

1. RECALL: QUAIS AS MARCAS MAIS LEMBRADAS DA EDIÇÃO?

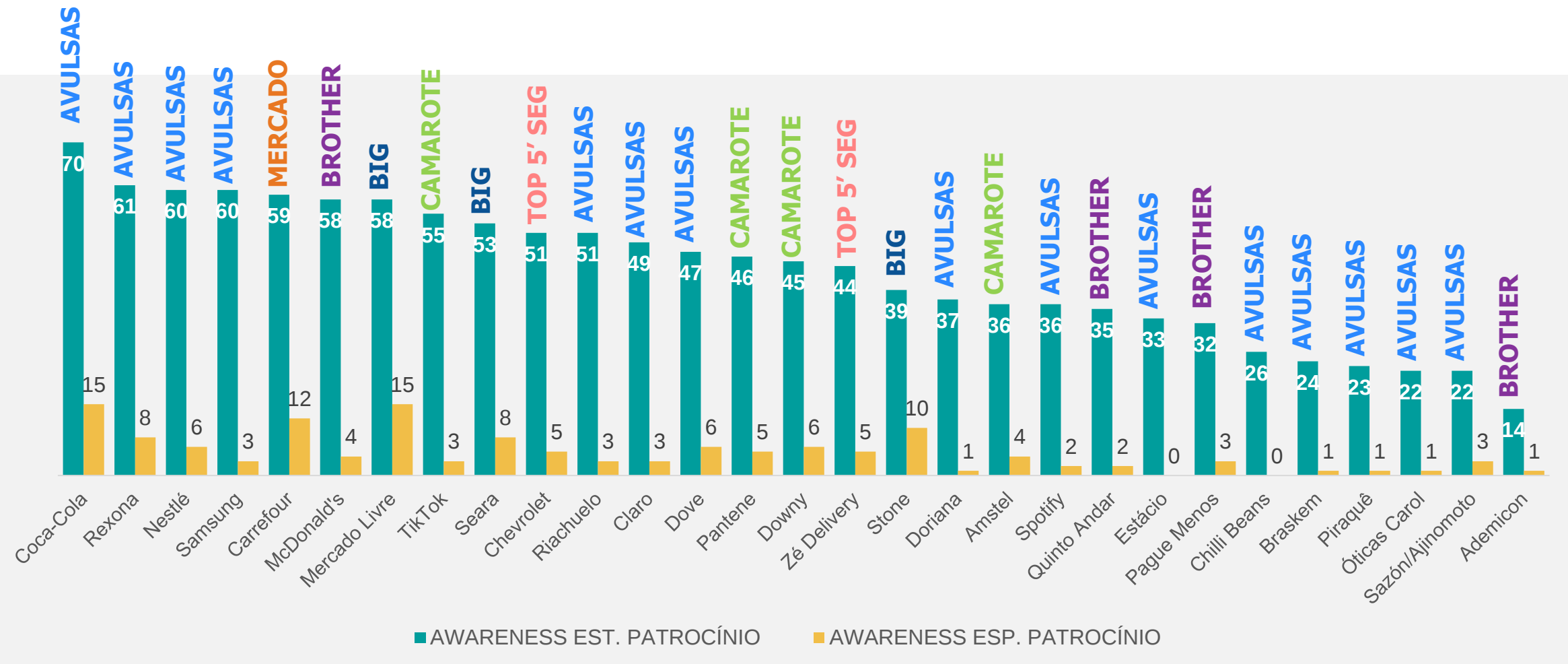


**VOCÊ SABIA QUE A
AUDIÊNCIA DO BBB
MENCIONA
ESPONTANEAMENTE
MENOS DO QUE 2
MARCAS COMO
PATROCINADORAS?**

DENTRE OS TOP 10 PATROCINADORES MAIS LEMBRADOS ESPONTANEAMENTE, HÁ DIFERENTES TIPOS DE COTAS E REPERTÓRIOS PUBLICITÁRIOS.

