

Twitter + TV

Conecte-se com o que está acontecendo

1

**Brasileiros AMAM
TV, conversam
sobre isso no
Twitter e tem uma
experiência única
de telespectador**

2

**AUDIÊNCIAS
de Twitter e TV
podem ser
complementares
ou simultâneas**

3

**Quando
combinados, Twitter
e TV aumentam
RESULTADOS de
marca e negócio**

1

**Brasileiros AMAM
TV, conversam
sobre isso no
Twitter e tem uma
experiência única
de telespectador**

2

**AUDIÊNCIAS
de Twitter e TV
podem ser
complementares
ou simultâneas**

3

**Quando
combinados, Twitter
e TV aumentam
RESULTADOS de
marca e negócio**



92%

Dos usuários Twitter tem
experiência de duas telas
enquanto assiste TV

(+3% que a média de usuarios de outras plataformas)



Source — Twitter Market Insights & Analytics, 2019 | Global Web Index Brazil Data - Q1, Q2, Q3 & Q4/2018

80%

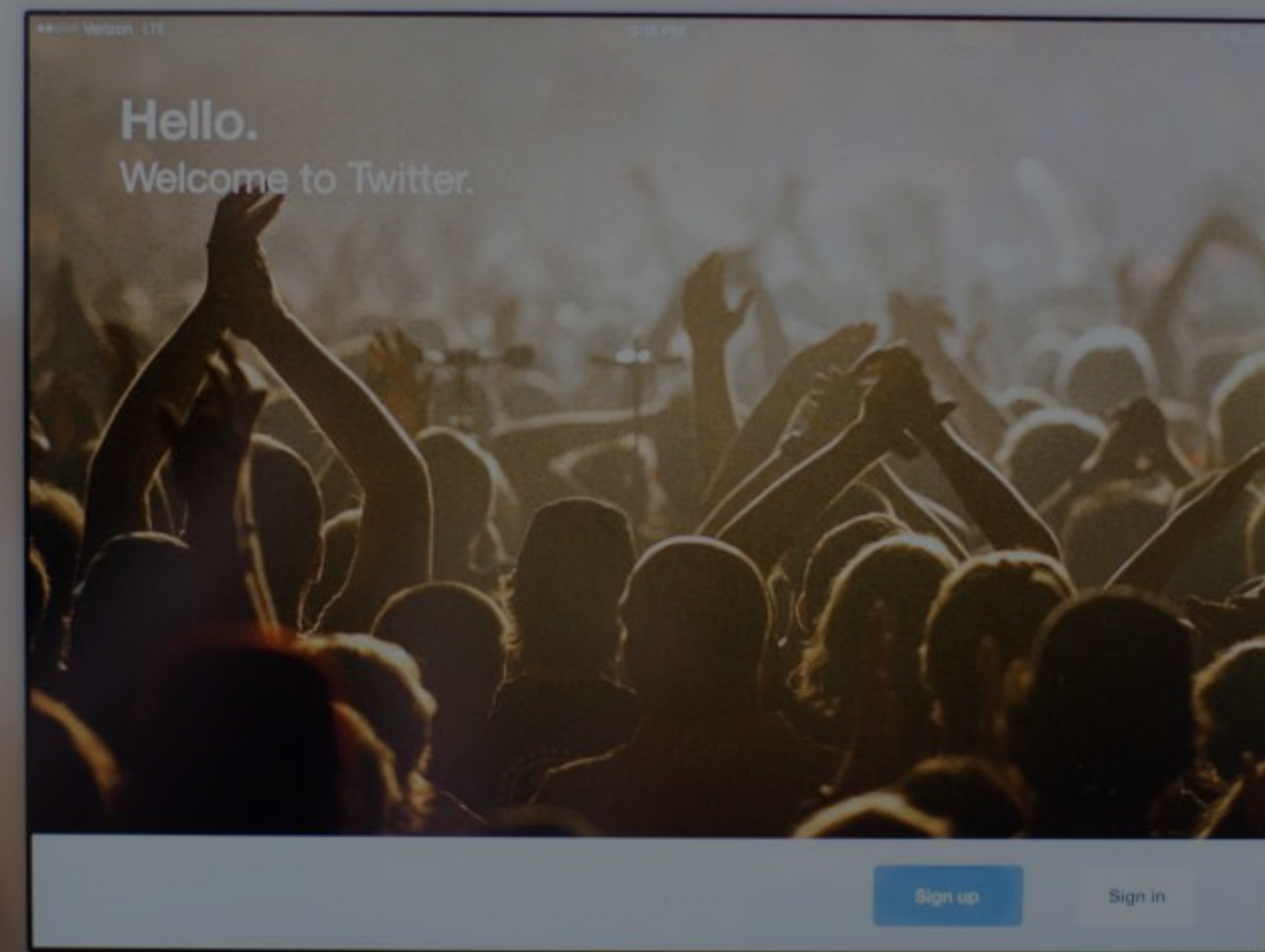
SMARTPHONES



Source — Twitter Market Insights & Analytics, 2019 | Global Web Index Brazil Data - Q1, Q2, Q3 & Q4/2018

