

Manter as métricas da
marca positivas

 Meta



em um ambiente com
orçamento limitado

Resumo



Situação atual



Como criar uma estratégia de funil completo



Conectar-se com criadores de conteúdo
(marketplace de criadores de conteúdo)



Criar conteúdo que gera engajamento
com o Reels



Expandir o alcance com anúncios em parceria



Casos de sucesso



Principais conclusões



Situação



atual

A segunda tela



mudou o comportamento
do consumidor,

Hoje em dia, o smartphone
costuma



ser considerado a tela principal

O comportamento do consumidor **mudou**



E o papel das redes sociais também **mudou**

Para a geração Y e a geração Z, as redes sociais são o principal formato de mídia para impulsionar a descoberta de novos produtos alimentícios e de CPG.

Para a geração Z, as redes sociais são o principal formato de mídia para impulsionar a descoberta de novas compras de vestuário além da navegação na loja ou da visita ao site ou app de uma marca.³

70%

do tempo total gasto na mídia pelos consumidores é dedicado à mídia digital.¹

59%

das pessoas usam uma segunda tela, consumindo anúncio para dispositivos móveis em smartphones enquanto assistem à TV.²

Fontes: 1. GlobalWebIndex 4º trimestre de 2022, 2. "Digital video viewers take TV to smaller screens. Here's a breakdown" (Detalhamento: os espectadores de vídeo digital levam a TV para as telas menores, em tradução livre). Insider Intelligence, Nov 2022, 3. "CPG and Grocery Product Discovery 2023" (Descoberta de produtos alimentícios e de CPG, em tradução livre). eMarketer, maio de 2023, n=1.455.

O modo como consumimos mídia está evoluindo...

Na era digital, o tempo gasto em mídia e os gastos do consumidor estão estagnados. Isso significa que o ganho de uma empresa é a perda de outra.

Como a maior comunidade conectada do mundo, a **Meta** é um ecossistema preferencial que **continua a crescer e prosperar**.



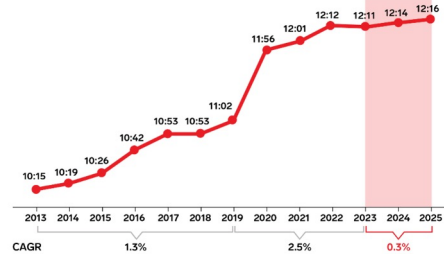
 **3,96 BI**

de pessoas, segundo nossa estimativa, usam ao menos um dos nossos serviços todos os **meses**³

Fonte: 1. eMarketer, junho de 2023. 2. We Are Social, janeiro de 2024. 3. Ganhos da Meta no 2º trimestre de 2024, julho de 2024

The trend of stagnating time spent on social media.¹

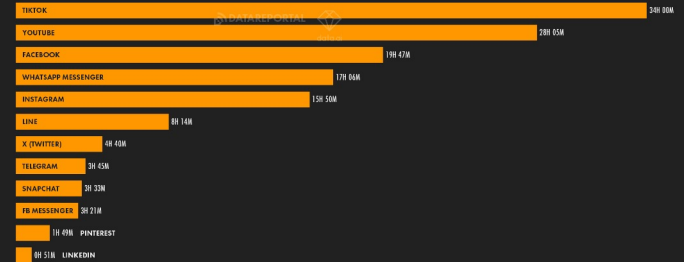
hrs:mins spent on media per day per US adult



INSIDER INTELLIGENCE | eMarketer

Note: ages 18+, includes time spent with digital internet activities (desktop/laptop, nonvoice mobile, connected TV, and other connected devices), print, radio, TV, and other traditional media including printed catalogs, direct mail, cinema, and out-of-home
Source: Insider Intelligence | eMarketer Forecast, June 2023

Average time spend on social media per country.²



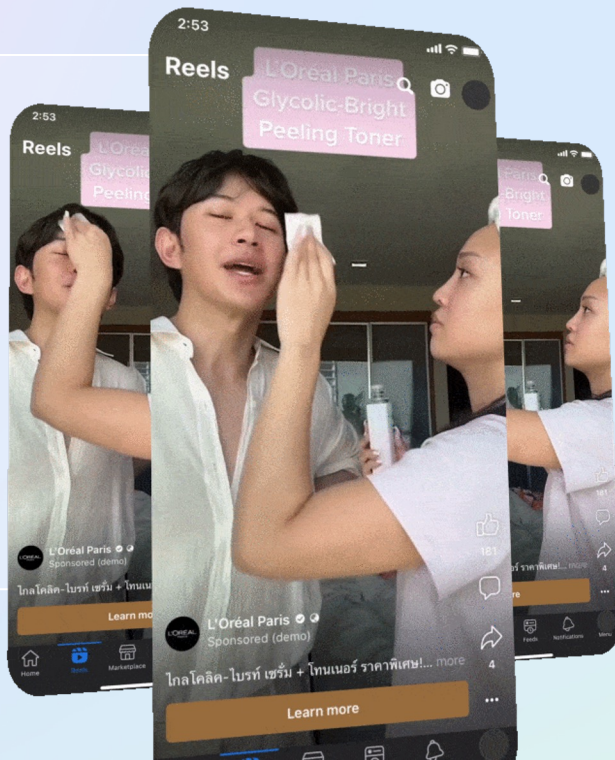
230

SOURCE: DATA BY eMarketer, WE ARE SOCIAL, MOBILE MONITOR, AND OTHER RESEARCH FIRMS. FIGURES INCLUDE TIME SPENT WITH APPS AND WEBSITES, INCLUDING PRINT, RADIO, TV, AND OTHER TRADITIONAL MEDIA INCLUDING PRINTED CATALOGS, DIRECT MAIL, CINEMA, AND OUT-OF-HOME. SOURCE: INSIDER INTELLIGENCE | eMarketer Forecast, June 2023

we are social | Meltwater

O que a evolução do consumo de mídia tem a ver com o valor da marca?

TUDO



A descoberta online é um fator essencial para influenciar comportamentos de compra. **Com 2,1x mais probabilidade de descobrir produtos online do que na TV**, é crucial que as marcas estejam presentes nos canais certos.

No entanto, o tempo gasto em mídia e os gastos do consumidor estão estagnados, o que significa que uma empresa só pode crescer às custas de outra.

Como a maior comunidade conectada do mundo, a Meta oferece um ecossistema preferencial que continua a crescer e prosperar.

Fonte: "Modern Consumer Shopping Study" (Estudo sobre compras do consumidor moderno) da Kantar, encomendado pela Meta, com 2.535 consumidores de 18 a 64 anos no Brasil, outubro de 2023.

As métricas de valor da marca contribuem

14%

para as vendas totais de uma marca ao longo de três anos, em média

Fonte: meta-análise de MMM da Nielsen encomendada pela Meta, 2024. Base: estudos selecionados e compilados pela Nielsen, consistindo em nove estudos de mercados/clusters verticais concluídos em 2024 que contêm seis KPIs de valor da marca por cluster usando dados do YouGov. Essa lista inclui 36 estudos que representam os mercados dos EUA, América Latina, EMEA e APAC nos setores de bens de consumo, varejo e tecnologia. Contribuição de valor da marca e contribuição de mídia são definidas como "Contribuição para vendas", calculada como vendas incrementais totais derivadas da respectiva métrica de valor da marca ou tática de mídia divididas pelas vendas totais da marca.



