



∞ Meta

CULTURAL HACK Amplifier

Festivais

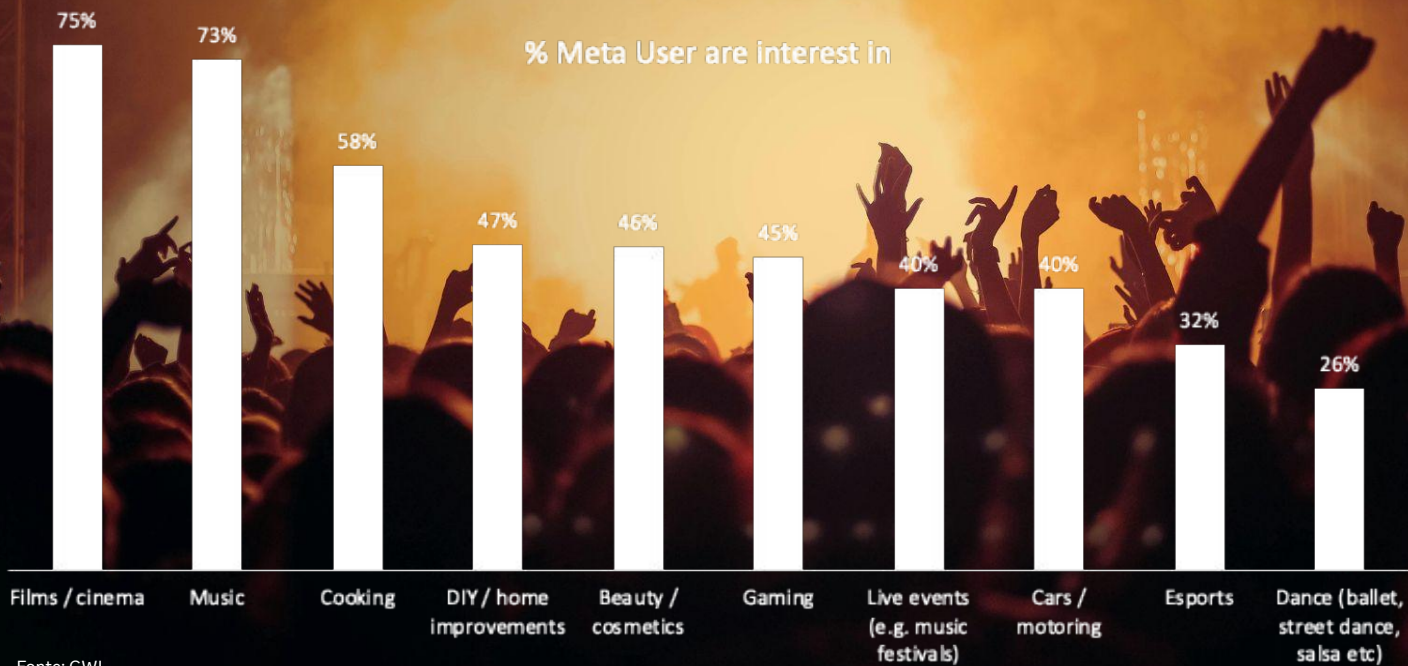
Um olhar atento e estratégico para antecipar a cultura digital, por meio de uma super equipe de profissionais e ferramentas exclusivas responsáveis por identificar as principais conversas da internet em torno dos maiores reality shows e transformá-las em oportunidades de marca.

Uma metodologia desenvolvida em parceria com:

mynd∞

TERRITÓRIO DE MÚSICA NO BRASIL

O território de música é um dos mais populares no país

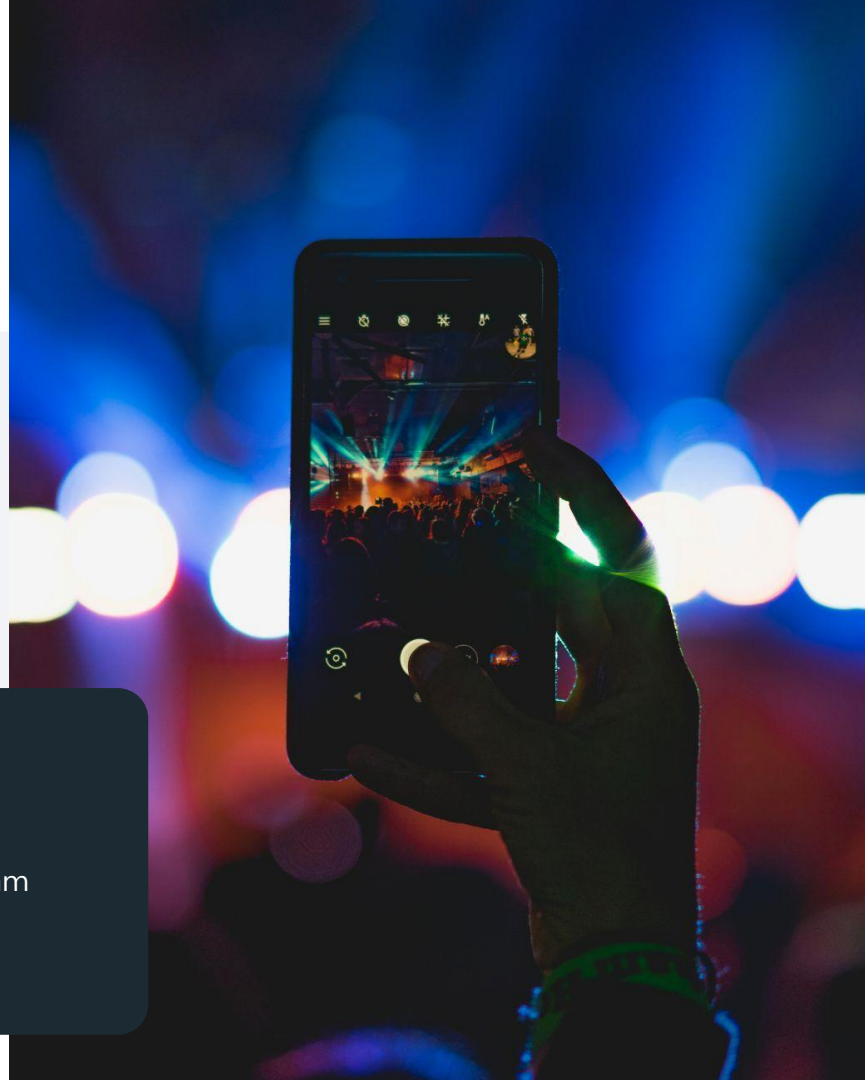


Os Festivais de Música são protagonistas na vida brasileira

Os festivais de música convidam os espectadores a participar de diferentes formas. Através de dispositivos eletrônicos, de variadas plataformas e conteúdos, também é possível fazer parte dos festivais de música mais importantes do mundo.

81%

dos brasileiros vão acompanhar ou já acompanharam algum festival de música no último ano.



Os festivais de música acontecem nas plataformas da Meta

62%

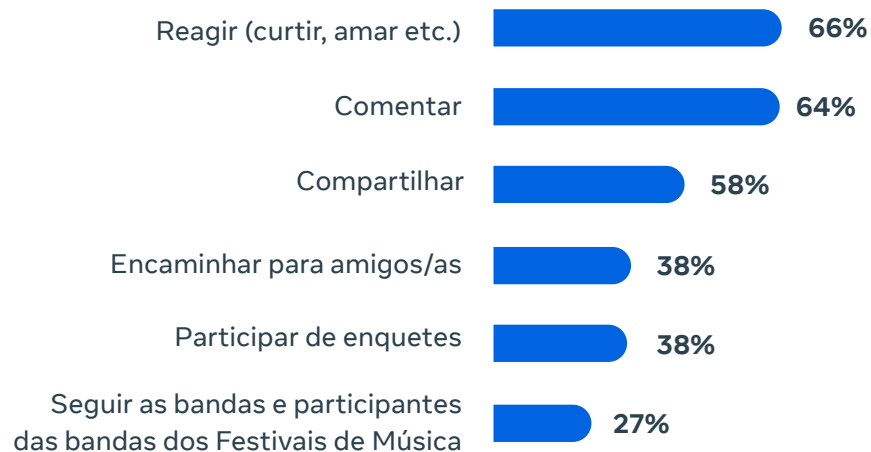
dos consumidores brasileiros acompanharam ou pretendem acompanhar festivais de música pelas plataformas da Meta.

93%

dos consumidores brasileiros costumam interagir com o conteúdo dos festivais de música pelas plataformas da Meta.

