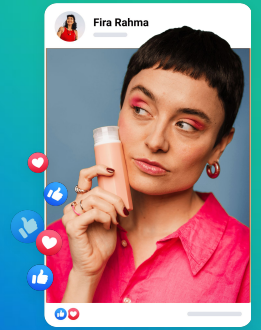
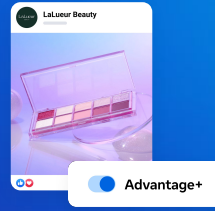


Palco da

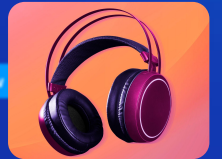
Shoppable Economy



∞ Meta



Shop now



Agenda

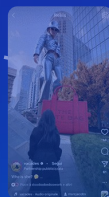
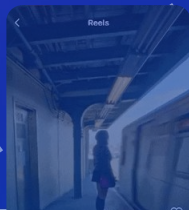
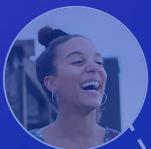
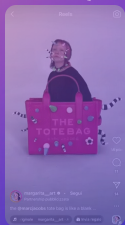
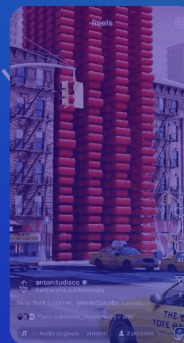
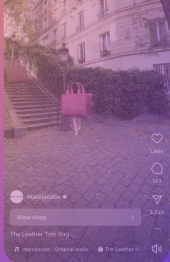


Ato 01 - Quanto vale o show?

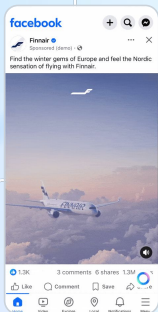
Ato 02 - O três C's

Ato 03 - Gran finale

01 Quanto vale o show?



ATO 1: QUANTO VALE O SHOW?



A maior disputa hoje não é apenas por share de mercado. É por share de rotina.

No tempo fragmentado do dia a dia, a marca que não sintoniza com o ritmo do consumidor simplesmente não existe.

1 em cada 3 brasileiros

declara que "não fazer nada" é, na verdade, mexer no celular.

Entre os jovens de até 24 anos, esse comportamento é ainda mais intenso:

5 a cada 10

estão conectados enquanto "descansam".

O que eles fazem
com **esse tempo?**



Passam

3h32 por dia

conectados às redes sociais.

Eles não entram no Instagram com uma lista de compras na mão.

Eles entram para relaxar, para rir, para descobrir, para pertencer.

Eles entram para se entreter.

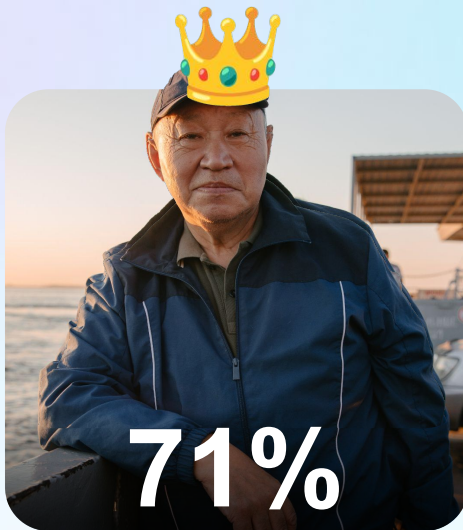
Para as marcas, o ócio não é tempo perdido.
É a maior oportunidade de mercado da década.