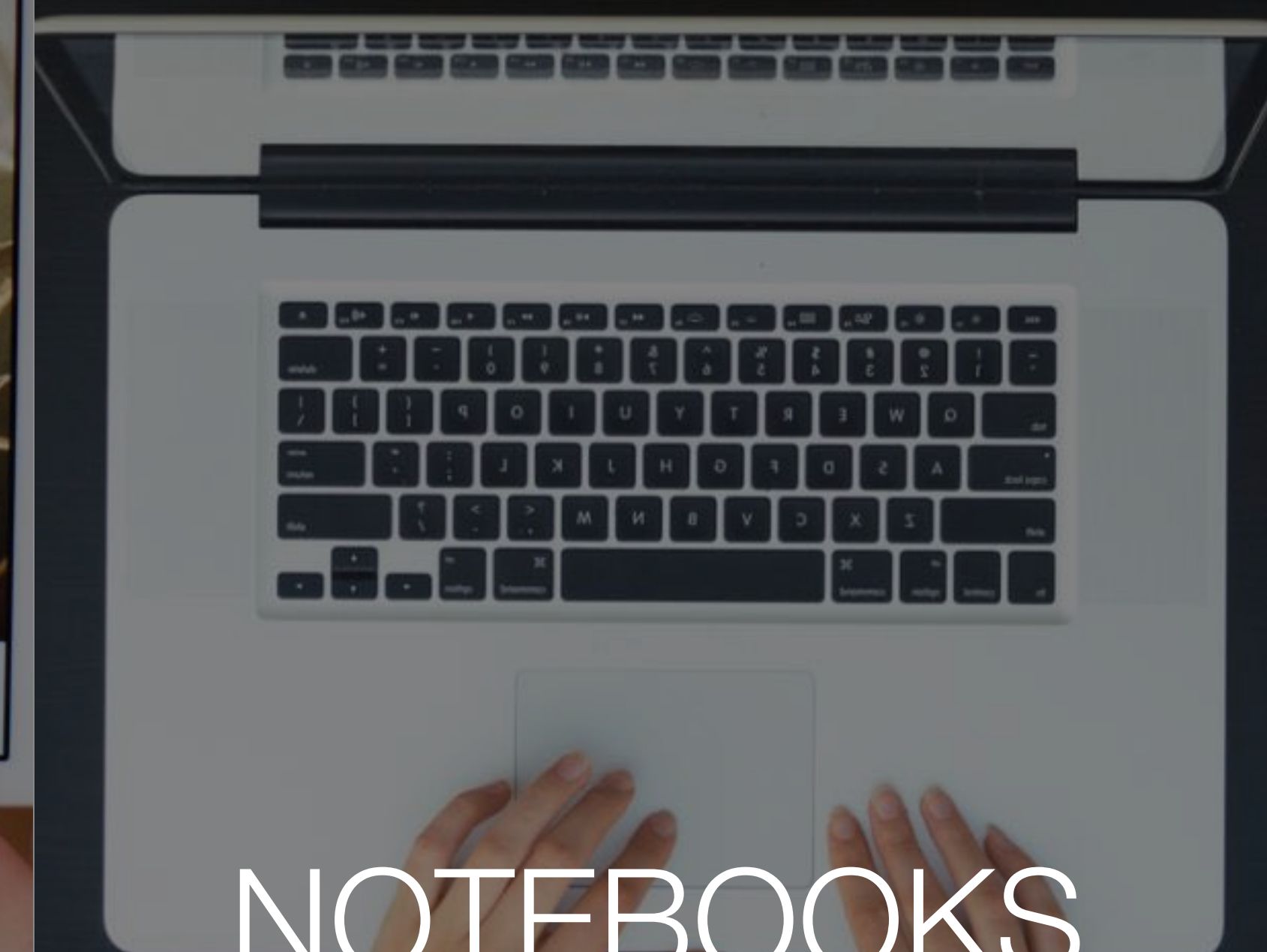
17%

TABLETS

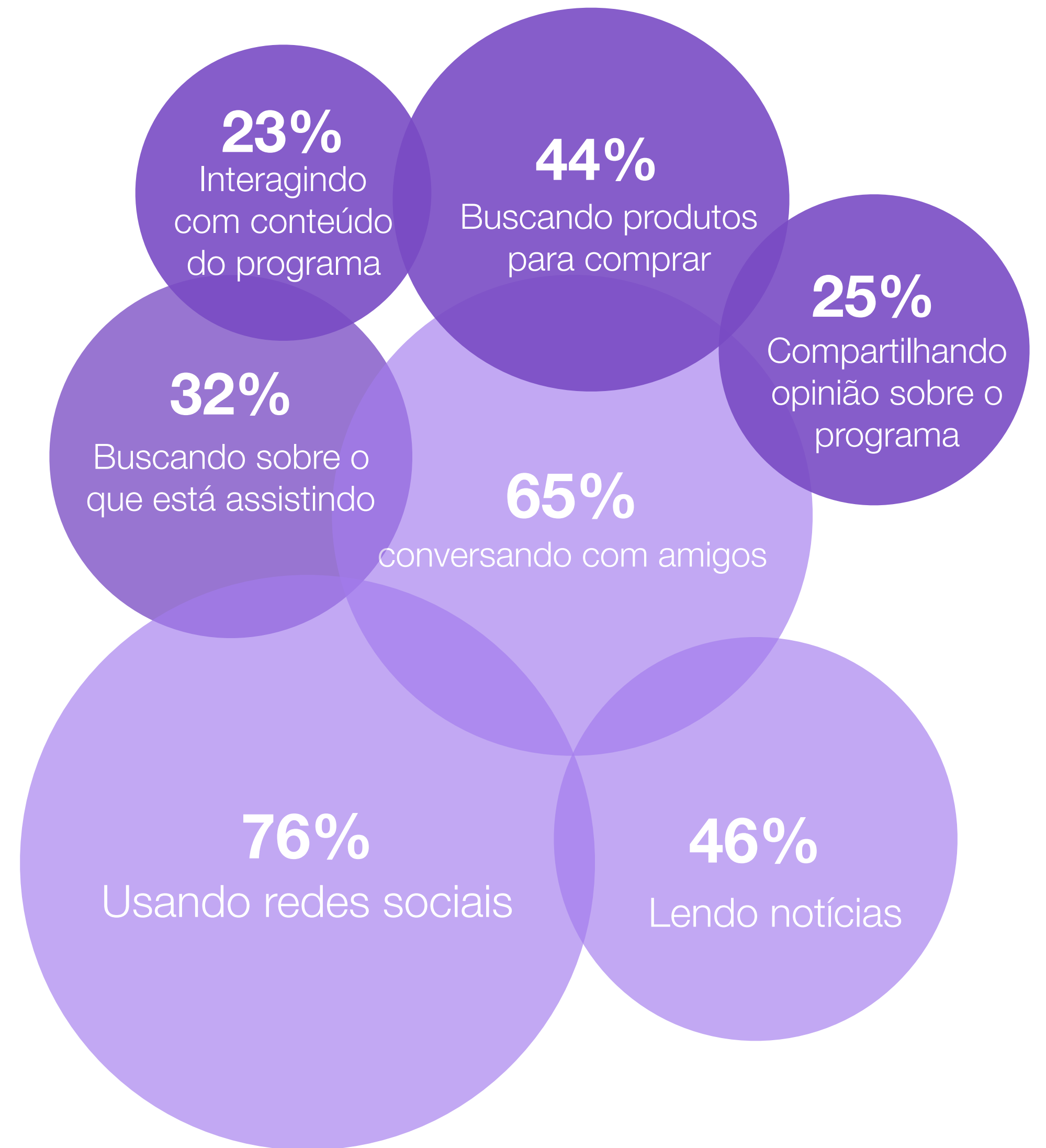


41%

NOTEBOOKS



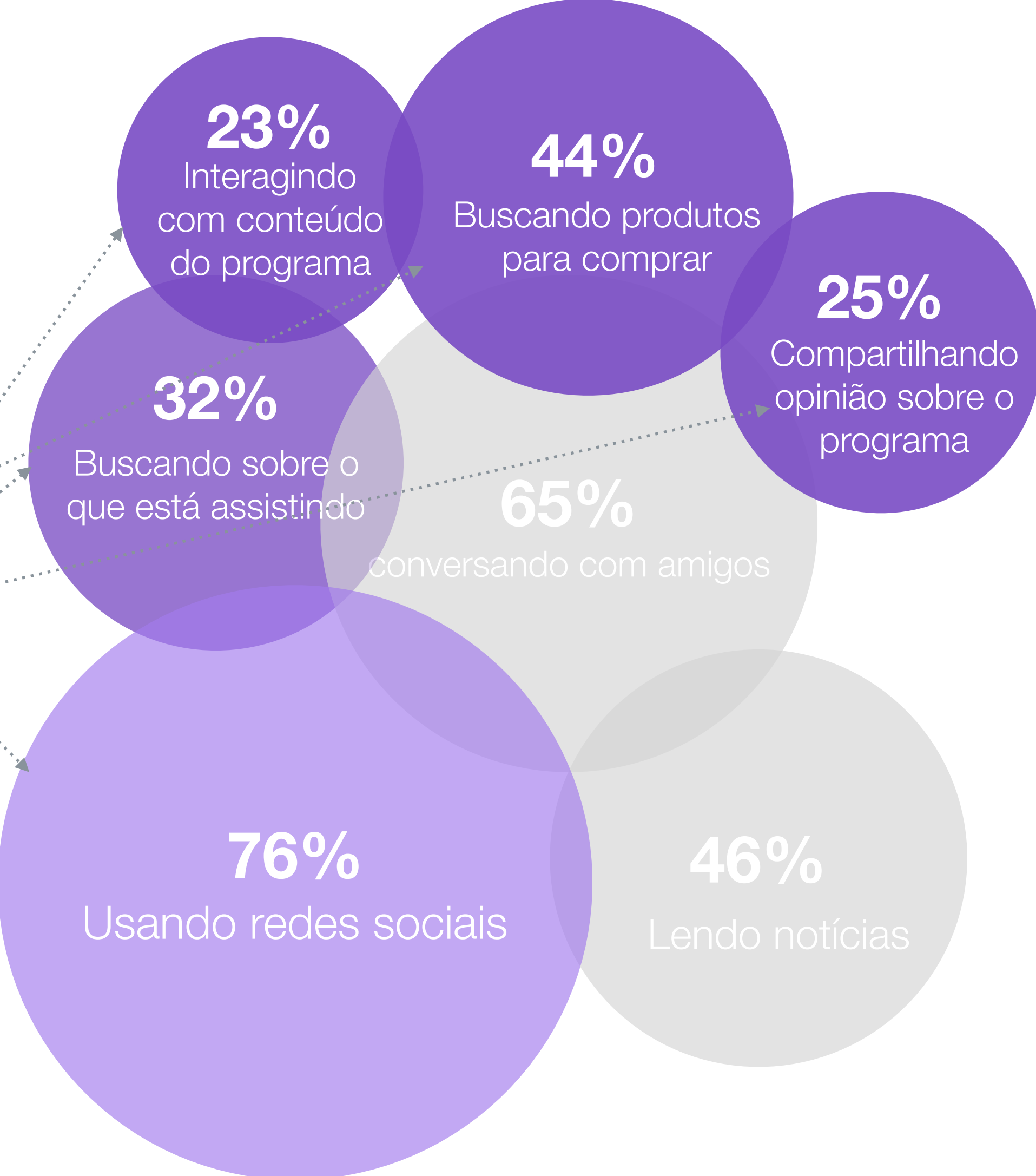
O que estão fazendo?