Reage, curte e comenta: Redes sociais conectam os consumidores com os Festivais de Música

Tipo de interações que costuma ter através das redes sociais com conteúdos vinculados a festivais de música:



Conteúdo relacionado a festivais de música que mais chamam a atenção:



Reels e criadores de conteúdo: Estratégias das marcas para os Festivais de Música

Os consumidores brasileiros entrevistados declaram que concordam que:

86% gostam de assistir Reels (vídeos curtos no Instagram e no Facebook) com conteúdo de criadores sobre festivais de música.

85% acreditam que a presença das marcas nos festivais de música agrega valor ao festival.

80% seguem criadores de conteúdo/influencers que falam sobre festivais de música.

79% acreditam que a presença de criadores de conteúdo/influencers nos festivais de música agrega valor ao festival.

78% gostam quando criadores de conteúdo/influencers fazem publis de produtos relacionados aos festivais de música.

74% já compraram produtos depois de ver anúncios de marcas, produtos e/ou serviços em festivais de música.

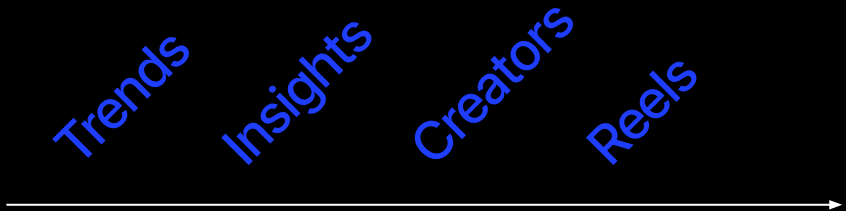
73% não se importam com anúncios durante a transmissão dos festivais de música.

66% acreditam que a presença das marcas nos festivais de música interrompe a experiência de assistir aos festivais.

Como a Meta irá
ajudar marcas a
estabelecerem
conexões autênticas
durante os festivais?



Vamos
conectar
sua marca
com a



CULTURA POPULAR DIGITAL

E a cultura digital vive nas redes da ∞ Meta



PRINCÍPIOS DE CONEXÃO DAS MARCAS COM A CULTURA



3.5 bilhões de pessoas conectando-se diariamente.



Aceleração do Conteúdo
2 bi de Reels compartilhados por dia.

Origem na Cultura:

Criação de conteúdo autêntico, adaptado à linguagem das redes sociais.

Colaboração com Criadores:

Trabalhar com criadores para liberar a criatividade da comunidade.

Produção na Velocidade da Cultura:

Utilização do motor de descoberta para maximizar o alcance.

Papel de cada plataforma no nosso ecossistema

Alcance e cobertura massivos, full funnel strategy, amplificação de conteúdos orgânicos



Engajamento, memes e conversas em tempo real



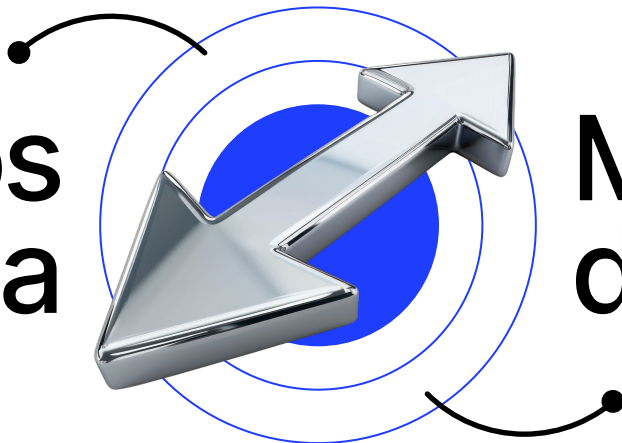
API: interação 1:1 com audiência, full funnel strategy
Channels: highlights e distribuição do conteúdo (*em tempo real*)

Nossa estratégia

Construir relacionamento com o público através da associação de momentos da marca e momentos de consumo das pessoas.

Momentos de marca

Se estamos falando de comunicação de marca, precisamos ter **foco nos benefícios de produtos**, assim como um **toque educacional** que ajude na divulgação de campanhas.



Momentos da cultura

Ao mesmo tempo, no cenário digital, o consumidor ganha voz muito ativa, sendo responsável por trazer novos tópicos e temas à tona – e, como marca, precisamos enxergar oportunidades.

Como fazemos isso na **PRÁTICA?**

PASSO 01

Radar

Curadoria de oportunidades:

Estamos em tempo integral **minerando as trends, memes e conversas relevantes** que acontecem em todas as redes sociais.

PREVISÍVEIS:

DATAS SAZONAIS, EVENTOS

REAL TIME:

TRENDS, MENÇÕES, HOT NOW

PASSO 02

Tradução

Ótica da marca:

Interpretamos essa oportunidade, buscando ângulos para **inserir as marcas nas conversas com timing e contexto.**

PASSO 03

Ação

Conteúdos nativos:

Com influencers, transformamos as **oportunidades em conteúdos originais da marca** para as redes sociais.

SQUAD FIXO:

AGILIDADE E PROFUNDIDADE

PONTUAIS:

RELEVÂNCIA E OPORTUNIDADE

PASSO 04

Mensuração

Brand Lift, Search lift e Conversion Lifts

E juntando a força da estratégia orgânica com a de mídia para **aumentar o desempenho dos conteúdos de criadores e elevar resultados.**

Adicionar **anúncios de parceria** a **anúncios normais** oferece:

CPC

18%

mais baixo

TAXA DE CLIQUES

25%

mais alta

TAXA Thru Play

22%

mais alta

DETALHAMENTO DO PROCESSO SOCIAL HACKING

ANTECIPAÇÃO

MONITORAMENTO DE OPORTUNIDADES

AÇÕES DE MARCA

INFLUENCERS

CONCORRENTES

TRENDS

TERRITÓRIOS

MARCA

Conversas com sinergia para lançamentos ou reposicionamentos.

Relacionamento verdadeiro para entregas autênticas.

Atenção a oportunidades e pontos de atenção.

Marca presente nas conversas mais quentes.

Marca presente nas conversas que mais fazem sentido para sua construção digital.

Usar os influencers certo ao máximo potencial.

Projeto 360 com mecânica, desenho de postagens, dinâmicas, geração de ação e conversas com poder de amplificação no digital. Influx criando conteúdos e relevância nos key-moments.

Análise diária de postagens que melhor dialogam com territórios e temáticas do produto, para o contato da marca através de comentário, envio de produtos e brindes.

Monitorar e gerar um relatório de análise dos conteúdos da concorrência a fim de trazer insights, temas e oportunidades. Indicação de posts, ação nas redes sociais ou ponto de atenção, caso faça sentido.

Monitorar trends de diferentes nichos (música, entretenimento, comportamento), criadas por usuários e amplamente replicadas para planejar como a marca participa para ampliar e fortalecer a sua presença nas redes sociais, se pertinente.

Analisar territórios de atuação da marca (ou territórios de interesse e relevância) para identificar conteúdos relacionados que possam ser oportunidades de fortalecer sua presença nos territórios e gerar posicionamento em novos territórios.

Analisar os comentários que são postados nas redes sociais da marca e que podem se tornar oportunidades de conversas com consumidores que fortaleçam a comunicação, o relacionamento e a visibilidade da marca com seus seguidores.

Briefings

Comentário ou interação simples

Contratação de publicação

Impulsioneamento / Ações em outros meios

RTB

Resumo

Resposta

**VAMOS MONTAR UMA
ESTRUTURA DE SOCIAL
HACKING DURANTE O LOLLA
QUE VAI CONECTAR E
POSICIONAR A MARCA NOS
SEUS TERRITÓRIOS E TARGETS.**

**Todo mundo vai curtir
o festival e associá-lo
à sua marca!**




Identificamos as conversas e mensuramos resultados com a união de **ferramentas exclusivas e metodologia Mynd+Meta**




TREND HUNTERS


Uma super equipe de profissionais Mynd é responsável por **identificar as principais conversas da internet e transformá-las em oportunidade de marca.**




Share of Voice



BRAND LIFT



META Trends



Conversion Lift

Ferramentas de Monitoramento
(exclusivas Meta)



Nielsen



Brandwatch



SOCIALBLADE



lefty



STILINGUE

Ferramentas de Monitoramento
(contratação via Mynd)

FERRAMENTA

MYND MONITOR INTELLIGENCE

Ferramenta proprietária com mais de **300 das maiores contas do instagram** (seguidores e engajamento), **conectadas em tempo real** para monitorarmos tendências, movimentações do algoritmo (o que está crescendo, o que aumenta views, o que está gerando comentários) e abastecermos nossos clientes / marcas com essas informações.

