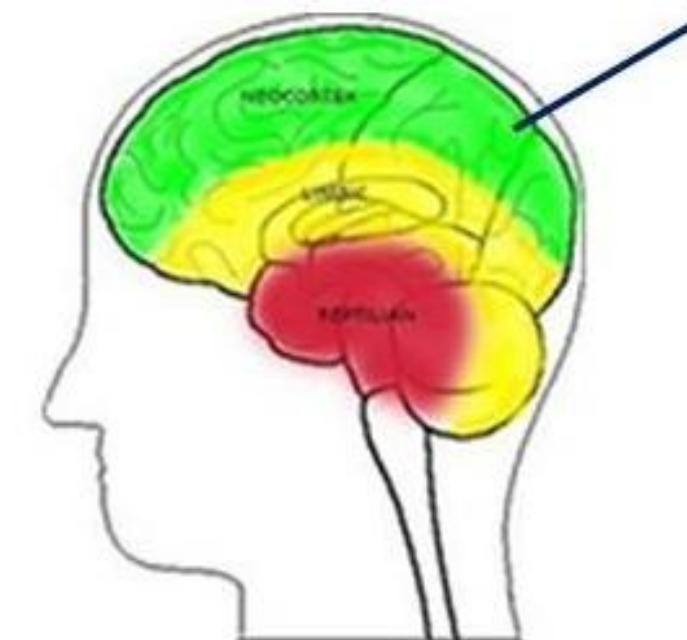
FIRST REACTIONS

System 1: fast, automatic, impulsive, associative, emotional and unconscious processing