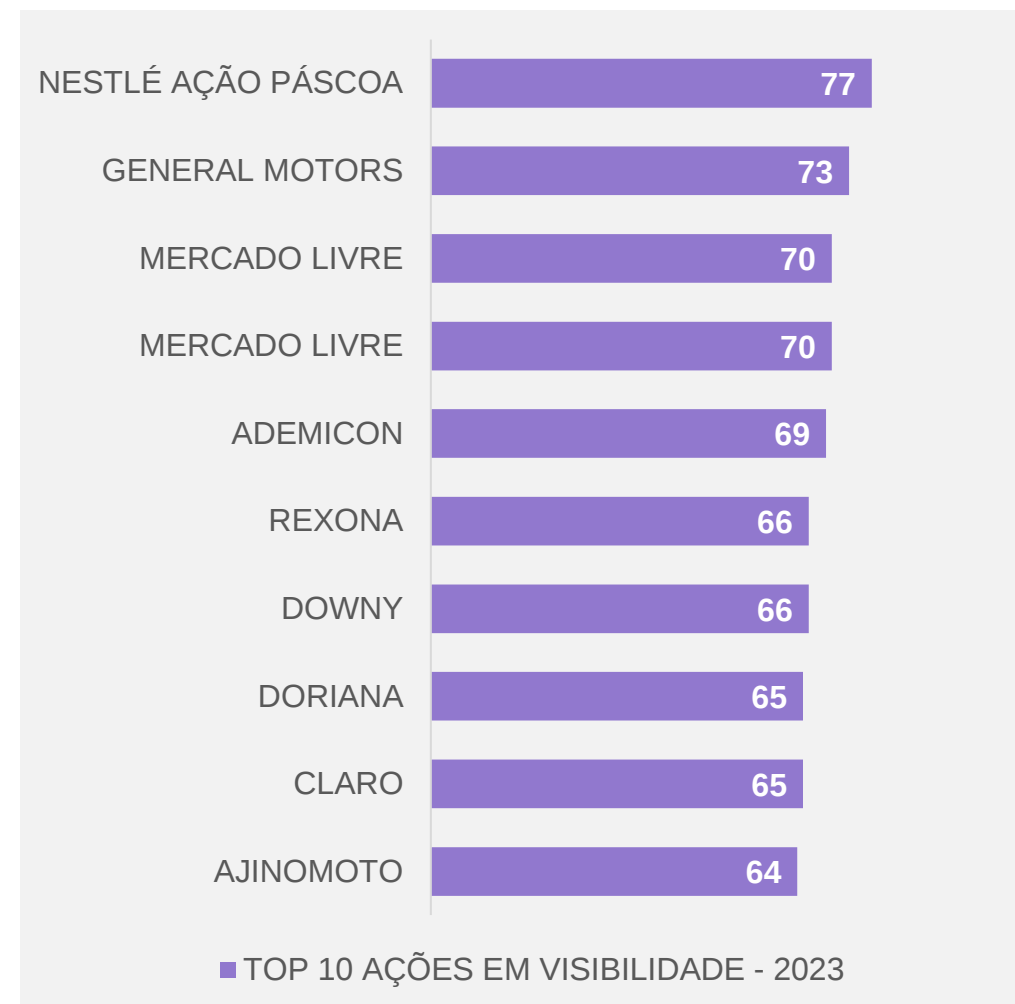


A LEMBRANÇA DE PATROCÍNIO, TANTO ESTIMULADA QUANTO ESPONTÂNEA, NÃO ESTÁ NECESSARIAMENTE RELACIONADA AO TAMANHO DA COTA DO PATROCÍNIO.



