



B R A S I L

PLANEJAMENTO DIGITAL

DEBRITO.

BRASIL

JANEIRO 2022



POPULAÇÃO



214.7 MM

USUÁRIOS
CONECTADOS



165.3 MM

77% +3%

(vs. população)

CELULARES
CONECTADOS



224.9 MM

104% +9%

(vs. população)

USUÁRIOS ATIVOS
EM REDES SOCIAIS



171.5 MM

79.9% +14%

(vs. população)

DEBRITO.

BRASIL.

JANEIRO 2022

10H 19M

TEMPO MÉDIO NA
INTERNET POR DIA



CELULAR
5H 25M

COMPUTADOR
4H 54M



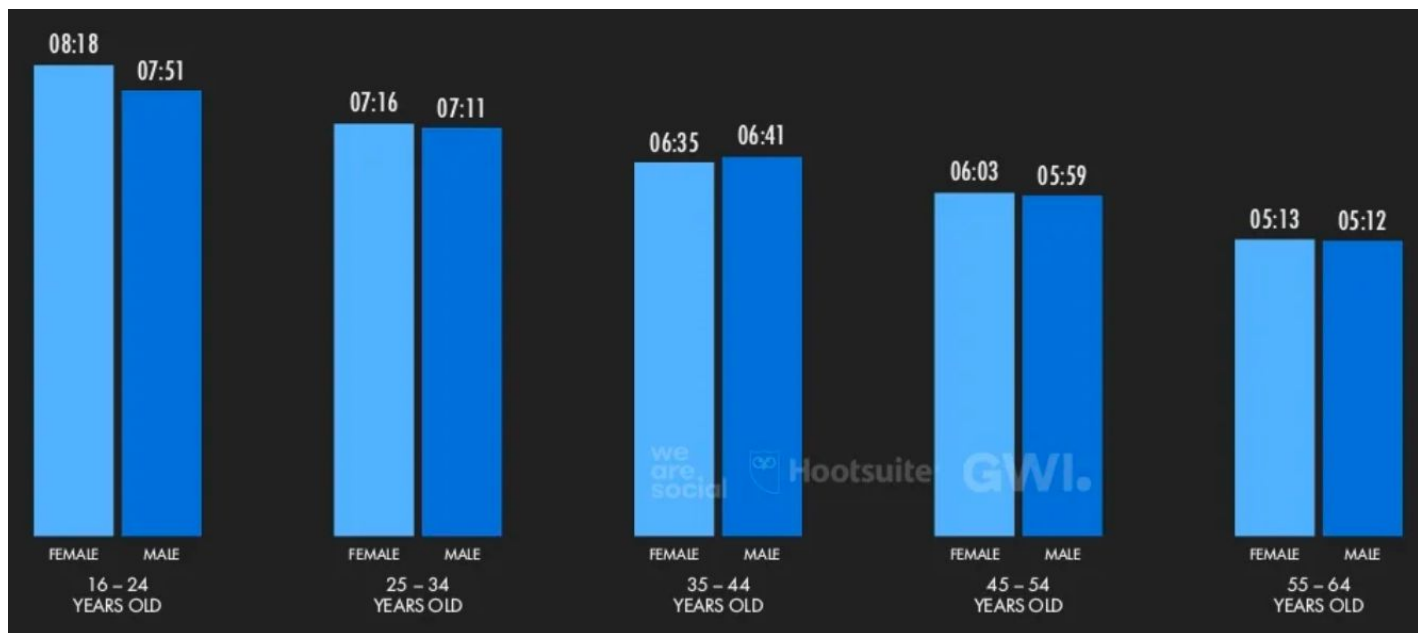
ONDE ESTÁ CONECTADO SEU PÚBLICO ALVO
QUANDO CONSOME SEU CONTEÚDO?

DEBRITO.

MUNDO.

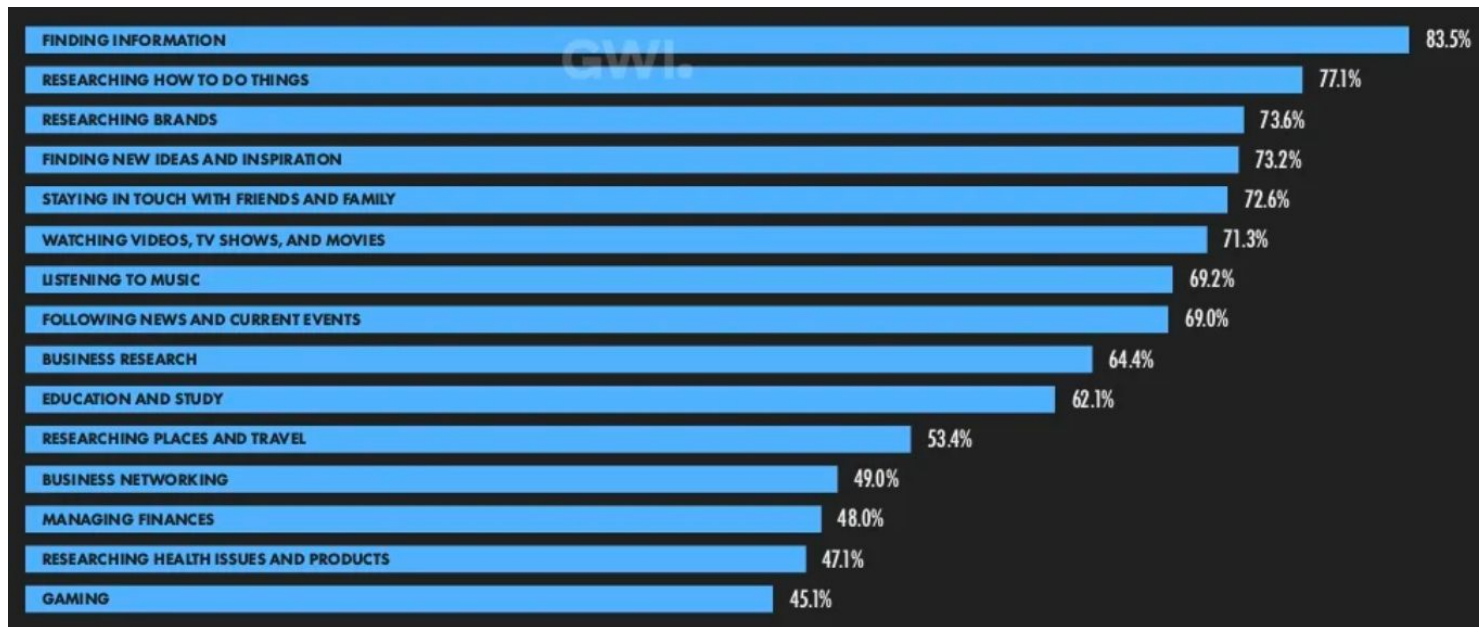
JANEIRO 2022

QUANTO MAIS NOVO O PÚBLICO MAIS TEMPO CONECTADO



FONTE: DIGITAL REPORT 2022 - HOOTSUITE/ WE ARE SOCIAL

PRINCIPAIS MOTIVOS PARA SE CONECTAR A INTERNET



DEBRITO.