Equipe e Ferramenta
(exclusivas Mynd)

De quais conversas estamos falando?

vamos dividir
as conversas em
três frentes de
atuação:

01 Key-moments

02 Conversas Previsíveis

03 Monitoramento conversas
de oportunidade

01 Key-moments

Mapeamos **momentos-chave para marca** que geram conversa nas redes sociais e se conectam com seus territórios para ativar a marca e nós vamos incorporar isso dentro da estrutura do social hacking.

Os key moments serão ativados através da ação/campanha da marca.



Vamos selecionar **influencers / creators**, para gerar conteúdos especiais nesses momentos.

LOLLAPALOOZA

MARÇO

Key Moments

Previsíveis

Oportunidades

O Festival
(Shows dos ídolos)



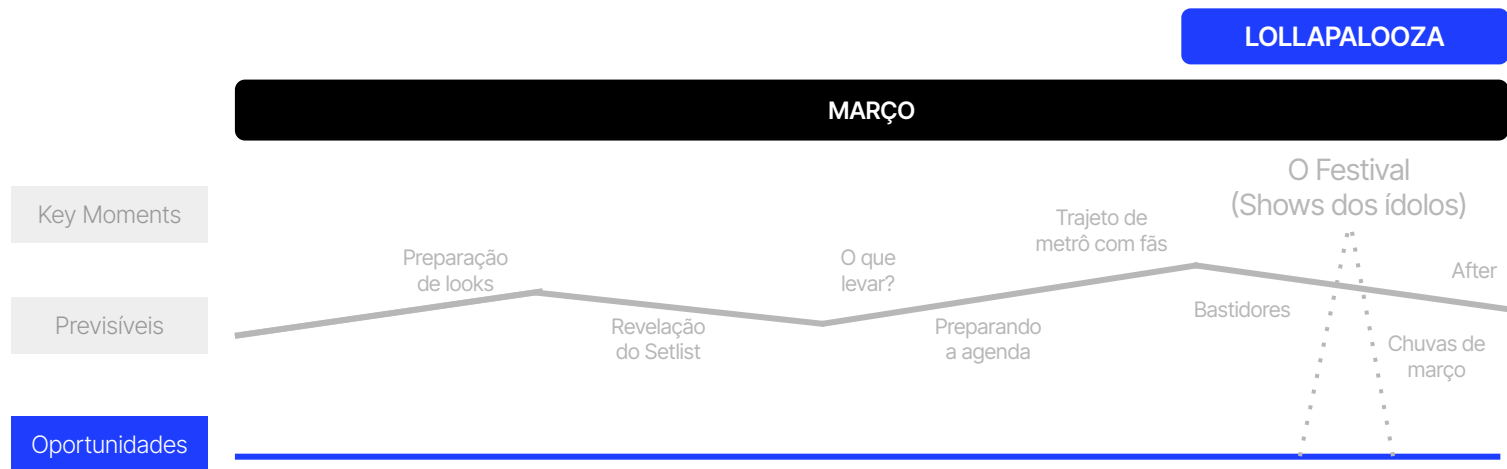
02 Conversas previsíveis

Entre dezembro e março contaremos com diversos momentos já previstos (Cerimônia de abertura, Competições esportivas, cerimônia de encerramento e Datas Sazonais dentro dos territórios) que são **oportunidades para criarmos conteúdo com influenciadores.**




03 Monitoramento conversas de oportunidade

Durante todo o período também faremos o monitoramento das conversas (hits do momento) dentro dos territórios que a marca quer atuar para **gerar conteúdo com o squad, influ/criador diretamente conectado à oportunidade e/ou com as redes sociais da marca.**



Com essa estratégia,
consequimos ter uma
atuação completa para
**dominar o digital em
toda a jornada do reality**



construindo uma plataforma atitudinal relevante que insere a marca na cultura popular digital, ao mesmo tempo que a **posiciona nos territórios-chave e conversa, efetivamente, com o target.**



Como
encontramos
nosso squad?



Partimos das seguintes **premissas** para construir um **squad**:

Esteja dentro dos territórios e converse com os targets da marca



Seja um nativo criador de conteúdo



Seja diverso entre raça, gênero e regionalidade



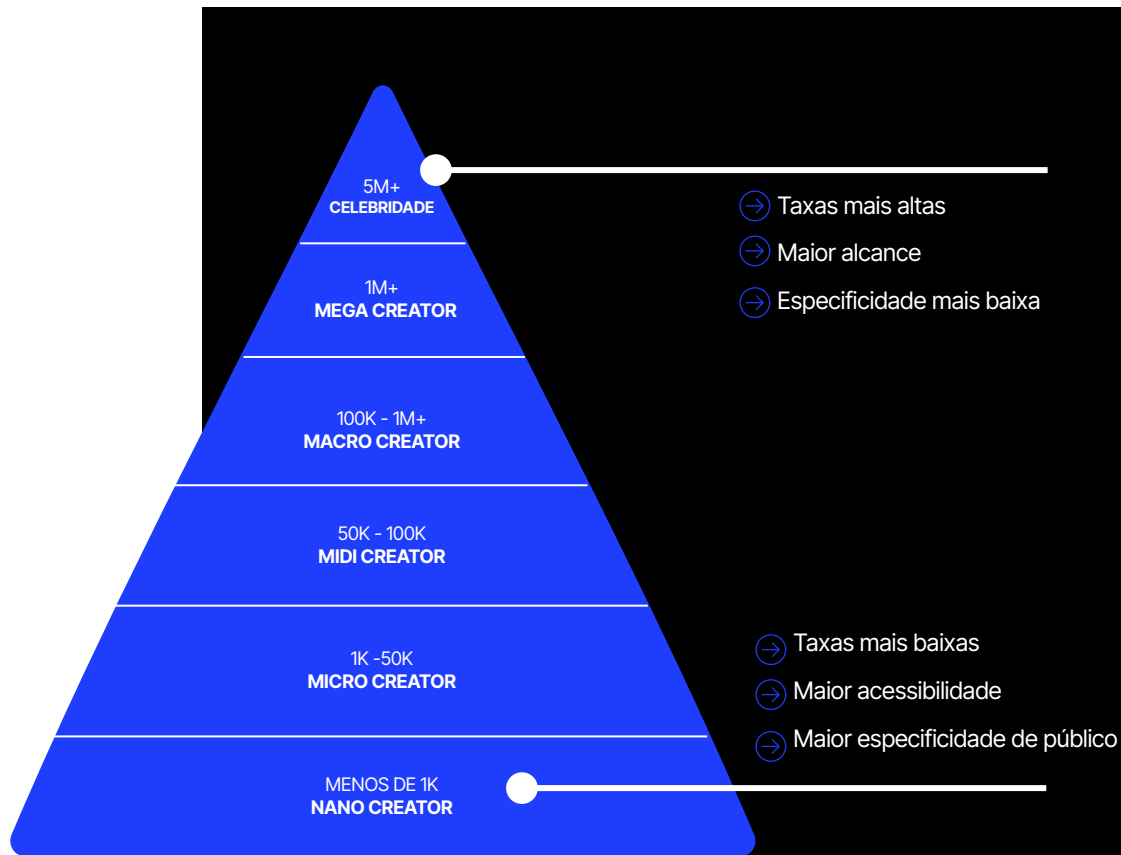
Perfis com diferentes tamanhos (estratégia combinada com criadores e/ou influenciadores micro e macros)

Tenha um mix de audiências que garanta alcance e engajamento

Trabalhe com uma **combinação** de criadores **micro e macro**

Estratégias combinadas, com uma mistura de conteúdo de macro e micro criadores, funcionaram de forma mais eficiente para os anunciantes em todo o funil. Em particular, uma estratégia combinada teve um custo por clique¹ 12% menor (impacto no meio do funil), bem como menor saturação de público e sobreposição de alcance¹ em comparação com estratégias exclusivas para micro criadores.

Fonte: 1. Resultados de uma configuração de teste dividido de 3 células: Creator content vs BAU + Established creator content vs BAU + Aspiring + Established creator content. 11 tests were conducted across NA, EMEA, APAC across GBG Scaled, ECommerce Core, Disruptors verticais from 2021-01-01 through 2021-08-01.



O casting perfeito para o Lolla 2025

Divididos em **cinco clusters** estratégicos:

LOLLA INSIDERS

Criadores que dominam a cobertura de eventos e entregam conteúdos que fazem o público se sentir dentro do festival. Eles são responsáveis por trazer entrevistas exclusivas, interagir com o público e mostrar os bastidores do evento com um olhar insider.

OS HILÁRIOS

Criadores que transformam cada momento do festival em um viral. Seja reagindo ao público, transformando situações do evento em trends ou brincando com os line-ups, eles garantem que a marca esteja presente no centro das conversas digitais com muito engajamento.