Métricas de marca de três anos

O impacto da contribuição de vendas nas métricas da marca ao longo de três anos

Métricas de marca de dois anos

O impacto da contribuição de vendas nas métricas da marca ao longo de dois anos

Mídia

Contribuição incremental para as vendas da mídia gerada durante o período da atividade de mídia

Base

Vendas geradas na ausência de considerações de mídia ou métrica de marca (ou seja, preço, distribuição, fatores macroeconômicos)

A Meta contribui significativamente para o valor da marca dos anunciantes, proporcionando um **retorno sobre o valor 20% maior** em comparação com outras mídias.

A Meta é capaz de construir marcas duradouras e gerar resultados significativos em curto e longo prazo.

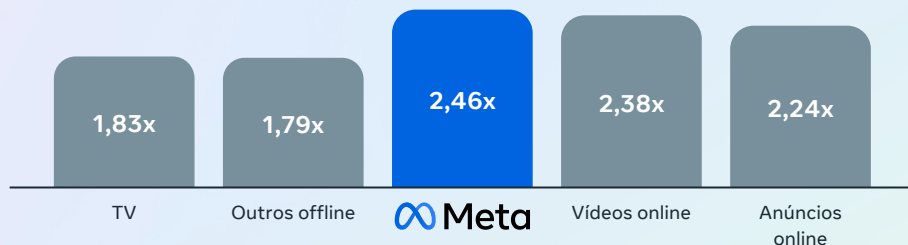


A eficiência das tecnologias da Meta também se transforma em valor a longo prazo

As plataformas da Meta têm um impacto **2,46x maior no longo prazo** quando comparado ao ROAS de curto prazo.

A longo prazo, **cada real (R\$)** investido em publicidade na Meta gera um retorno significativamente maior do que aquele investido em TV ou vídeos online.

Multiplicador de ROAS de longo prazo

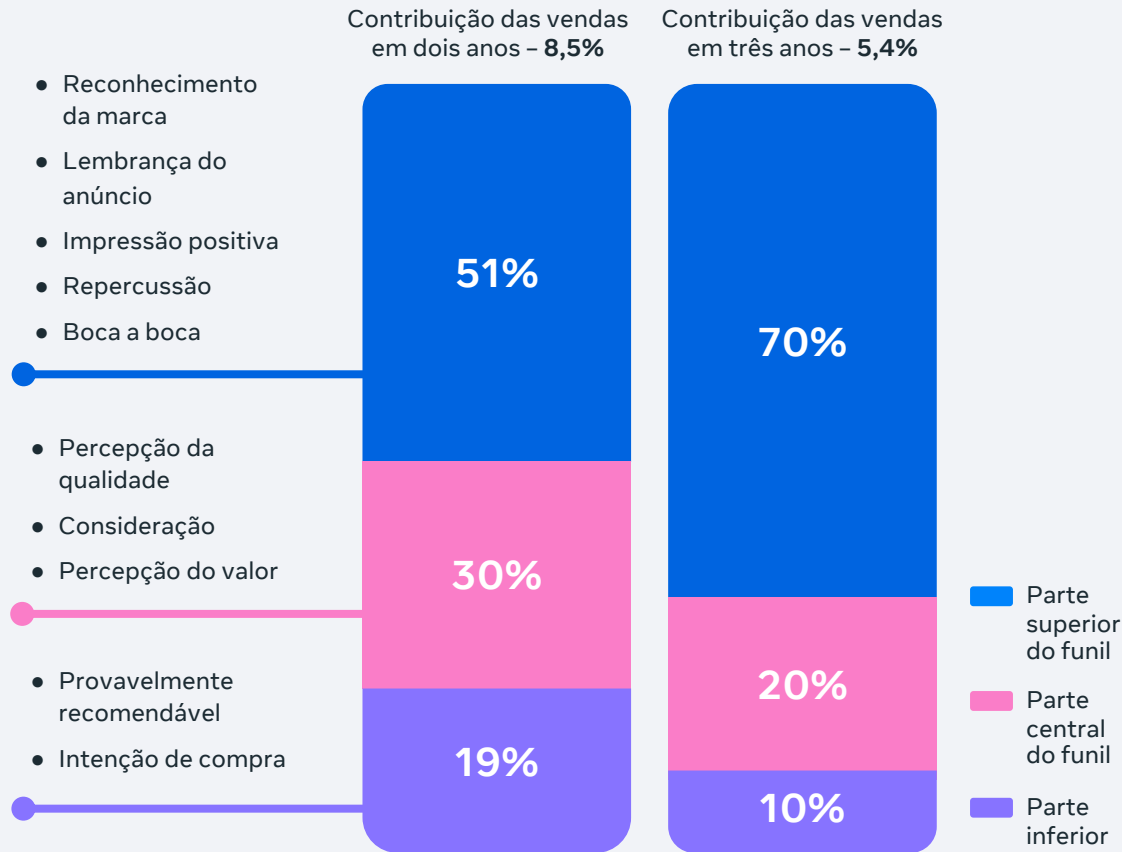


O multiplicador do ROAS de longo prazo é calculado somando o ROAS de longo prazo ao ROAS de curto prazo e dividindo pelo ROAS de curto prazo. Neste caso, “longo prazo” refere-se ao impacto na mídia que se estende além do primeiro ano da campanha de publicidade.

As métricas do funil superior são as que mais contribuem para as vendas

Estruturas de saliência e memória positiva contribuem mais para as vendas e se tornam relativamente mais importantes ao longo do tempo.