BRASIL ■

JANEIRO 2022

DOS USUÁRIOS BRASILEIROS

62%

VISITAM REDES SOCIAIS PARA OBTER
INFORMAÇÕES SOBRE MARCAS | PRODUTOS

97%

ASSISTE A ALGUM VÍDEO ONLINE POR SEMANA (O BRASIL É o 4º
PAÍS NO MUNDO QUE MAIS ASSISTE VÍDEO EDUCATIVO)

37%

ASSISTE A ALGUMA LIVE POR SEMANA

37%

OUVE PODCAST POR SEMANA (O BRASIL É o 1º PAÍS QUE MAIS OUVE
PODCAST)

DEBRITO.

BRASIL ■

MAIO 2022

PRINCIPAIS REDES SOCIAIS

#1



165 MI

#2



138 MI

#3



122 MI

#4



116 MI

#5



73 MI

#6



65 MI

#7



56 MI

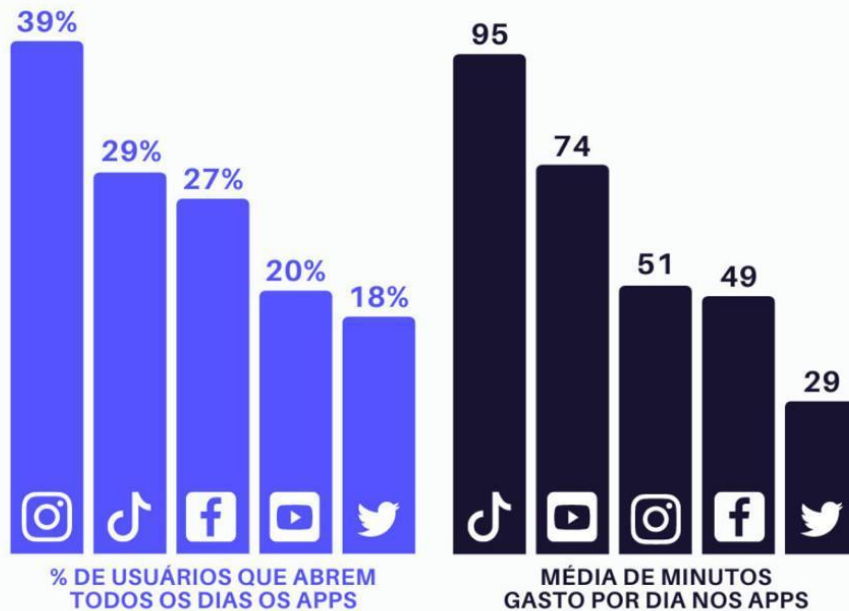
DESTAQUES:

RÁPIDA ASCENSÃO DO TIKTOK - EM MARÇO O TIKTOK CHEGOU EM 63% DO IG EM USUÁRIOS ATIVOS

QUEDA DA HEGEMONIA DO FACEBOOK

INSTAGRAM E WHATSAPP LIDERAM ENTRE AS FAVORITAS

AS PESSOAS PASSAM MAIS TEMPO NO WHATSAPP/ YOUTUBE E TIKTOK

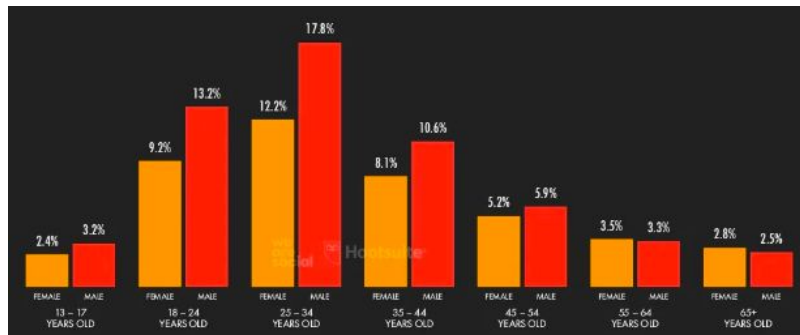


DEBRITO.

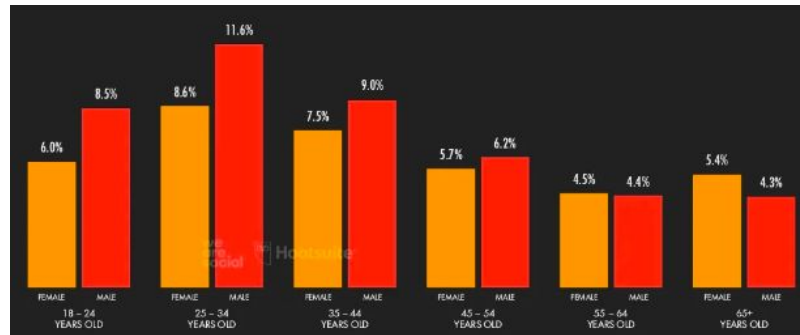
MUNDO.

