

CONFRAR.IA



STILINGUE

Meta

Um evento da **STILINGUE** em parceria com a **Meta** que contou com grandes líderes do mercado para falar sobre Marketing, Relacionamento com os Consumidores e Humanização das Redes Sociais.

Como uma boa confraria, também foi e segue sendo um ambiente para discussão de tendências e o futuro das marcas no seu papel de criar conexões profundas com os seguidores.

Confira os principais pontos discutidos neste evento e aproveite os insights e aprendizados para melhorar as suas estratégias de marca.





Nayara Ruiz,
Gerente de Redes Sociais
do Bradesco, foi uma das
palestrantes da Confrar.IA
e falou sobre a importância
das marcas colocarem
o **consumidor no centro de**
todas as ações.

Não é sobre marca, é sobre pessoas:

São os consumidores que decidem o que conversar e não as marcas.

Conteúdo x Engajamento nas Redes Sociais

Conteúdos de Marcas



Engajamento de Influencers



Conteúdo de pessoas criados para pessoas, são o futuro do marketing.

(Dado segundo o Digital Report 2022 da We Are Social).



E o **Brasil** é o **2º país do mundo** que
mais segue influenciadores.

CONFRAR.IA

STILINGUE | Meta



Paula Zequetti,
Gerente de Brand & Content na **OLX**, nos mostrou com um case de **Social Listening da OLX+FIUK** como é possível criar conversas com o público a partir de assuntos do momento.



GRANDES RESULTADOS DE ENGAJAMENTO VEM DE DIÁLOGOS

Guardamos algumas dicas para aplicar nas estratégias da sua marca.



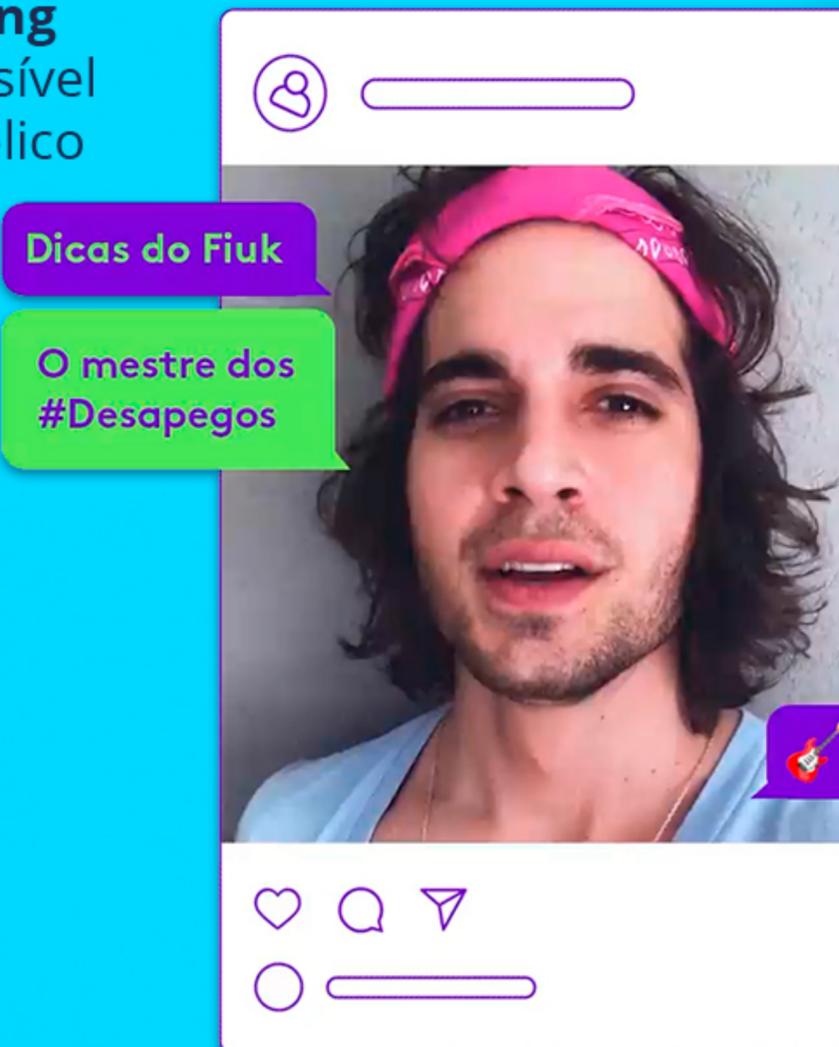
Monitore os Trends do momento



Escute antes para conversar com naturalidade no timing certo



Busque parcerias e ações ágeis para obter engajamento



Com essa **estratégia**, a **OLX + Fiuk** engajou mais de **500 mil usuários** em uma ação de **2 dias**.

CONFRAR.IA

STILINGUE

Meta

PREPARE-SE PARA OS MOMENTOS DE CRISE

As crises podem chegar a qualquer momento para uma marca e trazer prejuízos enormes quando mal gerenciadas.



Jaderson de Alencar, Sócio-Diretor de Estratégia **na FSB**, trouxe grandes dicas para marcas construírem pontes, gerir crises e mais: **usar a crise para se posicionar e melhorar a reputação.**



Não é atoa que, nos próximos 05 anos:

79,5% dos executivos

Vão dar maior importância aos riscos de reputação de marca.