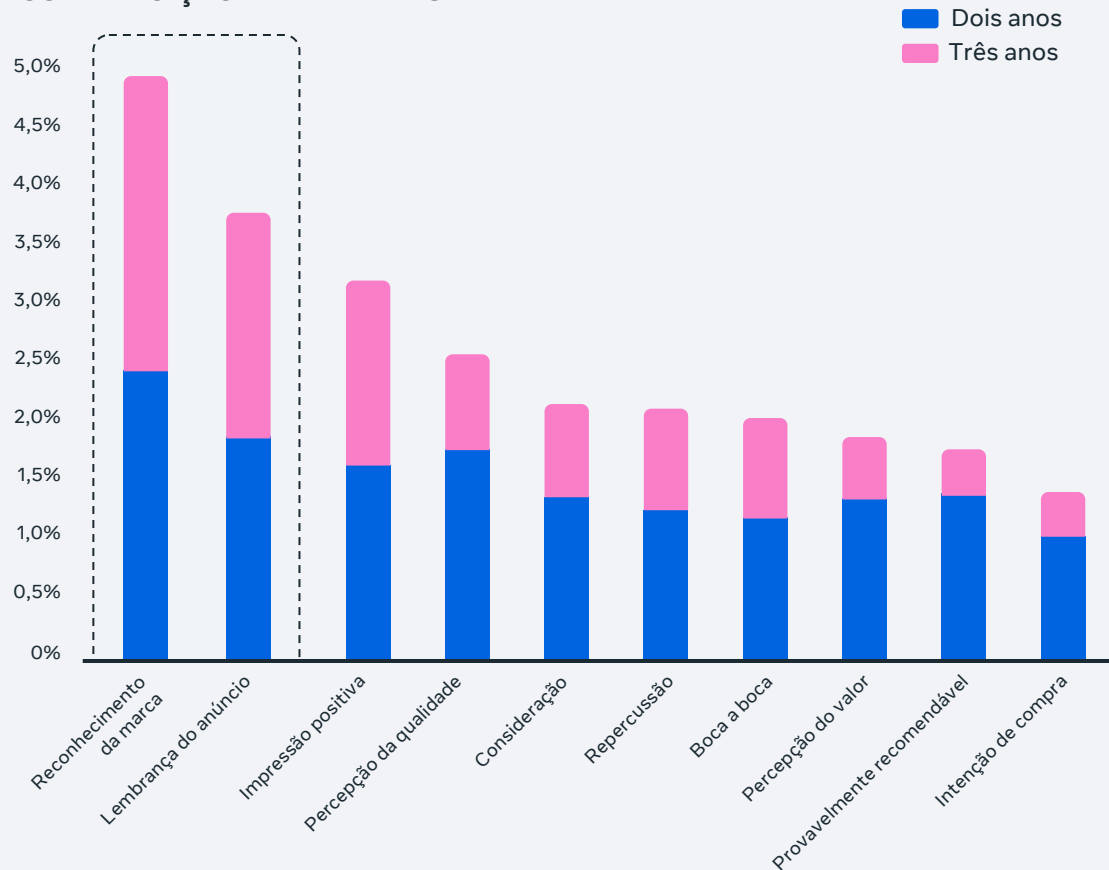
Fonte: meta-análise de MMM da Nielsen encomendada pela Meta, 2024. Base: estudos selecionados e compilados pela Nielsen, consistindo em nove estudos de mercados/clusters verticais concluídos em 2024 que contêm seis KPIs de valor da marca por cluster usando dados do YouGov. Essa lista inclui 36 estudos que representam os mercados dos EUA, América Latina, EMEA e APAC nos setores de bens de consumo, varejo e tecnologia. Contribuição de valor da marca e contribuição de mídia são definidas como "Contribuição para vendas", calculada como vendas incrementais totais derivadas da respectiva métrica de valor da marca ou tática de mídia divididas pelas vendas totais da marca.



Construir uma marca reconhecível é a aposta para o crescimento das vendas a longo prazo

Fonte: meta-análise de MMM da Nielsen encomendada pela Meta, 2024. Base: estudos selecionados e compilados pela Nielsen, consistindo em nove estudos de mercados/clusters verticais concluídos em 2024 que contêm seis KPIs de valor da marca por cluster usando dados do YouGov. Essa lista inclui 36 estudos que representam os mercados dos EUA, América Latina, EMEA e APAC nos setores de bens de consumo, varejo e tecnologia. Contribuição de valor da marca e contribuição de mídia são definidas como "Contribuição para vendas", calculada como vendas incrementais totais derivadas da respectiva métrica de valor da marca ou tática de mídia divididas pelas vendas totais da marca.

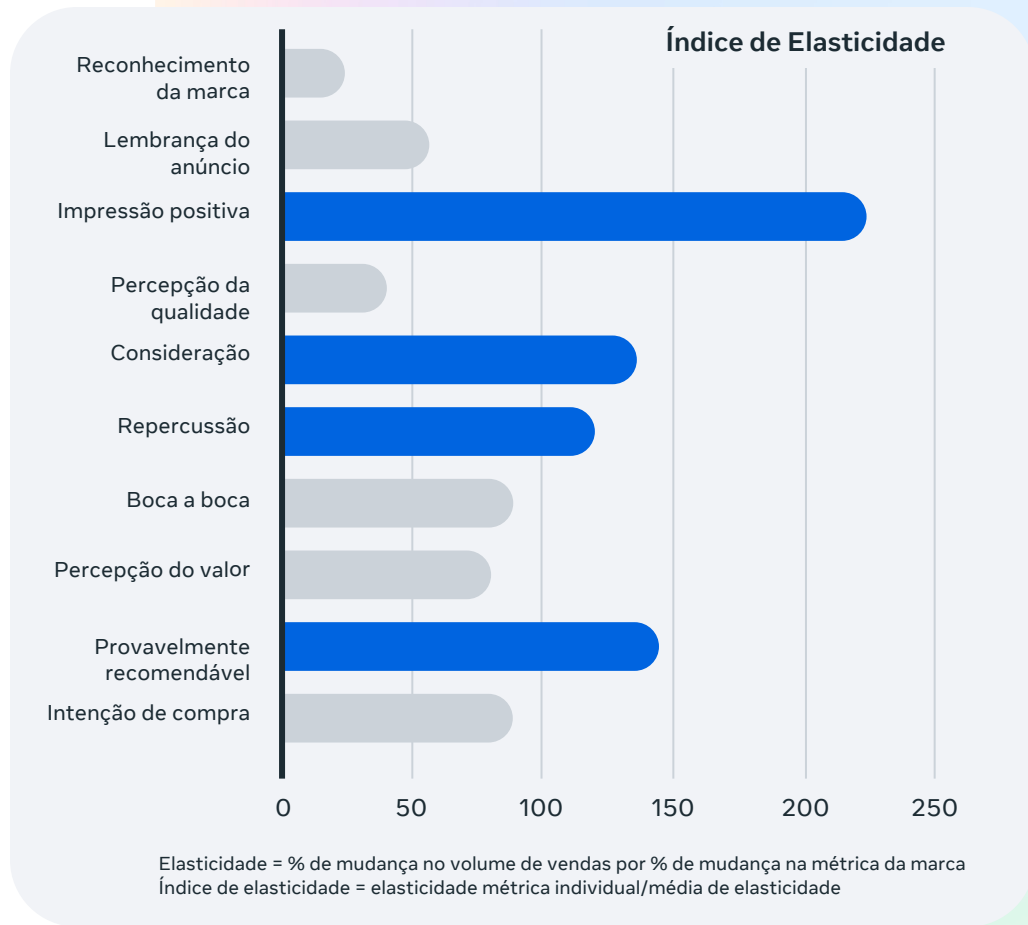
CONTRIBUIÇÃO PARA VENDAS



Reconhecimento não é tudo.

Embora muitas vezes sejam mais difíceis de mudar, outras métricas de valor podem ter um grande impacto.

Fonte: meta-análise de MMM da Nielsen encomendada pela Meta, 2024. Base: estudos selecionados e compilados pela Nielsen, consistindo em nove estudos de mercados/clusters verticais concluídos em 2024 que contêm seis KPIs de valor da marca por cluster usando dados do YouGov. Essa lista inclui 36 estudos que representam os mercados dos EUA, América Latina, EMEA e APAC nos setores de bens de consumo, varejo e tecnologia. Contribuição de valor da marca e contribuição de mídia são definidas como "Contribuição para vendas", calculada como vendas incrementais totais derivadas da respectiva métrica de valor da marca ou tática de mídia divididas pelas vendas totais da marca.