ABRIL 2022

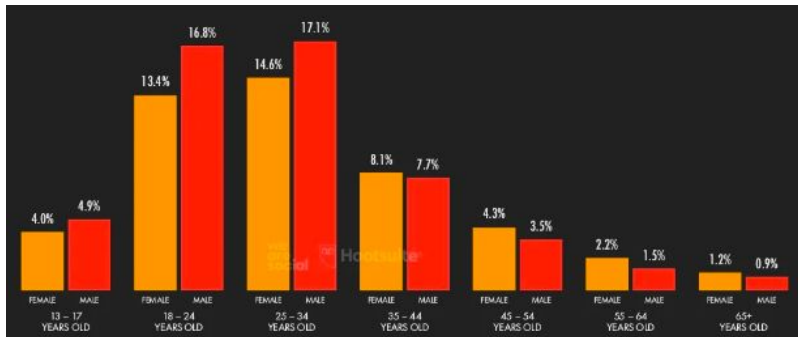
FACEBOOK



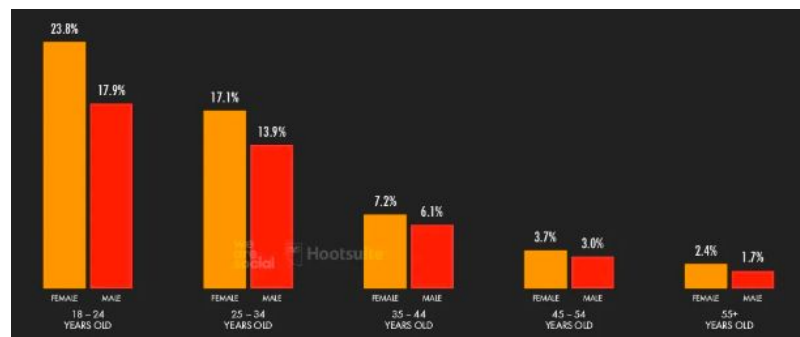
YOUTUBE



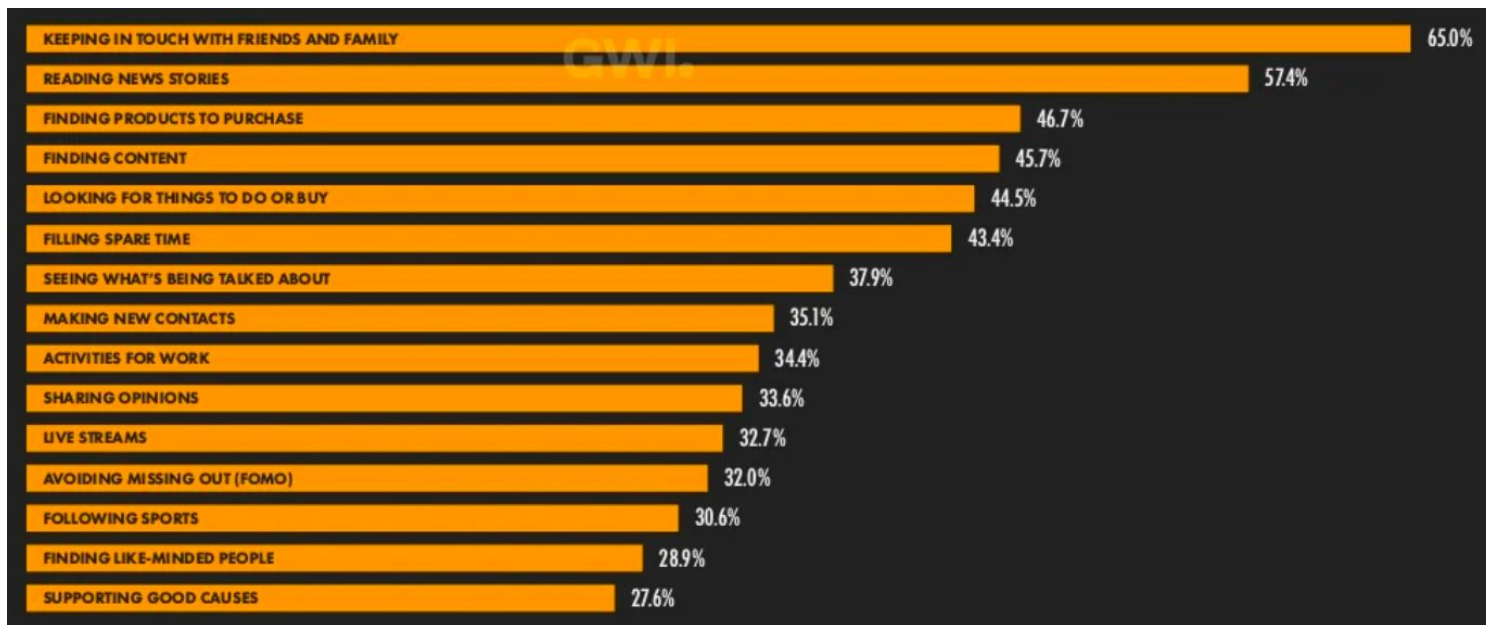
INSTAGRAM



TIKTOK



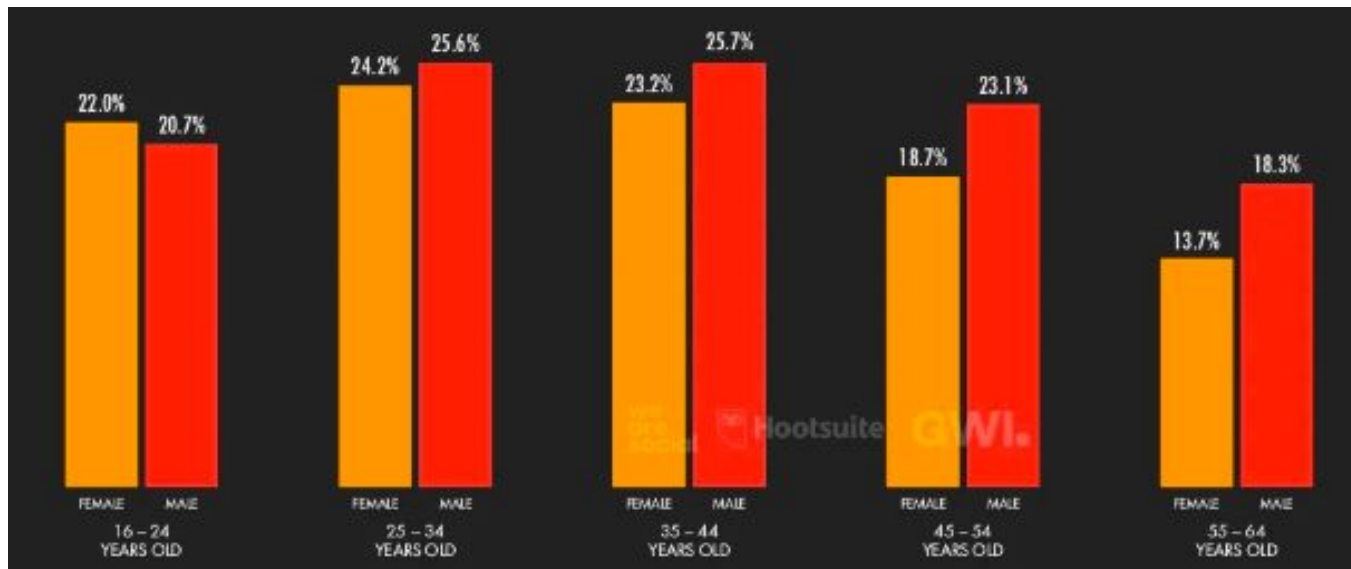
PRINCIPAIS MOTIVOS DE USO - REDES SOCIAIS



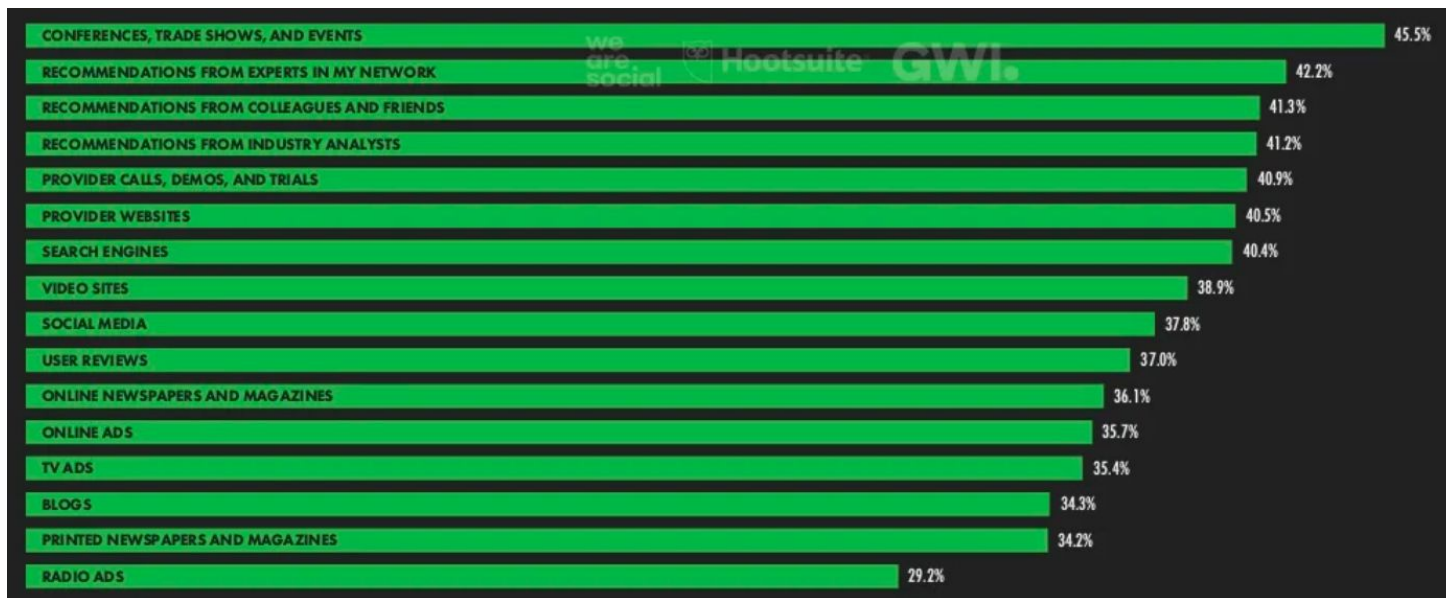
PARA TRABALHAR BEM COM CADA REDE É NECESSÁRIO ENTENDER O QUE AS PESSOAS ESTÃO MAIS PROPENSAS A FAZER NELAS