O que estão fazendo?

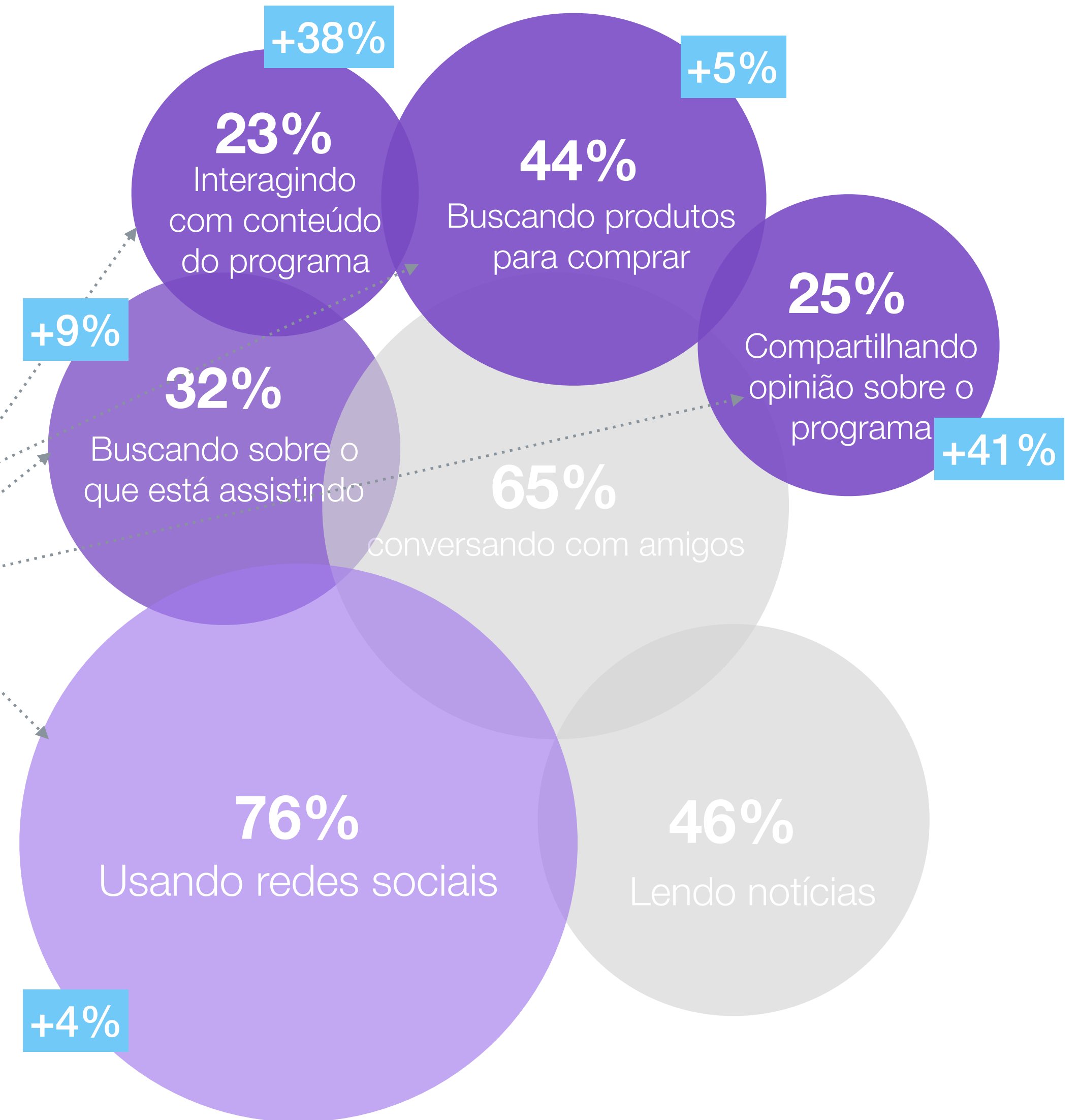
Buscando mais conteúdo

Compartilhar experiência, interagir, dar opinião, buscar informação e produtos.



O que estão fazendo?

