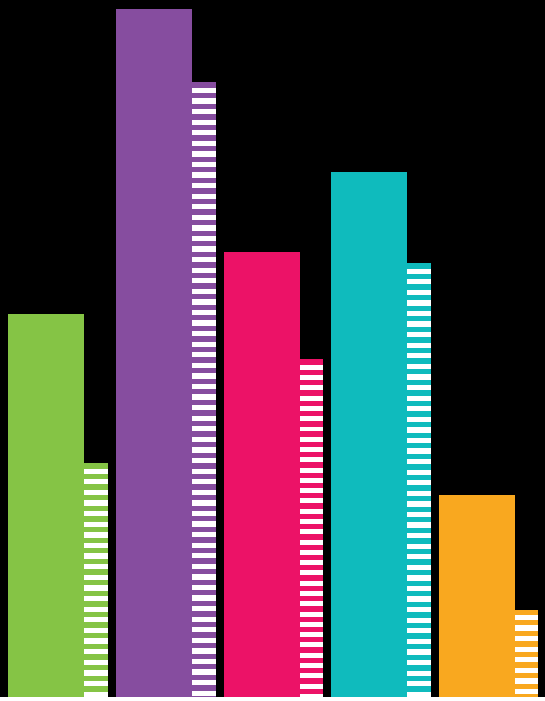
The MOST INFLUENTIAL BRANDS no Brasil

Copyright © 2021 Ipsos. All rights reserved.

GAME CHANGERS

Ipsos



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 2

AS DIMENSÕES DE INFLUÊNCIA 3

O IMPACTO DE 2020 NAS DIMENSÕES DE INFLUÊNCIA 5

AS MOVIMENTAÇÕES 6

TOP 3 MARCAS MAIS INFLUENTES 8

RANKING TOP 10 11

TAKE AWAYS 12

INTRODUÇÃO

Realizado pela Ipsos desde 2012, o estudo The Most Influential Brands analisa as marcas e seu poder de influência sobre as pessoas e os mercados. Desde as marcas ligadas à tecnologia e ao setor de alimentos e bebidas, àquelas de serviços e de bens duráveis, buscamos entender quais são as que mais influenciam a vida das pessoas em 14 países.

No Brasil, foram avaliadas 107 marcas entre os maiores anunciantes, além das marcas líderes em seus segmentos e aquelas que estão se destacando no cenário nacional. Foram entrevistados 2.000 consumidores por meio de painel on-line, entre 6 de novembro e 5 de dezembro de 2020.

Ao longo dos primeiros anos, a Ipsos se concentrou nas cinco principais dimensões que impulsionam a influência de uma marca: Inovação, Confiança, Responsabilidade Social, Presença e Engajamento.

Este ano, acrescentamos uma sexta dimensão: COVID-19, para avaliar o desempenho das marcas durante a pandemia. Juntos, estes seis pilares fornecem às marcas um panorama completo sobre a percepção das pessoas sobre as marcas e quais os pontos de atenção e de destaque para aumentar sua influência.

A pandemia trouxe novos hábitos e necessidades e, com isso, diversas categorias ganharam relevância. O distanciamento físico necessário neste período, o fechamento de escolas e a restrição de atividades comerciais reforçaram a importância já crescente do digital no dia a dia. Neste contexto, se fortaleceram as marcas que permitiram que as pessoas se conectassem umas com as outras para trabalhar, estudar, conversar, se divertir e comprar a distância.

Ipsos Influence Index

a mais alta
305

a mais baixa
38

AS DIMENSÕES DE INFLUÊNCIA

Inovação

Marcas influentes nadam contra a maré. Elas são ousadas, não convencionais e inovadoras, podendo, às vezes, tornarem-se ícones. Como formadoras de opinião, elas estabelecem exemplos a serem seguidos, moldam comportamentos e mudam cenários. Outras marcas aspiram segui-las por causa disso.