**EM MÉDIA AS
ATIVAÇÕES DO
PROGRAMA FORAM
VISTAS POR 58% DA
AUDIÊNCIA COM
BRAND LINKAGE
MÉDIO DE 56%**

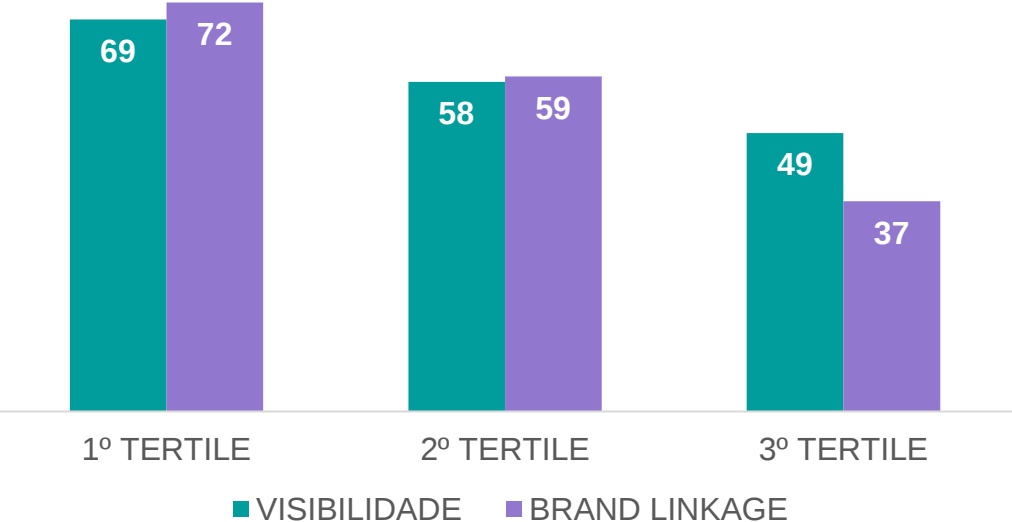
ANUNCIANTES NOVOS FIGURAM A LISTA DAS ATIVAÇÕES MAIS LEMBRADAS DO PROGRAMA COMO NESTLÉ, GM E MERCADO LIVRE.



**A VISIBILIDADE MÉDIA DE UMA
ATIVAÇÃO DE EXIBIÇÃO ÚNICA
(58%) DENTRO DO BBB É MUITO
SUPERIOR À VISIBILIDADE
ATINGIDA POR UM COMERCIAL
DE ALTO INVESTIMENTO
(1500 TRPS) 47%**

APESAR DO REALITY GARANTIR UM ALCANCE MÉDIO ALTO, NEM TODAS AS ATIVAÇÕES TEM ALTA PERFORMANCE.