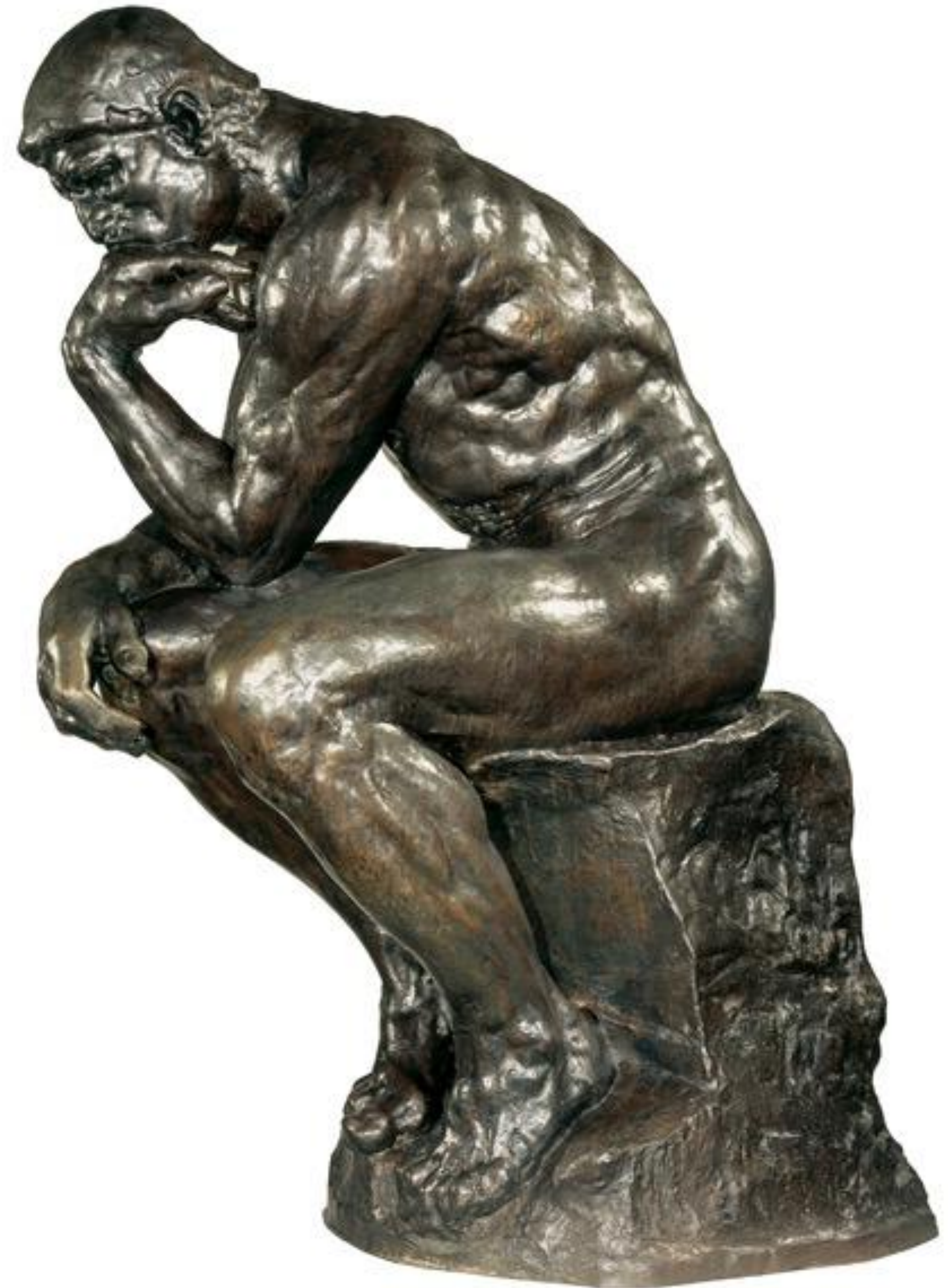


THINKING

System 2: slower, conscious, reflective, deliberative, analytical, rational, logical processing

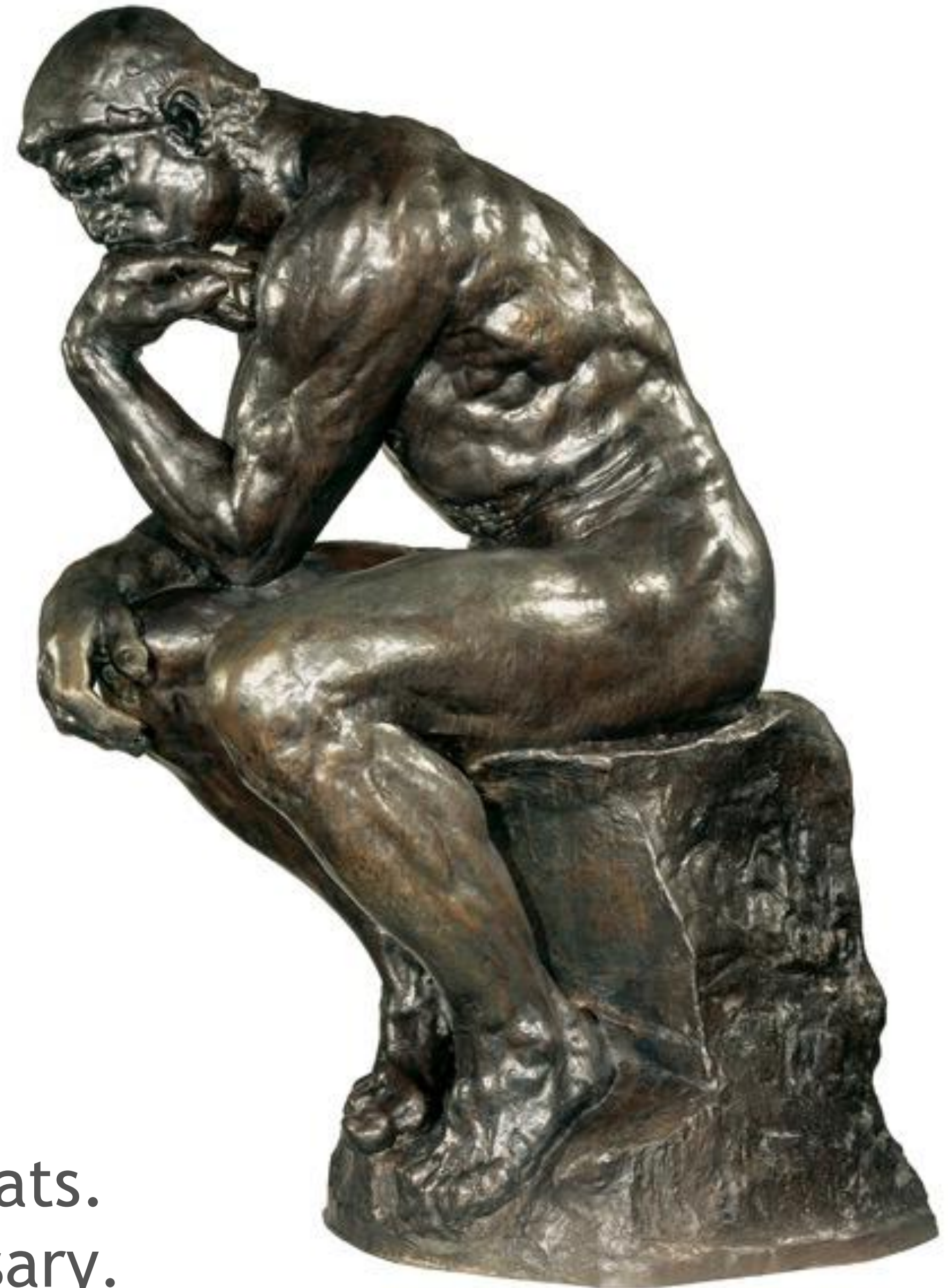


***WE THINK LESS
THAN WE THINK
WE THINK.***



**95% DAS
DECISÕES VEM
DO SISTEMA 1.**





***EMOÇÕES
SIMPLIFICAM E
GUIAM NOSSAS
DECISÕES.***

Thinking is to humans like swimming is to cats.
They can do it, but only if it's really necessary.