FASHIONISTAS

Criadores que respiram moda e beleza, transformando o festival em uma verdadeira passarela de tendências. Exploram desde os melhores looks e acessórios até makes ousadas trazendo conteúdos de GRWM e reviews das estéticas que dominam o evento. Com eles, o Lolla não é só um festival de música, mas um movimento de estilo e diversidade.

MUSIC MAKERS

Artistas que carregam a força da música dentro e fora do palco, emprestando suas credenciais para consolidar a presença da marca no universo musical. Eles podem estar no line-up oficial do Lolla ou serem fenômenos digitais altamente conectados com a cena musical. Com eles, a marca não só vive o festival, mas se torna parte da cultura musical.

FESTIVAL EXPERTS

Criadores que vivem o festival de forma intensa, explorando cada detalhe e entregando um conteúdo autêntico para quem quer sentir o Lolla em todas as suas dimensões. Seja compartilhando a emoção do primeiro show, mostrando o mood real do público ou experimentando os espaços interativos do festival, eles garantem que a marca esteja inserida na vivência do Lolla de maneira espontânea.

Lolla Insiders



Mynd



Perfis perfeitos
para trabalhar
os territórios:

Cobertura de evento | Entrevistas | Cultura Pop

Meta



Lolla Insiders



João Luiz Pedrosa

 **2.4M**
SEGUIDORES

Sem dúvidas um dos participantes do BBB21 mais amados da edição, João Pedrosa possui uma legião de seguidores apaixonado pelo seu conteúdo e seu dia a dia.



Mari Moon

 **691K**
SEGUIDORES

Apresentadora, repórter, dubladora e blogueira raiz. Mari Moon ficou conhecida por seus cabelos coloridos e versatilidade como VJ na MTV. Comunicadora nata, fala de temas como música, viagem, mundo pop, web3, séries e filmes.



Bianca Dellafancy

 **509K**
SEGUIDORES

Ícone de representatividade, a drag queen Bianca Dellafancy é uma comunicadora em ascensão. Entrevista ícones LGBTQIA+, ela já foi capa da Vogue e é figura presente em campanhas publicitárias de moda e beleza, além de ser uma presença marcante em diversos eventos.



Gominho

 **1.6M**
SEGUIDORES

Apresentador carioca, com anos de experiência na tv brasileira, volta seu foco, carisma e talento para estreia na música, como cantor e compositor.



Duh Marinho

 **197K**
SEGUIDORES

Dono de um carisma único, Duh Marinho é a mais nova sensação das redes sociais. O carioca faz coberturas de eventos, shows e festivais em um formato descontraído, com sacadas rápidas e bem humoradas.

Fashionistas



Perfis perfeitos
para trabalhar
os territórios:

Moda | Beleza | Lifestyle | Diversidade



Fashionistas



Adam Mitch



1.4M
SEGUIDORES

Adam Mitch é criador de conteúdo e produz vídeos de resenhas, primeiras impressões, tutoriais de maquiagem, moda e dicas em seu canais de YouTube, Instagram e TikTok.



Nah



10.8M
SEGUIDORES

Nah Cardoso é criadora de conteúdo, influencer e youtuber. Forte presença digital nos últimos 10 anos. Referência em moda, beleza e lifestyle.



Hariany Almeida



10.8M
SEGUIDORES

Hariany é empreendedora, já participou do BBB e foi finalista no reality "A Fazenda". Em suas redes sociais, compartilha sua rotina, projetos publicitários e vida amorosa.



Flavio Verne



229K
SEGUIDORES

Influenciador digital, bailarino, coreógrafo e diretor criativo. Flávio já trabalhou com grandes artistas nacionais e participou de turnês internacionais mostrando todo seu trabalho e talento.



Gleici



5.5M
SEGUIDORES

Atriz e uma das principais personalidades do norte. Socialmente engajada, Gleici é o reflexo dos valores da sociedade contemporânea.



Elana



Valenaria
SEGUIDORES

Nasceu em Nazaré do Piauí, é engenheira agrônoma e participou do BBB19. Ela tem muita energia e uma grande história de vida, destacando-se dos demais no reality.

Fashionistas



Pepita



2.9M
SEGUIDORES

Dona de um dos discursos mais empoderados do meio musical, pepita possui grande engajamento nas redes sociais. Seu programa no IGTV "Cartas Para Pepita", recebe em média mais de 90 mil visualizações.



Jakelyne



2.7M
SEGUIDORES

Modelo, apresentadora e atriz. Jake conquistou o Brasil com o seu carisma, elegância e autenticidade, influenciando milhares de pessoas.



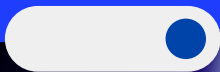
Thamires Hauch



1.6M
SEGUIDORES

Escritora e mulher empoderada. A autora do best-seller "Faça o Amor ser Fácil". Comunica com bom humor e um certo sarcasmo sobre o universo feminino, amor próprio, autoestima e relacionamento.

Os Hilários



Perfis perfeitos
para trabalhar
o território:



Humor | Trends | Cultura Digital | Memes

Humor



Ed Gama

 **1.7M**
SEGUIDORES

Ed Gama é um dos nomes mais potentes do humor brasileiro. Com suas imitações e piadas, ganhou notoriedade com seu talento e carisma. Além de artista completo e multifacetado (ator, músico, compositor, imitador, dublador, redator, cantor, apresentador e youtuber), tem projetos aclamados em todos os formatos do audiovisual.



Pequena Lo

 **4.4M**
SEGUIDORES

Lorrane Silva é humorista e ficou famosa fazendo vídeos engraçados com situações do cotidiano no TikTok e no Instagram. Seu engajamento é incomparável e é impossível não se identificar com um dos seus vídeos.



Açucena Guirra

 **2.3M**
SEGUIDORES

Açucena é cantora, compositora e comediante. Ficou conhecida por adotar um bode e virar manchete em todo Brasil. Contando histórias do seu dia-a-dia com seu jeito engraçado, a pernambucana conquistou uma legião de fãs na internet.



Victor Sarro

 **2.3M**
SEGUIDORES

Victor Sarro é comediante, roteirista e ótimo comunicador. Casado e pai de duas filhas, o humorista coleciona diversos trabalhos e participações importantes em programas na TV. Além de rodar o Brasil com seus shows de stand up, Victor também faz conteúdos especiais para suas redes sociais.



Jackson Moura

 **2M**
SEGUIDORES

Representando situações do cotidiano através de suas esquetes, Jackson faz sucesso nas redes sociais com seu humor e carisma. O ator, natural do estado de Piauí, interpreta diversas personagens nos seus conteúdos. Jackson conquistou uma legião de seguidores com sua simpatia e talento.



Anderson Profeta

 **1.9M**
SEGUIDORES

Ator e humorista, Anderson dá vida, com muita criatividade, a esquetes super divertidas e bem-humoradas. Sempre interpretando diversos personagens em seu conteúdo, o mineiro caiu nas graças do público graças ao seu talento e seu carisma, tornando-se um dos principais nomes do humor nas redes sociais.

Humor



Rafa Chalub



1.5M
SEGUIDORES

Ator, roteirista e humorista, Rafa Chalub ficou conhecido na internet como "Esse Menino". O ator, que viralizou ao interpretar um agente da farmacêutica Pfizer ao tentar contatar o Governo Federal, hoje soma milhares de seguidores em suas redes sociais, além de duas turnês de Stand Up esgotadas no Brasil e na Europa. Em 2024, Rafa Chalub assume sua personalidade e nome para o público e foca sua carreira na atuação com o anúncio da sua chegada ao cinema.



Valquíria



1.5M
SEGUIDORES

Valquíria é uma talentosa humorista que conquistou a internet ao criar vídeos no Tiktok, nos quais ela retrata de forma sarcástica e bem-humorada como seria trabalhar em diferentes profissões. Com seu carisma e humor único, Valquíria vem encantando a todos.



Carolixas



2.4M
SEGUIDORES

Carolina Jacques e Carolina de Paula são um fenômeno na internet com seus vídeos de humor, relacionamento, pegadinhas e futebol. Também usam de sua visibilidade para serem uma das maiores vozes da comunidade LGBTQIA+ dentro das redes sociais.



Yuri Marçal



1.2M
SEGUIDORES

Yuri é o novo fenômeno da internet e faz parte da nova geração do humor no Brasil. Um dos maiores influenciadores negros da atualidade, ele é sucesso garantido de bom conteúdo e muitas risadas.



Nathalia Cruz



405K
SEGUIDORES

Atriz, humorista e roteirista, Nathalia Cruz conquista o público com seu humor descontraído e inteligente através de vídeos sobre seu cotidiano.