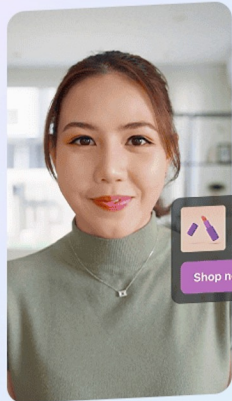




Send message



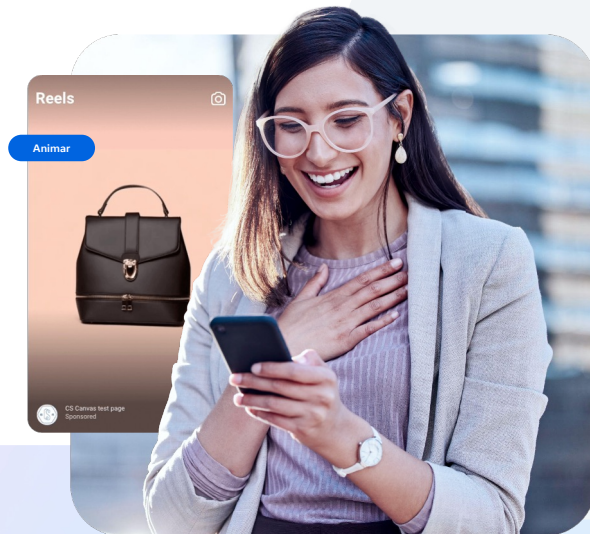
Nosso ecossistema está revolucionando a maneira como os consumidores **interagem e se engajam**



Shop the new lipstick collection today!
Shop now



A IA é a base do
nosso crescimento
e a fronteira da
nossa inovação



CONEXÃO HUMANA
+3,3 bi

de pessoas usam nossos apps
todos os dias⁴

O SUCESSO DO ANUNCIANTE
US\$ 3,71
de ROAS

para cada dólar de publicidade
investido com a Meta⁵

PESQUISA PIONEIRA

**Mais de
10 anos**

de inovações da FAIR
(Fundamental AI Research)¹

BASES PÚBLICAS

+650 mi

de downloads, 2x mais que
há três meses³

LLAMA

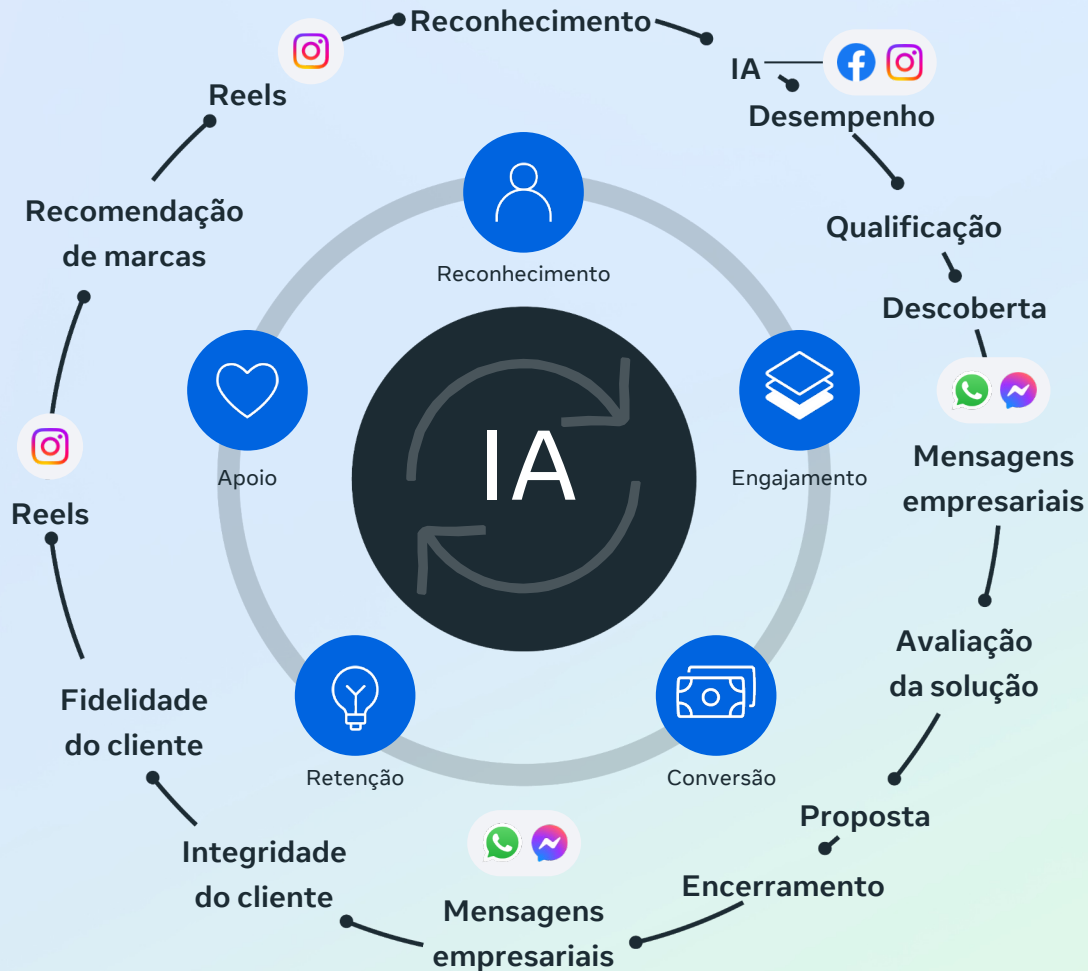
ASSISTÊNCIA DIÁRIA

Com mais de
700 mi

de usuários ativos mensais. A Meta AI
agora é usada por mais pessoas do
que qualquer outro assistente⁴

META AI

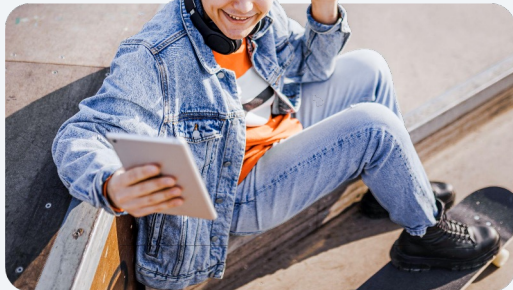
Não importa em que estágio da jornada seu cliente esteja, temos uma solução para ajudar a maximizar seus resultados com o máximo de alcance e inovação, apoiados pelo poder da nossa inteligência artificial





Mas como
e por onde
começar?

Crie uma estratégia de funil completo com a Meta e mantenha as métricas da marca positivas



CONECTE-SE COM CRIADORES DE CONTEÚDO

Use o marketplace de criadores de conteúdo para encontrar criadores relevantes e qualificados que possam colaborar com sua marca.



CRIE CONTEÚDO QUE GERE ENGAJAMENTO

Trabalhe com criadores para produzir reels que promovam seus produtos ou serviços de forma criativa e cativante.



EXPANDA O ALCANCE

Use anúncios em parceria para distribuir seus reels a um público mais amplo, aumentando a visibilidade e o engajamento.

Conectar-
se com

criadores de conteúdo



Use o marketplace de criadores de conteúdo para encontrar criadores relevantes e qualificados que possam colaborar com sua marca.

Os criadores são essenciais para uma estratégia de funil completo bem-sucedida.



Por que confiar em criadores de conteúdo?



DESENVOLVIMENTO DE MARCA

Os criadores podem ajudar a construir a marca e aumentar o reconhecimento do produto ou serviço.



ENGAJAMENTO

Os criadores de conteúdo podem gerar engajamento e interação com os seguidores, o que pode levar a conversões e fidelidade.