	Procurar conteúdo de entretenimento	Procurar marcas e produtos	Procurar notícias e assuntos do momento	Mandar mensagens	Postar ou compartilhar posts
	55,8%	55,6%	59,8%	71,1%	64,3%
	61,3%	62,2%	51,2%	49,9%	69,9%
	12,5%	26,2%	28,8%	14,2%	16,9%
	24,2%	37,9%	15,3%	7,7%	16%
	77,4%	31,3%	29,1%	15,1%	33,9%
	36,5%	35,8%	59,7%	20,9%	29,6%

NO MUNDO 62% DAS PESSOAS UTILIZAM DIARIAMENTE REDES SOCIAIS
COM PROPÓSITOS PROFISSIONAIS



PRINCIPAIS CANAIS ONDE AS PESSOAS DESCOBREM UMA NOVA MARCA
OU SERVIÇO RELACIONADO A TRABALHO



PRINCIPAIS REDES SOCIAIS UTILIZADAS PARA DESCOBERTAS DE
MARCAS DE TRABALHO



67%



61%



53%



48%



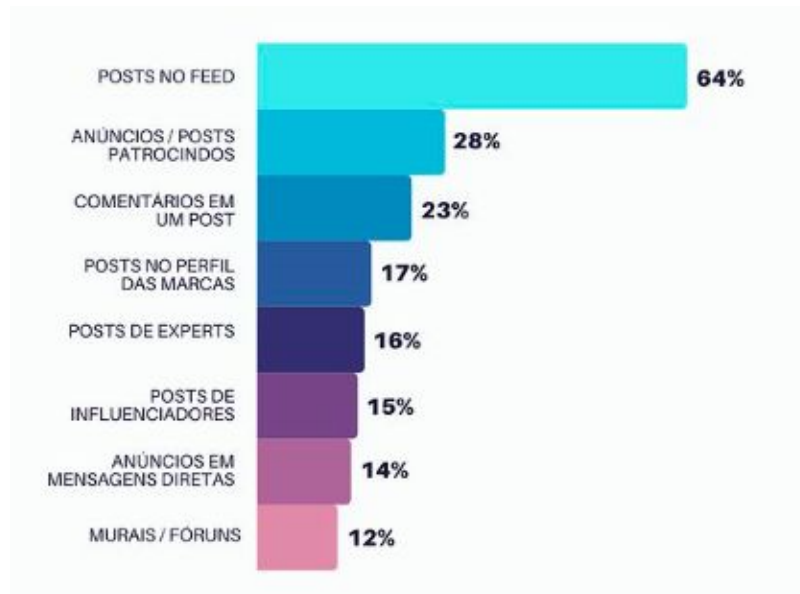
36%

DEBRITO.

MUNDO.

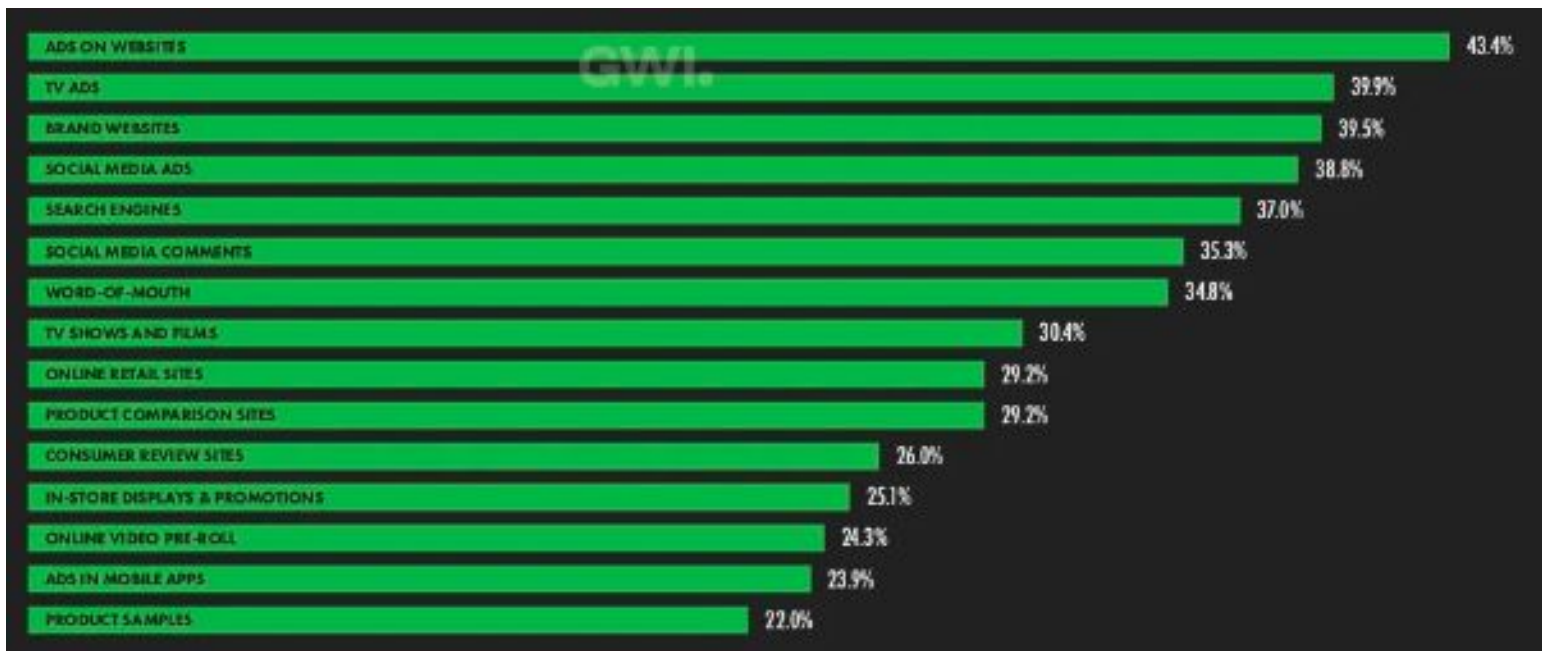
2022

POR ONDE AS PESSOAS DESCOBREM UMA NOVA MARCA NAS REDES SOCIAIS?



FONTE: DIGITAL: Global Inex 2022

PRINCIPAIS TIPOS DE ANÚNCIOS PARA DESCOBRIR UMA NOVA MARCA



DEBRITO.

O BRASIL É O SEGUNDO PAÍS DO MUNDO QUE MAIS SE SEGUE INFLUENCIADORES

**"A INFLUÊNCIA É UM DOS PRINCIPAIS
CAMINHOS PARA COMUNICAR MARCAS COM VERDADE,
NATURALIDADE E AUTORIDADE.**

**É ESSENCIAL QUE AS MARCAS APRIMOREM CADA VEZ MAIS
A ATUAÇÃO NESTE NICHOS, BUSCANDO CONHECIMENTO PARA
TRAÇAR ESTRATÉGIAS E ESTABELECEM CONTRATOS E RELAÇÕES DE
TROCA E CONFIANÇA."**

DEBRITO.

INFLUENCIADORES.