Festival Experts



Perfis perfeitos
para trabalhar
o território:


Entretenimento | Experiência | Lifestyle



Festival Experts



July Molinna

 **6.4M**
SEGUIDORES

Começou a sua carreira no Youtube em 2011, publicando vídeos sobre as suas vivências e curiosidades. Hoje, acumula milhões de seguidores. Possui afinidade com o audiovisual e em 2021 lançou um filme, Amor em Cartaz. Além disso, tem a sua própria marca de roupas, mais voltada ao streetwear, a Mully.



Fernando Medeiros

 **1.3M**
SEGUIDORES

Carioca, formado em educação física e atleta de basquete, Fernando também é apresentador de tv, atualmente no NBA Freestyle da Band, seu lifestyle característico navega entre momentos com família, saúde, esporte e humor.



Sarah Aline

 **1.1M**
SEGUIDORES

Sarah Aline é uma mulher negra e empoderada, que se formou em psicologia, e após sua passagem no BBB23 está pronta para trabalhar com publicidades e comunicação.




PV Mapa

 **1.1M**
SEGUIDORES

Paulo Victor tem feito sucesso nas redes após viralizar com a coreografia de "Tubarão te Amo". Conhecido também como PV tubarão, o jovem capixaba compartilha seu dia-a-dia e novas coreografias que são febre na internet.



Jean Paulo

 **3.7M**
SEGUIDORES

Conhecido pelo papel de Cirilo em "Carrossel", Jean Paulo é um dos artistas mais promissores da nova geração. Fascinado por moda e música, o ator vem conquistando espaço com suas performances aclamadas em novelas e filmes - além de ser referência para os jovens.



Lia Clark

 **512K**
SEGUIDORES

Pioneira do fenômeno drag, Lia Clark lota casas de shows e possui alto engajamento em suas redes sociais entregando conteúdos diversificados e de qualidade.

Festival Experts



Tamille Garcia



1.2M
SEGUIDORES

Baiana, morando atualmente em Sergipe. Ficou conhecida após viralizar na internet com vídeos de humor e dança. Hoje nas suas redes sociais, posta sobre seu lifestyle, humor, dança e beleza.



Camilla de Lucas



9.2M
SEGUIDORES

Empoderada, Camilla tem um forte perfil de beleza e moda, transitando com conteúdos divertidos em seus canais.



Thaynara Og



6M
SEGUIDORES

Influenciadora digital, apresentadora, atriz e advogada. Em 2020, foi nomeada embaixadora da Unicef. Seu projeto de vida é o São João da Thay, uma grande festa que já doou aproximadamente 1 milhão de reais para causas que apoiam pessoas em situações de vulnerabilidade social.



Gabisteca



802K
SEGUIDORES

Apaixonada pela cultura pop e por declamar suas belas poesias, além disso, ela é uma multi artista: atriz, escritora, dançarina, cantora, musicista e apresentadora com especialidade em cobertura de eventos internacionais e premiações.



Uai Lazaro



5.5M
SEGUIDORES

Com vídeos gravados em casa, os gêmeos Lázaro e Vicente, conhecidos como “irmãos uai”, fazem o maior sucesso nas redes sociais. Os conteúdos são espontâneos, autênticos, cheios de personalidade e muito engraçados!



Vivi



14.1M
SEGUIDORES

Vivi Wanderley conquistou influência na plataforma askFM e depois migrou para o Youtube, onde também realizou alguns trabalhos audiovisuais ao lado de Viih Tube. Atualmente, é um das maiores influenciadoras do país, levando alto engajamento para festivais e shows em que está presente.

Music Makers



Perfis perfeitos
para trabalhar
os territórios:

Música | Cultura Pop | Festivais | Entretenimento



Music Makers



Luísa

 **31.7M**
SEGUIDORES

Artista do ano, Luísa é uma das maiores cantoras pop do Brasil, com alto poder de influência e engajamento.



Priscilla

 **5.3M**
SEGUIDORES

Após uma carreira brilhante na TV, iniciada ainda na infância, Priscilla também se consolidou na música. Com diversas parcerias de sucesso e álbuns lançados, sua autenticidade solidificou sua posição como uma figura multifacetada e influente nos cenários artístico e publicitário.



Pablo vittar

 **12.9M**
SEGUIDORES

Principal cantora da cena LGBTQIAPN+, Pablo também é apresentadora, compositora e ícone fashion. Além de ser a única artista a emplacar 3 hits no top 5 do Spotify Brasil ao mesmo tempo.



Viegas

 **538K**
SEGUIDORES

Viegas é cantor, compositor e pai. Ele tem um estilo de vida mais natural e à prática de esporte. A corrida mudou sua vida e sua rotina, que é sempre compartilhada diariamente com seus seguidores.



Thiago

 **950K**
SEGUIDORES

Cantor e compositor de pop e r&b, Thiago Pantaleão ficou conhecido na internet por sua voz única e seus vídeos de dança. Ele é dono de hits como "Te Deixo Crazy" e "Bumbum Check" que somam milhões de streams nas plataformas digitais.



Zaynara

 **156K**
SEGUIDORES

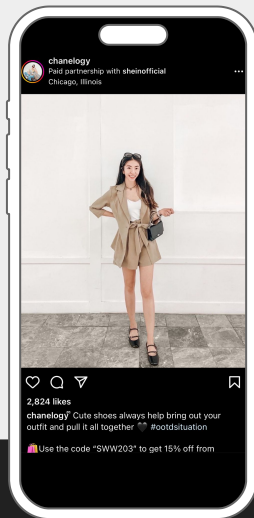
Nascida em Cametá, nordeste paraense, a cantora vem conquistando um grande espaço na música brasileira, alcançando novos públicos e uma base de fãs apaixonados. Conhecida como a nova sensação do Beat Melody, um segmento do tecnobrega que mistura o calipso e o brega paraense.

Como
avaliamos
quais
conteúdos
impulsionar?

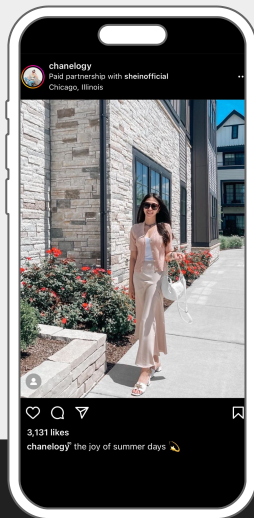


Do Reels de marca orgânico Para anúncios pagos de alto desempenho

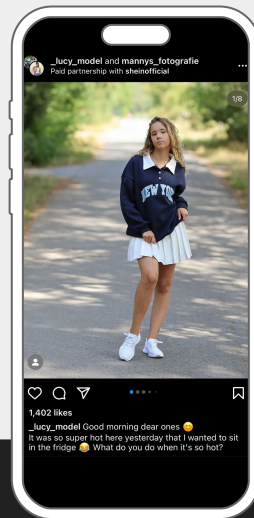
O recomendador de conteúdo do criador aproveita a IA para prever qual conteúdo orgânico de marca no Instagram terá melhor desempenho se for transformado em um anúncio pago.



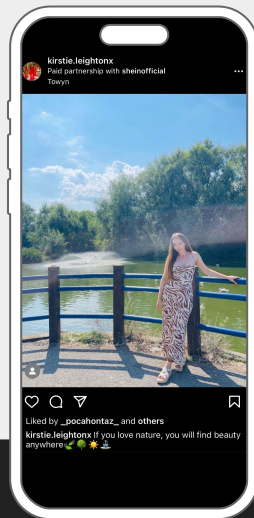
Acima da média



Média



Média

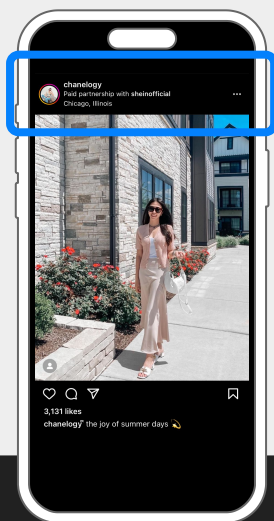


Abaixo da média

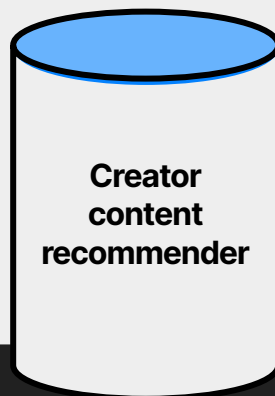
Probabilidade de alcançar awareness, consideração ou conversão se o conteúdo for apoiado por mídia paga:

*Exemplo ilustrativo

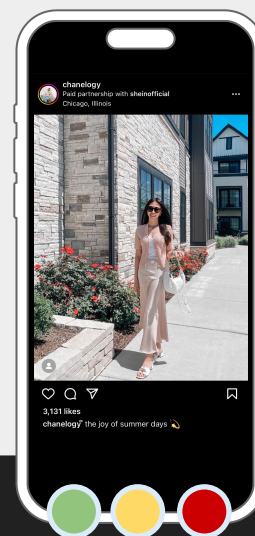
Como o recomendador Meta de conteúdo de criadores identifica potenciais anúncios de alto desempenho a partir dos conteúdos de marca orgânicos:



Postagem orgânica do criador com tag de parceria paga



A recomendação é feita com base em mais de 130 pontos de dados



Publicação pontuou:
Acima da média
Média
Abaixo da média



Impulsione a publicação "acima da média" com publicidade paga

O recomendador
de conteúdo
de criadores
vem mostrado
**resultados
promissores**



16%

melhor **CPA** em campanhas que usam
o recomendador na mediana.¹

Impulsionar o conteúdo recomendado pelo
recomendador supera o conteúdo de criador
selecionado manualmente pelos anunciantes com

82%

 de confiança.¹



Como funciona o fluxo de trabalho?