RECALL

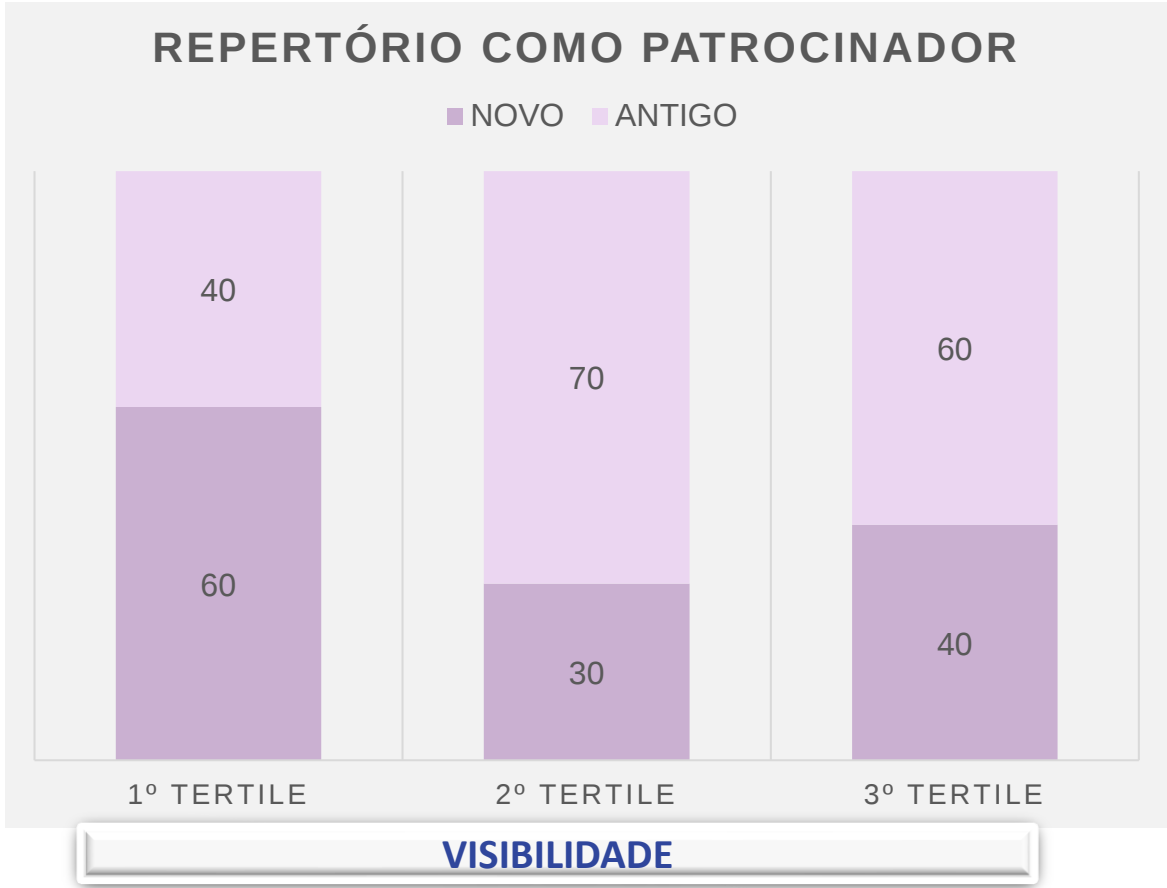
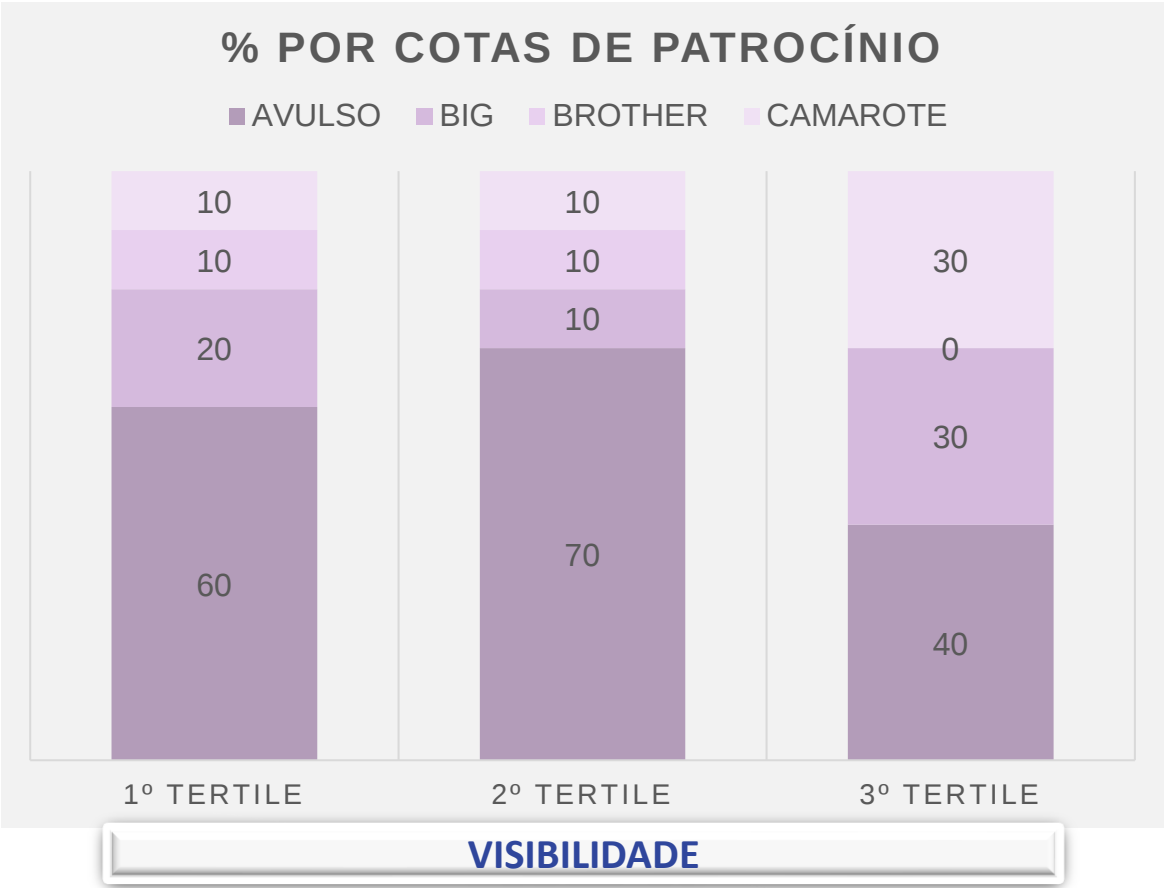