71%

DAS EMPRESAS CONSIDERAM
MARKETING DE INFLUÊNCIA
ESTRATÉGICO

70%

DAS MARCAS USAM SEUS
INFLUENCIADORES PARA
AWARENESS

83%

DAS EMPRESAS VIRAM UM
CRESCIMENTO DESSA
ESTRATÉGIA COM A PANDEMIA

63%

DAS MARCAS UTILIZAM
INFLUENCIADORES PARA
CHEGAR EM NOVO PÚBLICO

94%

DAS EMPRESAS REMUNERAM
SEUS INFLUENCIADORES

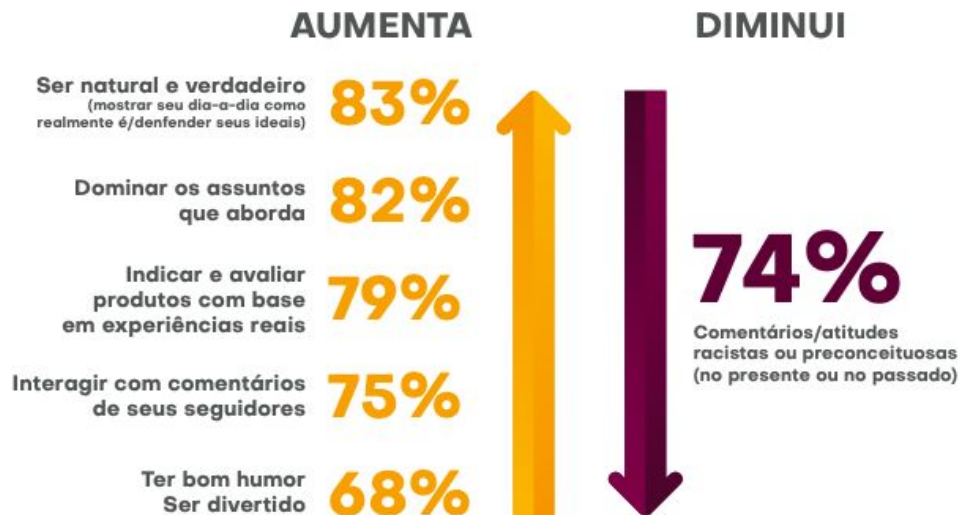
1/3

NÃO DEFINEM MÉTRICAS PARA
TRABALHAR COM
INFLUENCIADORES

DEBRITO.

INFLUENCIADORES.

INFLUENCIADORES X CONFIANÇA



FONTE: YOUPIX

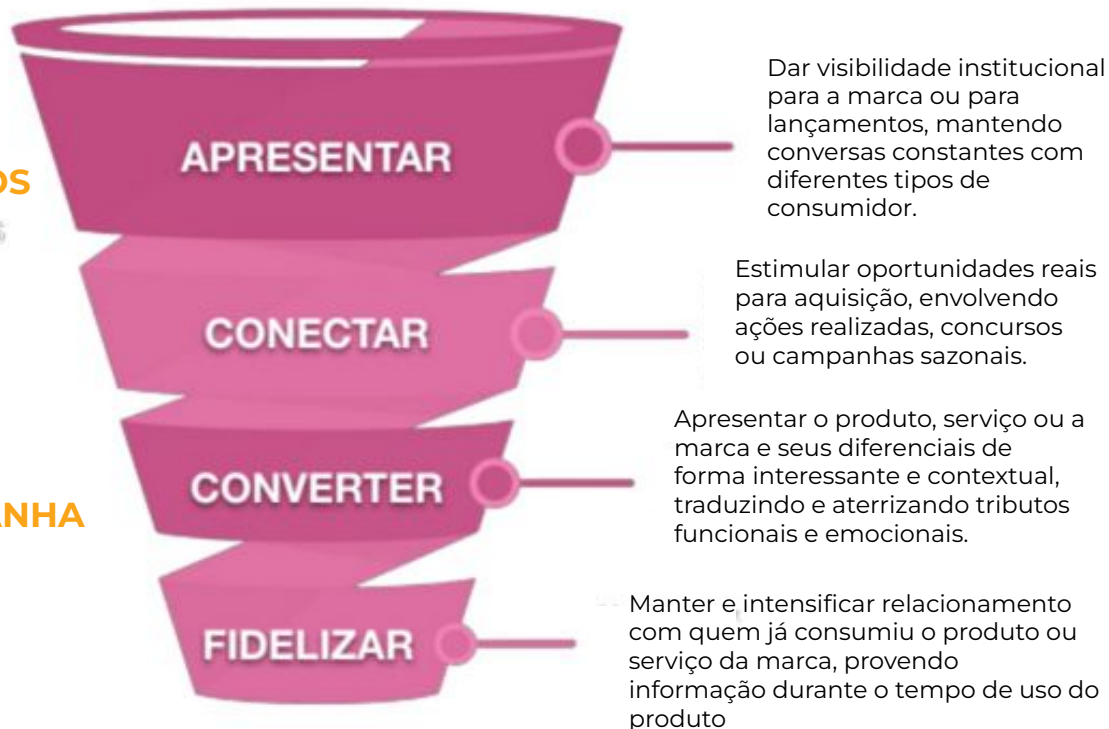
DEBRITO.

INFLUENCIADORES.

**COMO TER RESULTADOS
CONCRETOS COM
INFLUENCIADORES:**

**DEFINA JORNALDA
PÚBLICO ALVO
OBJETIVOS
KPI POR FASE
NARRATIVA DE CAMPANHA**

•



DEBRITO.

INSTAGRAM.

PREFERÊNCIA ENTRE OS MAIS JOVENS

92% ENTRAM NO INSTAGRAM PELO
MENOS UMA VEZ AO DIA

53% ENTRAM VÁRIAS VEZES AO DIA

73% PASSOU A USAR O INSTAGRAM
MAIS NA PANDEMIA

71% SEGUEM INFLUENCIADORES

52% JÁ COMPRARAM VIA
INFLUENCER NO INSTAGRAM

42% COMPRARAM ALGO VIA
ANÚNCIO NO INSTAGRAM

56% ACHAM QUE OS ANÚNCIOS TEM
A VER COM ELES

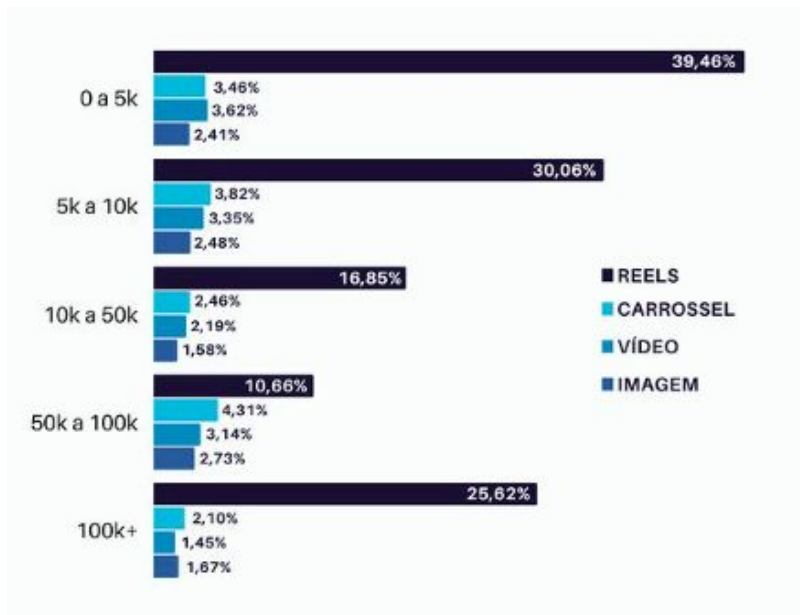
82% SEGUEM MARCAS NO
INSTAGRAM

DEBRITO.