CREDIBILIDADE

Os criadores de conteúdo podem transmitir credibilidade e confiança à marca, o que pode aumentar a probabilidade de conversão.

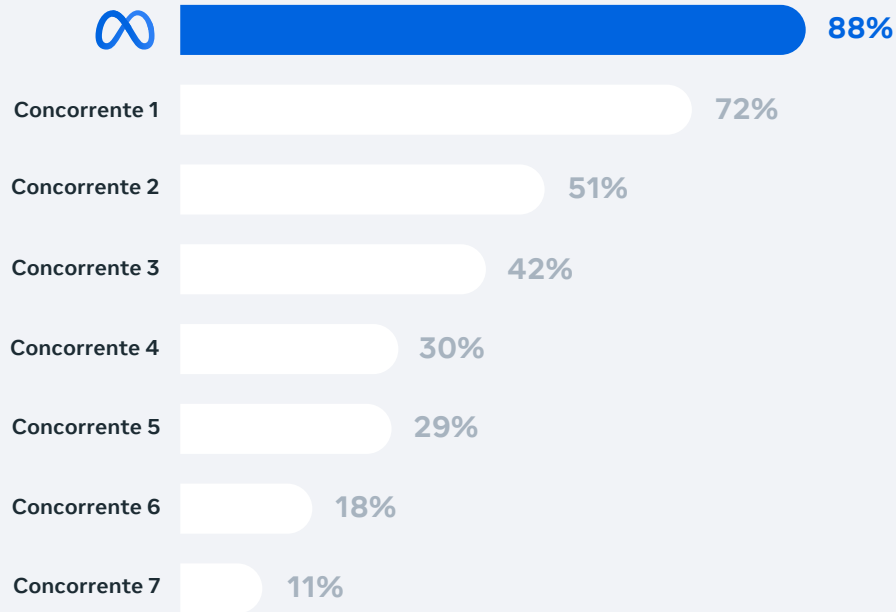


PERSONALIZAÇÃO

Os criadores de conteúdo podem contribuir para personalizar a mensagem e o conteúdo para alcançar clientes com maior eficácia.

Os criadores de conteúdo estão aqui

As plataformas da Meta são o lugar principal onde as pessoas seguem os criadores de conteúdo



Fonte: Role of Creator Marketing (Função do marketing de criadores de conteúdo), da Crowd DNA (pesquisa online encomendada pelo Facebook junto à população geral entre 18 e 65 anos de idade nos EUA, N=1.750). Os participantes qualificados compram online pelo menos duas vezes por mês, foram influenciados por criadores de conteúdo ao fazerem compras em determinadas categorias de CPG e varejo e fizeram compras recentemente nessas categorias.

Os criadores de conteúdo estão aqui

IMPACTO DO CRIADOR DE CONTEÚDO

36%

dos consumidores passaram a assistir mais conteúdo de criadores em comparação com o mesmo período do ano passado¹

DESCOBERTA SOCIAL

8 entre 10

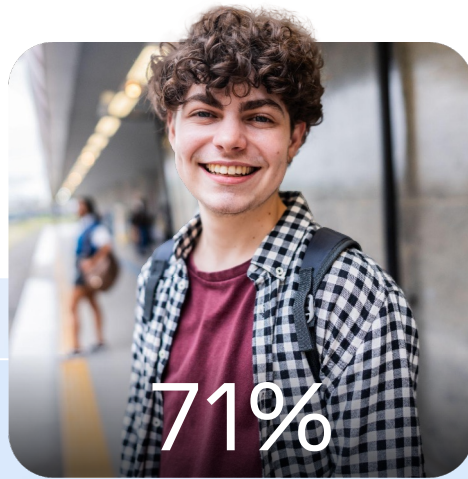
consumidores do mundo inteiro afirmam que costumam descobrir produtos por meio das redes sociais²



As pessoas passam tempo e gastam dinheiro com o conteúdo de criadores que elas adoram



de minutos foram gastos com conteúdo de criadores globalmente na Meta em 2022.¹



dos consumidores fazem uma compra poucos dias depois de ver o conteúdo de um criador na Meta.²



considerariam mudar de marca quando um produto fosse promovido por um criador que seguem.³

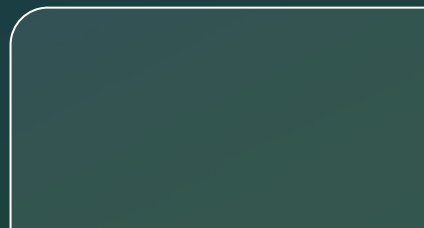
Fontes: 1. Tubular Labs | Classificações de público | Plataforma: Facebook | Os mil principais criadores de conteúdo por tipo | Minutos assistidos (com base em visualizações de qualidade de 30 segundos | Público Global. 2. Estudo de mídia global da Ipsos (pesquisa online encomendada pela Meta, com 34.015 pessoas entre 13 e 64 anos; população da internet; usuários mensais de internet móvel, espectadores mensais de vídeos e usuários mensais de app de mensagens nos EUA, no Canadá, no Reino Unido, na Alemanha, na França, no Brasil, no Japão, na Coreia, na Índia e na Tailândia), fevereiro – maio de 2023. 3. Role of Creator Marketing da Crowd DNA (Pesquisa online encomendada pela Meta realizada com participantes da população geral com idade entre 18 e 65 anos nos EUA, N=1.750). Participantes elegíveis compram online pelo menos duas vezes por mês, foram influenciados por criadores de conteúdo ao fazer compras em determinadas categorias de CPG e varejo e fizeram compras recentemente nessa categoria.



Use o marketplace de criadores de conteúdo do Instagram

e encontre o criador
ideal para trabalhar
com sua empresa

Com o marketplace de criadores de conteúdo, você descobrirá e selecionará criadores, se comunicará com eles para possíveis colaborações e expandirá seus negócios por meio do poder deles.



Tire proveito do **Marketplace de criadores de conteúdo do Instagram** para criar combinações entre criadores de conteúdo e marcas

RECOMENDAÇÃO



Recomendações personalizadas de criadores de conteúdo impulsionadas por machine learning, baseadas em dados primários do Instagram.

SELEÇÃO



Nós usamos filtros personalizados com dados autenticados do público para refinar os resultados ao se selecionar um criador de conteúdo.

CONTATO



Briefings estruturados de projetos e campanhas com permissões automatizadas, tudo isso via mensagens diretas do Instagram.

COMUNICAÇÃO



Caixa de entrada prioritária exclusiva para parcerias com criadores de conteúdo, possibilitando uma comunicação ininterrupta.

INSIGHTS



Insights de campanha personalizados no nível de mídia.

Colabore com um criador de conteúdo usando o Marketplace de criadores de conteúdo do Instagram

Baixe o guia e saiba como

The screenshot displays the Instagram Creator Marketplace interface. At the top, it says "Creator marketplace" and "Find creators to partner with and promote your business." Below this is a navigation menu with options: Creators, Recommendations, Search, Saved creators, Interested creators, Campaigns, Manage campaigns, Create campaigns, Insights, Overview, Campaigns, and Content. The main content area is titled "Top-ranked matches for your ad campaigns" and features a grid of eight creator profiles, each with a profile picture, name, and a brief description of their content and engagement metrics.