As pessoas passam tempo com criadores que amam



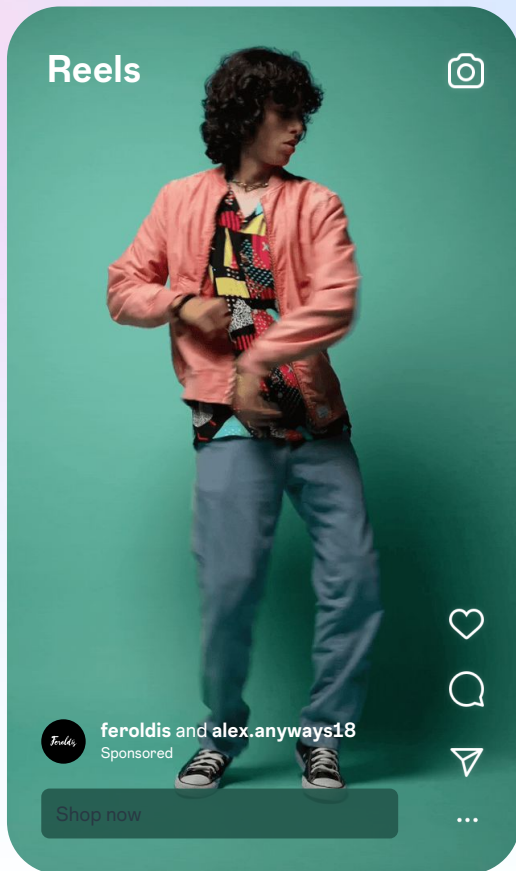
de minutos foram gastos com conteúdo de criadores globalmente na Meta em 2022¹



dos consumidores fazem uma compra dentro de alguns dias após verem o conteúdo de um criador na Meta²



considerariam trocar de marca quando um produto é promovido por um criador que eles seguem³



O segredo?

Transformar a compra em entretenimento.

É elevar a transação a um ato de lazer, onde a descoberta orgânica encontra a tecnologia para criar uma jornada não apenas útil, mas verdadeiramente prazerosa, especialmente [através dos criadores](#).

E nesse palco,
o show tem método.
Na Meta, **Shoppertainment**
é transformar o consumo em
parte do show:

No ócio digital, entregamos o que o
consumidor busca: **relevância**.
Transformamos a descoberta em
compra, capturando o desejo no
momento em que ele nasce.



Quando **junta,**
dá bom



Para o
entretenimento,
as comunidades.
Para a relevância,
a **colaboração**.

02



Os três C's

- COMMUNITY
- CONTENT FEAT CREATORS
- COMMERCE

COMMUNITY

A plateia é fluida.

O público de 2026 não cabe mais em caixas.
Migramos das tribos fixas para a era dos *moods* e das *vibes*.

Ser coerente é overrated.

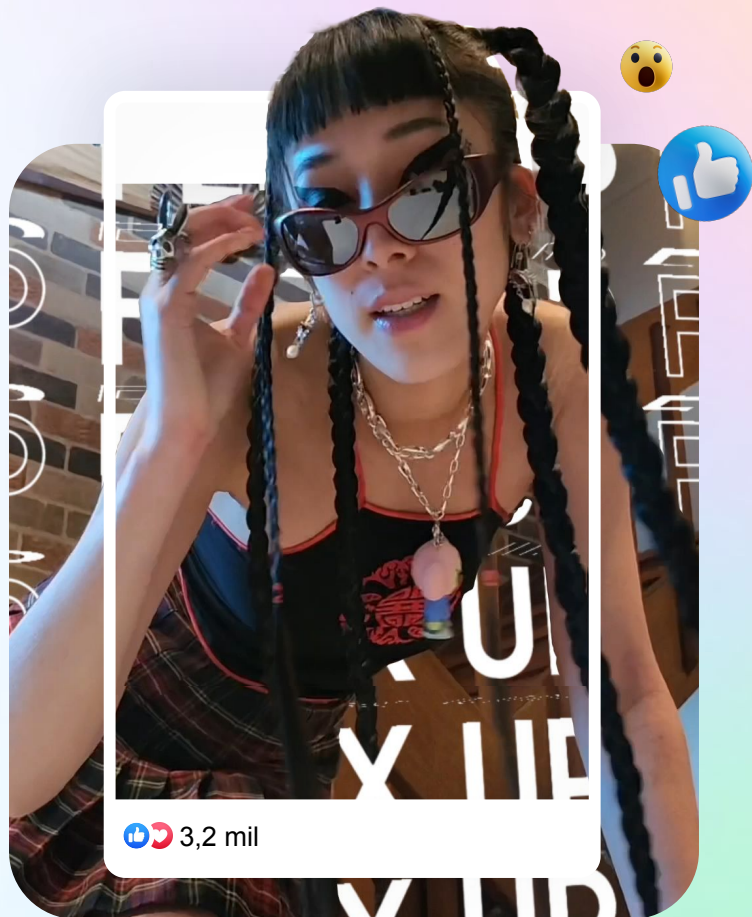
O mesmo consumidor que busca sofisticação de manhã,
quer o caos e o humor à noite.