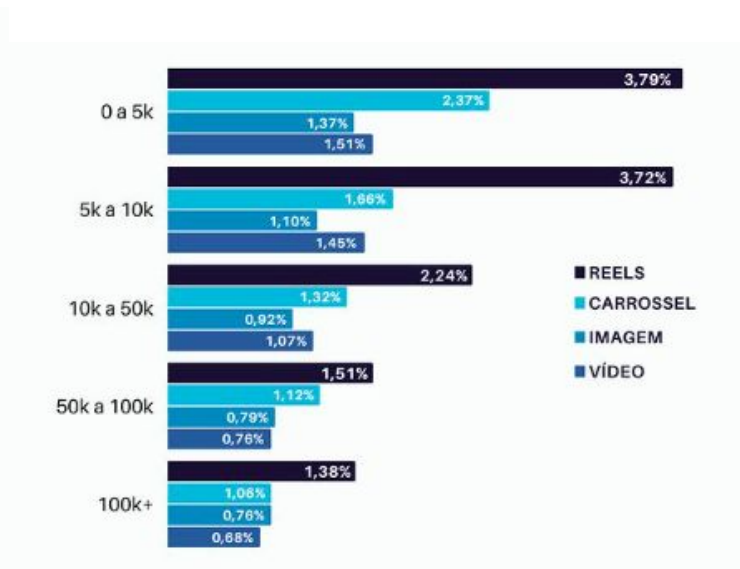
INSTAGRAM

A ERA DO VÍDEO VERTICAL E CURTO NO INSTAGRAM

ALCANCE POR FORMATO



ENGAJAMENTO POR FORMATO



DEBRITO.

TIKTOK .

60% DOS USUÁRIOS SÃO MAIORES DE 25 ANOS

81% ENTRAM NO TIKTOK PELO
MENOS UMA VEZ AO DIA

42% GOSTAM DE ACOMPANHAR
MARCAS PELA PLATAFORMA

39% ENTRAM VÁRIAS VEZES AO DIA

70% SEGUEM ALGUM
INFLUENCIADOR

72% PASSOU A USAR O TIKTOK MAIS
NA PANDEMIA

46% ACHAM QUE OS ANÚNCIOS TEM
A VER COM ELES

66% UTILIZAM A FERRAMENTA PARA
SE DISTRAIR

38% JÁ COMPRARAM DE MARCAS
QUE VIRAM NO TIKTOK

DEBRITO.

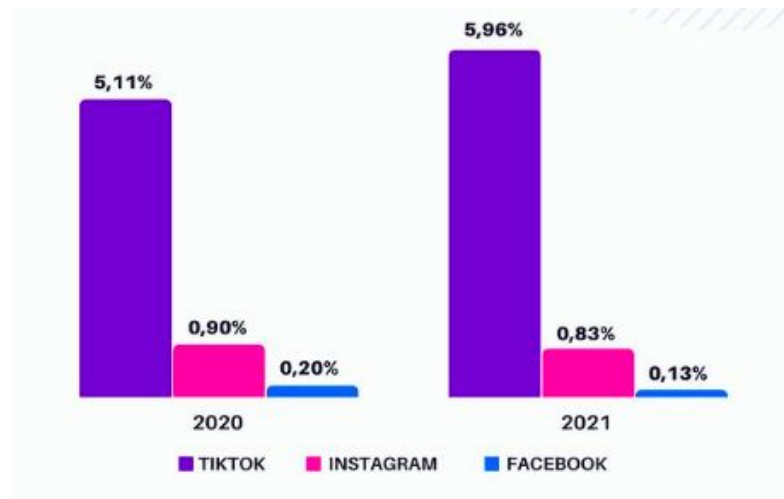
TIKTOK ■

A PLATAFORMA COM MAIOR ENGAJAMENTO E ALCANCE ORGÂNICO

MAIOR TAXA DE ENGAJAMENTO COM INFLUENCIADORES



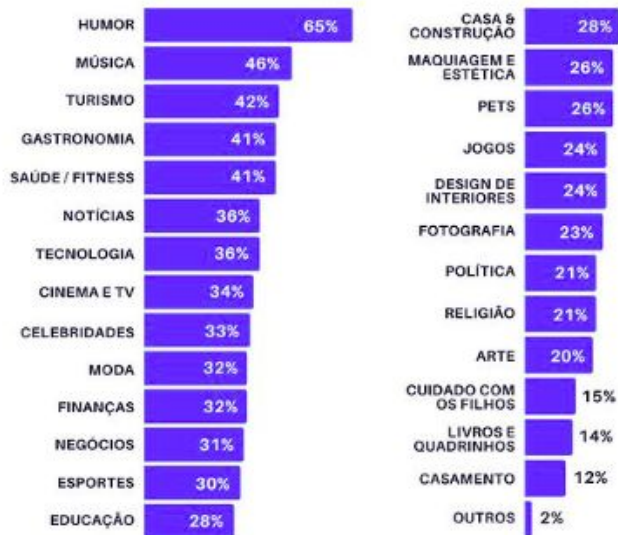
MAIOR TAXA DE ENGAJAMENTO QUE OUTRAS PLATAFORMAS



DEBRITO.

TIKTOK ■

HUMOR É DESTAQUE NA PLATAFORMA



DEBRITO.

FACEBOOK ■

EM DESACELERAÇÃO

79%

ENTRAM NO FACEBOOK PELO
MENOS UMA VEZ AO DIA

39%

ENTRAM VÁRIAS VEZES AO DIA

67%

ACOMPANHAM E CURTEM AS
FOTOS DE AMIGOS

63%

JÁ COMPRARAM PRODUTOS
QUE VIRAM NA PLATAFORMA

61%

ACHAM QUE OS ANÚNCIOS TEM
A VER COM ELES

98%

ACESSAM PELO CELULAR

DEBRITO.

YOUTUBE ■

MÚSICA, TUTORIAIS E VÍDEOS DE HUMOR SÃO OS PRINCIPAIS ASSUNTOS

61%

ESTÃO INSCRITOS EM CANAIS
DE EMPRESAS OU MARCAS

69%

ESTÃO INSCRITOS EM CANAIS
DE INFLUENCIADORES

86%

ENTRAM NA PLATAFORMA UMA
VEZ AO DIA

58%

CONSIDERAM OS ANÚNCIOS
IRRITANTES

44%

PASSAM 5 HORAS POR SEMANA
NA PLATAFORMA

72%

PULAM OS VÍDEOS DE ANÚNCIO

87%

ASSISTEM CONTEÚDOS PELOS
SMARTPHONES

69%

DE PESSOAS USANDO MAIS NA
PANDEMIA

DEBRITO.