Creator Name	Description	Engagement
ad_sneaks	This creator has partnered with 5 brands similar to yours.	40K followers - 32K accounts engaged
z.cataliniout	This creator has produced branded content for brands similar to yours.	40K followers - 32K accounts engaged
ally_nikoniko	This creator has mentioned or tagged your brand 7 times.	40K followers - 32K accounts engaged
stayforthestories	This creator has produced 17 posts used in partnership ads.	40K followers - 32K accounts engaged
99_cem.1981	This creator's content has been used in ads with high engagement.	40K followers - 32K accounts engaged
mariarodriguesx	This creator has produced branded content for you.	40K followers - 32K accounts engaged
kanlo	This creator has a high engagement rate compared to similar creators.	40K followers - 32K accounts engaged
vladgrigore	This creator produces highly original content.	40K followers - 32K accounts engaged

O marketplace de criadores de conteúdo restringiu setores e está disponível nos países selecionados: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Brasil, Japão, China (somente marcas), Austrália, Nova Zelândia e Índia.

Crie

conteúdo que gere engajamento



Trabalhe com criadores para produzir reels que promovam seus produtos ou serviços de forma criativa e cativante

Aumente seus resultados transformando atenção em ação com reels

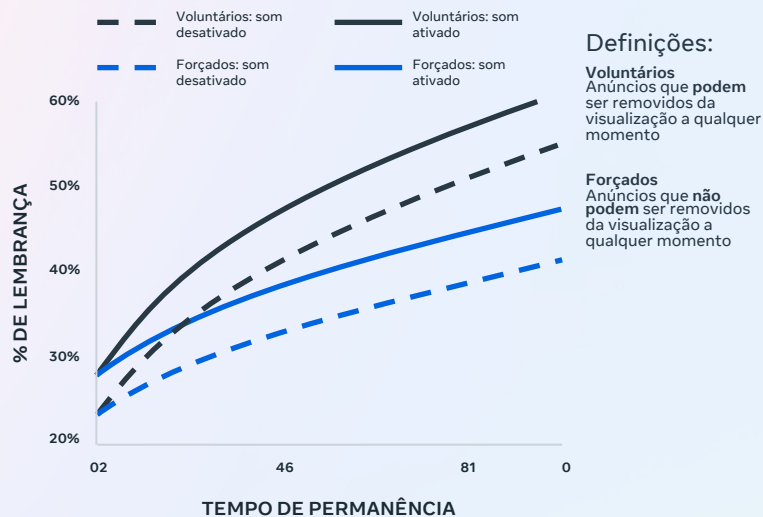


**Maximize
seus
resultados
com reels**



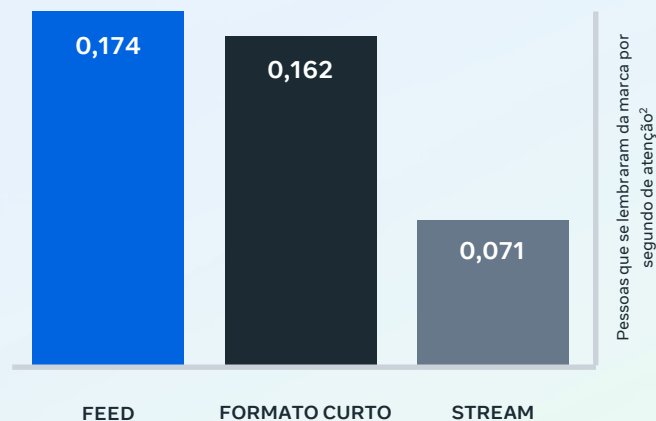
O Instagram Reels é uma forma eficaz de capturar a atenção dos consumidores e transformá-la em ação. Com sua natureza visual e envolvente, os reels permitem que as marcas criem conteúdo atrativo e relevante que induza os consumidores a interagir e se envolver com sua marca.

A atenção mais valiosa é conquistada¹



E os vídeos de formato curto funcionam muito bem

Anúncios de feed e de formato curto geraram mais que o **dobro** da eficácia por segundo em comparação com streaming²



O Reels transforma a atenção em ação

O REELS ESTIMULA CONEXÕES

95%

das pessoas que participaram da pesquisa compartilhavam reels com amigos ou familiares.¹

O REELS INCENTIVA AÇÕES

61%

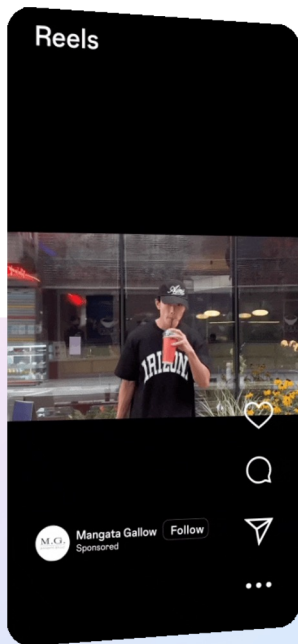
das pessoas dizem que os anúncios no Reels as levaram a considerar ainda mais uma marca, um produto ou um serviço que já conheciam.²

O REELS IMPULSIONA OS RESULTADOS

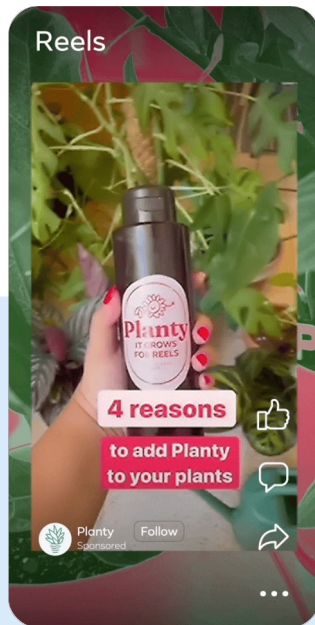
+24%

de aumento no brand lift mediano em relação às campanhas habituais (BAU) para campanhas que usam anúncios no Reels.³

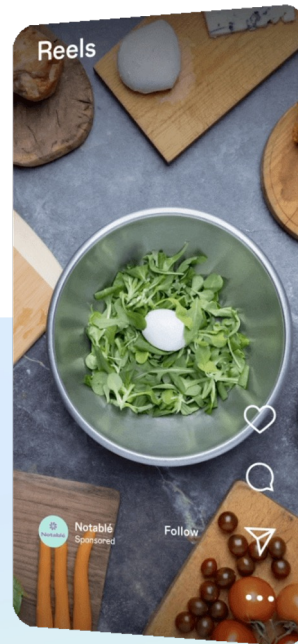
Turbine seus anúncios no Reels dominando as noções básicas sobre criativos