Usuários Twitter fazem mais
Quando comparados a outras plataformas



E eles conversam na plataforma:

287MM Tweets sobre
TV em 2018 no Brasil



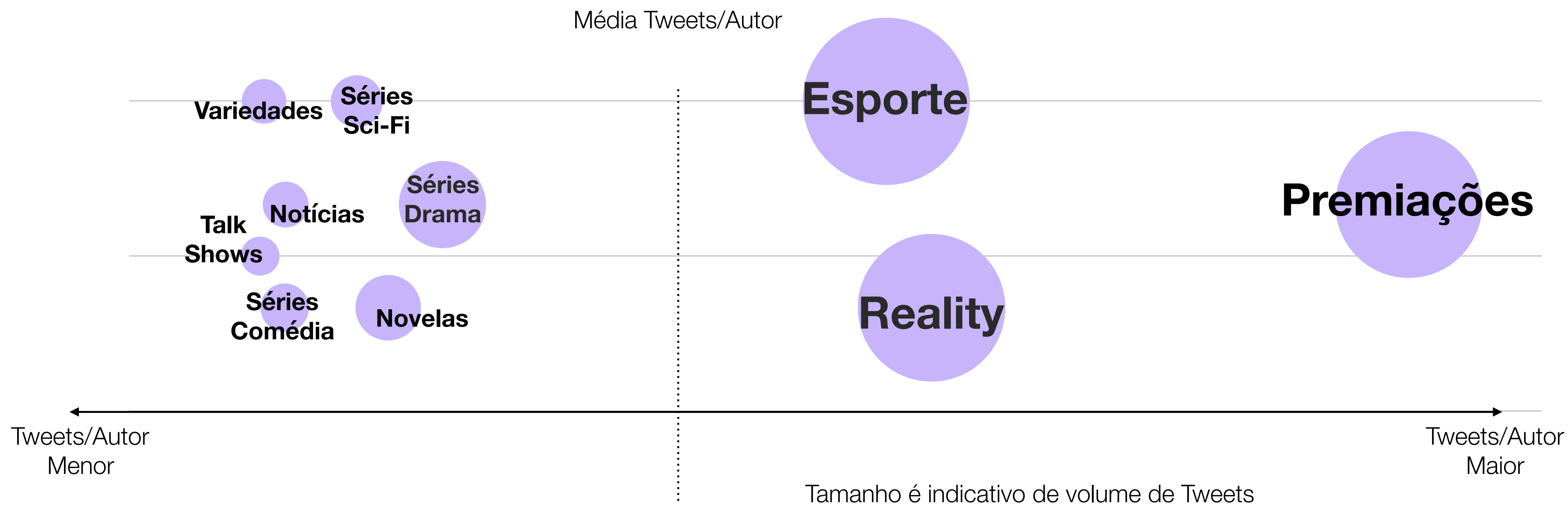
Gêneros	Tweets	Autores	Tweets/Autores
Esportes	100MM	3.7MM	26,8
Premiações	77MM	1.7MM	45,3
Reality TV	77.9MM	2.7MM	28,4
Drama	27.2MM	2.4MM	11
Novelas	15.3MM	1.6MM	9,2
Sci-Fi	9.7MM	1.2MM	8
Comédia	8.4MM	1.5MM	5,5
Notícias	7.5MM	1.3MM	5,5
Variedades	7.1MM	1.5MM	4,7
Talk Shows	5.4MM	1.1MM	4,6

Top Gêneros de TV



Tweets por autor

Premiações, Esportes e Realities são os conteúdos que geram mais conversa.



1

Brasileiros AMAM
TV, conversam
sobre isso no
Twitter e tem uma
experiência única
de telespectador

2

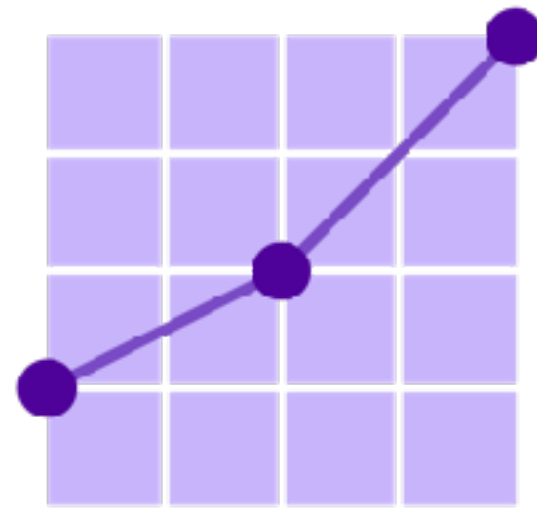
AUDIÊNCIAS
de Twitter e TV
podem ser
complementares
ou simultâneas

3

Quando
combinados, Twitter
e TV aumentam
RESULTADOS de
marca e negócio

Estudo Kantar IBOPE

Julho 2019



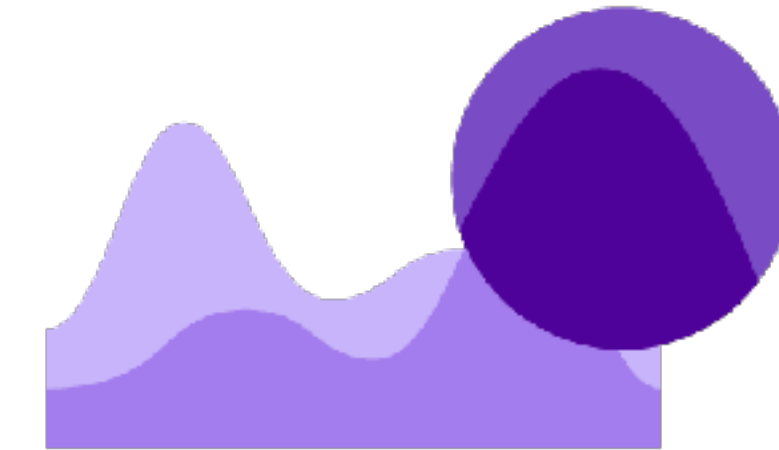
Correlação

Como a audiência de TV e as conversas de Twitter se relacionam?



Causalidade

As conversas no Twitter impactam a audiência de TV ?