Confiança

A confiança é a base de qualquer relacionamento. Ela se constrói no decorrer do tempo, pautada em coerência e consistência ao transmitir seus valores e ao atender as expectativas das pessoas. Com as marcas não é diferente: pessoas usam, acreditam e confiam nelas e, quanto maior for essa confiança, mais ouvirão o que elas têm a dizer e amplificarão seu discurso.

Responsabilidade Social

As pessoas esperam que marcas façam alguma diferença na sociedade. Logo, algumas das marcas classificadas como influentes são aquelas que estão empenhadas em fazer a coisa certa. São marcas ambientalmente e socialmente responsáveis, ativas na sociedade, defensoras de causas, apoiadoras da diversidade, sendo capazes de até mesmo inspirar o "orgulho de ser brasileiro" – no caso de marcas locais.

AS DIMENSÕES DE INFLUÊNCIA

Presença

Para ser influente, uma marca precisa ser vista, ouvida e conhecida. Isso significa estar presente e/ou inspirar um exército de defensores para fazer o trabalho de "advogado da marca". É nesta dimensão que marcas devem investir os seus maiores e mais ousados esforços de marketing pago – promoção, posicionamento e pessoas. Ser vista faz parte do caminho para criar influência.

Engajamento

Pessoas se relacionam com marcas, e quanto maior seu engajamento, maior a chance de isto ter impacto em suas vidas. Atualmente, não basta apenas garantir a interação no ponto de venda, é importante criar pontes para um diálogo real entre consumidor e marca (olá, redes sociais!). Ou seja, as pessoas falam sobre (e com) as marcas que são influentes, as amam e querem saber mais sobre elas.