RICHARD THALER
Prêmio Nobel 2017 -
Economia

“Não existe homem racional com um total auto-controle - até mesmo nas decisões econômicas.”



ANÄIS NIN

“Nós não vemos as coisas como elas são. Nós vemos as coisas como nós somos.”

***CONSUMIDORES
MUDAM***



*PESSOAS
NÃO*



HUMAN INSIGHT

- *Emoções*
- *Sonhos*
- *Preocupações*





VALORES
DAS MARCAS

**HUMAN
INSIGHT**



VALORES
DAS PESSOAS

***QUEM VAI LIDERAR A
CONSTRUÇÃO DESSA PONTE?***



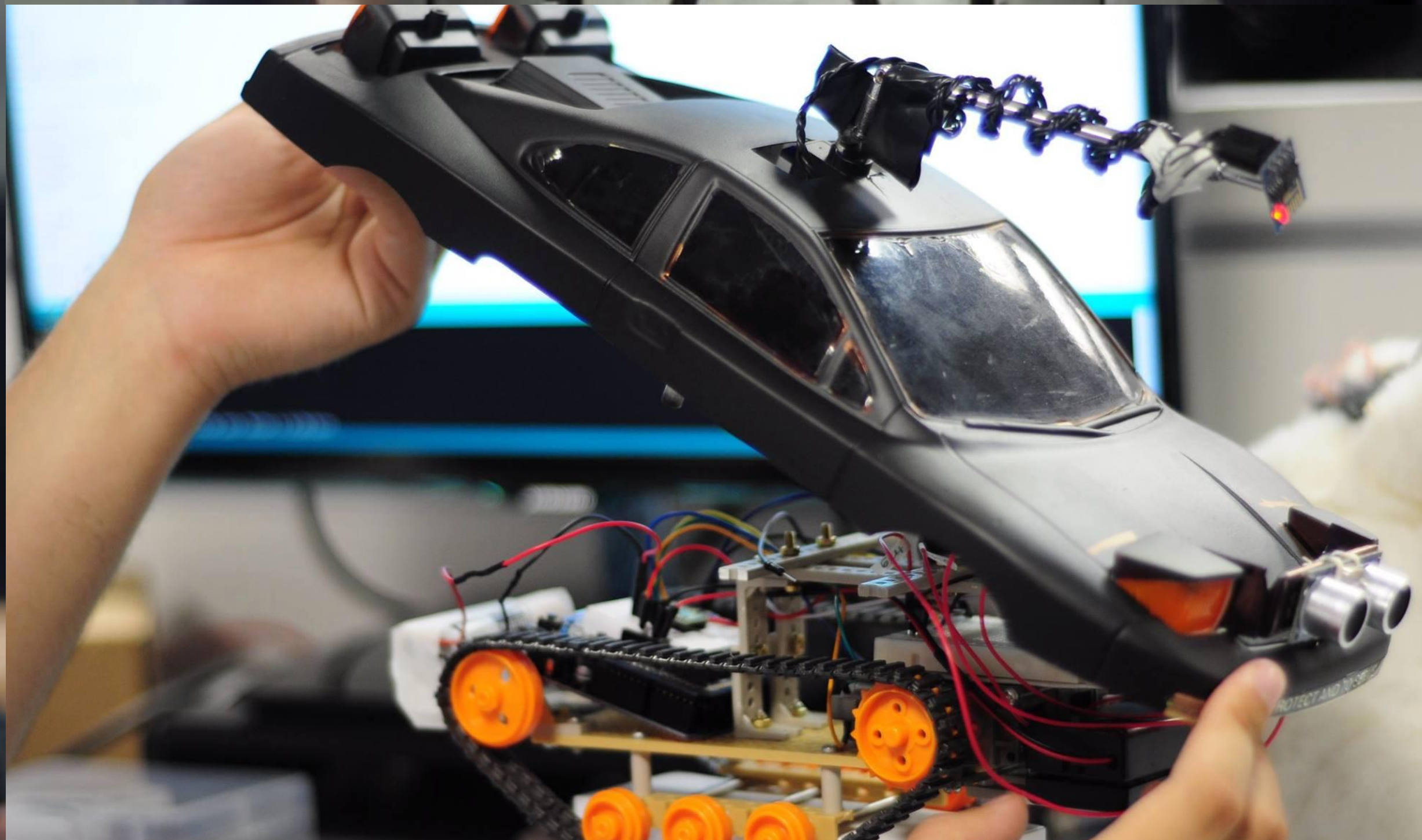
**LÍDERES SERÃO AQUELES QUE MAIS
INVESTIREM NA CIÊNCIA
DO COMPORTAMENTO HUMANO.**

FORÇA E VOLUME NÃO SERÃO SUFICIENTES.