Atribuição

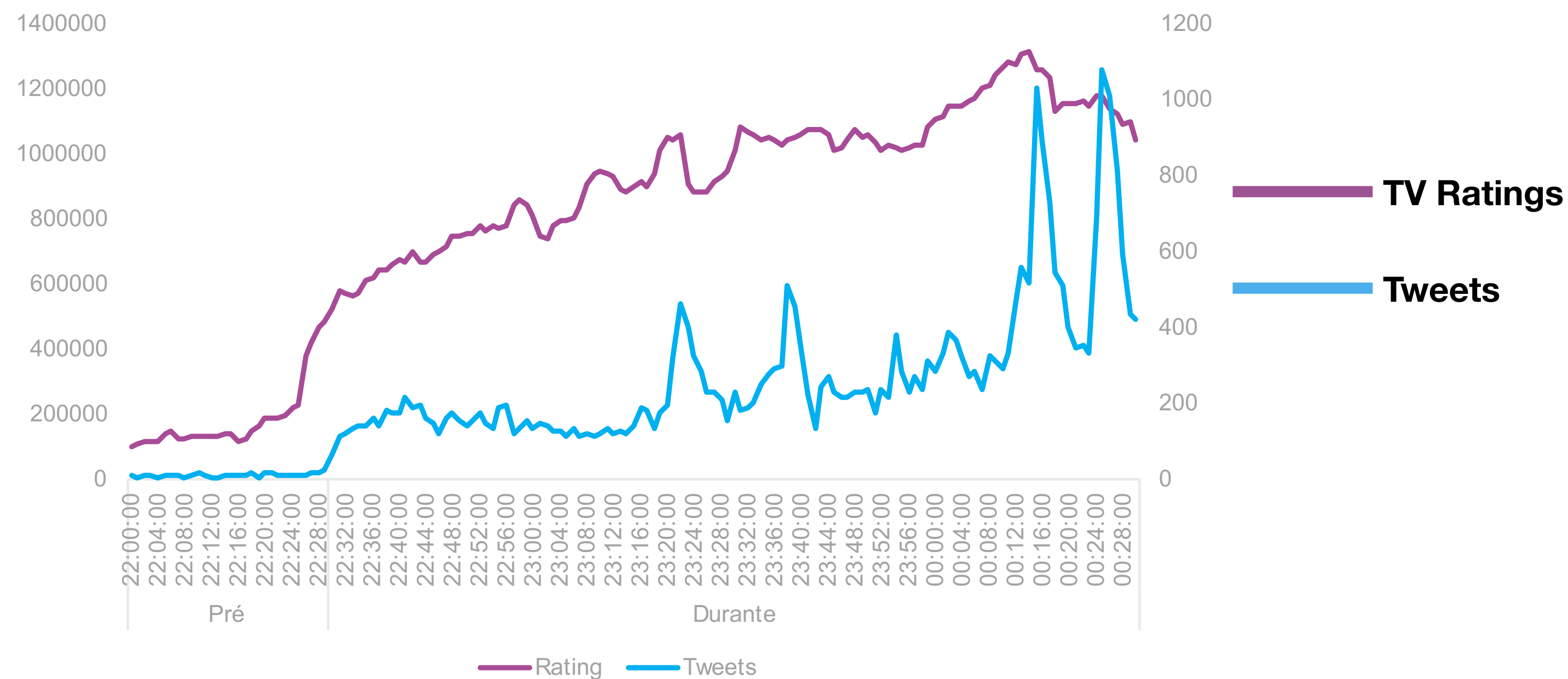
O quanto da audiência é gerada a partir do Twitter?



Estudo Kantar IBOPE

Julho 2019

Audiência Simultânea



48%

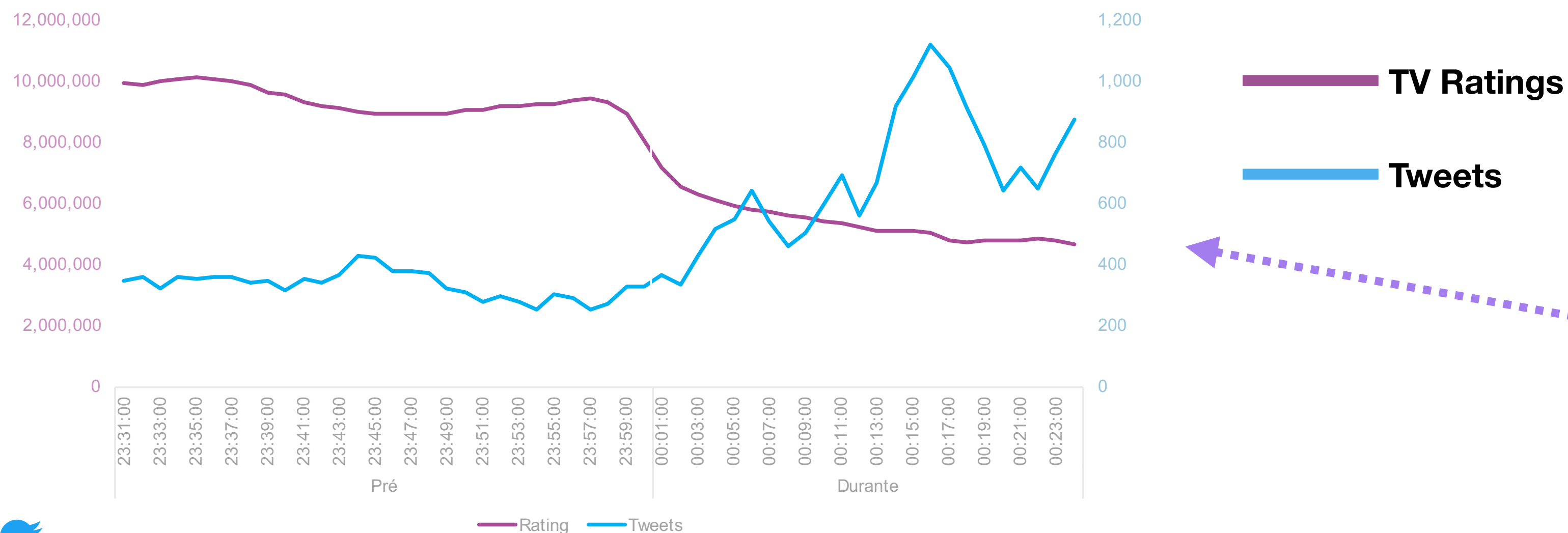
correlação positiva
dentre os programas analisados



Estudo Kantar IBOPE

Julho 2019

Audiência Complementar



Twitter foi capaz de manter ou aumentar o engajamento mesmo após a audiência cair

Engajamento aumentou ao longo do programa em

100%

das exibições de BBB analisadas





Twitter não é a segunda tela necessariamente, também traz audiência para TV



23%

da audiência dos shows analisados foram impactadas por conversas no Twitter

Contribuição média de 1% a 12% da audiência

Superbowl

37%

Telespectadores engajados

Golden Globes

18%

Telespectadores engajados

MTV Millenial Awards

19%

Telespectadores engajados

Eventos ao vivo são especialmente engajadores

Uma grande parte da audiência está comentando no Twitter

*telespectador engajado =
(autores únicos / média Rat#)

1

Brasileiros AMAM
TV, conversam
sobre isso no
Twitter e tem uma
experiência única
de telespectador