86%

dos jovens afirmam:
“é normal ser estranho”

67%

dos jovens afirmam:
“somos feitos de contradições”



COMMUNITY

A plateia é curiosa.

Eles não vieram comprar.
Eles vieram sentir.
E porque sentiram, descobriram:

74%

das pessoas usam a Meta para descobrir marcas que nem sabiam que existiam.



A plateia é fiel.

A verdadeira lealdade nasce no pós-venda, na repercussão da comunidade.

85.6%

dos brasileiros na internet seguem e **confiam em conteúdo de Creators**

78%

das pessoas afirmam descobrir motivos para serem leais a uma marca somente *após* a primeira experiência de compra.



CONTENT

Content & Creators

Em um mundo saturado de conteúdo, o **Criador** assume o **papel de curador**. Eles filtram o ruído e entregam confiança.



A prova?

Mais de **3 em 4**

usuários de redes sociais preferem conteúdo de criador a anúncios tradicionais.



Influenciadores
geram o dobro de
vendas:

 **44%** no Brasil
 **21%** nos EUA

CONTENT

As pessoas reagem aos criadores pela **autenticidade e criatividade, e não pela fama.**

Ao buscar por um criador, eles são a extensão do time da marca e um colaborador criativo, não apenas um megafone.

EXISTEM ALGUNS CRITÉRIOS PARA ENCONTRAR UM BOM MATCH



Expertise



Voz



Criatividade



Valores de marca



Avaliar parcerias com concorrentes



Participa em tendências da cultura

Alinhamento com a marca

CONTENT

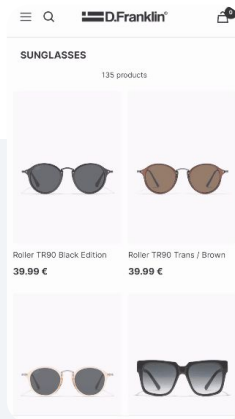
As marcas não perderam o palco, mas a **dinâmica de poder** mudou.

Como define o antropólogo **Michel Alcoforado**:



"A publicidade não dita mais o comportamento, ela acompanha. O branding não controla mais a narrativa de forma autoritária; ele agora precisa negociar a sua entrada na conversa."

Para entrar nessa conversa e ser ouvido, você precisa do **Feat perfeito**:



MARCA



PRODUTO



SOLUÇÃO

CRIADOR

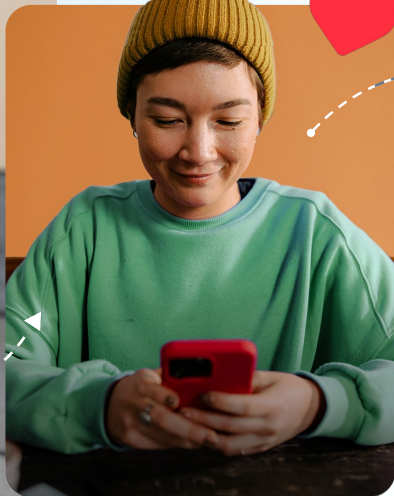
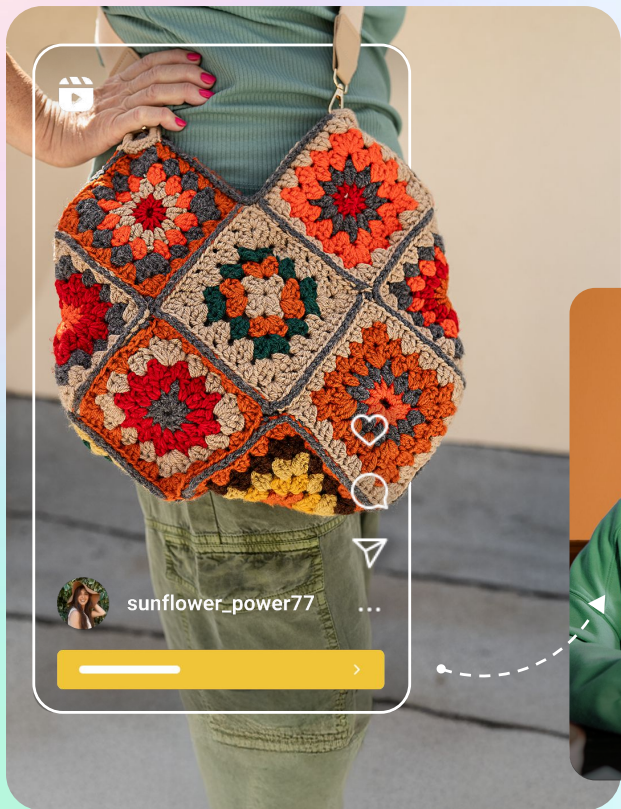


DEMANDA



LINGUAGEM

CONTENT



E não se preocupe tanto com o **formato**.

