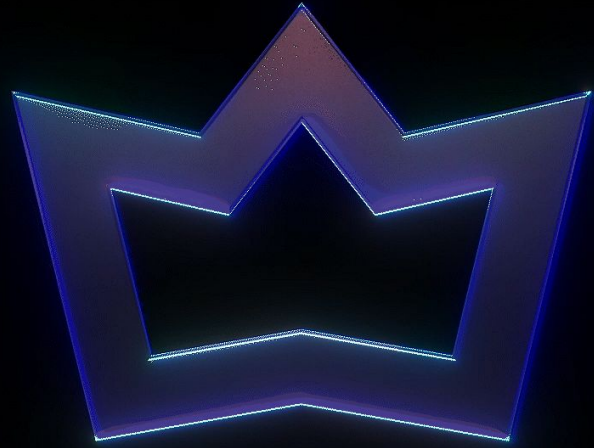


AI-Powered Cultural Intelligence


















O que fazemos

Ajudamos marcas
a se tornarem
mais relevantes
culturalmente

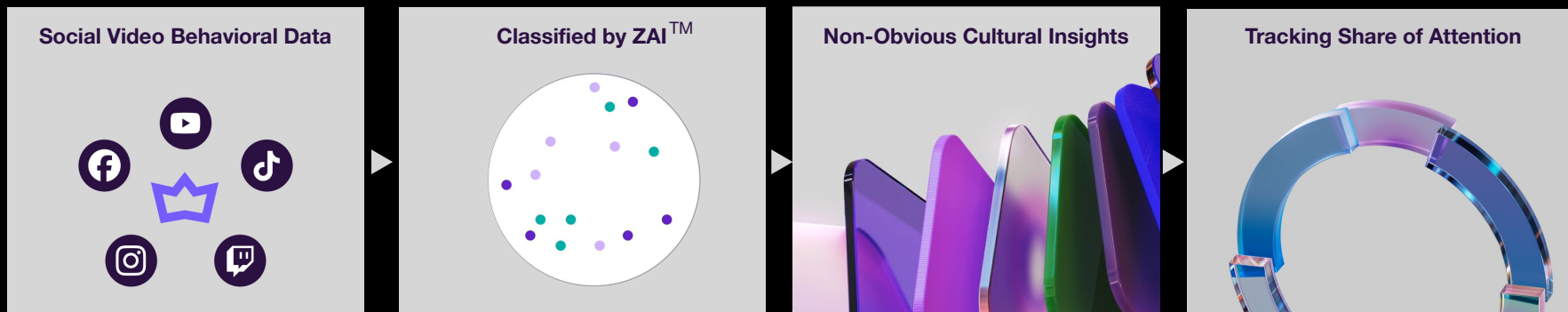


Marcas powered by Winnin

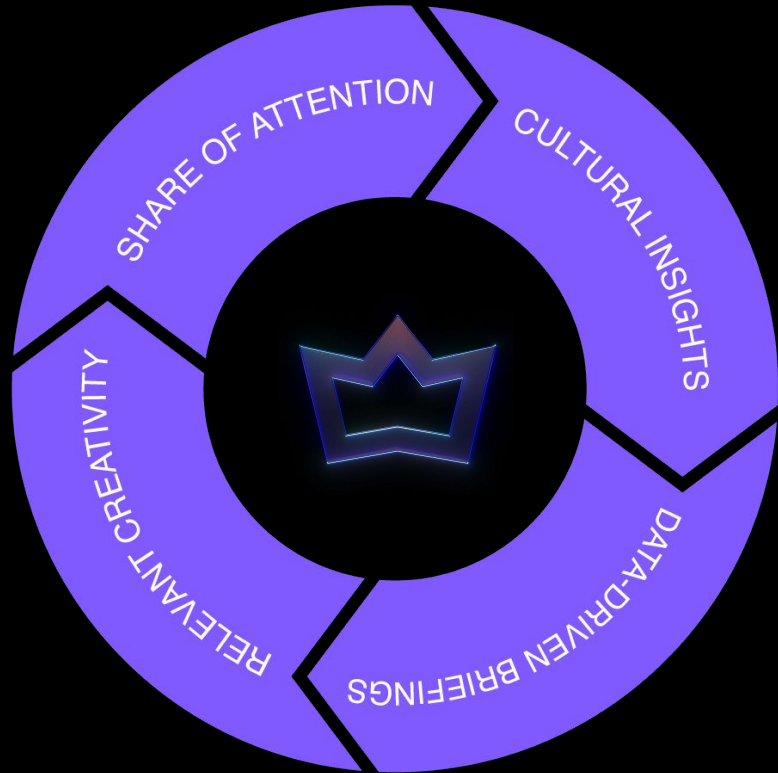
Nosso diferencial

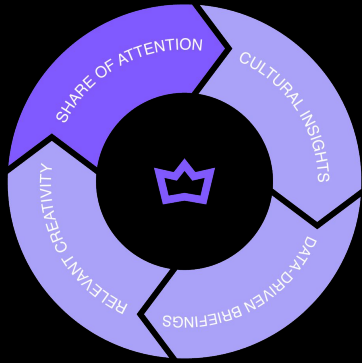
A Winnin Intelligence revela o que as pessoas fazem, não o que elas dizem que fazem.