2

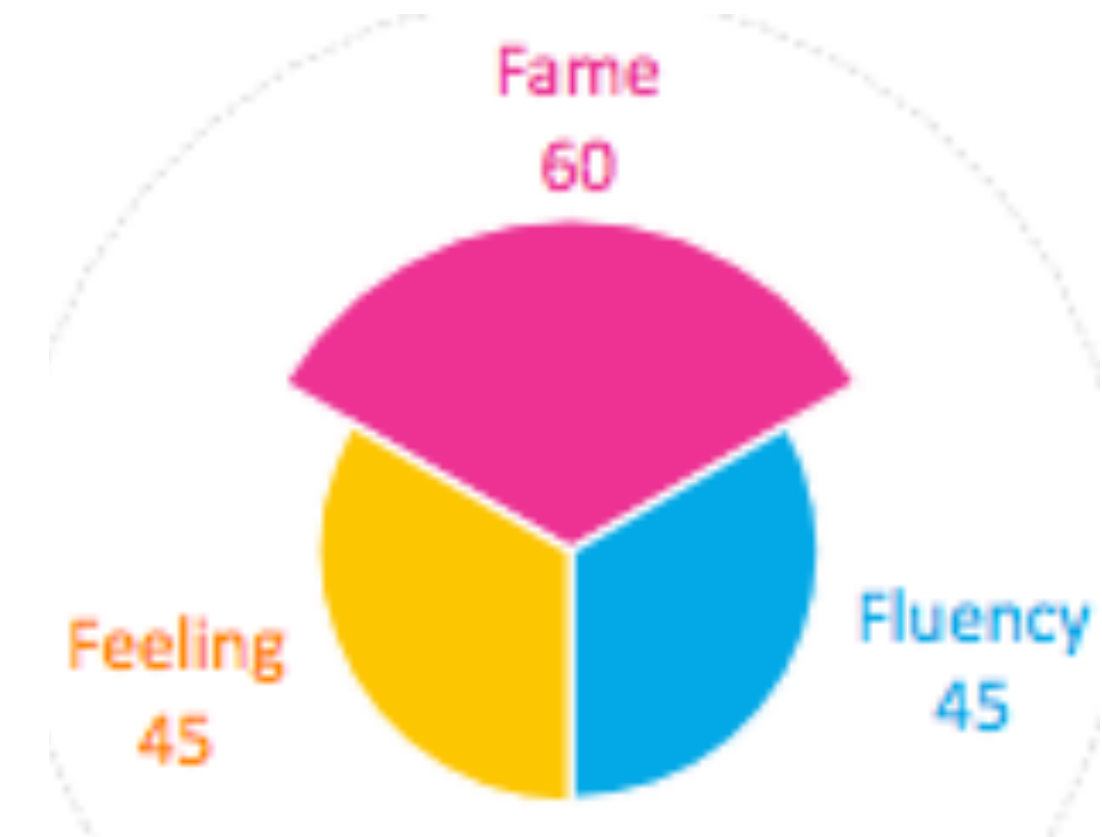
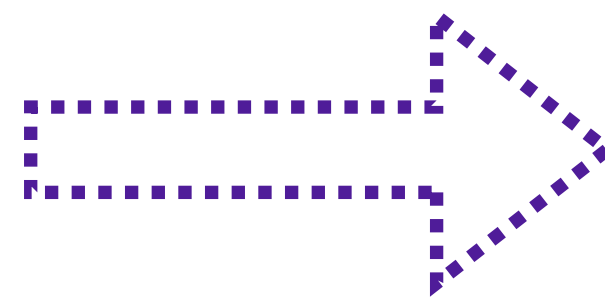
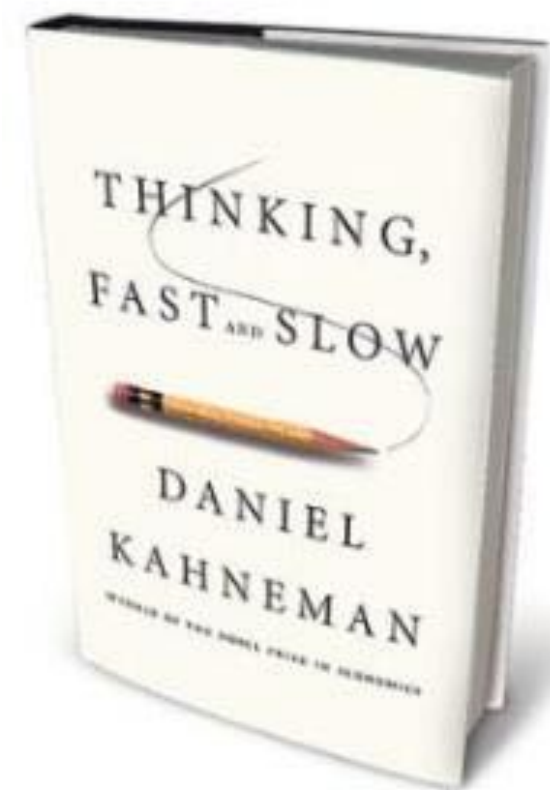
AUDIÊNCIAS
de Twitter e TV
podem ser
complementares
ou simultâneas

3

Quando
combinados, Twitter
e TV aumentam
RESULTADOS de
marca e negócio

Estudo System1

Agosto 2019



Sistema 1 x Sistema 2

Tomadas de decisão de compra são muito mais impactadas por sistema 1 (rápido, intuitivo, inconsciente, emocional) do que por sistema 2 (lento, racional, consciente).

Mensuração para marcas - FFF

FAMA - marca vem rápido à cabeça (Top of mind)

FEELING - sentimento em relação a marca

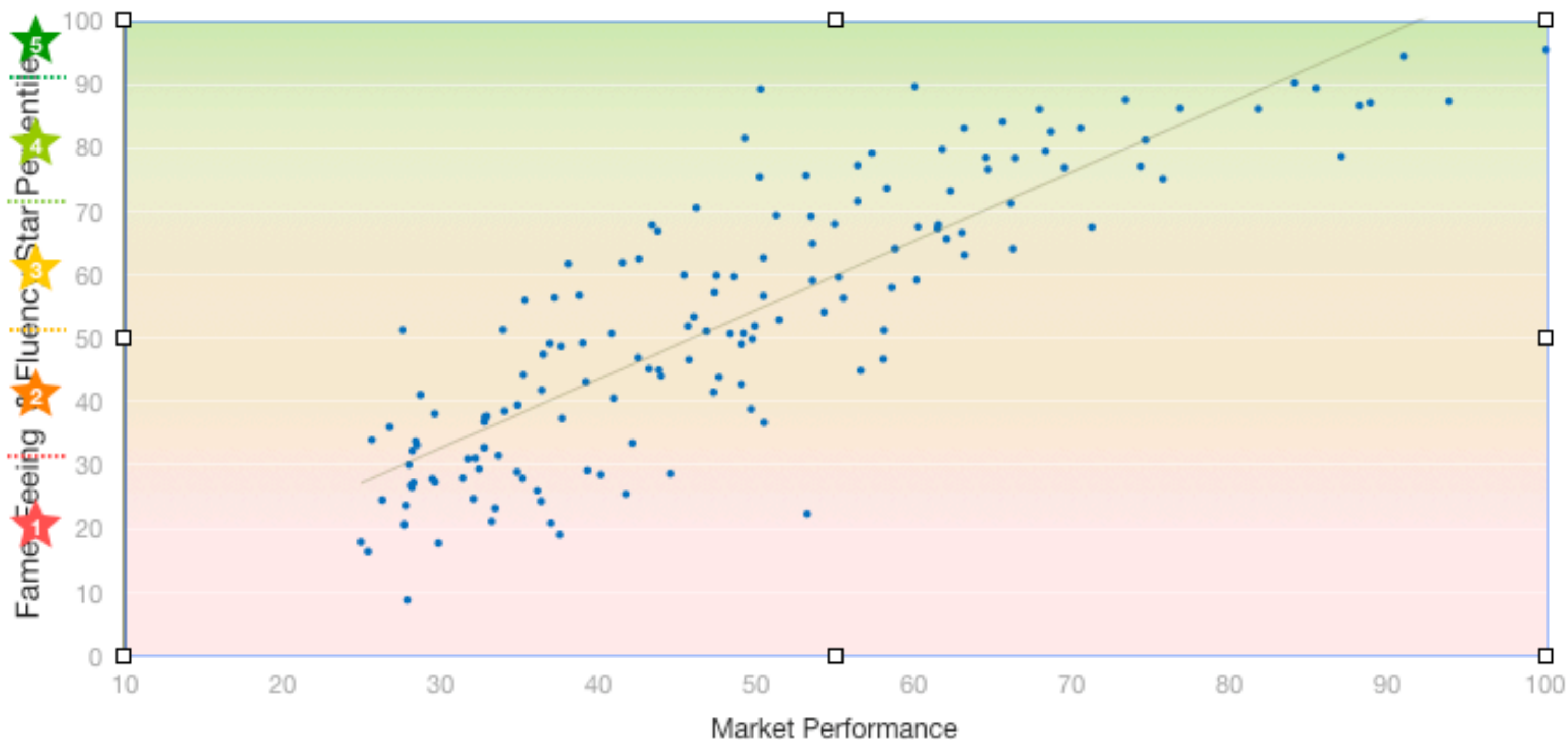
FLUENCY - assets/atributos associados à marca