Autenticidade



Perfeição



76%

da Geração Z só escuta se sentir verdade.

O resultado?

80%

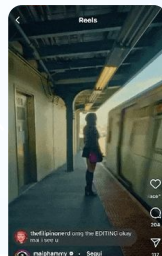
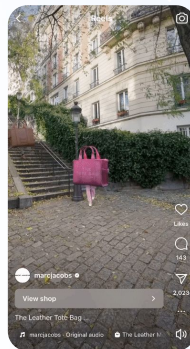
dos consumidores compram produtos sugeridos por creators

CONTENT

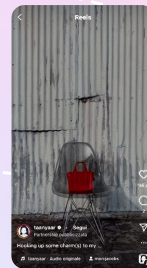
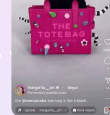
Para transformar influência em receita, não basta um "post".

É necessário um ciclo do hype que conecte a descoberta, a gestão e a performance de mídia.

Um ecossistema de ideias que está à disposição de marcas e criadores de todos os tamanhos.



A Meta oferece a única suíte que integra esses três pilares nativamente.



CONTENT

O ecossistema

**DESCOBERTA****Creator Marketplace:**

Onde a inteligência de dados da Meta identifica o match perfeito entre marca, criador e audiência.

**GESTÃO****Partnership Ads Hub:**

O controle centralizado para orquestrar parcerias em escala, com transparência e segurança.

**PERFORMANCE****Partnership Ads:**


O formato que oficializa o "feat", unindo os sinais de confiança do criador à inteligência de conversão da marca.

RESULTADO:**-19%**
No CPA**+71%**
Na intenção de marca

CONTENT

Creator Marketplace


Descoberta



Filtros avançados baseados em interesses reais da audiência (não apenas seguidores).



Identificação de tendências emergentes antes que virem commodities.



Acesso direto a portfólios e métricas de performance validadas pela Meta.

Use keywords to find creators

Search

Approximately 1.7M creators Save to list Sort by: Relevance

Filters

Creator

- Interests
- Gender
- Age
- Followers
- Latest posts
- Follower growth
- Accounts engaged
- Ads experience
- Countries
- States
- Portfolio
- Verified account