*ZAI = The Zeitgeist Artificial Intelligence,
Winnin's proprietary AI

Trazemos mensuração da cultura para o processo criativo, ajudando a gerar briefings melhores, ideias mais assertivas e marcas mais fortes.

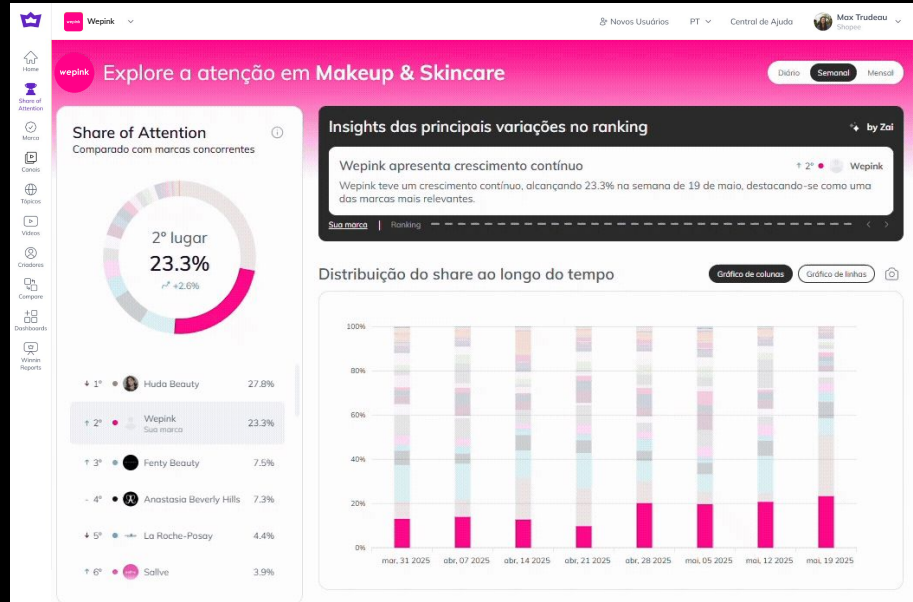




Share of Attention™

Métrica proprietária da Winnin Intelligence que revela onde as pessoas estão verdadeiramente dedicando atenção e com que marcas, tópicos e movimentos culturais.

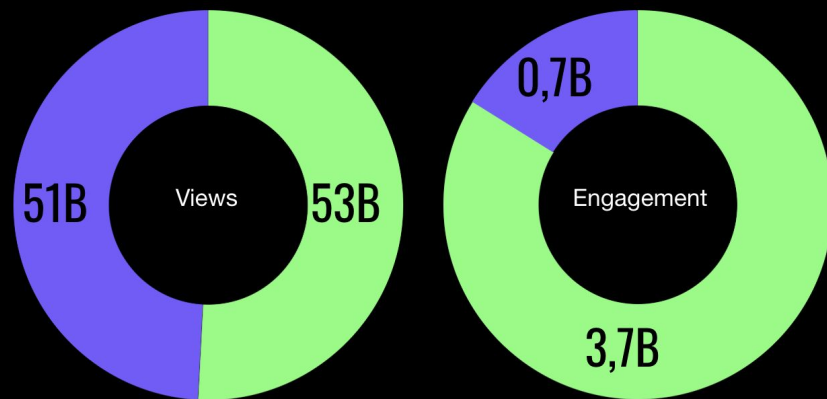
Entender onde está a **atenção das pessoas** é o primeiro passo para construir uma marca relevante.



E, hoje, o conteúdo sobre marcas que lidera a atenção é justamente o produzido pelas pessoas.

Brands Share of Attention™

Source: Social Video in Brazil, Last 12 months, Billions



■ Content created by brands (with views amplified through paid media)

■ Content created by consumers about brands (UGC)

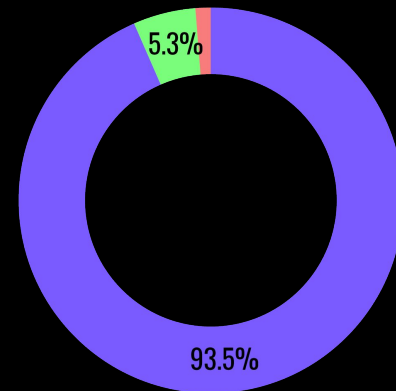
Em **Beleza**,
UGC ganha
ainda mais
relevância.

+96%

Conteúdos criados sobre
Beleza e Moda são **UGC**.



Share de engajamento



Legenda

● UGC

● Paid

● Owned

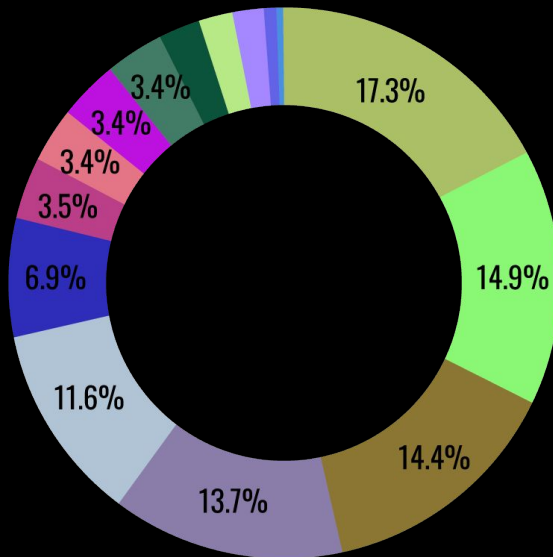
Um comportamento que marcas estão descobrindo como hackear.