**AS MELHORES
ATIVAÇÕES TIVERAM
EM MÉDIA UMA
VISIBILIDADE 40%
SUPERIOR EM
COMPARAÇÃO ÀS
PIORES**

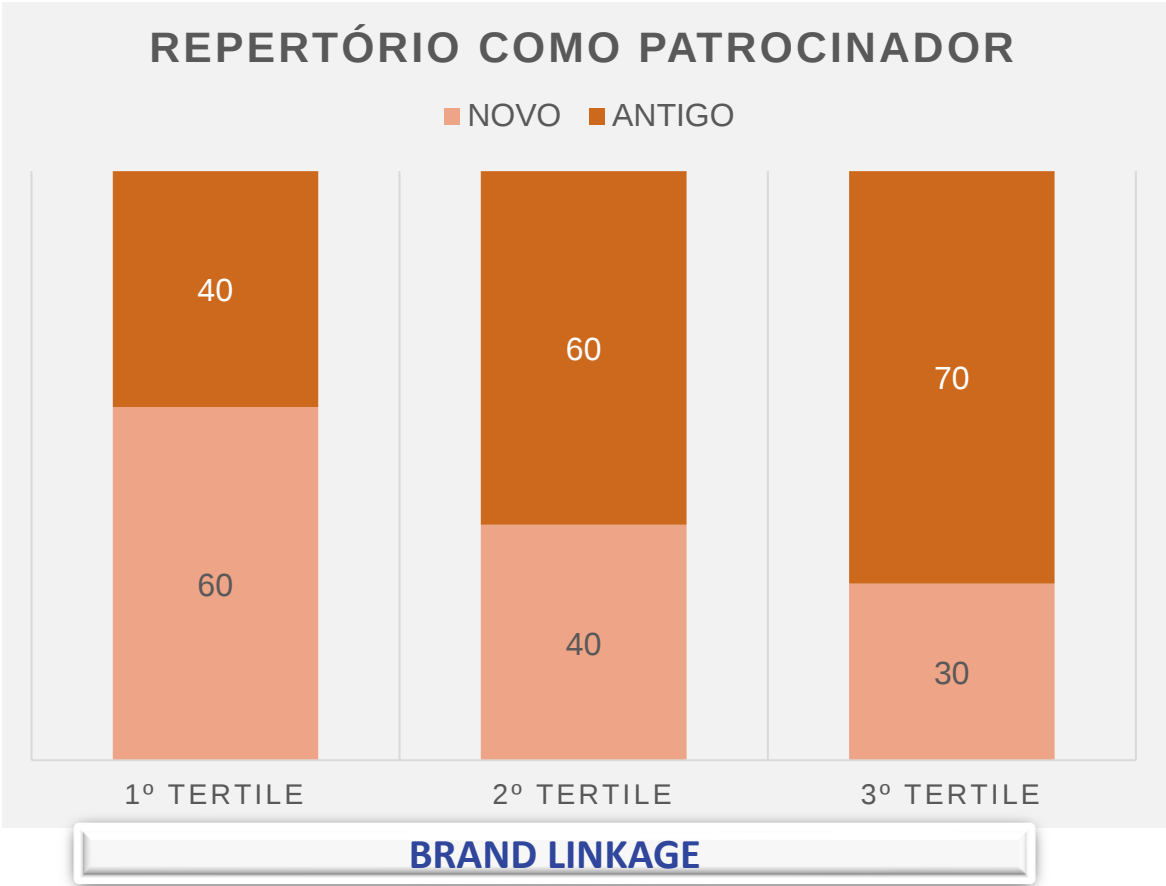