LINKEDIN ■

REDE 100% PROFISSIONAL

65%

CONSIDERAM OS CONTEÚDOS
RELEVANTES PARA
CRESCIMENTO PROFISSIONAL

28%

USAM MAIS DO QUE USAVAM HÁ
12 MESES

36%

ENTRAM NA PLATAFORMA UMA
VEZ AO DIA

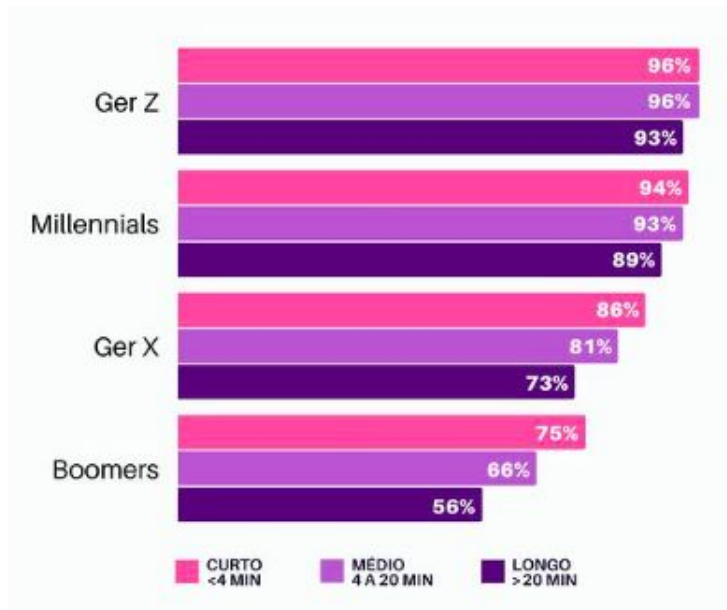
61%

USA PELO SMARTPHONE

DEBRITO.

A ERA DOS VÍDEOS.

VÍDEOS CURTOS SÃO OS MAIS ASSISTIDOS ENTRE TODAS AS GERAÇÕES

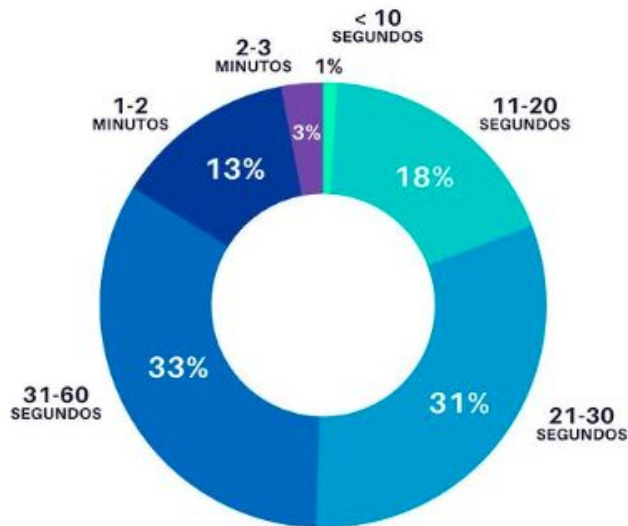


FONTE: PESQUISA HUBSPOT COM PROFISSIONAIS DE MARKETING

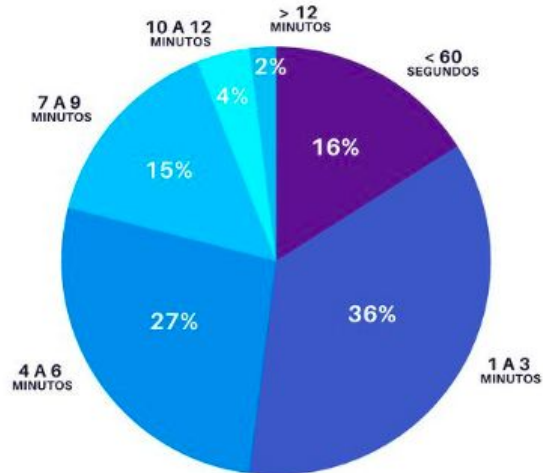
DEBRITO.

A ERA DOS VÍDEOS ■

DURAÇÃO IDEAL DE UM VÍDEO CURTO



DURAÇÃO IDEAL DE UM VÍDEO

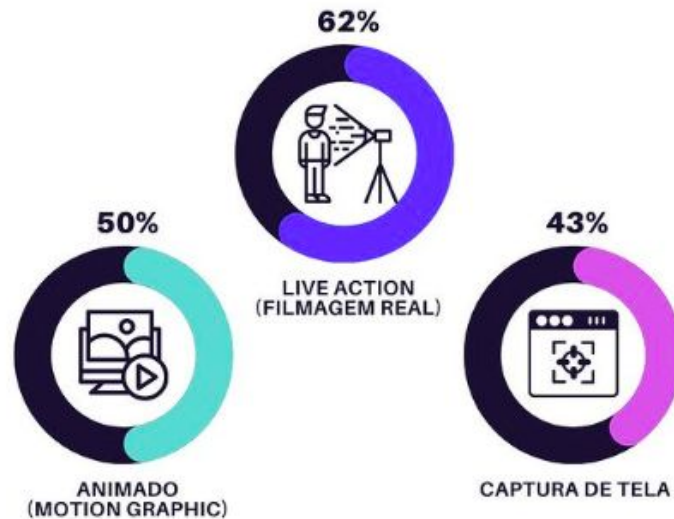


EM VÍDEOS CURTOS PREVALECE OS VÍDEOS DE ATÉ 30 SEGUNDOS
E VÍDEO "NORMAL" DE ATÉ 3 MINUTOS

DEBRITO.

A ERA DOS VÍDEOS ■

VÍDEOS COM MELHOR ROI

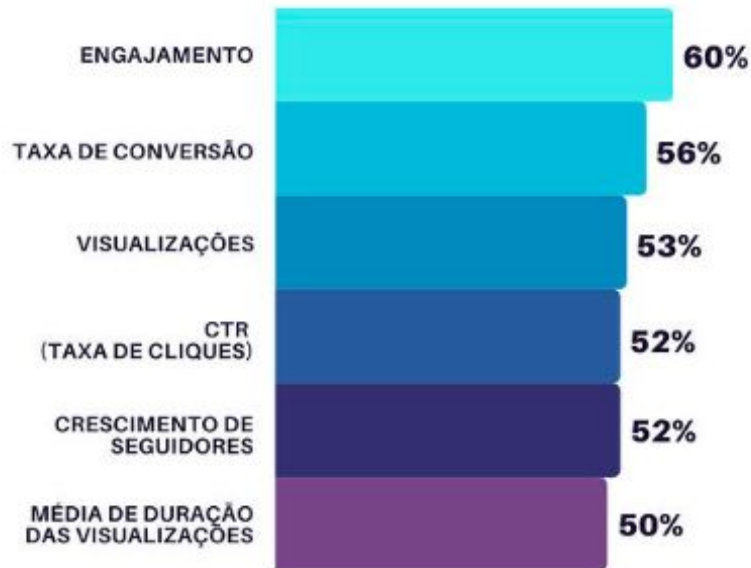


FONTE: PESQUISA HUBSPOT COM PROFISSIONAIS DE MARKETING

9 FATORES PARA UM UMA ESTRATÉGIA DE VÍDEO EFICAZ



PRINCIPAIS MÉTRICAS DE PERFORMANCE



DEBRITO.

FORMATOS.