Desempenho de UGC

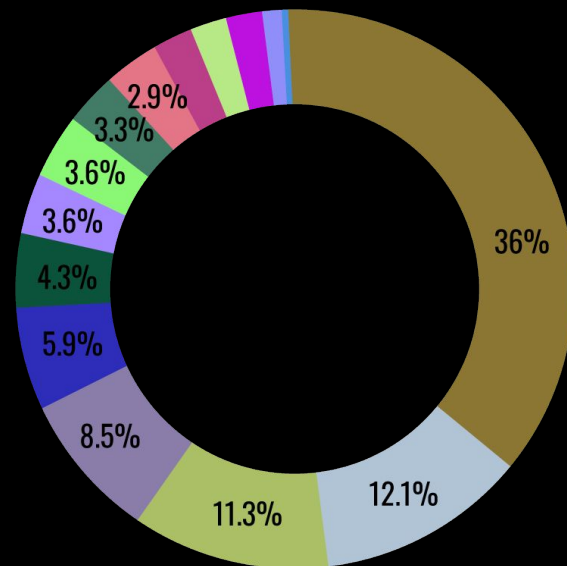


- Salon Line UGC
- Mari Maria Makeup UGC
- Natura UGC
- L'oreal UGC
- O Boticário UGC
- Bruna Tavares UGC
- Creamy UGC
- Boca Rosa Beauty UGC
- Principia UGC
- We Pink UGC
- Granado UGC
- Salve UGC
- Avon UGC
- Simple Organic UGC
- Hidratei UGC

Share de engajamento



Share de conteúdo



Case Salon Line

MIGS: O Programa de Creators da SalonLine #migssalonline

Nos últimos 3 anos

+22K vídeos

+750M visualizações

+72M engajamento

+3K creators



@euanacarolinaoficial
TopMigs



@leticiaalves_fr
Migs



@mayah_souzaa
One



@eu_clarasouza
TopMigs



@imdudabarreto
One



@ramilledarlin
Migs

Case Mari Maria Makeup + Burger King

Exclusividade e colaboração:
Combos que presenteavam
consumidoras com um gloss
exclusivo.

+52M visualizações

+5.9M engajamento

+300 creators



Case Elseve

Liso dos Sonhos

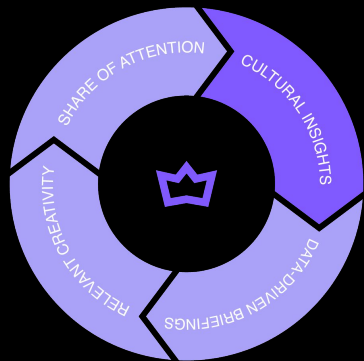
Elseve convocou consumidoras para receber kits e gravar uma resenha criativa da nova linha Liso dos Sonhos para participar do sorteio de grandes prêmios.

+134.3M visualizações

+1.9M engajamento

+200 creators





Cultural Insights: tendências da categoria, segmentação de comunidades e análise de passion points

Conhecer quem são essas pessoas, o que gostam e de quais comunidades fazem parte se torna cada vez mais essencial.

Acelere sua relevância em Cabelo

Conecte sua marca com estas tendências do seu território

Trending

Cabelo e Identidade

1M Engaj.

Cabelos e Estilo de Vida

73k Engaj.

Cortes de Cabelo Masculinos

5M Engaj.

Técnicas de Hidratação Profunda

7M Engaj.

Cabelo e Cult

629k Engaj.

VIDA E ESTILO
VEJA COMO FICOU A TRANSFORMAÇÃO NO VISUAL

Transformações de Cabelo

Ainda em andamento, mas sem novos picos

2M Engaj.

Gerar briefing

Seus recentes

Beleza & Cosméticos .. Beleza & Cosméticos .. Beleza & Cosméticos .. Beleza & Fashion