Audience

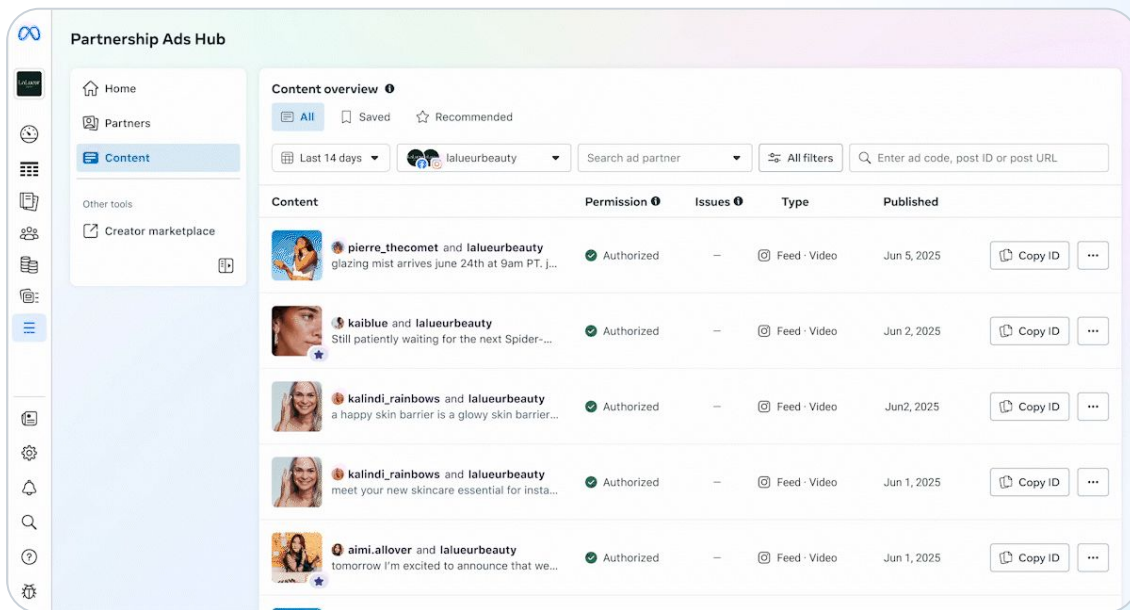
- Gender
- Age
- Countries

Creator	Total followers	Accounts engaged	Accounts reached
hillhouseidiaries United States	141K	19.6K	702K
jhonnycurran United States	63.6K	53.8K	502K
sammythomp Canada	87.3K	--	--
citysage United States	242K	58K	313K
thebloomingnest United States	253K	19.5K	391K
hannah.is.home United States	152K	12.4K	301K
jennakateathome United States	194K	9,543	309K
cindyclarkinteri... United States	131K	23.6K	446K






CONTENT

Partnership Ads Hub

Gestão



The screenshot displays the Partnership Ads Hub interface. On the left is a navigation sidebar with options like Home, Partners, Content, and Creator marketplace. The main area shows a 'Content overview' section with filters for 'All', 'Saved', and 'Recommended'. Below this is a table of content items:

Content	Permission	Issues	Type	Published
 pierre_thocomet and lalueurbeauty glazing mist arrives june 24th at 9am PT, j...	Authorized	—	Feed · Video	Jun 5, 2025
 kaibue and lalueurbeauty Still patiently waiting for the next Spider-...	Authorized	—	Feed · Video	Jun 2, 2025
 kalindi_rainbows and lalueurbeauty a happy skin barrier is a glowy skin barrier...	Authorized	—	Feed · Video	Jun2, 2025
 kalindi_rainbows and lalueurbeauty meet your new skincare essential for insta...	Authorized	—	Feed · Video	Jun 1, 2025
 aimi.allover and lalueurbeauty tomorrow i'm excited to announce that we...	Authorized	—	Feed · Video	Jun 1, 2025



Fluxo de aprovação simplificado: elimine a burocracia de acessos manuais.



Visão consolidada de todas as parcerias e ativos de criadores em um só lugar.



Segurança de dados e conformidade total entre marca e parceiro.

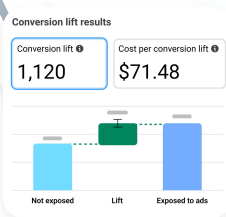
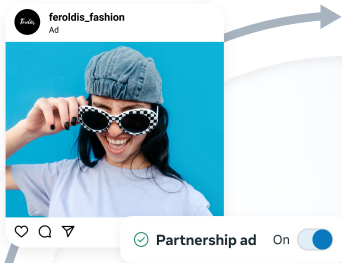
CONTENT

Partnership Ads

Performance

Amplificação:
transforme conteúdo orgânico em anúncios potentes sem perder o aspecto de entretenimento.

Mensuração full-funnel:
atribuição clara de como o criador impactou desde a descoberta até o checkout



Partnership Ads

Segmentação:
alcance os seguidores do criador + o público-alvo da marca com a precisão do algoritmo da Meta.

COMMERCE

CREATORS

No Shoppertainment, o criador não apenas apresenta o produto, ele valida a escolha. Ele é o curador que filtra o ruído do mercado para o consumidor.

A Meta transforma essa autoridade em uma experiência de compra fluida, onde o conteúdo é o próprio catálogo.

A JORNADA DE COMPRA



Descoberta contextual

o produto aparece organicamente na rotina do criador.