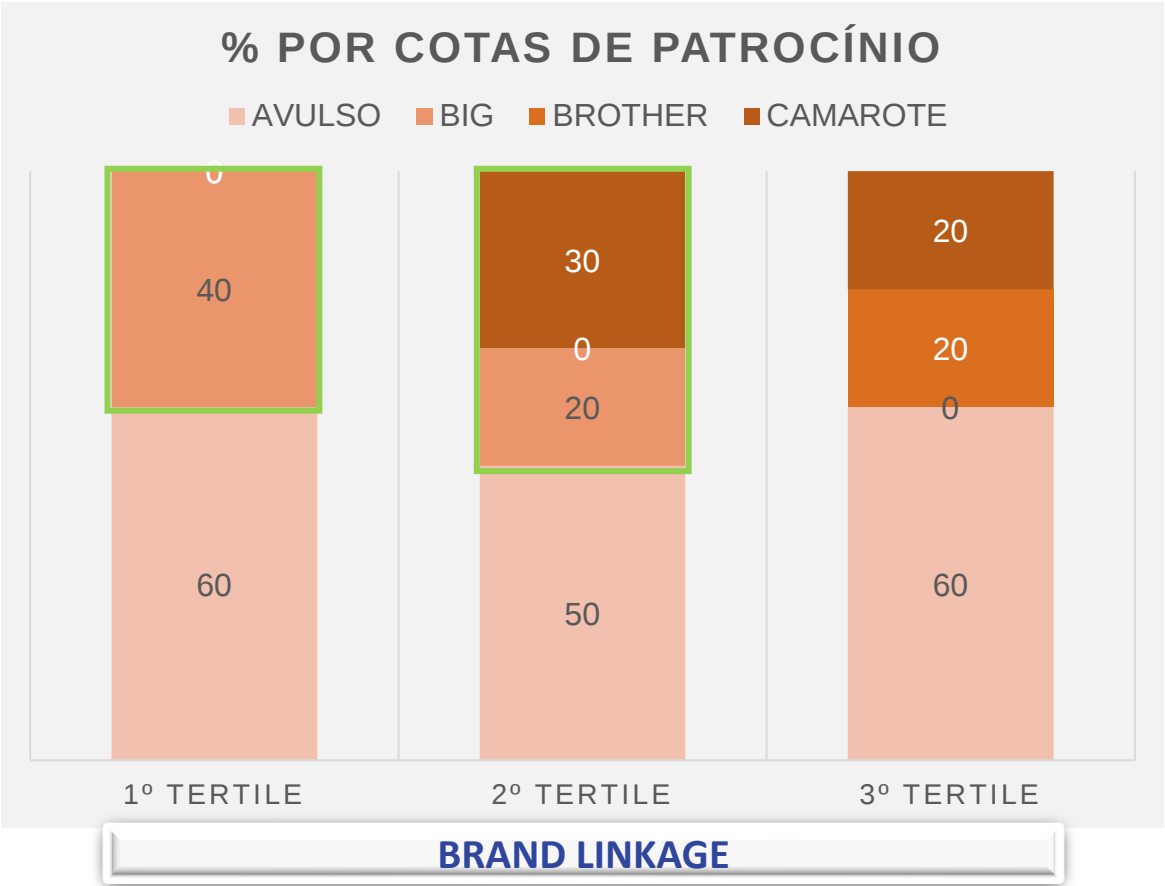
A COTA DO PATROCÍNIO E O REPERTÓRIO PUBLICITÁRIO DA MARCA COMO PATROCINADORA AFETAM OS INDICADORES DE RECALL?