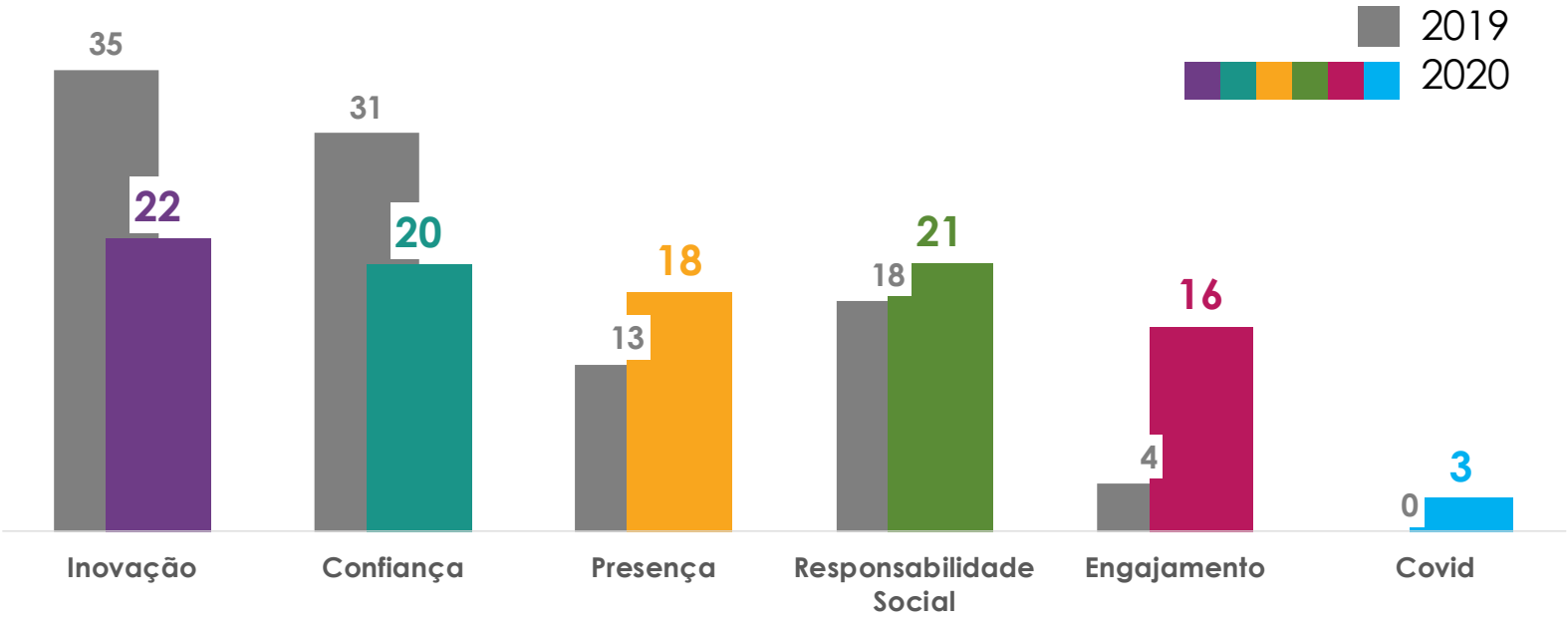
COVID-19

Da assistência durante a COVID-19 à melhoria do bem-estar, as marcas estão transformando as sociedades. Algumas delas usam sua influência econômica para aliviar problemas sociais e melhorar o planeta. Por meio de um propósito que enxerga a pessoa e a comunidade por trás do consumidor, estas marcas visionárias vão muito além da venda de um produto ou serviço, focando também na segurança e saúde das pessoas.

O IMPACTO DE 2020 NAS DIMENSÕES DE INFLUÊNCIA

Ser inovadora, ditar tendências e influenciar o comportamento do consumidor, ser única e original, se destacar dentre as demais, ser sexy e estar à frente do seu tempo: estes são alguns dos atributos da dimensão de Inovação, o principal driver de influência no Brasil. Além disso, é fundamental que os consumidores confiem na marca e estejam dispostos a defendê-la – esta é a dimensão da Confiança.

Apesar de a Inovação e a Confiança continuarem sendo duas das principais dimensões de influência no Brasil, ambas perderam espaço em importância para Responsabilidade Social, para a Presença das marcas e, especialmente, para o Engajamento on-line que os consumidores têm com as marcas – muito em decorrência do cenário da pandemia em 2020.



AS MOVIMENTAÇÕES

Quatro tipos de movimentações no ranking chamam bastante a atenção e ilustram algumas tendências ocorridas em 2020:

1. Tecnologias que facilitam minha rotina na quarentena: O YouTube ganhou destaque na quarentena dos brasileiros, saltando duas posições no ranking, se reafirmando como uma das marcas mais influentes no país. Já a Microsoft, muito presente nos aparelhos eletrônicos dos lares e das empresas, especialmente para os que trabalham de casa, ganhou três posições no ranking.

2. Produtos essenciais que estão comigo no dia a dia: A Nestlé avançou cinco posições no ranking de influência, apoiada na confiança de seus consumidores. Já a Colgate subiu quatro posições no ranking, se mantendo como uma das marcas mais influentes no país.

3. Boom do e-commerce: A Amazon e a Magazine Luiza avançaram no ranking, enquanto o Mercado Livre e o iFood já estrearam muito bem posicionadas em seu primeiro ano fazendo parte do estudo.

AS MOVIMENTAÇÕES

4. Competitividade acirrada: Marcas fortes de streaming e de meios de pagamentos perderam posições no ranking de influência, em relação ao ano anterior, muito possivelmente por conta da competitividade bastante acirrada em ambos os setores, com novos serviços digitais que ganharam força e uma cesta cada vez mais ampla de opções.

Os maiores saltos em 2020

As marcas que mais avançaram no ranking, também nos mostram algo sobre as tendências de 2020: os destaques ficam por conta das marcas de tecnologia, que ajudaram a facilitar e otimizar a rotina das pessoas no trabalho em casa, no entretenimento, nas compras e na interação on-line durante a pandemia.

