

Connect:Esportes

Edição 2018 – Copa

Radar de Marcas no maior evento do futebol mundial

Ipsos Connect



Contexto e oportunidades

Em 2018 será realizada a 21ª edição da Copa, com a Rússia como anfitriã da competição pela primeira vez.



OPORTUNIDADES

- Engajamento massivo
- Visibilidade mundial



DESAFIOS

- Alto nível de investimento
- Ruído excessivo de comunicação

O termômetro já começou a subir

Os brasileiros querem acompanhar o evento e irão se preparar para a Copa: **oportunidades à vista!**



34%

Se consideram fãs de futebol



35%

Estão confiantes em relação ao desempenho da Seleção



40%

Muito animados para a Copa



89%

Pretendem assistir aos jogos

Onde vão assistir aos jogos?



Para se preparar, os brasileiros pretendem:



44%

fazer estoque de bebidas



32%

comprar camisa da Seleção ou roupas das cores do Brasil



23%

Comprar uma nova TV para ver os jogos



19%

decorar a casa com o tema do Brasil



12%

Comprar novo sofá para receber os amigos e família



10%

Reformar algum cômodo para receber amigos

As marcas estão se preparando para atuar nesse contexto

Algumas perguntas que procuram responder:

- ❓ Quais as ativações de marca mais e menos lembradas do evento?
- ❓ Os esforços feitos durante a copa do Mundo ajudam a alcançar os resultados esperados pelo negócio?
- ❓ As ações são eficientes para destacar a marca do ruído de comunicação e transferir atenção para a mesma?
- ❓ Qual o engajamento com as marcas durante o evento?

Desenvolvemos um estudo para ajudar a responder a essas questões

Unindo a expertise de duas áreas de conhecimento para traçar um diagnóstico da atuação das marcas

Diferentes módulos, que podem ser adquiridos de forma independente ou em conjunto

Ipsos Connect

Entendimento de marcas, comunicação e mídia



Termômetro prévio



Pré-copa



Avaliação de comunicação



Diários da copa
(Ipsos mobile app)



Pós-copa



FOREBRAIN
o pensamento ao seu alcance

Módulos de neurociência aplicada



Report: Eventos Esportivos



Neuro Copy Test



BRAIN Report

Cada módulo responde a objetivos específicos e complementares



Termômetro prévio

Expectativas em relação à Copa e à atuação das marcas

- Envolvimento com futebol
- Relação com a Copa, onde, como e com quem pretende assistir
- Marcas: KPIs de saúde de marca, associação com a Copa, lembrança relacionada à Copa
- Consumo de categorias



Pré Copa

- Conhecimento sobre patrocinadores e ações
- Métricas iniciais de marca para comparação com pós-copa



Avaliação de Comunicação

Avaliação de até 20 comunicações relacionadas ao evento

- Visibilidade
- Associação com as marcas
- Entendimento de mensagem
- Avaliação: Diferenciação, relevância, resposta de curto prazo (ex.: intenção de compra)



Diários da copa (Ipsos mobile app)

Visão em tempo real sobre a experiência de Copa

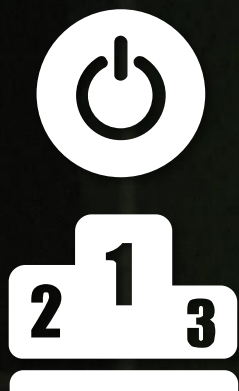
- Expectativas pré-jogo
- Local e companhia
- Interação com meios de comunicação e redes sociais durante e após o jogo
- Recall de ativações de marca durante o intervalo e no pós-jogo.