Crie vídeos verticais
para tornar seus anúncios cativantes

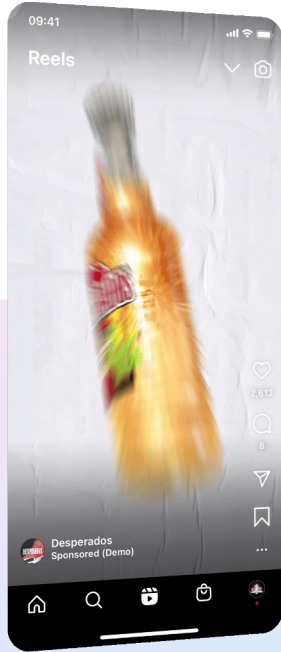


Crie com som
para torná-los divertidos



Crie na zona de segurança
para garantir que sua mensagem seja clara

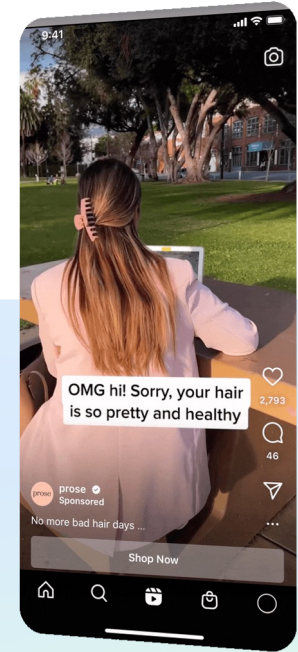
Leve sua campanha a um novo patamar criando anúncios na linguagem do Reels



Ofereça diversão



Demonstre clareza



Gere identificação

Adicionar reels à sua campanha ajuda a melhorar os resultados da marca em todo o funil

@CRIADORDECO
NTEUDO



@MARCA



REELS DA MARCA
Duração: até 30 s
No: perfil da marca



1 STORIES + FEED
Duração: 6 s
No: perfil da marca



1 STORIES + FEED
Duração: 15 s
No: perfil da marca

RESULTADOS

+6,4 pontos

Lembrança do anúncio
ANÚNCIO
CONVENCIONAL:
3,6 pontos

+2,2 pontos

Associação da mensagem
ANÚNCIO
CONVENCIONAL:
1,4 pontos

-77%

Custo por BL
ANÚNCIO
CONVENCIONAL: 0,36
RT: 0,08

Adicione reels 9:16 com som, dentro das zonas de segurança e pelo menos um elemento criativo (seja uma presença humana, uma figurinha de texto, uma sobreposição, lo-fi ou um gancho nos primeiros segundos).

Expanda o alcance

Use anúncios em parceria para distribuir seus reels a um público mais amplo, aumentando a visibilidade e o engajamento.



Use o poder dos Anúncios em Parceria

Anúncios em parceria (também conhecidos como anúncios de conteúdo de marca) permitem que você veicule anúncios com o perfil de um criador ou outro parceiro para ampliar suas colaborações. Incorporar anúncios em parceria nas suas campanhas comerciais é a maneira mais eficiente de veicular conteúdo de criadores nas nossas plataformas.



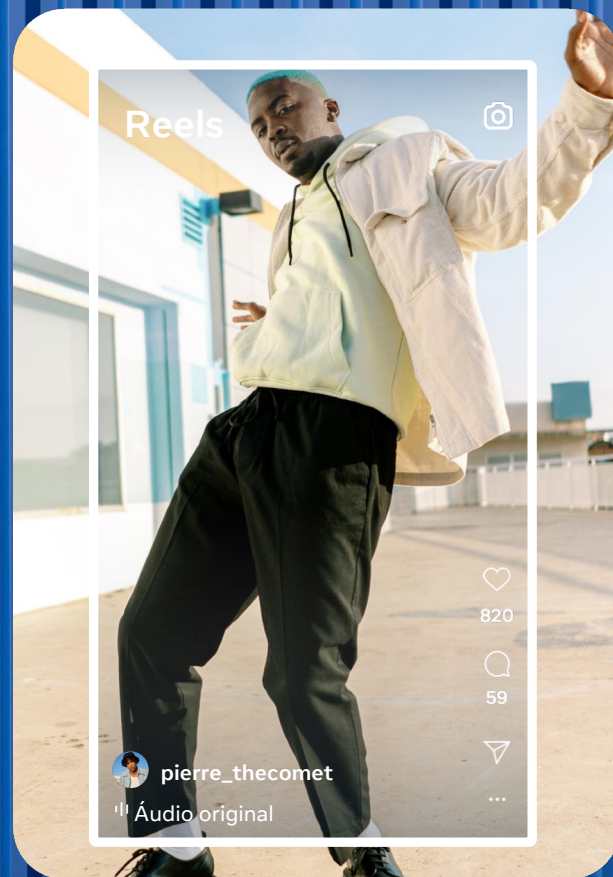
Use sinais do criador e perfis de marca para melhorar sua classificação e seu desempenho



Garanta o alcance do conteúdo além do público do criador



Atualizações recentes tornaram os anúncios em parceria mais simples e funcionais



Por que usar anúncios em parceria?



Alcance

Alcance além do público-alvo do criador de conteúdo ou do parceiro



Desempenho

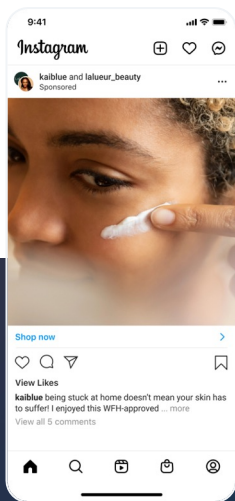
Use sinais de duas equipes para aumentar a classificação e o desempenho



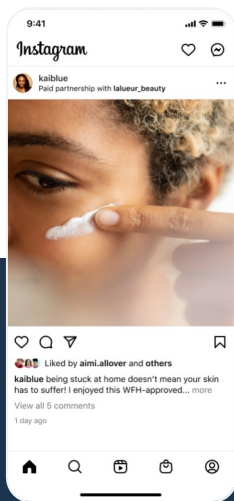
Criativo

Lance mão de criadores de conteúdo para criar ativos de criativo autênticos e orientados para dispositivos móveis

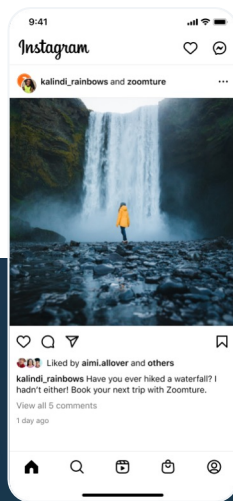
Agora os anunciantes podem promover mais conteúdo dos respectivos parceiros no Instagram, mesmo que não se trate de conteúdo de marca indicado pela etiqueta de parceria paga



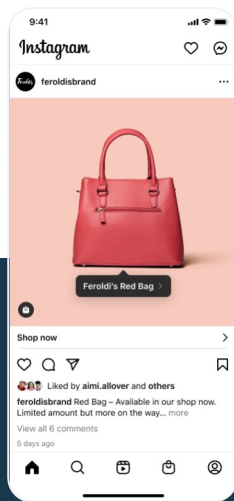
Novo anúncio sem post orgânico



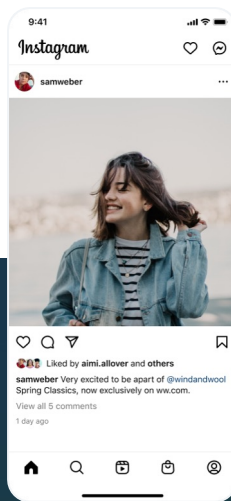
Conteúdo de marca



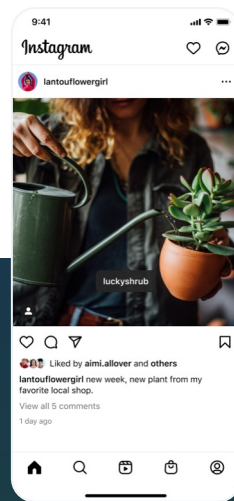
Colaborações



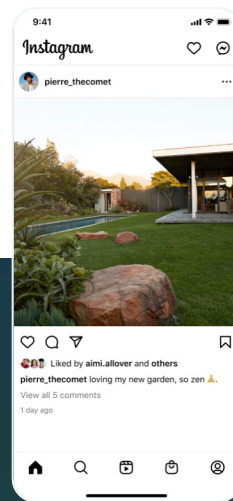
Etiquetas de produto



@menções
(legenda ou figurinha em Stories)