Inteligência é o nome do jogo.

. Valor agregado

. Experiência de marca + Experiência de consumo



*EMPRESAS VÃO PRECISAR
CADA VEZ MAIS DO
MARKETING INTELIGENTE.*

*MARCAS VÃO PRECISAR
CADA VEZ MAIS DESTES
CENTROS DE INTELIGÊNCIAS.*

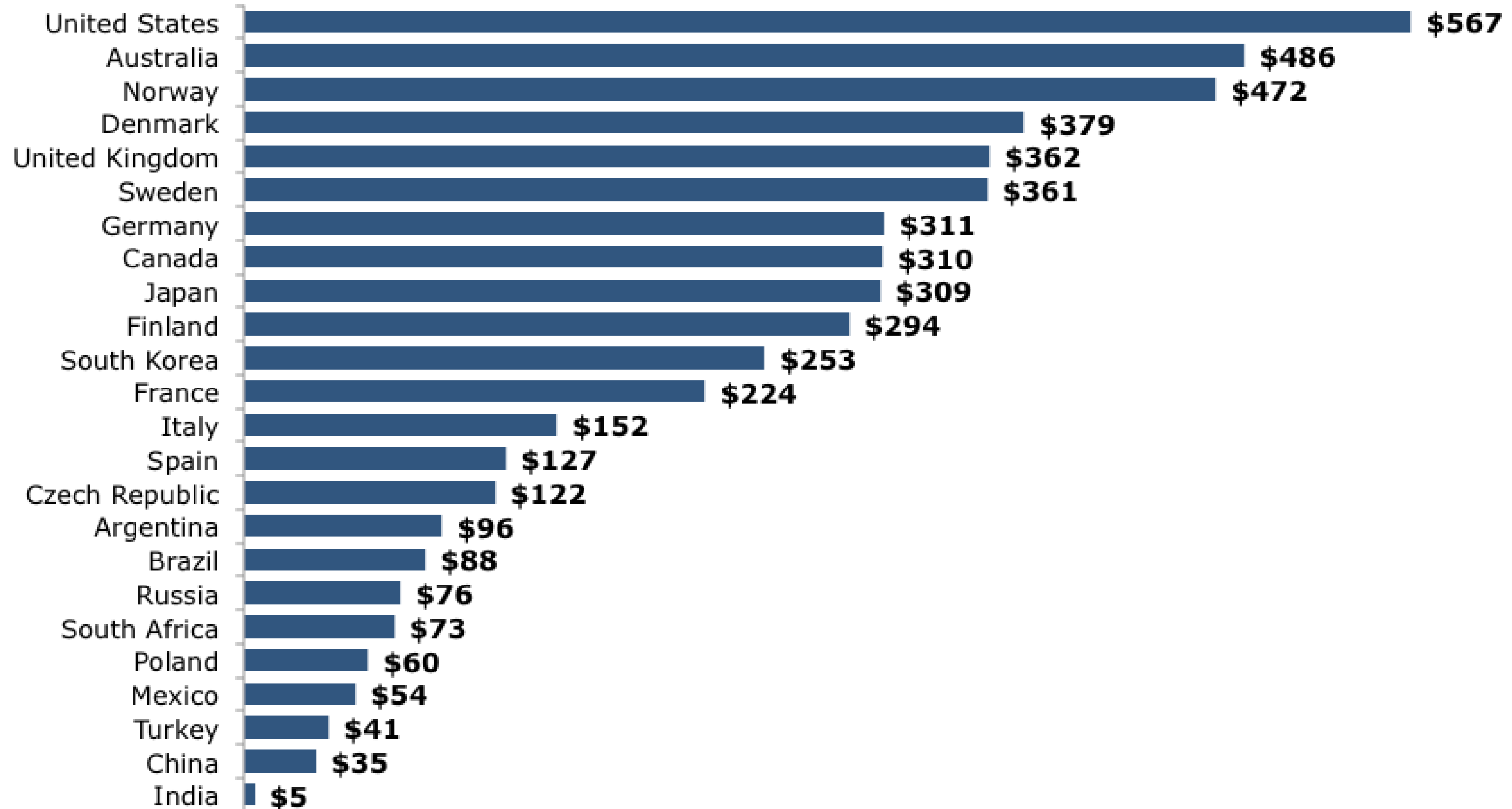
Ainda chamados de
“AGÊNCIAS”.



Average Ad Spending per Capita

US\$ per person, calculated using average 2014 exchange rates

in 2014





Mario D'Andrea