Pós Copa

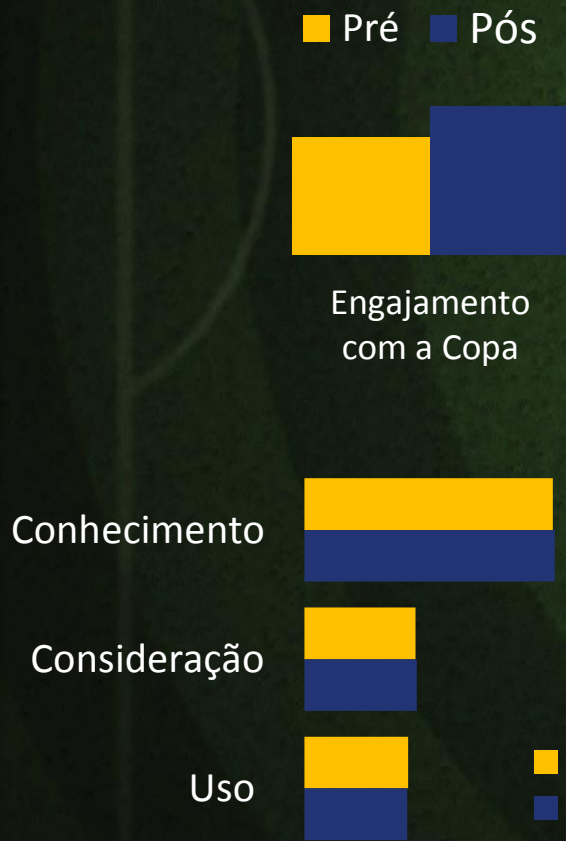
- Avaliação de resultados: marcas mais e menos bem sucedidas
- Comparação com resultados da fase pré-copa

Alguns exemplos de entrega dos resultados



Pré e pós-copa

Ipsos Connect

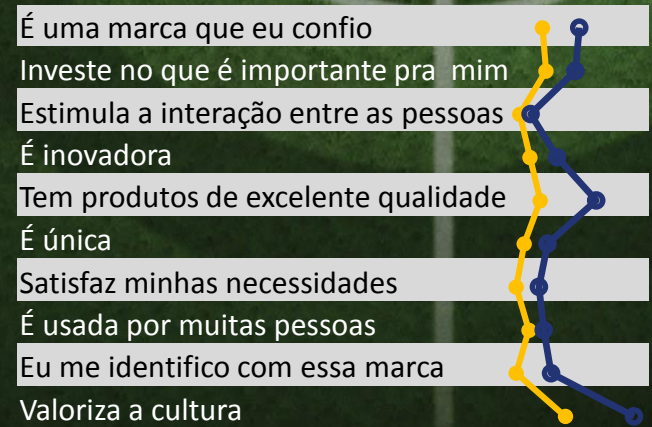


Exemplo de resultado

■ Pré ■ Pós ■ Média do estudo (pós)



Associação com atributos*



*exemplo. Os atributos serão definidos após a etapa de termômetro inicial.

Também agregamos módulos de neurociência aplicada



Report: Eventos Esportivos

Aprendizados da neurociência para o planejamento de estratégias de comunicação

- ▣ Aprendizados de campanhas veiculadas durante grandes eventos esportivos
- ▣ **10 cases** analíticos de comerciais de grandes marcas
- ▣ Avaliação de **índices neurais e de visualização** dos participantes da pesquisa
- ▣ Insights do **Neuromarketing** para ter sucesso em sua comunicação
- ▣ Material digital + workshop presencial com 3 horas de duração



Neuro Copy Test

Análise neurocientífica de filmes publicitários utilizando a metodologia BRAIN

- ▣ Análise do desempenho do filme para os índices de Atenção, Motivação e Memorização frente ao banco de dados normativo do BRAIN
- ▣ Avaliação do impacto geral do filme sobre o cérebro do consumidor (BRAIN Impact)
- ▣ Recomendações para a criação de estratégias de comunicação mais eficientes
- ▣ Acesso aos resultados no BRAIN Analytics e relatório completo do desempenho do filme



Relatório analítico com aprendizados da neurociência sobre as estratégias utilizadas durante a Copa 2018