Estudo System1

Agosto 2019

A combinação "Fame, Feeling & Fluency" é capaz de explicar market share



0,85

correlação positiva

entre FFF e resultados de negócio

(Correlação média de 19 categorias e 191 marcas | Global)



Estudo System1

Agosto 2019

9 brands

9 campaigns

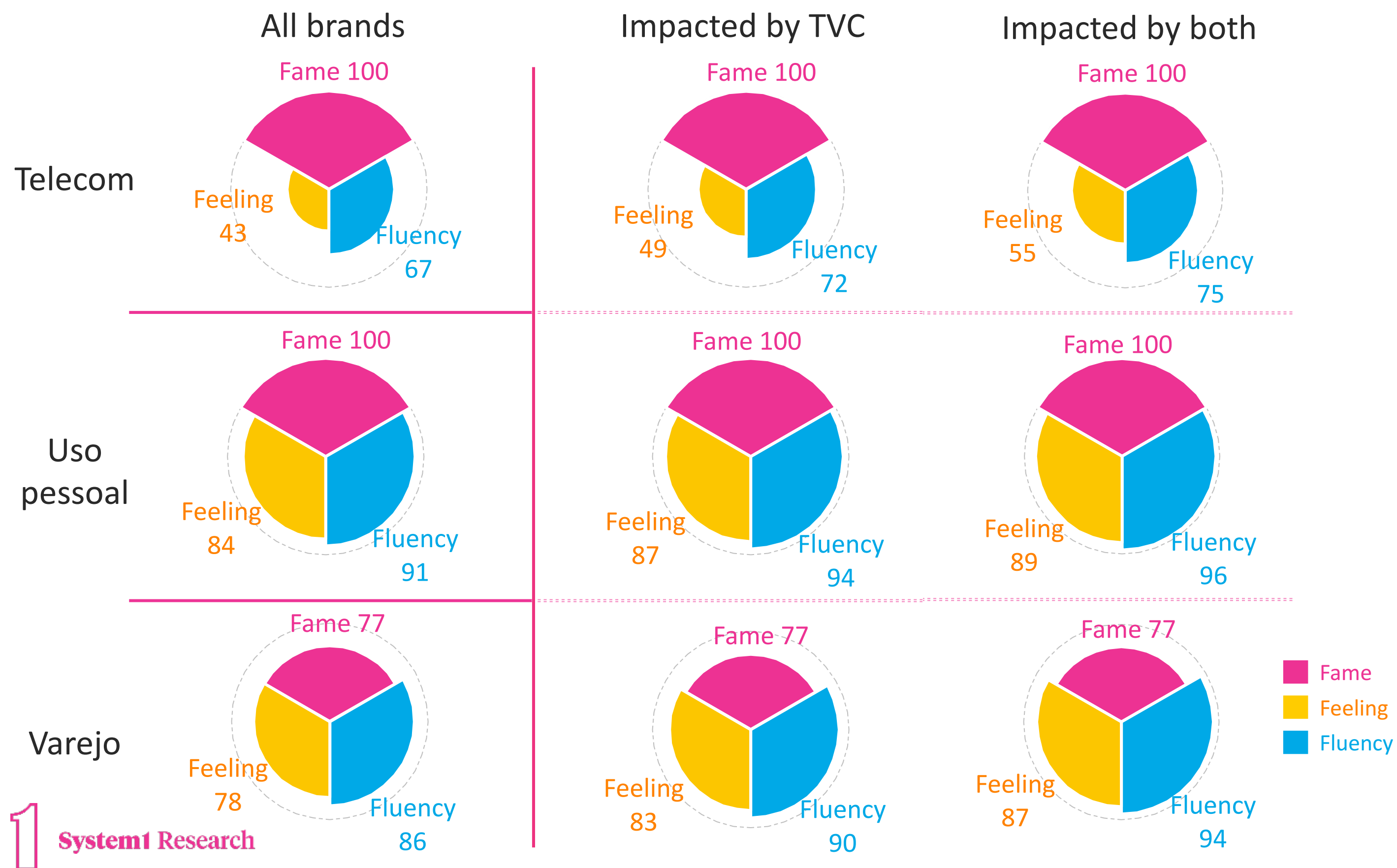
Twitter & TV

3 categorias
(Telco, CPG, Varejo)



Estudo System1

Agosto 2019



Em todos os casos, a combinação
Twitter + TV
alavancou
consideravelmente
as métricas de **Feeling** e
Fluency