PARA OTIMIZAR A PRODUÇÃO É IMPORTANTE SE ATENTAR AO MELHOR FORMATO

Tamanhos de vídeos para as redes sociais

	YouTube	Facebook	Instagram	TikTok	Pinterest	LinkedIn	Twitter
Vertical 1080 x 1920	★	★	★	★	★	✓	✓
Quadrado 1080 x 1080	✓	✓	✓	✓	✗	★	★
Horizontal 1920 x 1080	★	✓	✓	✗	✗	✓	✓

★ Tamanho ideal ✓ Funciona ✗ Melhor evitar

Tamanhos de imagens para as redes sociais

	Facebook	Instagram	LinkedIn	Pinterest	Twitter	Google+
Vertical 1080 x 1350	✓	★	★	✓	✗	✗
Quadrado 1080 x 1080	★	✓	✓	✓	✓	✗
Horizontal 1920 x 1080	✓	✓	✓	✗	★	★

★ Ideal ✓ Funciona ✗ Melhor evitar

DEBRITO.

EM MEIO A TANTA CONCORRÊNCIA DE ATENÇÃO É NECESSÁRIO CRIAR VALOR PARA A AUDIÊNCIA



DEBRITO.

7 PRINCIPAIS ERROS QUE TEMOS AO FAZER NOSSO PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO

NÃO CONSIDERAR UMA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

NÃO DESENVOLVER CONSISTÊNCIA DE PUBLICAÇÃO

NÃO DEFINIR OBJETIVOS POR CONTEÚDO

NÃO PLANEJAR O CONTEÚDO POR EDITORIA

NÃO DEFINIR PÚBLICOS ALVOS E PERSONAS

NÃO MENSURAR RESULTADOS

NÃO FAZER CORREÇÕES DE ROTA

DEBRITO.

4 KPIS ESSENCIAIS PARA REDES SOCIAIS:

TAXA DE ENGAJAMENTO

INTERAÇÕES / ALCANCE
X 100

TAXA DE CRESCIMENTO

COMPARAÇÃO
CRESCIMENTO MENSAL

TAXA DE CLIQUE (CTR)

CLIQUE / ALCANCE
X 100

PESSOAS ALCANÇADAS

NÚMERO DE PESSOAS
ALCANÇADAS

FREQUÊNCIA

IMPRESSÕES / ALCANCE

DEBRITO.

KPIS ESSENCIAIS PARA REDES SITE

VISITAS

TOTAL DE ACESSOS NO
SITE

NOVOS VISITANTES

QTD DE PESSOAS NOVAS
QUE ENTRARAM

RETURN VISITORS

VISITANTES QUE
RETORNARAM

BOUNCE RATE

NÚMERO DE PESSOAS QUE
ENTRARAM E SAÍRAM

TIME SPENT

TEMPO DE VISITAS

PÁGINAS VISTAS

NÚMERO DE PÁGINAS
VISTAS POR VISITA

FONTE DE TRÁFEGO

POR ONDE ENTRAM AS
PESSOAS

PÁGINAS DE ENTRADA

POR ONDE ENTRAM AS
PESSOAS

PÁGINAS + VISTAS

QUAIS AS PÁGINAS COM
MELHOR ADERÊNCIA

DEBRITO.

**OS NÚMEROS DO SEU SITE PODEM
INFLUENCIAR OS SEUS CONTEÚDOS E
VICE VERSA**

DEBRITO.

■ **UMA CONSTANTE ATUALIZAÇÃO DO SITE
É FUNDAMENTAL PARA RANKEAMENTO
GOOGLE**

DEBRITO.

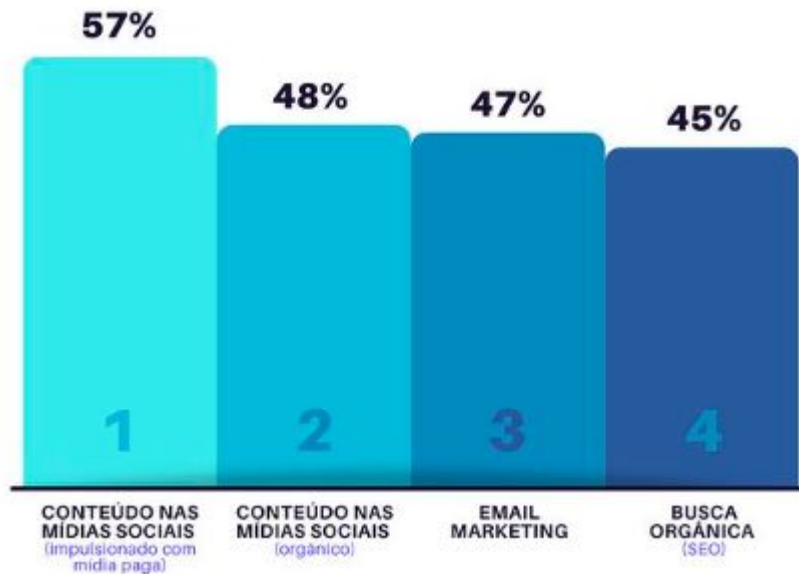
MÍDIA PAGA ■

O QUE TORNA UM ANÚNCIO IRRITANTE PARA TODAS AS GERAÇÕES:



**A MARCA DEVE SE COMUNICAR COM A SUA
AUDIÊNCIA E NÃO COM ELA MESMA!**

TOP 4 CANAIS PARA ROI - POR EXECUTIVOS DE MARKETING



FUNDAMENTOS PARA COMUNICAÇÃO DIGITAL DE SUCESSO ■

→ VÁ ALÉM DOS DADOS DEMOGRÁFICOS: DESENHE SUAS PERSONAS



FUNDAMENTOS PARA COMUNICAÇÃO DIGITAL DE SUCESSO ■

- FAÇA UMA ESTRATÉGIA DE CANAIS COM MIX QUE CONTEMPLAM ONDE SUAS PERSONAS ESTÃO
- CALIBRE A MENSAGEM E O FORMATO DE ACORDO COM O CANAL, O PÚBLICO E O MOMENTO DE COMUNICAÇÃO
- IMPLEMENTE MÍDIA PAGA NA SUA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: AMPLIFIQUE SUA MENSAGEM E SAIA DO ORGÂNICO
- TRABALHE FREQUÊNCIA DE MENSAGEM PARA GARANTIR A FIXAÇÃO DE CONTEÚDO

FUNDAMENTOS PARA COMUNICAÇÃO DIGITAL DE SUCESSO ■

- PENSE MOBILE
- PENSE COMO UM INFLUENCER
- ESTABELEÇA METAS, METRIFIQUE SUAS AÇÕES , MENSURE E COMPARE
- LEMBRE-SE O DIGITAL MUDA A CADA DIA, NÃO SE ACOMODE! TESTE!
- TENHA MAIS DE UMA FRENTE DE COMUNICAÇÃO, NÃO APOSTE APENAS EM UM CANAL

FUNDAMENTOS PARA COMUNICAÇÃO DIGITAL DE SUCESSO ■

- PLANEJAMENTO É PARTE FUNDAMENTAL DO SUCESSO DE COMUNICAÇÃO - PLANEJE MACRO E DESÇA PARA O TÁTICO
- TRAGA O VÍDEO PARA A SUA COMUNICAÇÃO
- NÃO QUEIRA ESTAR EM TODOS OS CANAIS - FOCHE EM FAZER BEM E COM FREQUÊNCIA NOS QUAIS ESTÁ
- CRIOU UM PROJETO DE COMUNICAÇÃO? NÃO ESQUEÇA DE CRIAR SUA ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO
- OUÇA SEU PÚBLICO E SUA AUDIÊNCIA
- O DIGITAL É VIVO! CORRIJA ROTA

**COMUNIQUE-SE PARA O SEU PÚBLICO
ALVO, E NÃO PARA VOCÊ**

ADAPTE SUA MENSAGEM



B R A S I L

OBRIGADO