

NOVAS REGRAS DO

ENGAJAMENTO:

COMO ISSO SE DÁ NO
MERCADO SOTEROPOLITANO?

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro
BAHIA

ENGAJAMENTO

Falar de engajamento é falar de **peessoas**, pois o foco do **engajamento** é pessoas.

Vivemos numa **Era Pós-Digital**;
quem nasce hoje já está **conectado**.
Conectado não é engajado.

Esta Nova Era criou novos paradigmas, como o de que:
"a comunicação tradicional morreu e o futuro é Digital".

É claro que o **Digital é fundamental**.
Mas ele não será exclusivo. Vai conviver com
outras formas de comunicação que também
engajam.



ENGAJAMENTO

Muitas vezes os **Top Trends do Twitter** são conteúdos **vindos de televisão:**

- The Voice
- Últimos capítulos de novela
- Finais de Campeonato

Semana passada foi o Big Brother Brasil que estava no **Top Trends do Twitter**. Na votação de todos os Big Brothers mundiais, ele teve 202 milhões de votos.



ENGAJAMENTO É QUALIDADE DE AUDIÊNCIA

Antigamente, as pessoas queriam saber da quantidade de *likes, views* e *clicks*.

Hoje, os anunciantes perceberam que **mais importante que quantidade é qualidade.**

Qualidade de Audiência: fala-se em **fãs da marca** e não em **clientes da marca.**



ENGAJAMENTO É QUALIDADE DE AUDIÊNCIA

É por isso que se diz que **o viral morreu.**
Ninguém conta mais apenas números de visualizações.

Saiba quem é o seu cliente, o que ele aspira,
para você conseguir chegar a ele com
inteligência, eficiência e efetividade.



ENGAJAMENTO É CONTEÚDO RELEVANTE

As pessoas buscam conteúdos relevantes,
que mexam com seus valores:

- Ações Sociais
- Diversidade
- Responsabilidade Ambiental

A relevância, a qualidade do conteúdo ainda
são melhores jeitos de atrair **views, clicks, compartilhamentos
e produzir engajamentos.**



ENGAJAMENTO É CONTEÚDO RELEVANTE

E para se tornar relevante, é preciso criar experiências que despertem sentimentos nas pessoas, seja através de um **filme para a tv**, um **jingle para o rádio**, um **anúncio para o jornal**.



ENGAJAR LOCALIZANDO O SEU PÚBLICO

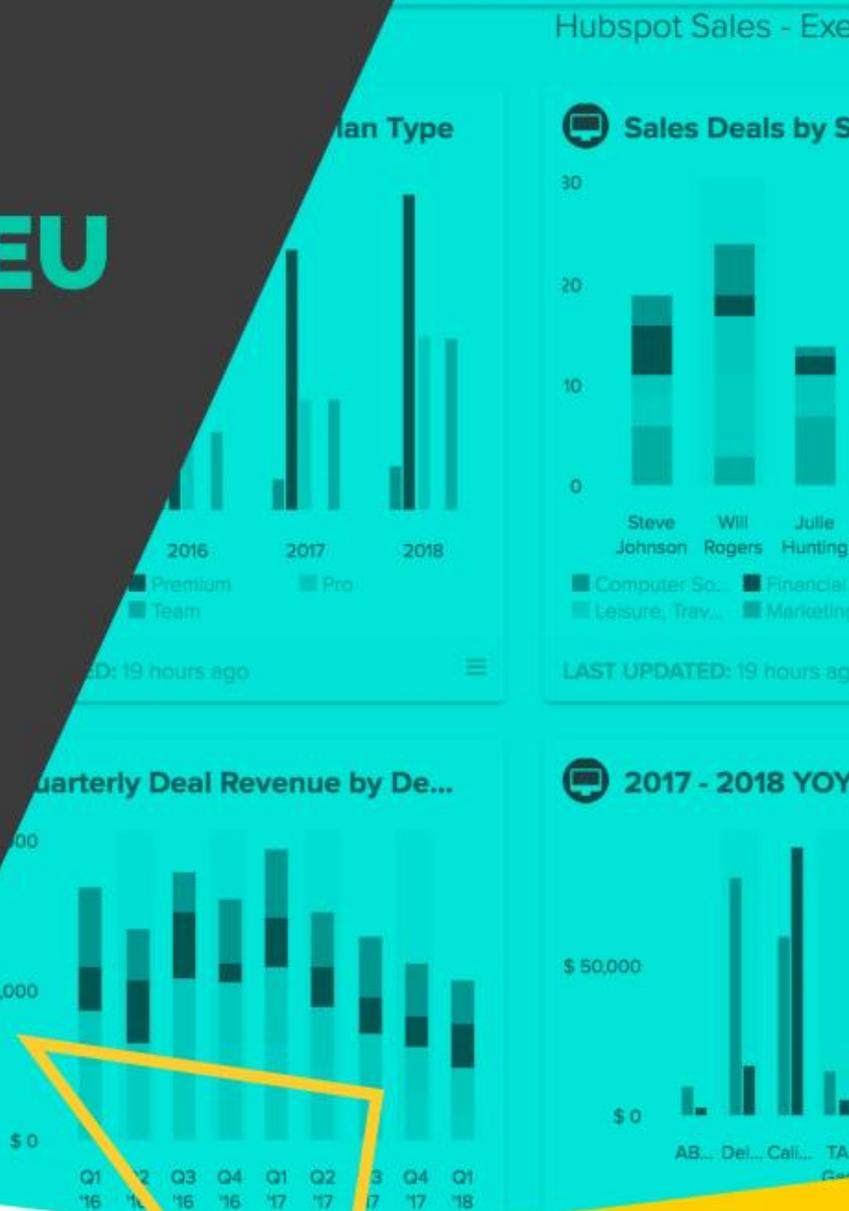
Saiba quem é o seu público.
Construa sua persona.