Os impactados por Twitter + TV

duplicaram

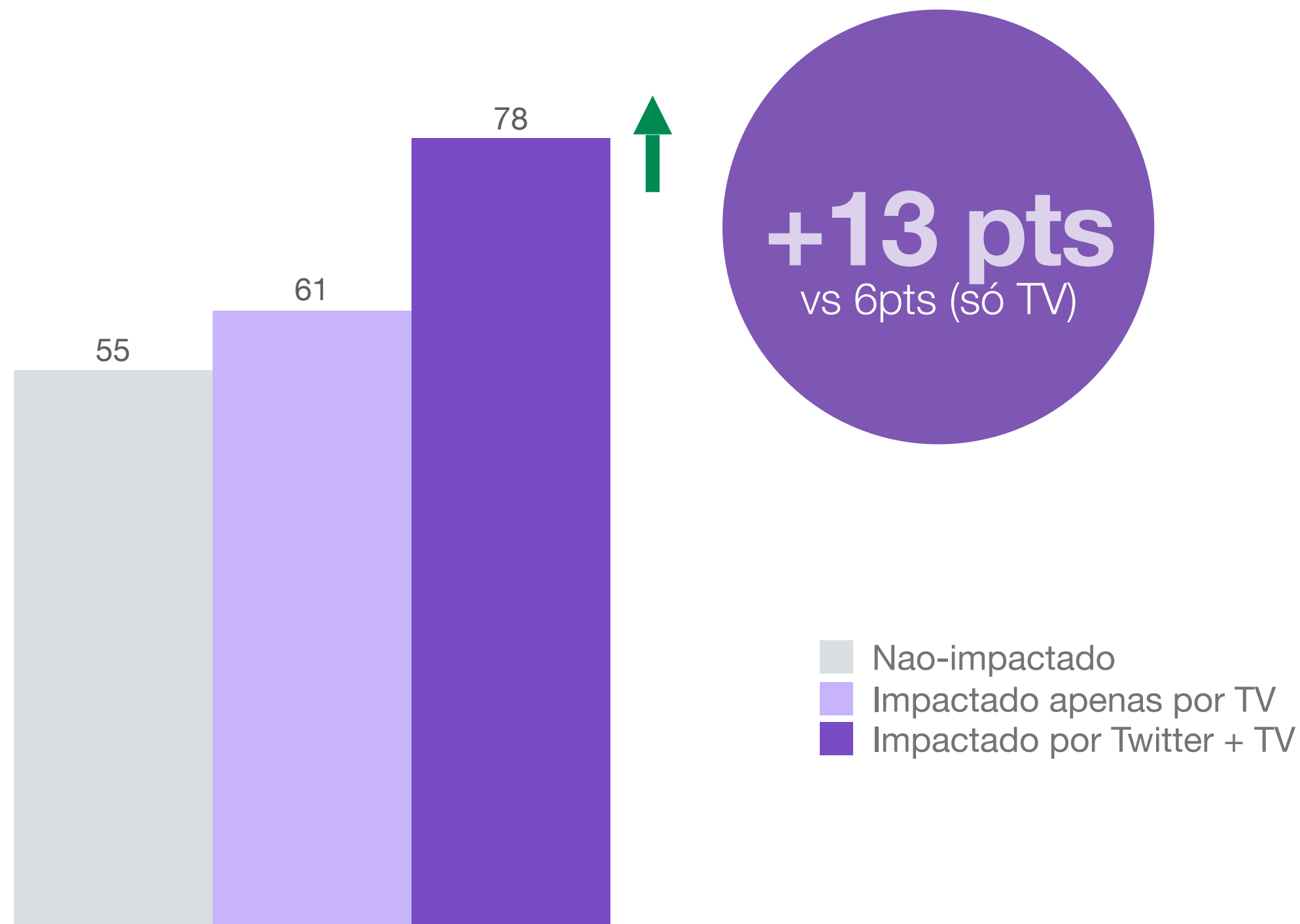
o incremento dos impactados apenas por TV



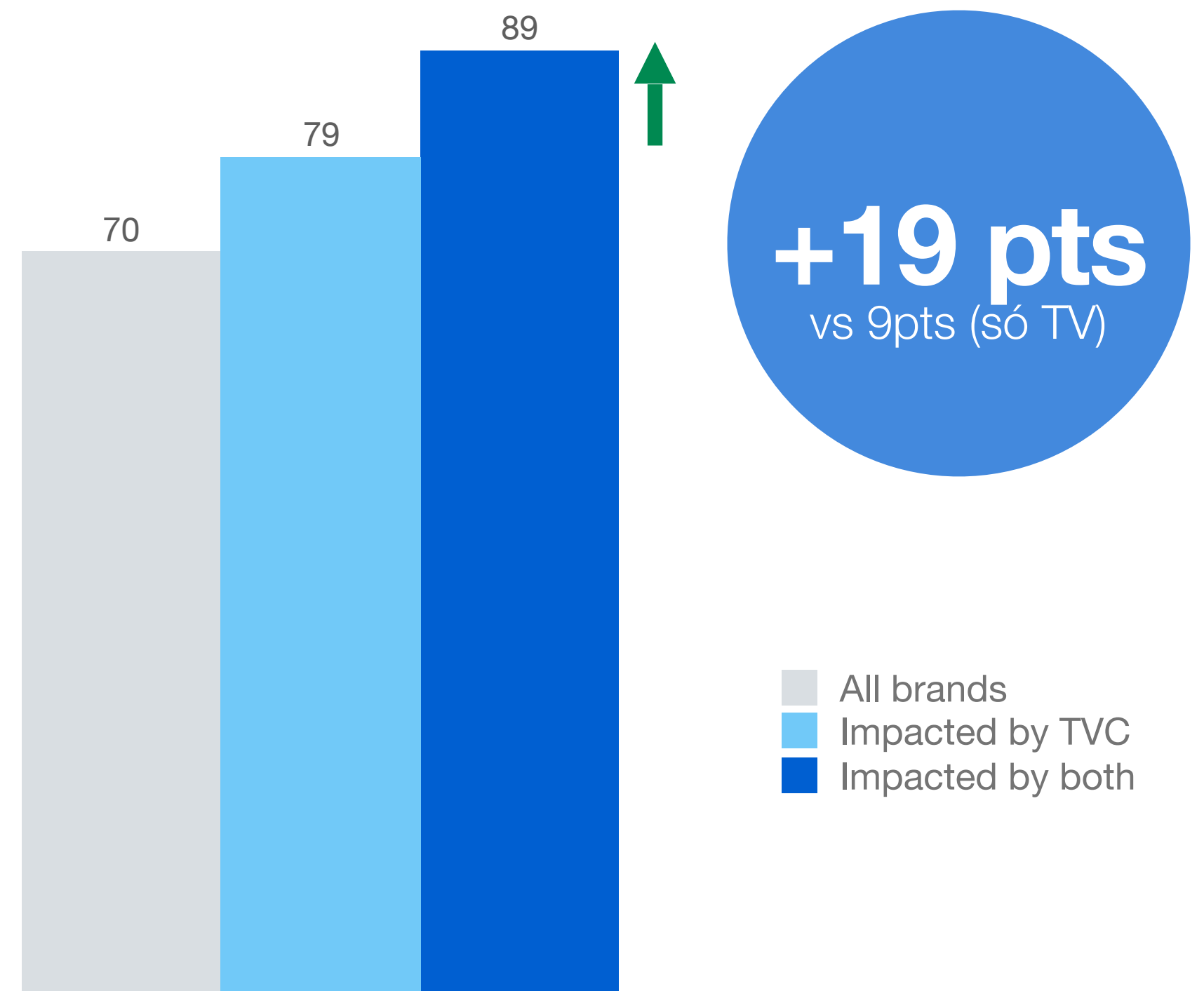
Estudo System1

Agosto 2019

FEELING



FLUÊNCIA



↑ Significant Increase

**Sempre traz
novidades**

+5pp

Única

+9pp

Diferente

+8pp

Falada

+6pp

**Principais
atributos de
marcas
alavancados
pela
combinação
TV + Twitter**

A person is holding a smartphone in their left hand and a tablet in their right hand. In the background, a large screen displays a soccer game. The word "Obrigada!" is overlaid in large white text across the center of the image.

Obrigada!

MI&A Brazil, Aug 2019
Camilla Guimaraes - @camillagp