Cotidiano **Cabelo** Máscara Capilar Shampoio Artífuz Óleo Capilar

Acompanhe seus favoritos

Os vídeos mais engajados desta semana

18/05/2025

lulza_mayers 303k

13/05/2025

cachosdeleite 2M 208k

#cachos #cacheados #cabelo #creme

14/05/2025

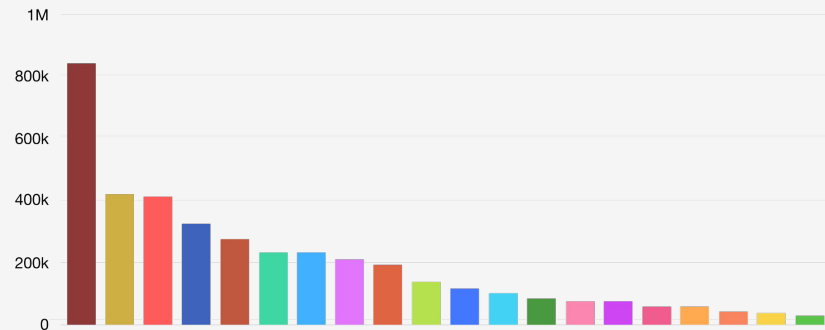
kauanluc 214k

#cachos #cacheados #comedia #memes

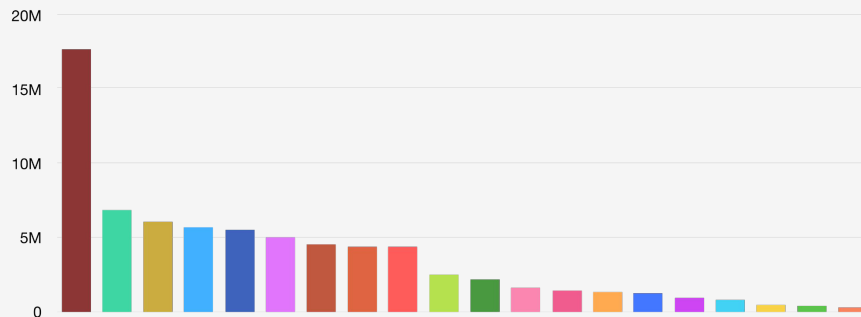
+ Assuntos relevantes dentro de Beleza & Moda

User Generated Content

Engajamento médio



Visualizações médias



- Cabelo e Maquiagem
- Cabelos Cacheados
- Arrume-se Comigo
- Penteados
- Unhas
- Skin Care
- Produtos para Cabelos
- Batom & Gloss
- Perfumes
- Calçados
- Grife de moda
- Look do Dia
- Ativos Capilares
- Tratamentos Capilares
- Acessórios
- Jeans
- Moda Verão
- Moda íntima
- Moda Masculina
- Moda Plus Size

Audiência: Beleza no Brasil

Múltiplas oportunidades:
Ocasões Especiais, Humor, Tutoriais, etc.



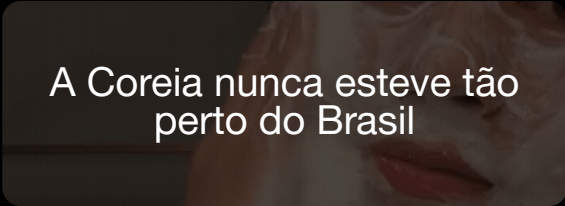
Beleza e Moda > Arrume-se Comigo

Arrume-se Comigo

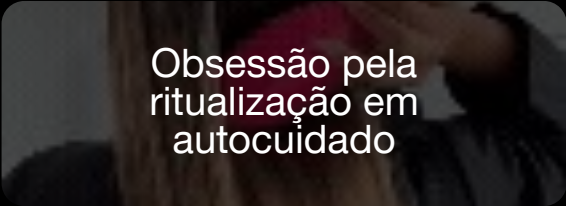
Principais nichos dentro deste tópico

Nichos	Relevância
Moda para Ocasões Especiais	28M
GRWM engraçados	16M
Tutoriais de Maquiagem	18M
Outfits Casuais	13M
Hauls de Moda	4M
Looks Sazonais	4M
Estilos Retrô e Vintage	1M
Moda Fitness e Activewear	1M

Tendências dominando as comunidades de beleza e moda



A Coreia nunca esteve tão
perto do Brasil



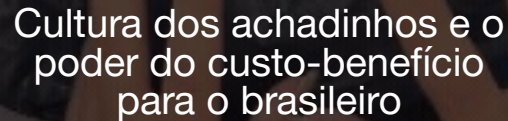
Obsessão pela
ritualização em
autocuidado



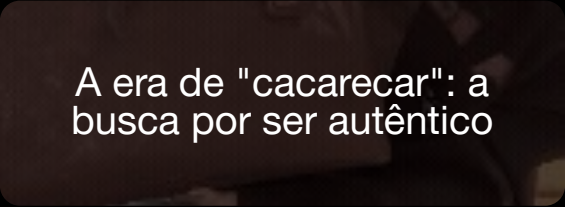
Qualidade VS Quantidade:
a crise das microtrends



A preocupação com o
melhor envelhecimento



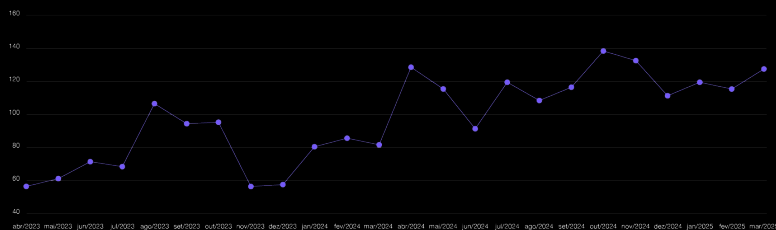
Cultura dos achadinhos e o
poder do custo-benefício
para o brasileiro



A era de "cacarecar": a
busca por ser autêntico

A Coreia nunca esteve tão perto do Brasil

Contagem mensal de vídeos



+153%

De volume de conteúdo no último ano

Não é de hoje que o Brasil consome cultura asiática. Com uma das maiores comunidades japonesas e chinesas, o país sempre foi aberto para culturas diferentes.