TOP 3 MARCAS MAIS INFLUENTES

SAMSUNG

A marca mostrou um importante crescimento em 2020, mantendo a liderança no segmento mobile no Brasil. Além disso, fortaleceu a característica de portfólio amplo em celulares para diferentes perfis de consumidores. A Samsung fez campanhas ressaltando a conectividade e a liberdade em usar seus produtos, como os pagamentos por Smartwatch com Samsung Pay. A marca apostou também em outras categorias de tecnologia, como televisores e demais aparelhos para casas inteligentes.

Destaca-se nas dimensões de:

Presença: com atributos como "vê esta marca em toda parte", "compra/usa atualmente" e "a maior parte dos seus amigos e família usa/compra"

Confiança: com atributos como "você recomenda", "é bem estabelecida" e "continua melhorando"

PRESENÇA: 23%

CONFIANÇA: 23%

INOVAÇÃO: 22%

TOP 3 MARCAS MAIS INFLUENTES

#2 YouTube

Mais de 105 milhões de brasileiros acessam o YouTube por mês. A marca foi uma importante aliada na quarentena: no começo da pandemia, buscas com o termo “em casa” no YouTube cresceram 123% no Brasil. Vídeos de culinária, *homeschooling* e produtividade foram os mais assistidos em 2020. A marca ainda apostou em conteúdo original (como YouTube Music) para disputar contra o avanço do streaming.

Destaca-se nas dimensões de:

Inovação: com atributos como “Dita tendências”, “Transforma o comportamento do consumidor” e “Te apresentou algo que você não sabia que precisava”.

Presença: com atributos como “A maior parte dos seus amigos e família usa/compra”, “Compra/usa atualmente” e “Faz muita propaganda”.

INOVAÇÃO: 23%

PRESENÇA: 23%

ENGAJAMENTO: 20%

TOP 3 MARCAS MAIS INFLUENTES

Google

Líder por anos consecutivos neste estudo, a Google leva novamente a medalha de ouro. 95% dos smartphones brasileiros rodam sistema Google (Android). Em 2020, a empresa desenvolveu em sua plataforma uma área voltada para informações e recursos de saúde sobre a COVID-19. Ainda aprimorou as políticas de segurança em sua plataforma durante as eleições municipais no Brasil. E a Google.org mobilizou recursos para diferentes iniciativas de inclusão social e igualdade no decorrer do ano.

Destaca-se nas dimensões de:

Inovação: com atributos como “Destaca-se entre as demais”, “Está à frente do seu tempo” e “É inovadora”.

Confiança: com atributos como “Continua melhorando”, “É bem estabelecida” e “Você recomenda”.

INOVAÇÃO: 31%

CONFIANÇA: 25%

The MOST INFLUENTIAL BRANDS 2020

TOP 10 MOST INFLUENTIAL BRANDS BRASIL

1	Google	6	Colgate
2	YouTube	7	Nestlé Faz bem
3	SAMSUNG	8	oBOTICÁRIO
4	Microsoft	9	mercado livre
5		10	mastercard

TAKEAWAYS

Se há uma lição que 2020 deixa para as marcas, é a de que aquelas que ouviram seus clientes e encontraram maneiras de responder por meio da inovação digital e de serviços, foram recompensadas com lealdade e maior influência.

2021 promete continuar com uma boa parte dos desafios que enfrentamos em 2020. As marcas devem estar atentas às oportunidades e aos riscos, enquanto navegarem pela pandemia. E, ao longo do caminho, as marcas não devem perder de vista os cinco principais pilares para gerar maior influência: Inovação, Confiança, Responsabilidade Social, Presença e Engajamento. Se permanecerem focadas no cliente, enquanto se adaptam às curvas e obstáculos, as marcas poderão dominar com maestria o caminho para ser influente.

The MOST INFLUENTIAL BRANDS no Brasil

WWW.IPSOS.COM/PT-BR
COMUNICACAO@IPSOS.COM

/IPSOSBRASIL

/IPSOSBRASIL

@IPSOS_BRASIL

GAME CHANGERS