Os algoritmos vão ajudá-lo a localizar onde seu público está, cruzando dados - redes sociais, aplicativos instalados, hábitos de consumo, modo de vida - até formar o **Cluster** desejado.



ENGAJAR LOCALIZANDO O SEU PÚBLICO

Esse trabalho é feito de forma automatizada. Existem softwares - RD Station, HubSpot, SharpSpring, etc - que o realizam.



POSTS ORGÂNICOS PERDEM ALCANCE E ENGAJAMENTO

Esses posts têm alcance limitado.

O Facebook restringiu o **alcance** de **Amigos** para **Seguidores**.

As marcas devem continuar usando Posts Orgânicos para testar a criatividade.

As marcas não conseguem mais ter sucesso sem **Posts Patrocinados e Estratégias de Conteúdo**.



POSTS ORGÂNICOS PERDEM ALCANCE E ENGAJAMENTO

As Redes Sociais criaram formatos de anúncios que possibilitam e estimulam a criação de ideias estratégicas. Como o **Facebook Canvas**, que estrutura o conteúdo através de múltiplos formatos (foto, vídeo, e-books).



POSTS ORGÂNICOS PERDEM ALCANCE E ENGAJAMENTO

Alcance também é dado por *Cross Media*.
Tomemos como exemplo a TV.

Em programas ao vivo, **a TV dá voz ao telespectador**,
estimulando a interação, pedindo comentários com
a marcação de determinada *hashtag*.

ENGAJAMENTO CONSTRUINDO ALIANÇAS

Acione influenciadores - jornalistas, blogueiros e criadores de conteúdo.

Ao ser citado por outros Perfis, seu Perfil passa a ter mais relevância aos "olhos" do algoritmo.



ENGAJAMENTO CONSTRUINDO ALIANÇAS

Tipos de influenciador:

- Celebridade - que amplia o alcance do conteúdo
- Influenciador - que fornece conteúdo que reforça a marca.
- Micro-influenciador - que segmenta o assunto, proporciona o aprofundamento do mesmo.



QUANDO A NEWS É FAKE, O ENGAJAMENTO É RUIM

"O Marketing Digital não pode fazer nada para combater Fake News. Só as pessoas podem combater esse problema"

Carmela Soares

Diretora da Clemenger BBDO
Melbourne/Austrália



QUANDO A NEWS É FAKE, O ENGAJAMENTO É RUIM

O meio Jornal pode combater as Fake News porque faz a verificação de fatos:

- Identifica as Fake News
- Investiga as informações
- Pode restabelecer a verdade

Cruzada Pela Lib
19 de set de 2017 às

erta aos pais: MPF pr
o HPV, que pode deixar
debilitados por toda a v
levá-los à morte por co
pesados, vírus transgê
conservantes, além de
capacidade natural do i
NÃO VACINE SEU FILHO
porque por trás disso, e
máfia que só visa lucrar



MERCADO LOCAL SE ENGAJA NA CULTURA DIGITAL

As agências estão incorporando a **Cultura Digital**, trabalham de forma integrada o ON e o OFF.

A Universidade não forma para o Digital.

O **Sinapro-Bahia** vem contribuindo com a oferta de cursos para profissionais.



SINAPRO-BAHIA CONTRIBUI COM A FORMAÇÃO DIGITAL

1. **"Qualificação Digital em Mídia Programática"**. Parceria Sinapro-Bahia/Zygon. Ministrado em 5 regiões da Bahia
2. **"Imersão Prática em Mídia Digital"**. Contrato Sinapro-Bahia com a Berlim Digital, em Salvador.
3. **"Curso de Inbound Marketing"**. Apoio Sinapro-Bahia à Agência Converse, em Salvador.
4. **"Imersão Prática em Planejamento Digital e Gestão de Projetos Publicitários"**. Contrato Sinapro-Bahia com a Berlim Digital, em Salvador.



OBRIGADA!



Vera Rocha
Presidente Eleita
vera@rochacomunicacao.com.br