Mas, nos últimos anos, alguns movimentos cresceram em relevância como nunca antes, sobretudo os de beleza coreana.



Vídeo: @arieladesu (Instagram)

Obsessão pela ritualização em autocuidado

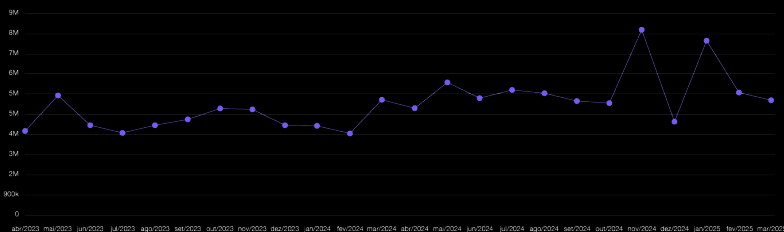
+95%

De relevância (jan24 VS jan25)

A cultura da produtividade chegou no universo de Wellness e a nova lista de "To Do's" é a do autocuidado.

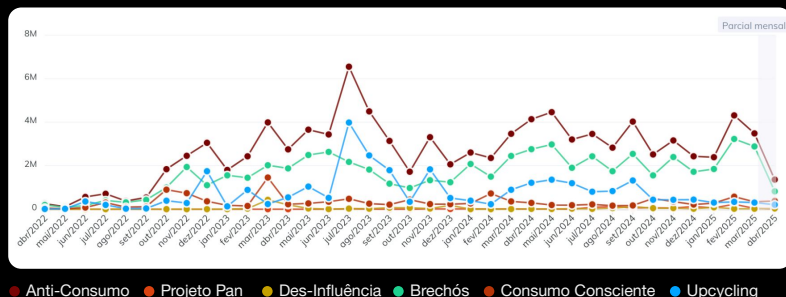
O importante é ritualizar o momento de cuidado com a pele, com o cabelo, com a saúde, com a alimentação, de maneira metódica e sensorial. O "Banho Premium" é um exemplo perfeito.

Relevância ao longo do tempo



Vídeo: @brunalohaiine (Instagram)

Qualidade VS Quantidade: a crise das microtrends



+42M

De engajamento total nas
tendências no último ano

A cultura em vídeo mostra uma fadiga de “cores” e microtrends, concomitante a um consumo mais intencional e sustentável.

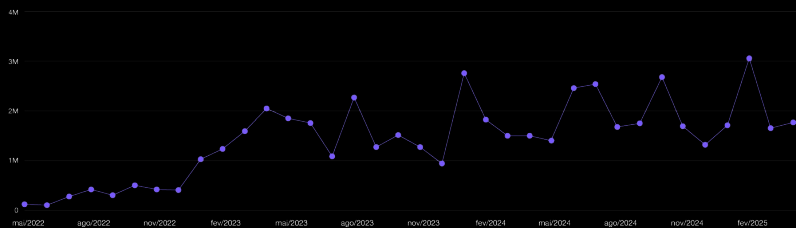
Com isso, vemos o crescimento da busca por brechós, desafios como “Projeto Pan” e a “Des-Influência”. O foco passa a ser encontrar seu estilo pessoal com peças de qualidade e atemporais.



Vídeo: @tabatamalmerca (Instagram)

A preocupação com o melhor envelhecimento

Relevância ao longo do tempo



+640%

De relevância (dez22 VS fev25)

Longevidade vem permeando diversos territórios - e Beauty é um deles! O público já entendeu: para uma pele jovem no futuro, é preciso fazer agora sua rotina perfeita de skincare.



Vídeo: @jardeledebran (Instagram)

Cultura dos achadinhos e o poder do custo-benefício para o brasileiro

+290%

De relevância (jan24 VS jan25)

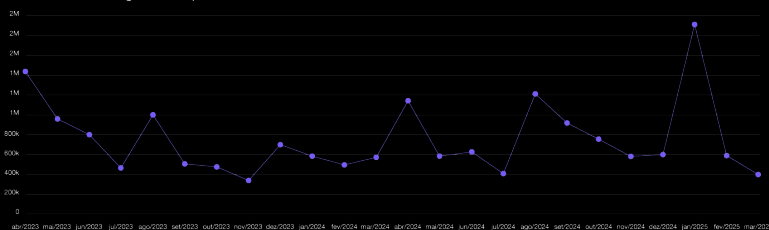
Melhor do que comprar makes & looks novos é achar aquele seu item fav por um preço mais amigável!

E por isso, a febre dos 'achadinhos' já virou parte da cultura brasileira, unindo o prazer do 'me mimei' com a sensação irresistível de pagar menos.