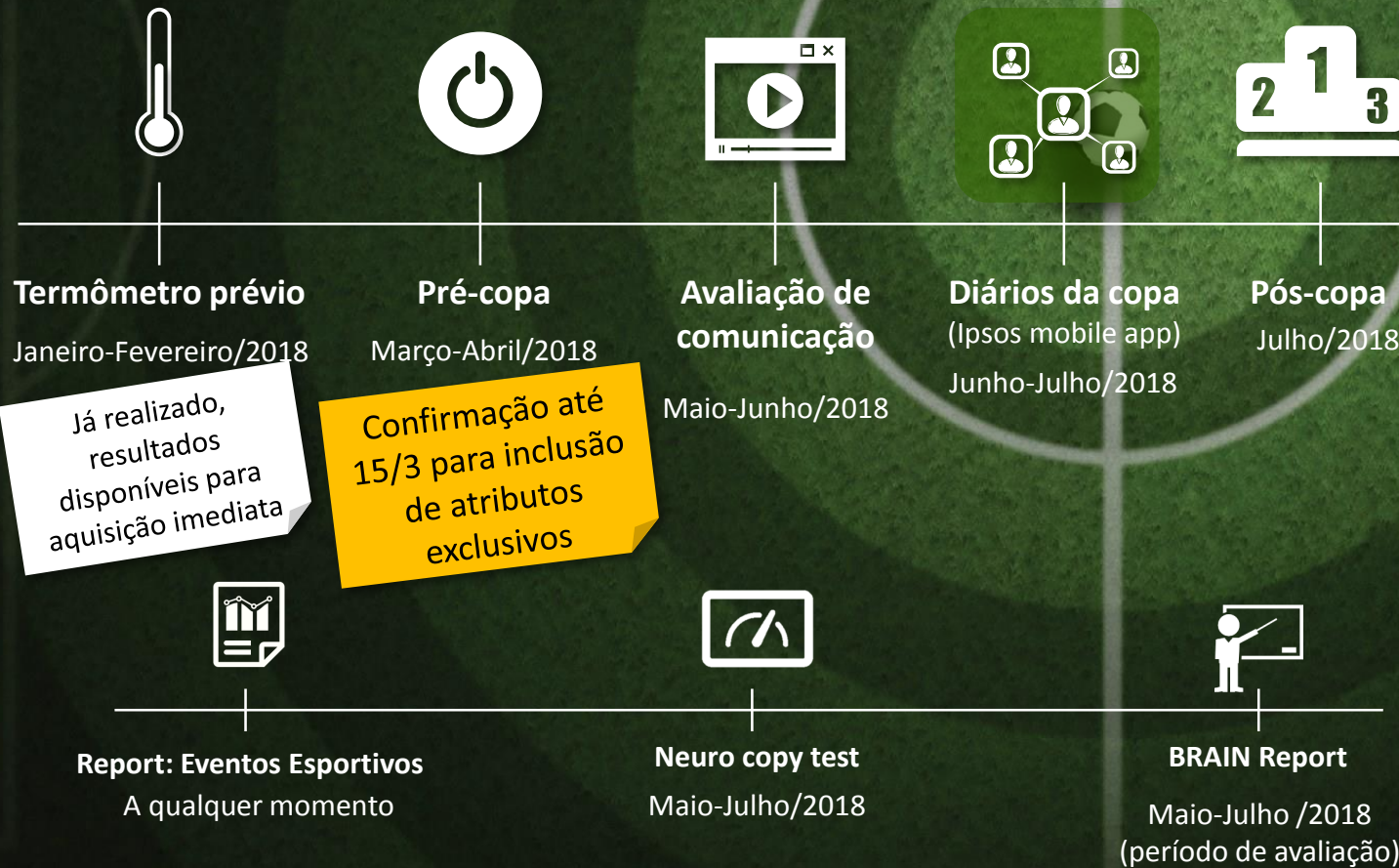
- ▣ Relatório produzido a cada onda de coleta do **BRAIN Club**
- ▣ **10 cases analíticos** por relatório, trazendo insights e aprendizados para a construção de estratégias de comunicação mais assertivas
- ▣ Referências neurocientíficas e comportamentais para embasamento dos insights

O monitoramento já começou

Cronograma para realização dos módulos

Ipsos Connect

Entendimento de marcas,
comunicação e mídia



FOREBRAIN
o pensamento ao seu alcance

Módulos de
neurociência aplicada



Quer saber mais?

Acione o seu atendimento ou
connectesportes@ipsos.com

Tel.: 11 2159-8515

Connect:Esportes

Edição 2018 – Copa

Radar de Marcas no maior evento do futebol mundial

Ipsos Connect

 **FOREBRAIN**
o pensamento ao seu alcance

GAME CHANGERS