Marcação de pessoas



Conteúdo orgânico
(sem tags)

Casos de



sucesso

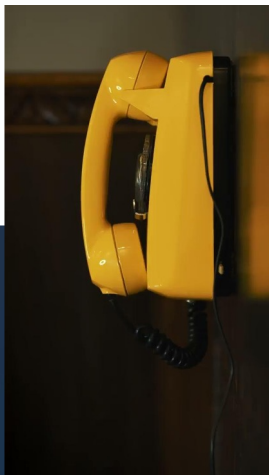
ORGÂNICO + PAGO

CASO: BIS

COMBINAÇÃO DE TENDÊNCIAS!

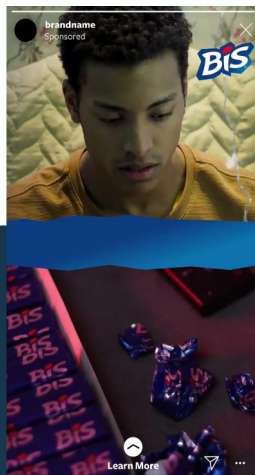


INSIGHTS SOBRE CÓDIGOS CULTURAIS ANALISADOS E ESCOLHIDOS



REELS+ ANÚNCIOS DE CONTEÚDO DE MARCA

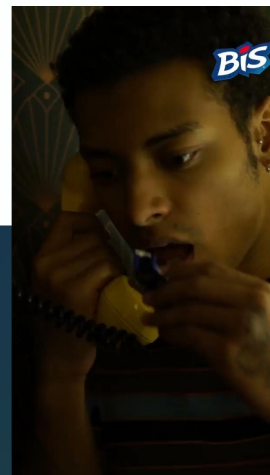
Duração: 30 s
No: perfil da marca/criador de conteúdo



1 STORIES + FEED
Duração: 6 s
No: perfil da marca



1 CARROSEL DE STORIES
Duração: 15 s
No: perfil da marca



1 STORIES + FEED
Duração: 15 s
No: perfil da marca

RESULTADOS

+6,3 pontos

Lembrança do anúncio

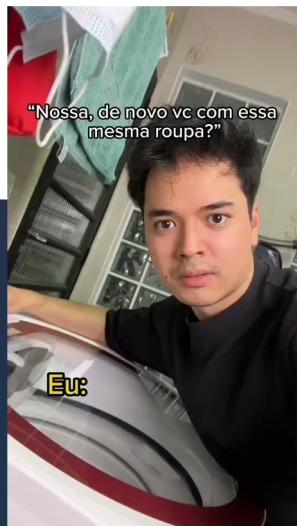
-57 pontos

Custo por BL

ORGÂNICO + PAGO

CASO: OMO

@CRIADORDECONTEUDO



REELS + ANÚNCIOS EM PARCERIA

Duração: 30 s

No: perfil da marca/criador de conteúdo



1 VÍDEO - STORIES/FEED

Duração: até 15 s

No: perfil da marca

@MARCA



1 STORIES + FEED

Duração: 6 s

No: perfil da marca



1 IMAGEM ESTÁTICA

Formato: 9:16 e 1:1

No: perfil da marca

GANCHOS: CASO

VIRAL BEAUTY (L'ORÉAL)



REELS + ANÚNCIOS EM PARCERIA

Duração: até 60 s

No: perfil da marca/criador
de conteúdo



REELS + ANÚNCIOS EM PARCERIA

Duração: até 60 s

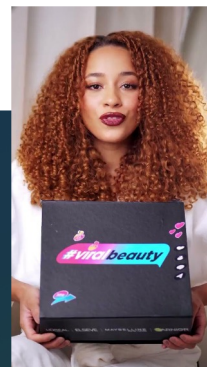
No: perfil da marca/criador
de conteúdo



REELS + ANÚNCIOS EM PARCERIA

Duração: até 60 s

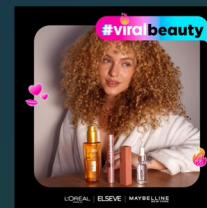
No: perfil da marca/criador
de conteúdo



1 VÍDEO - STORIES/FEED

Duração: até 6 s

No: perfil da marca



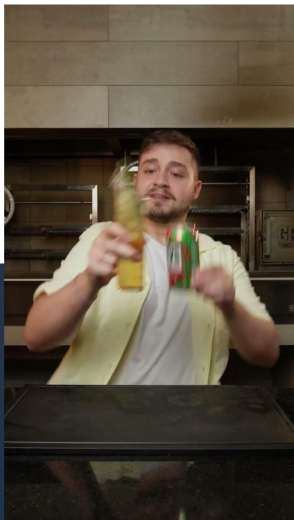
1 IMAGEM ESTÁTICA

Formato: 4:5 e 1:1

No: perfil da marca

GANCHOS: CASO

FYS



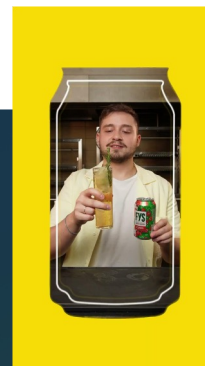
REELS + ANÚNCIOS EM PARCERIA
Duração: até 60 s
No: perfil da marca/criador de conteúdo



REELS + ANÚNCIOS EM PARCERIA
Duração: até 60 s
No: perfil da marca/criador de conteúdo



REELS + ANÚNCIOS EM PARCERIA
Duração: até 60 s
No: perfil da marca/criador de conteúdo



1 VÍDEO - STORIES/FEED
Duração: até 6 s
No: perfil da marca



1 VÍDEO - STORIES/FEED
Duração: até 6 s
No: perfil da marca

Principais conclusões

Reels: captura e conversão da atenção

O Reels é uma ferramenta poderosa para capturar a atenção dos consumidores e convertê-la em ação. Incorporar anúncios no Reels em campanhas pode melhorar significativamente o desempenho da campanha.

Anúncios em parceria: expansão do alcance e do desempenho

Eles permitem que as marcas expandam seu alcance além do público-alvo do criador ou parceiro, usando sinais de duas equipes para aumentar a classificação e o desempenho. Essa estratégia é eficaz para executar conteúdo do criador nas nossas plataformas, garantindo que o conteúdo vá além do público dele e maximize o impacto da campanha.

Marketplace de criadores de conteúdo: colaboração estratégica com criadores

Oferece uma plataforma para as marcas descobrirem e colaborarem com criadores no Instagram, gerando conteúdo e anúncios colaborativos. As marcas podem aproveitar o poder dos criadores para expandir seus negócios, usando recomendações personalizadas e insights de campanha para otimizar colaborações e maximizar resultados. Isso aumenta a autenticidade ao permitir que as marcas descubram novos criadores que podem ajudar na construção delas com apenas um clique.