Fluxo de oportunidade

01. BRIEFING

Sessão com a marca para entender o posicionamento, territórios, expectativas, sendo um momento de onboarding na marca.

FREQUÊNCIA:
Início do projeto
1x ao longo do projeto

02. MONITORAMENTO

Todos os pilares do Social Hacking serão monitorados por uma equipe dedicada. Analisando conteúdos, postagens, trends e interações.

FREQUÊNCIA:
Evento específico: 24h (War room)
Planos de longa duração: horário comercial

03. IDENTIFICAÇÃO

Identificação das ações mais relevantes e indicação de ação de conteúdo, responding, seeding ou outros.

FREQUÊNCIA:
Evento específico: 24h (War room)
Planos de longa duração: horário comercial

06. MENSURAÇÃO

Elaboração de relatório para acompanhar os resultados da ação.

FREQUÊNCIA:
1x por projeto

05. PLANEJAMENTO DE MÍDIA

Desenvolvimento de uma plano de mídia para amplificar a ação.

FREQUÊNCIA:
A cada nova ideia, desenhamos o plano de mídia

04. PLANEJAMENTO DE DINÂMICA

Como a marca entra na conversa?

- **Se comentário:** qual speech / tom de voz;
- **Se seeding:** qual produto ou kit P/M/G;
- **Se postagem:** uso de influ squad ou externos, pago ou orgânico;
- **Se amplificação em perfis de notícias e entretenimento:** quais perfis e formatos.

KEY MOMENTS

Momentos-chave para marca que geram conversa nas redes sociais e se conectam com seus territórios. Exemplo: Lançamento de produto; lançamento de campanha; etc

Pacote P

1 Momento

1 Perfil Mega
3 Perfis Micro
12 Vídeos

4 Reels Originais Orgânicos (Paid Partnership) no perfil o creator com direito de impulsionamento (Partnership Ads)
+ **até 8 cortes** para (4 vídeos 30s | 4 vídeos 15s) para uso como dark post
4 Threads

Pacote M

até 2 Momentos

4 Perfil Mega
3 Perfis Micro
20 Vídeos

10 Reels Originais Orgânicos (Paid Partnership) no perfil o creator com direito de impulsionamento (Partnership Ads)
+ **até 10 cortes** para (vídeos 30s | vídeos 15s) para uso como dark post
11 Threads

Pacote G

até 3 Momentos

1 Perfil Giga
4 Perfil Mega
3 Perfis Micro
24 Vídeos

14 Reels Originais Orgânicos (Paid Partnership) no perfil o creator com direito de impulsionamento (Partnership Ads)
+ **até 10 cortes** para (vídeos 30s | vídeos 15s) para uso como dark post
20 Threads

CONVERSAS PREVISÍVEIS

Momentos já previstos (Efemérides, Datas Sazonais, eventos já previstos) que são oportunidades para criarmos conteúdo com influenciadores.

até 3 Conversas

1 Perfil Mega
3 Perfis Micro
12 Vídeos

4 Reels Originais Orgânicos (Paid Partnership) no perfil o creator com direito de impulsionamento (Partnership Ads)
+ **até 8 cortes** para (4 vídeos 30s | 4 vídeos 15s) para uso como dark post
4 Threads

até 5 Conversas

4 Perfil Mega
3 Perfis Micro
20 Vídeos

10 Reels Originais Orgânicos (Paid Partnership) no perfil o creator com direito de impulsionamento (Partnership Ads)
+ **até 10 cortes** para (4 vídeos 30s | 4 vídeos 15s) para uso como dark post
11 Threads

até 10 Conversas

1 Perfil Giga
4 Perfil Mega
3 Perfis Micro
24 Vídeos

14 Reels Originais Orgânicos (Paid Partnership) no perfil o creator com direito de impulsionamento (Partnership Ads)
+ **até 10 cortes** para (4 vídeos 30s | 4 vídeos 15s) para uso como dark post
20 Threads

REAL TIME

Ações para entrar nas conversas e trends ligadas ao momento, geralmente ancoradas pelo monitoramento real time e amarrado a uma estratégia de conexão da trend/conversa com a Marca.

1 Ativação

Formatos possíveis
#1. Comentário ou interação simples
#2. Contratação de Publicações
#3. Seeding
#4. Amplificação em perfis de notícias e entretenimento

2 Ativações

Formatos possíveis
#1. Comentário ou interação simples
#2. Contratação de Publicações
#3. Seeding
#4. Amplificação em perfis de notícias e entretenimento

2 Ativações

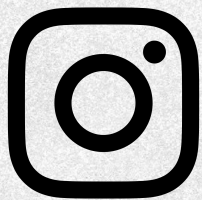
Formatos possíveis
#1. Comentário ou interação simples
#2. Contratação de Publicações
#3. Seeding
#4. Amplificação em perfis de notícias e entretenimento

SERVIÇOS BONIFICADOS Meta + Mynd

Estrutura Mynd Social Listening com Reports
Project Manager + Curadoria artísticas
Measurement Support Meta (Brand Lift e Conversion Lift)
Platform Consumer Trends Report Meta
Share Of Voice Semanal

até 15 variações adicionais dos vídeos originais, mais branded e otimizado para formato de anúncios com vídeos de até 15s ou estáticos (para uso como dark post)

∞ Meta + mynd ∞



META

LOVES MUSIC





What does your
brand **sound like**
on socials?





Sound is at the core of Reels

+80%

of Reels ads are watched with Sound on

+22pts

Reels creative that featured audio brand cues showed a statistically significant higher average positive response than ads without audio brand cues.



Source: Analysis of all IG Reels Video ads created by advertisers during July 27th 2022 - Oct 23rd 2022

Source: Consumer study by MatrixLab (Meta-commissioned online study of 10,000 people in the US aged 18+, monthly active users who are active Instagram users in Q1-2022). Metrics definition: Positive response is an aggregated metric measured with forced exposure for how effective the creative is in generating positive feeling about the brand - mid/lower-funnel brand - weights and attributes as follow: 12.5% each for more interested, improves opinion, would recommend and action intent and 5.5% each for entertaining, likeability, relevance, differentiation, easy to understand, credibility, authenticity, new life and fits brand collected in survey polling. Research findings do not guarantee future results.





Sound is at the core of Reels

Adding native Reels-style creatives (vertical, sound-on video complying with safe zones) to business-as-usual (BAU) direct response campaigns drove more engagement than BAU alone – median 20% lower CPC, 56% higher CTR and

93% higher ThruPlay rate

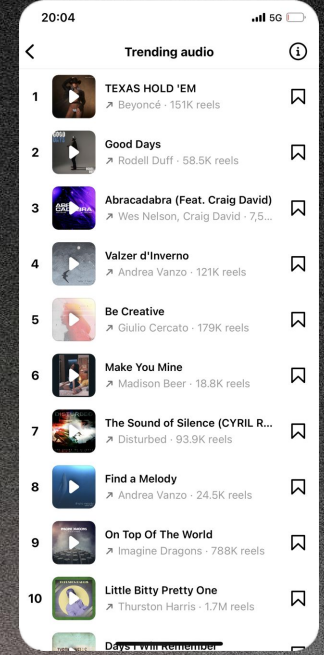
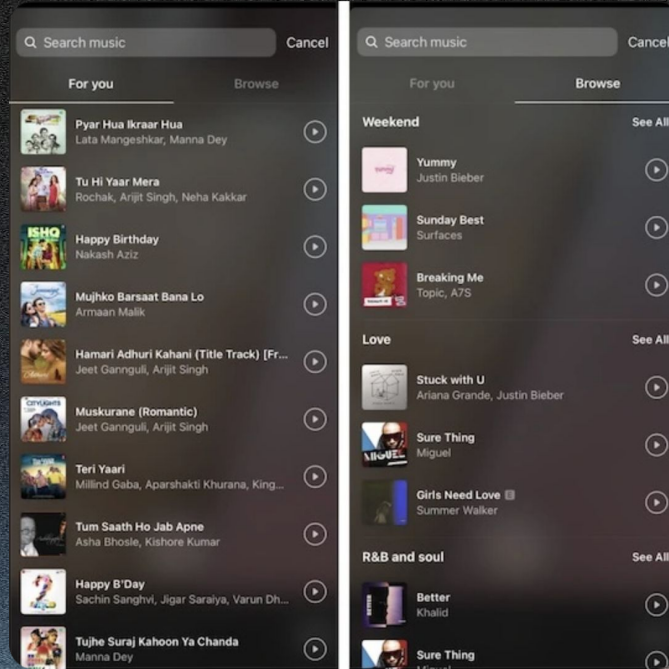
But they didn't just drive engagement – they also outperformed at driving incremental purchases with

89% confidence.