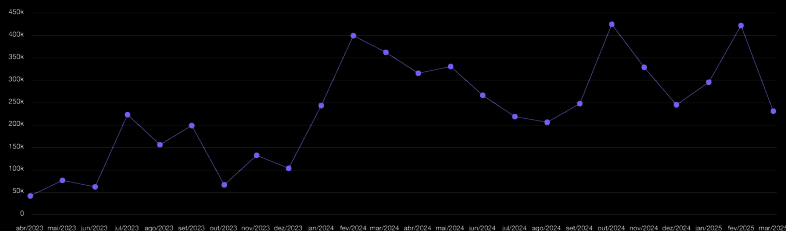
Vídeo: @marciakmb (Instagram)

Relevância ao longo do tempo



A era de "cacarecar": a busca por ser autêntico

Relevância ao longo do tempo



+494%

De relevância (dez23 VS abr25)

Um dos maiores pânicos da nova geração é ser "só mais um", e não ser uma versão única e especial da humanidade.

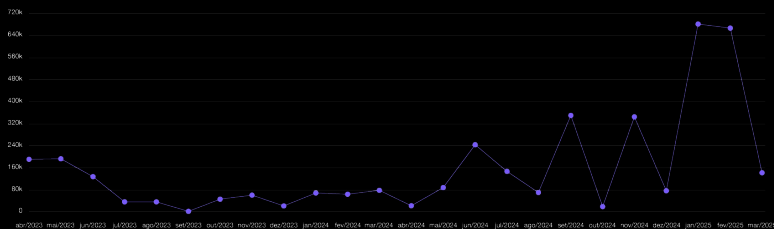
Vemos esse comportamento em Fashion através da personalização de itens pessoais, sobretudo bolsas e capinhas de celular: todos cheios de cacarecos íntimos.



Vídeo: @nanaths (Instagram)

Female Gaze: a libertação da aprovação masculina

Relevância ao longo do tempo



+900%

De relevância (jan24 VS jan25)

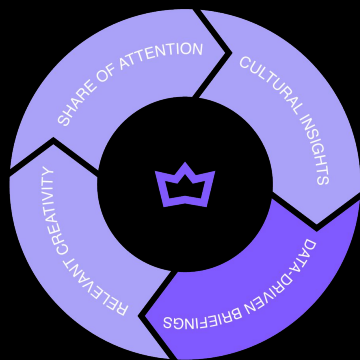
"I do it for the girls and the gays,
that's it!"

A ressignificação da feminilidade
como algo "cool" tem incentivado
mulheres a se libertarem na
aprovação masculina.

O objetivo agora é inspirar outras
mulheres.



Vídeo: @oliviaptps (Instagram)



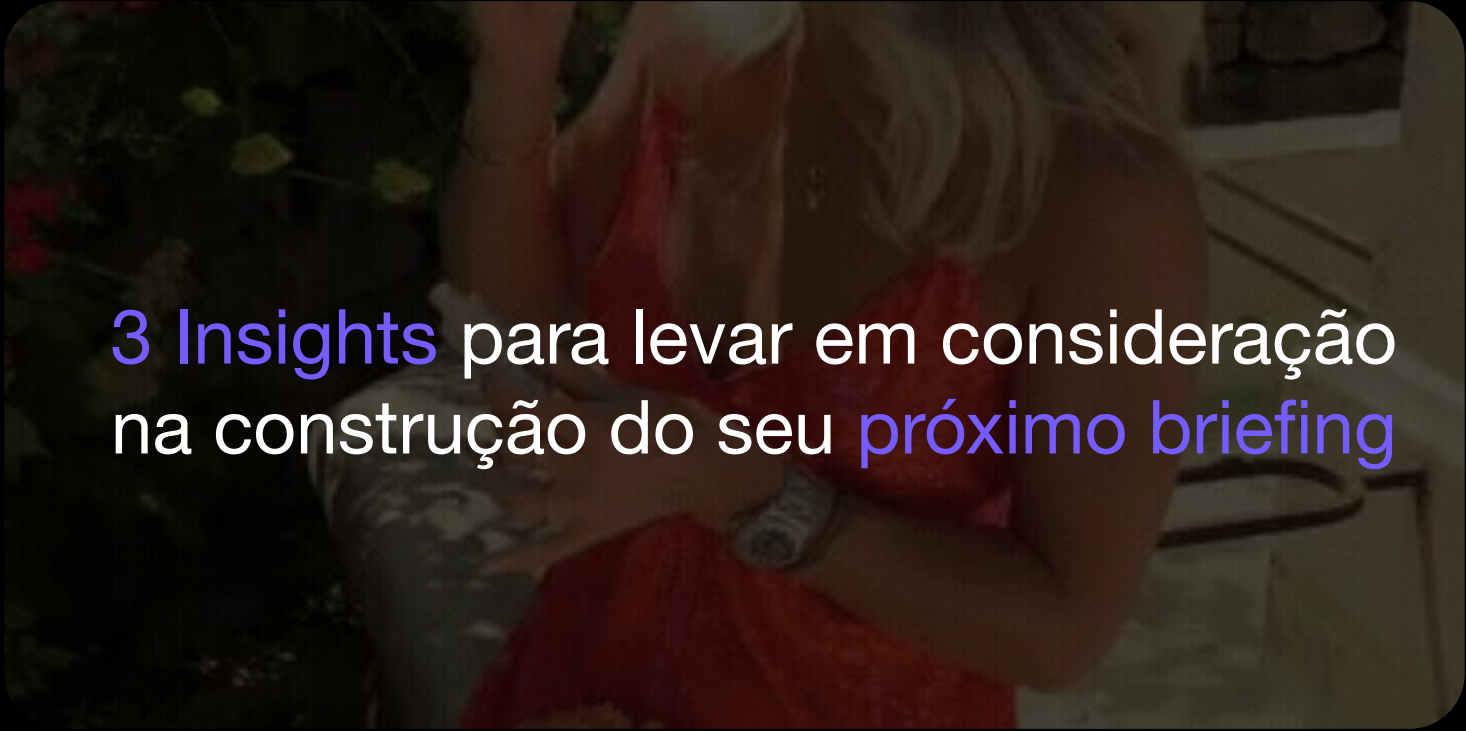
A Winnin ajuda marcas a alcançarem maior clareza criativa, mostrando o que realmente engaja as pessoas. Com Share of Attention™, marcas conseguem construir briefings baseados no comportamento real da audiência, tornando cada campanha mais relevante e eficaz.