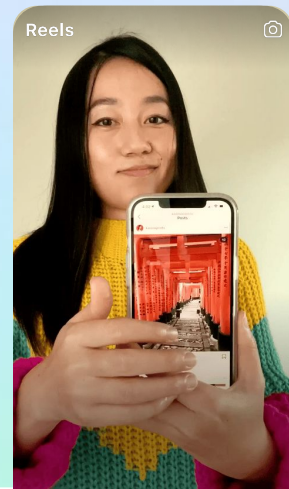
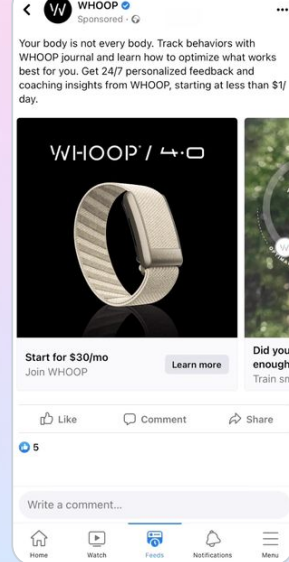
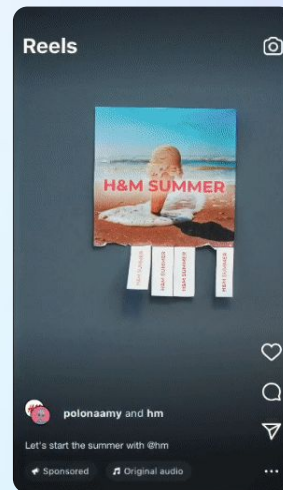
Validação em tempo real

dúvidas são sanadas através da experiência de uso real.



Checkout sem fricção

o desejo encontra a compra em um único clique, sem sair da plataforma.

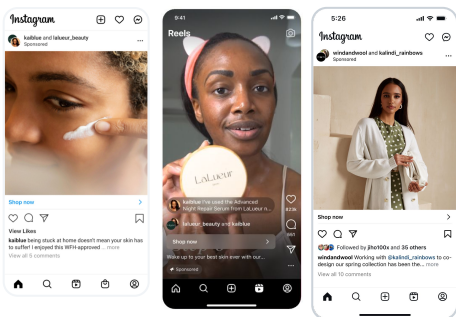


COMMERCE

Soluções e Funções

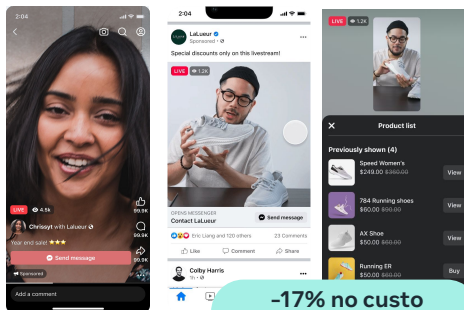
Partnership Ads com Product Tags

O anúncio oficializa o "feat" e permite que o criador marque produtos diretamente do catálogo da marca. O usuário vê o preço e compra enquanto consome o conteúdo.



Live Shopping ft. Creators:

O show de vendas ao vivo. O criador utiliza sua autoridade para gerar urgência, fixando produtos na tela para compra imediata.

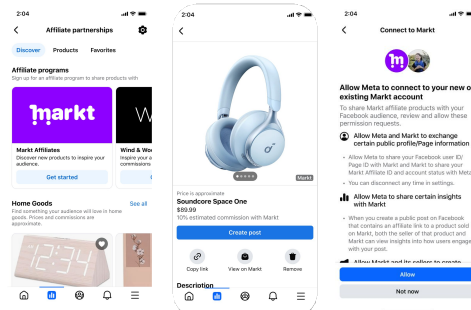


-17% no custo por compra.

Fonte: Meta, 2026

Affiliate Hub:

Uma rede de curadores trabalhando em escala, onde o conteúdo de performance é incentivado por comissionamento nativo, ampliando o alcance transacional da marca.



COMMERCE

O Ecossistema que Escala Resultados

O Commerce na Meta é uma infraestrutura inteligente que persegue a eficiência em cada ponto de contato.

Unimos o poder de atenção do Reels à precisão da IA e à capilaridade do WhatsApp, garantindo que o show aconteça em todos os canais — online e offline.

Os Pilares da Performance:



Escala com IA:
Automação que encontra o comprador certo para o produto certo.



Omnicanalidade:
Sinergia total entre o estoque digital e a prateleira física.



Conversão Direta:
Onde a conversa vira transação imediata

Inteligência, Escala e Precisão Operacional

Meta Advantage+ (Catalog Ads):

Nossa IA mais poderosa. Ela automatiza a seleção e entrega de produtos do catálogo para cada usuário com base em intenção real de compra.

-16,4% no CPA

Local Inventory Ads (LIA):

Conectamos o estoque da loja física ao anúncio. Se o cliente está perto da loja, o anúncio prioriza a visita física ou o clique-e-retire.

ROAS 21% maior no offline.