Reels is where people discover personalised, thematic and trending music&audio lists that they can save and use in their content.





A new category of creators: Sound creators





Songs start trends
trends make songs

↗ TRENDING





brands speaking the native language of sound



A new way to tell your story...



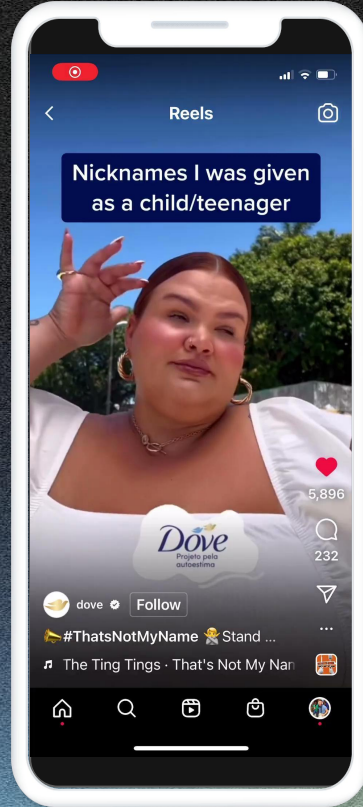
@reesewitherspoon

n





....and to connect to people & culture



@dove

e



MEET META SOUND COLLECTION


Sound collection

Faixas • Efeitos sonoros


A Coleção de Sons mudou de lugar
Bem-vinda à nossa nova localização. Navegue e descubra músicas e efeitos sonoros como de costume. Você ainda pode adicionar áudio da Coleção de Sons ao seu conteúdo e usá-lo gratuitamente em todos os produtos da Meta.

Maneiras de usar a Coleção de Sons


Ótimas músicas para seus vídeos




The Creature (f...
Jumbo




Door Number T...
Mike Block




Trick Or Treat
Christian Davis




The Absence
Azam Ali




Cyanide Circus
Echopraxia




Runaway
Adam Griffith




Halloween Is H...
Giulio Cercato




The Ghost Of Y...
BLACK DOVES




Cries Of The Si...
Symphonic Planet




Phantasmagori...
Heavy Gravel Guild



Mad Scientist
Sam Marshall




Unhinged
Cy Curnin




Miniatures
Apesaw


Escolhas rápidas




Elettrônica




Pop




Hip hop




Cinema




Latina




Indiana




Africana




Chill




Energético



Feliz















Rock



R&B e soul

Classificar por: Adicionados...
Gêneros: Escolher
Estados de espírito: Escolher
Durações: Escolher
Vocais: Escolher
Ritmos: Escolher

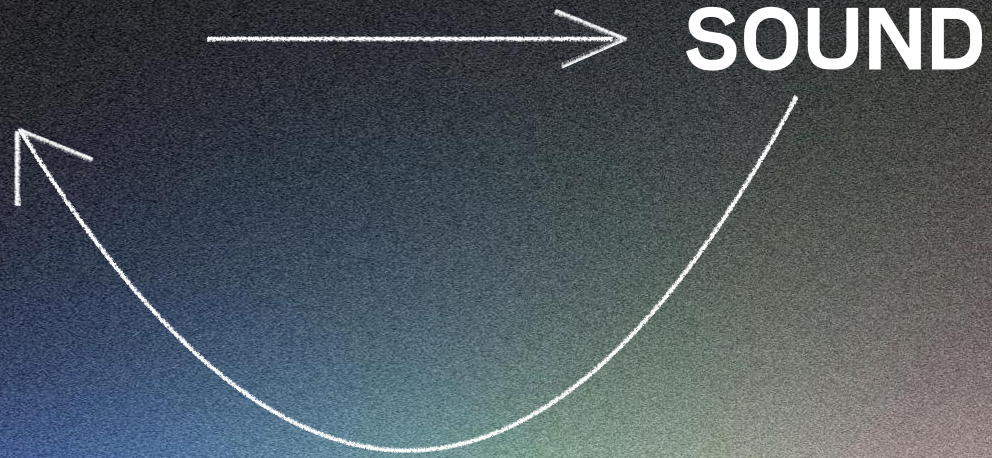
Adicionar aos favoritos

Faixa	Artista	Gênero	Ritmo	Duração
<input type="checkbox"/>    Vote	Otis McDonald	Hip Hop	Medium	2:52
<input type="checkbox"/>    Witch's Rune	Daria Novo	Cinematic	Slow	2:52
<input type="checkbox"/>    Hyper Brat	bbox	Electronic	Fast	2:32
<input type="checkbox"/>    Fury	Symphonic Planet	Cinematic	Fast	3:35



THE
**SOUND-FIRST
APPROACH**







**BRANDS
AGENCIES
LABELS
PUBLISHERS
ARTISTS
CREATORS**

NOW

IT'S YOUR TURN



OPTION 1

ORIGINATE FROM SOUND LAB

USO DA META SOUND COLLECTION (ROYALTIES FREE) PARA CRIAÇÃO BASEADA EM MACRO TRENDS OU HOOKS DE REELS

2 week

Briefing

A marca compartilha o briefing da campanha com a equipe da Meta, MBP durante uma sessão online de 1 hora.

Pre-Work

A MBP pré-seleciona áudios da META Sound Collection e Trends que podem ser usadas para inspirar ideias criativas. A MBP também aprova com o cliente a lista de criadores que irão participar na sessão de workshop.

3 week

Workshop

Workshop de 3 horas liderado pela MBP com a marca, criadores e equipe de vendas, onde iremos inspirar e cocriar uma campanha focada em Reels originada a partir do som.

Outputs: Storyboards para Reels.

Produção

A MBP gerenciará a produção da campanha com os criadores selecionados e nano criadores do Marketplace do IG, usando a Ferramenta de Briefing.

A Creative Shop fornecerá consultoria durante toda a produção.

4 week campaign

Execução

Usando a estratégia de mídia correta com anúncios em parceria, lançamos a campanha em todas as plataformas da Meta.



MBP: Creative/Production Agency trained by Meta to led Meta creative frameworks with clients
Not included New Sound Production and or music rights. Also artist fees.

OPTION 2

HOW TO SPEAK MUSIC LAB

PARTNER WITH LABELS, PUBLISHERS AND SOUND CREATORS FOR BESPOKE AUDIOS

2 week

Briefing

A marca compartilha o briefing da campanha com a equipe da Meta, MBP e a gravadora durante uma sessão online de 1 hora

Pre-Work

A gravadora pré-seleciona áudios e ideias de ativação que inspirarão a próxima sessão.

3 week

Workshop

Workshop de 3 horas liderado pelo MBP com a marca, gravadoras e equipe de vendas, onde iremos inspirar e cocriar uma campanha focada em Reels originada a partir do som."

Outputs:
"Storyboards para Reels e ideias de ativação."

Produção

O MBP gerenciará a produção da campanha em colaboração com a gravadora.

O MBP também fará a curadoria de criadores e selecionará nano criadores do IG Marketplace usando a Ferramenta de Briefing.

A Creative Shop fornecerá consultoria durante toda a produção..

4 week campaign

Execução

Usando a estratégia de mídia correta com anúncios em parceria, lançaremos a campanha em todas as plataformas da Meta.



MBP: Creative/Production Agency trained by Meta to led Meta creative frameworks with clients
Not included New Sound Production and or music rights. Also artist fees.





THANKS



∞ Meta



REELS

culture SESSIONS



Como
conectar
cultura +
creators +
marcas?