De Métrica a Metodologia de Growth

Maior velocidade na criação de briefings mais precisos e estratégicos, com inteligência cultural que revela o que realmente ressoa.

The screenshot displays the Winnin dashboard interface. At the top, it shows the workspace name 'My workspace' and user information for 'Esther Howard Brand'. The main heading is 'Briefing: Equipamentos de natação' with a 'Done' status. Below this, a large blue banner reads 'Briefing: Achadinhos de Inverno' powered by Winnin. The dashboard is divided into several sections:

- Nosso desafio:** O desafio da marca é fortalecer sua presença no mercado. Embora já tenhamos autoridade e uma marca forte, ainda há uma distância visível em relação aos players mais ativos.
- Audiência Alvo:** Ampla e versátil, indo de jovens (13-24 anos) fãs de entretenimento até adultos (25-54 anos) interessados em promoções e conteúdo informativo.
- Principais Insights:**
 - Trend em Alta!** "Achadinhos de Inverno" vem crescendo de forma consistente nas últimas 3 semanas — com aumento de 47% no volume de vídeos e pico de engajamento no dia 06/05/25, principalmente nos segmentos de Varejo, Moda e Lifestyle.
 - Concorrência Ativa!** Seu maior concorrente já está explorando a trend com vídeos de haul, unboxing e looks completos — e estão colhendo bons resultados. Hora de mostrar o seu diferencial!
 - Ganho Comercial: Integração com Promoções** Aproveitar a trend para ancorar campanhas de smartphones, acessórios e ofertas especiais pode transformar o interesse em conversão, ampliando o impacto comercial da sua marca
- Análise de Competição Direta:** Three donut charts showing 'Share de engajamento', 'Share de visualizações', and 'Share de conteúdo' across all providers in 12 months.

A photograph of a woman with blonde hair, wearing a red dress, holding a baby. The image is dimmed and serves as a background for the text. The text is centered and reads: "3 Insights para levar em consideração na construção do seu próximo briefing".

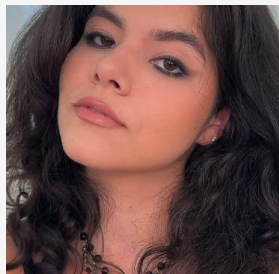
3 Insights para levar em consideração
na construção do seu próximo briefing

1. Saber utilizar o timing das microtendências é estratégico para se conectar com a busca da audiência por autenticidade e inovação.