A COTA DO PATROCÍNIO OU O REPERTÓRIO PUBLICITÁRIO DA MARCA COMO PATROCINADORA, NÃO DETERMINAM MELHOR OU PIOR LEMBRANÇA.



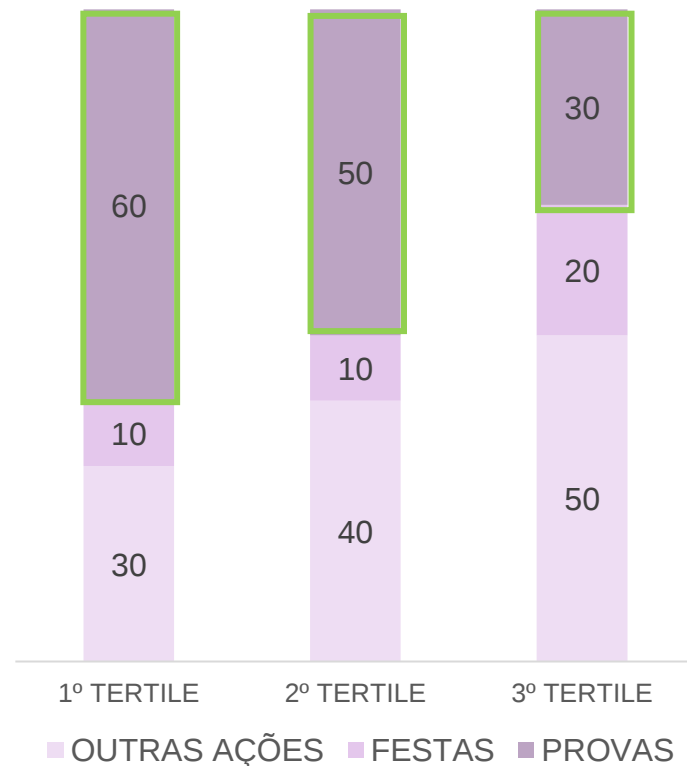
JÁ PARA O INDICADOR DE BRAND LINKAGEM, A COTA DE PATROCÍNIO TEM RELEVÂNCIA POIS COM AUMENTO DA FREQUENCIA, O CONSUMIDOR FICA MAIS ACOSTUMADO A VER A MARCA ANUNCIANTE.



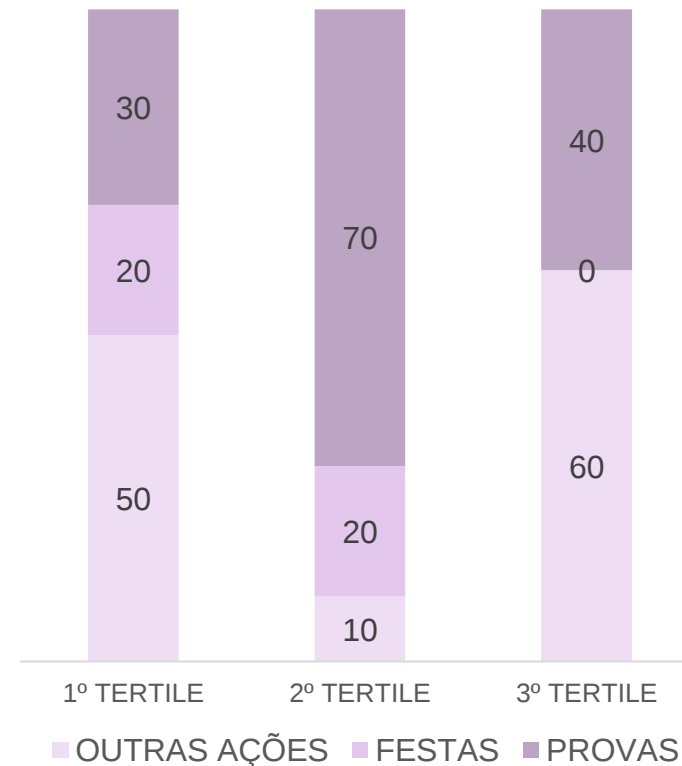
2. ALCANCE E BRAND LINKAGE: O QUE APRENDEMOS COM AS ATIVACÕES MAIS BEM SUCEDIDAS?



PROVAS EM GERAL
PROMOVEM MAIOR
VISIBILIDADE MAS
NÃO GARANTEM
BOA CONEXÃO COM
A MARCA. AÇÕES
DIVERSAS PODEM
SER TÃO EFICIENTES
QUANTO PROVAS
EM BRAND
LINKAGE.



VISIBILIDADE



BRAND LINKAGE

**TRAZER UM
CONTEÚDO
INTERESSANTE,
ÚNICO E QUE GERA
IDENTIFICAÇÃO SÃO
FATORES MAIS
DETERMINANTES
PARA BOM RECALL
DAS ATIVAÇÕES**

É INTERESSANTE...

68% (10 melhores) vs
62% (20 restantes)

É ÚNICO

64% (10 melhores) vs
56% (20 restantes)

É PARA PESSOAS COMO EU

65% (10 melhores) vs
57% (20 restantes)