Originando, colaborando e produzindo com a cultura



Originate
from culture

Build connection points
between a specific
territory and/or community



Collaborate
with with culture

Co-create ideas
for the campaign
with the creators that
resonates with the Culture
using CS methodology



Produce
at the speed
of culture

Produce ideas that scale
for Reels + Asset
diversification along the
funnel

Em diferentes territórios



GENZ
AND TRENDS



WOMEN



MUSIC



BRASILIDADES



CULTURE SESSIONS

Originate from culture

SESSÃO 1 - ONLINE

INSIGHTS BASED ON THE BRIEFING

Solução end-to-end para conectar a sua marca com a Cultura de forma autêntica

Baseado num briefing vamos trazer **Insights**, com **Winnin** e consultorias especialistas

Co-criação com **creators** e produção de **Reels** e **assets** para diversificação criativa.

INSIGHTS WINNIN
+
CONSULTORIAS
ESPECIALISTAS

OUTPUT:
FINAL MESSAGE
+
CREATORS TERRITORIES

Collaborate With the culture

SESSÃO 2 - ONLINE/PRESENTIAL

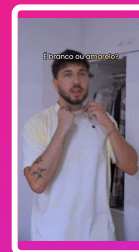
CO-CREATION WORKSHOP
WITH CREATORS



1 TO 3 CREATORS
(CONSULTANT)
+LOI/ SPARK (PRODUCTION)
+ CLIENT
+ AGENCIES
+ META (CS, SALES)

Produce At the speed of culture

PRODUÇÃO DE REELS + BRANDED ASSETS



1 ORIGINAL REELS
With Partnership ads
Per creator



5 BRANDED ADS
per creator
adaptations included for
9:16 and 4:5
suited for Reels, Stories, Feed....

9.6 MM

Views

735

comments



@DANTEOLIVER

UNILEVER: Brillhante



@BRAND

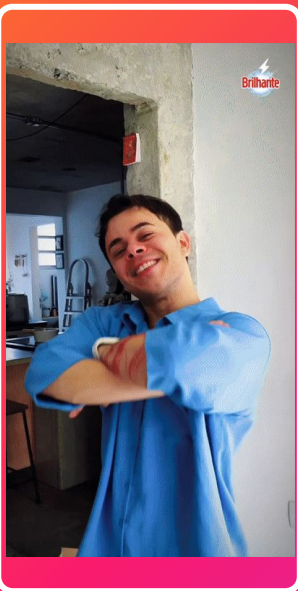


Cheapskates Parody, he wants the best cost-benefit in everything

REELS + PARTNERSHIP ADS

Duration: 30 sec

On: creator / brand profile



1 VIDEO STORIES FEED

Duration: until 15 sec

On: brand profile



1 STORIES + FEED

Duration: 6 sec

On: brand profile



Brilhante rende no bolso, na máquina e nos looks!

1 STATIC

Format: 9:16 and 1:1

On: brand profile

RESULTS

+5.2pts

AD RECALL
Bench: 3.2pts

+5.5pts

FAVORABILITY
Bench: 0.4pts

+4.0pts

ACTION INTENT
Bench: 0.6pts

53.8MM

Views

4,2K

comments

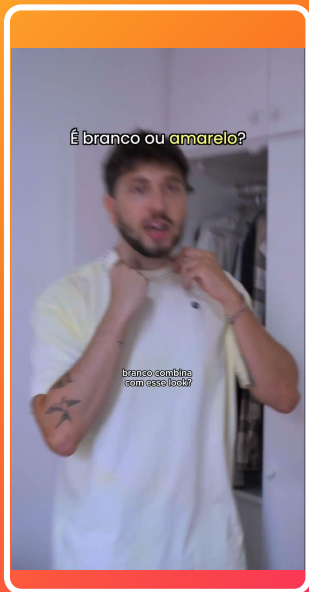


@VINIDALPHINO

UNILEVER: OMO WHITES



@BRAND



Is my shirt white or yellow? Mystery solved, bring back whiteness...



1 VIDEO STORIES FEED

Duration: until 15 sec
On: brand profile



1 STORIES + FEED

Duration: 6 sec
On: brand profile



1 STATIC

Format: 5:5
On: brand profile

RESULTS

+5.8pts

AD RECALL
Bench: 4.1pts

+1.7pts

MESSAGE ASSOCIATION
Bench: 0.6pts

+1.0pts

FAVORABILITY
Bench: 0.5pts



REELS + PARTNERSHIP ADS

Duration: 30 sec
On: creator / brand profile

∞ Meta



Solução & **PARCEIROS**



FULL SOLUTION



CULTURE SESSIONS

	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5
	1	2	3	4	5 ✨
SESSION 0 KICKOFF	SESSION 1 Deepdive	CREATORS CURADORIA	SESSION 2 Co-Create	PRODUCTION	FINAL ASSETS
After the Deal, the client fill a briefing template + kickoff meeting to explain the process.	1,5 hour session Deep dive on the brand challenges, the consultancy will bring a methodology with the community insights	The MPB will curate creators related with the territories defined and the consultancy approves	3 hour session During the session, we will engage in active listening with the creators and co-create the script for the assets based on the brand challenges.	Creators will produce the assets. Then, the MBP will finalize the ads. CONSULTANCY validate the scripts and content through evaluative criteria and providing feedbacks.	Final adjustments + approvals.
	Deliverables: Client briefing + Define the message + Creators Squad	Deliverables Creators Deals +	Deliverables Reels Ideas + Assets.	Deliverables Reels Ideas + Assets.	Deliverables Reels Ideas + Assets
	Responsible: CONSULTANCY + Production MBP	Responsible Creators MBP + CONSULTANCY	Responsible Creators MBP + CONSULTANCY	Responsible Creators MBP + CONSULTANCY	Responsible Creators MBP + CONSULTANCY



GENZ
AND TRENDS



tr[★]pe

WOMEN



aquilo
que
importa.

MUSIC



BRASILIDADES



T<LK

CREATORS + PRODUÇÃO:



OR

spark★

∞ Meta



Commercial **PACKAGES**



FULL SOLUTION WITH CREATORS

P - 1 CREATOR

DELIVERABLES

2 WORKSHOP SESSIONS
(CONSULTANCY + META + MBP)

SESSION 1 | BRIEFING DEEPDIVE
SESSION 2 | WORKSHOP & CO-CREATION

CREATOR:

1 REELS (30-90 SEC)

- Posted in creator & Brand IG using Paid Partnership Tag
- Reposted in Creator Threads
- Boosted as Partnership ads
- * Image right for 30 days (not exclusive)

BRANDED ADS:

- 1 VIDEO 15 SEC (9:16 AND 4:5)
- 1 VIDEO 6 SEC (9:16 AND 4:5)
- 3 STATIC OR CAROUSEL (9:16 AND 4:5)
- Boosted as Partnership ads (dark post for creator)

TOTAL:

6 Assets (3 video 3 static)
+ 6x 4:5 adaptations

M - 2 CREATORS

DELIVERABLES

2 WORKSHOP SESSIONS
(CONSULTANCY + META + MBP)

SESSION 1 | BRIEFING DEEPDIVE
SESSION 2 | WORKSHOP & CO-CREATION

CREATOR:

2 REELS (30-90 SEC)

- Posted in creator & Brand IG using Paid Partnership Tag
- Reposted in Creator Threads
- Boosted as Partnership ads
- * Image right for 30 days (not exclusive)

BRANDED ADS:

- 2 VIDEO 15 SEC (9:16 AND 4:5)
- 2 VIDEO 6 SEC (9:16 AND 4:5)
- 6 STATIC OR CAROUSEL (9:16 AND 4:5)
- Boosted as Partnership ads (dark post for creator)

TOTAL:

12 Assets (6 video 6 static)
+ 6x 4:5 adaptations

G - 3 CREATORS

DELIVERABLES

2 WORKSHOP SESSIONS
(CONSULTANCY + META + MBP)

SESSION 1 | BRIEFING DEEPDIVE
SESSION 2 | WORKSHOP & CO-CREATION

CREATOR:

3 REELS (30-90 SEC)

- Posted in creator & Brand IG using Paid Partnership Tag
- Reposted in Creator Threads
- Boosted as Partnership ads
- * Image right for 30 days (not exclusive)

BRANDED ADS:

- 3 VIDEO 15 SEC (9:16 AND 4:5)
- 3 VIDEO 6 SEC (9:16 AND 4:5)
- 9 STATIC OR CAROUSEL (9:16 AND 4:5)
- Boosted as Partnership ads (dark post for creator)

TOTAL:

18 Assets (3 video 3 static)
+ 6x 4:5 adaptations

PACKAGES

∞ Meta



Lets
GO?