Anúncios de clique para o WhatsApp:

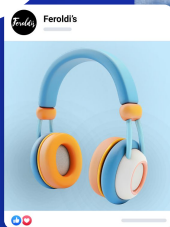
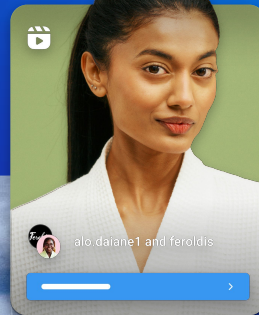
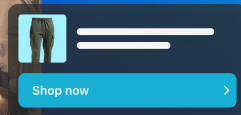
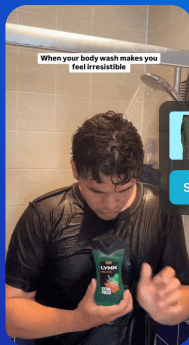
Transforma o interesse em uma venda consultiva imediata. É o fechamento de venda no canal de maior preferência do brasileiro.

-10% no custo por compra.

Product Set Optimization (PSO):

Solução de Retail Media que permite controle granular de orçamento por marca dentro de um catálogo compartilhado, garantindo a transparência e o ROI de cada parceiro.

03

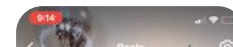
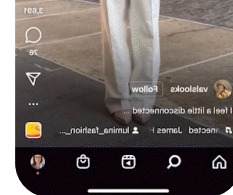
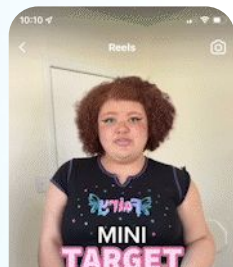
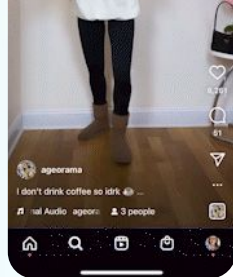


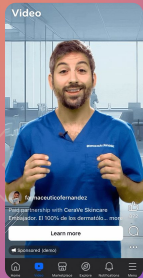
Gran Finale

O CONVITE

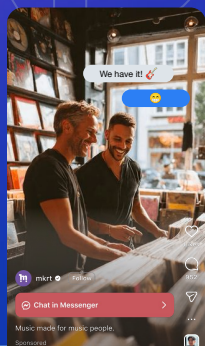
O palco está montado.
A audiência está conectada.

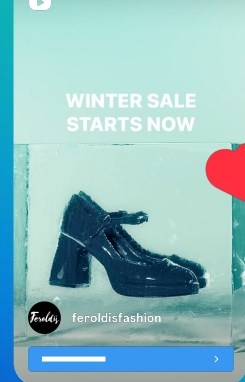
Sua marca vai ficar nos
bastidores ou vai assumir o
microfone?



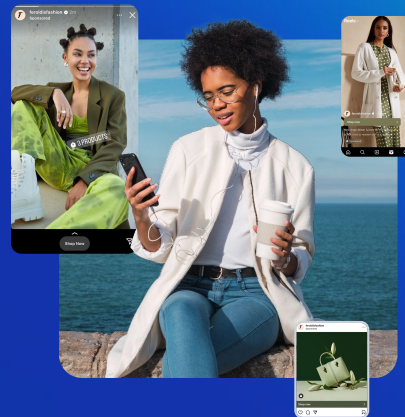
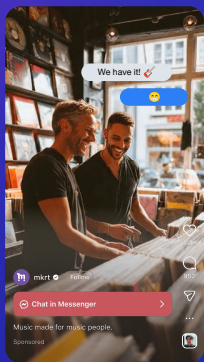


MAKE EVERY DAY SHOPPABLE AND ENTERTAINING





Make every day Shoppable and Entertaining.



∞ Meta

FEEDBACK

Debs, no geral, AMAMOS!!!

Porém, sentimos um pouco de falta de termos uma presença maior de creators nessa narrativa.

Acredito que possamos trabalhar mais também o "Quando vc junta creators + AI+ wpp da bom.

Sei que vocês estão super por dentro do conceito de DVAC, então queremos trazer mais o creator para essa narrativa.

O creator não deve ser protagonista. É importante trazermos também uma percepção de que é possível fazer shoppertainment se você não for um big creator, ou até mesmo uma pessoa normal, trazer que pode ser feito de outras formas também, não está necessariamente associado, entende? Qualquer pessoa ou marca pode fazer isso.