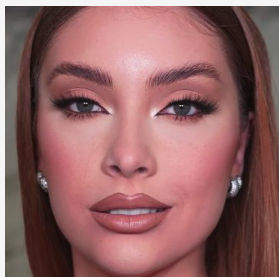
Boho



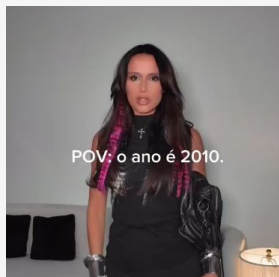
Messy Girl



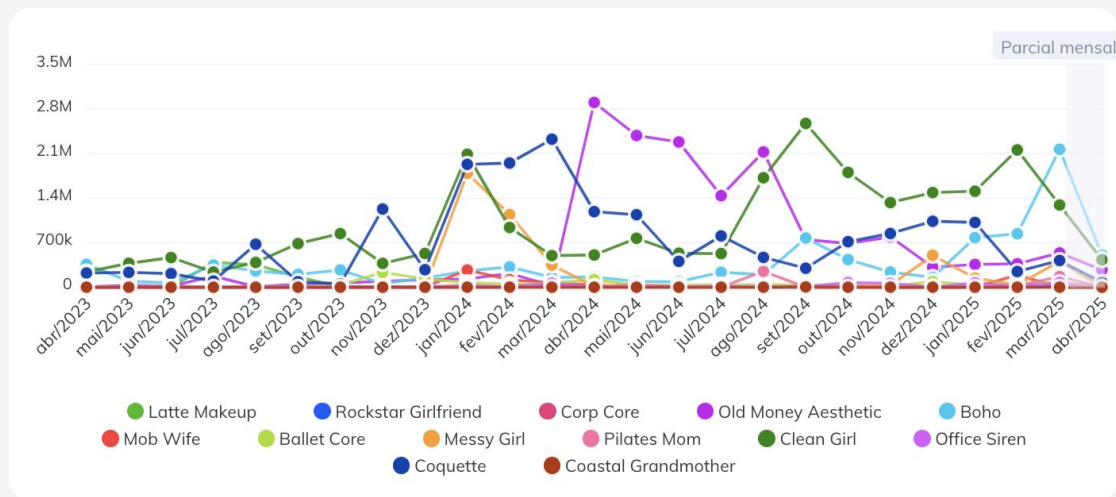
Latte Makeup



Indie Sleaze



Relevância



As microtendências não vivem para sempre e a audiência sempre muda o foco do momento - saber entrar na trend na hora certa é chave para uma estratégia assertiva.

2. A potência dos micro/mid creators está na **influência de nicho**.

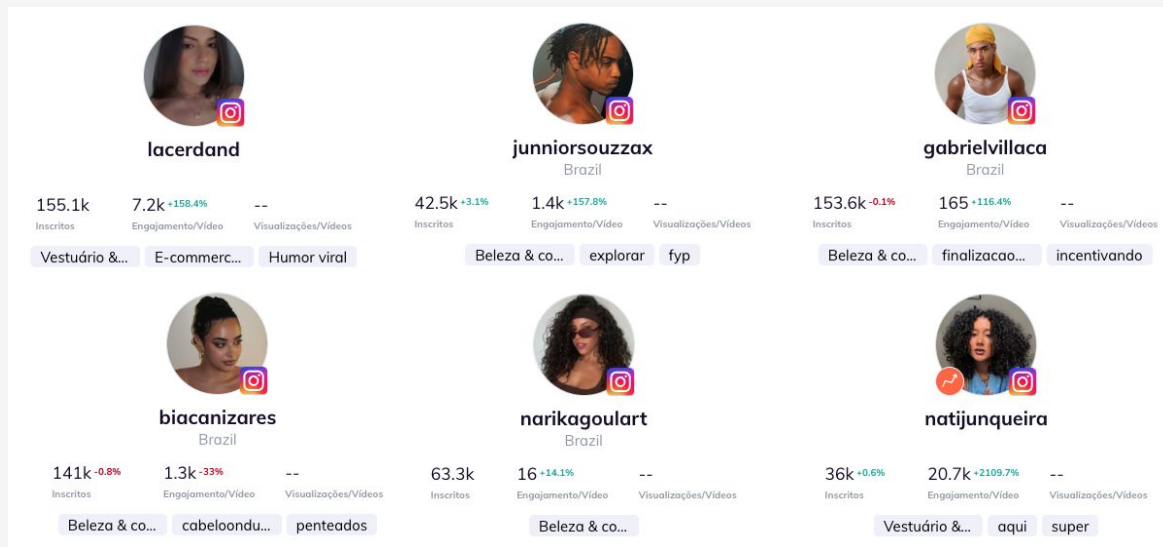
A proximidade e a identificação geram uma conexão genuína, pois a audiência prioriza consumir uma rotina espontânea e autêntica.

Beleza & Moda

+39K creators no total

+5K mid creators

+32K micro creators



3. Em relação aos canais, o Instagram representa 35% dos vídeos produzidos em Beleza & Moda, sendo fundamental na estratégia de plataformas da categoria.

Beleza & Moda

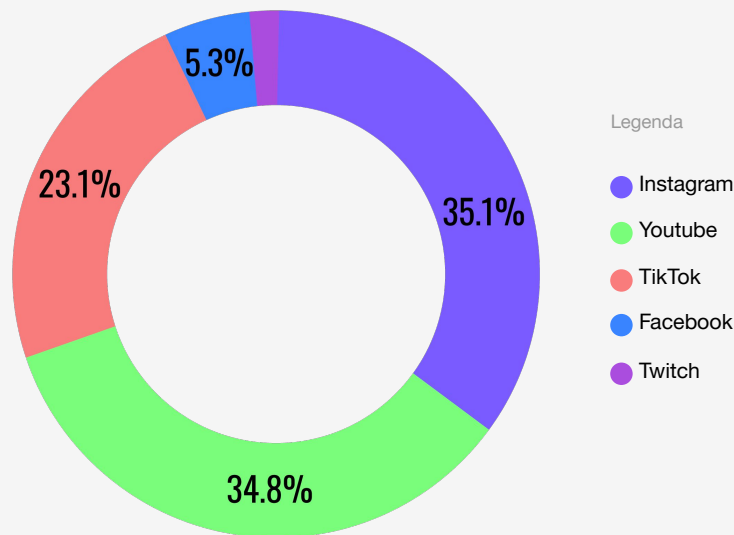
Nos últimos 2 anos

+4M vídeos (3M são vídeos curtos)

+226.7B visualizações

+16.3B engajamento

Volume total de conteúdo





Receba, de forma exclusiva e gratuita, os principais insights apresentados no evento Meta Marketing Summit – Beauty & Fashion da Meta

Powered by  **winnin**

Winnin.Intelligence