(Dados de Global Reputation Risk Management Survey Report da WTW).



Confira algumas dicas para se preparar melhor para crises:



Monitorar através do **Social Listening** é extremamente importante **antes, durante e depois da crise;**



Fique atento ao **aumento de temas específicos** em seus canais digitais, eles **podem indicar uma crise latente;**



Defina uma **matriz de responsabilidade**, com o papel de cada membro da equipe **caso aconteça uma crise;**

CONFRAR.IA

STILINGUE | Meta



Teca Falcão,
Gerente das Redes Sociais
da **Juliette durante o BBB 21,**
falou sobre a importância
de uma **comunidade forte no**
enfrentamento de crises.



O PODER DA COMUNIDADE DE CACTOS R\$20 MIL EM DOAÇÕES EM POUCAS HORAS.

Em menos de 20 minutos conseguiram arrecadar R\$ 1.153,00 e em questão de horas esse valor chegou nos 5 dígitos.



Juliette Freire,
foi um **grande**
fenômeno dentro
e fora do programa.



Ganhou
com **90%**
dos votos.



+ de 20 milhões
de seguidores.



comunidade
de fãs unidos
e engajados.

CONFRAR.IA

STILINGUE

Meta



E por falar em comunidade, **Thiago Gonçalves**, VP de Sales da **STILINGUE**, também deixou seu recado na Confrar.IA.

O IMPACTO DAS CONEXÕES NO MARKETING É ALGO NOVO!

E conhecer e entender os consumidores não é tarefa fácil.

Com o fim dos cookies e, cada vez mais, a necessidade de consentimento e permissão do usuário para acesso de seus dados, o **first-party-data** e **zero-party-data** se tornam a normal.



Por isso a **Inteligência Artificial da STILINGUE**, é importante para as marcas.

Consumidores x Uso de Dados

Pessoas que se preocupam com o uso dos próprios dados.



Porém, quando marcas mostram **transparência e humanidade**, é **2,5x maior** a chance dos consumidores compartilharem dados.

A chave é **criar diálogos** de valor com os consumidores.



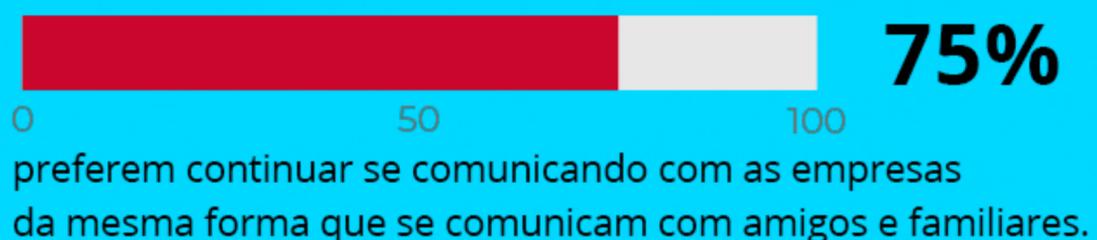
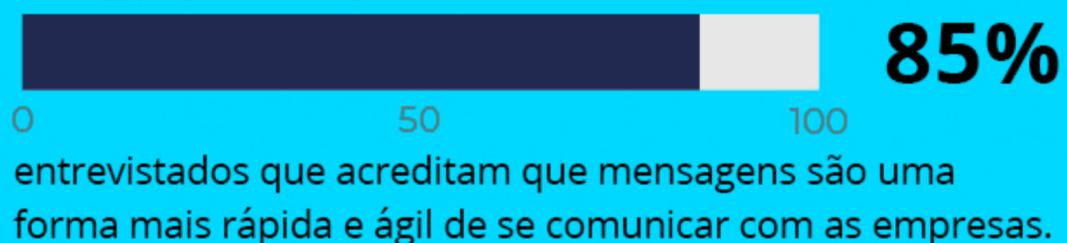
Dafne Souza,
Strategic Partner Manager da Meta, trouxe dados que provaram que o consumidor mais do que nunca **deseja conversar com as marcas** da mesma maneira que falam com seus amigos: **pelos redes sociais.**



Ou seja, chega de e-mails, telefonemas e cartas.
Sua marca precisa estar presente nos canais de mensageira!

E SUA MARCA, JÁ ESTÁ PREPARADA PARA CONVERSAR COM OS CONSUMIDORES?

alguns dados de um estudo do Facebook em 2020:



CONFRAR.IA

STILINGUE

Meta



Herick Rocha,
Gerente de Social **CX na 99,**
trouxe dicas para as marcas
que desejam estruturar um
time completo para um
atendimento 24/7.

Líderes de Centrais de atendimento



Que pretendem investir
em **funcionalidades de I.A**
nos próximos dois anos.



**A Inteligência Artificial no Social SAC
veio para ficar e ajudar na agilidade
de respostas e melhor aproveitamento
das oportunidades de interação e reação!**

Um exemplo é a **99**, que além do uso da I.A
da **STILINGUE**, conta com 9 times totalmente
alinhados em seu setor de Social Customer
Experience para fornecer **atendimento 24/7.**

(Dados do 2022 Marketing Trend Global da Deloitte).

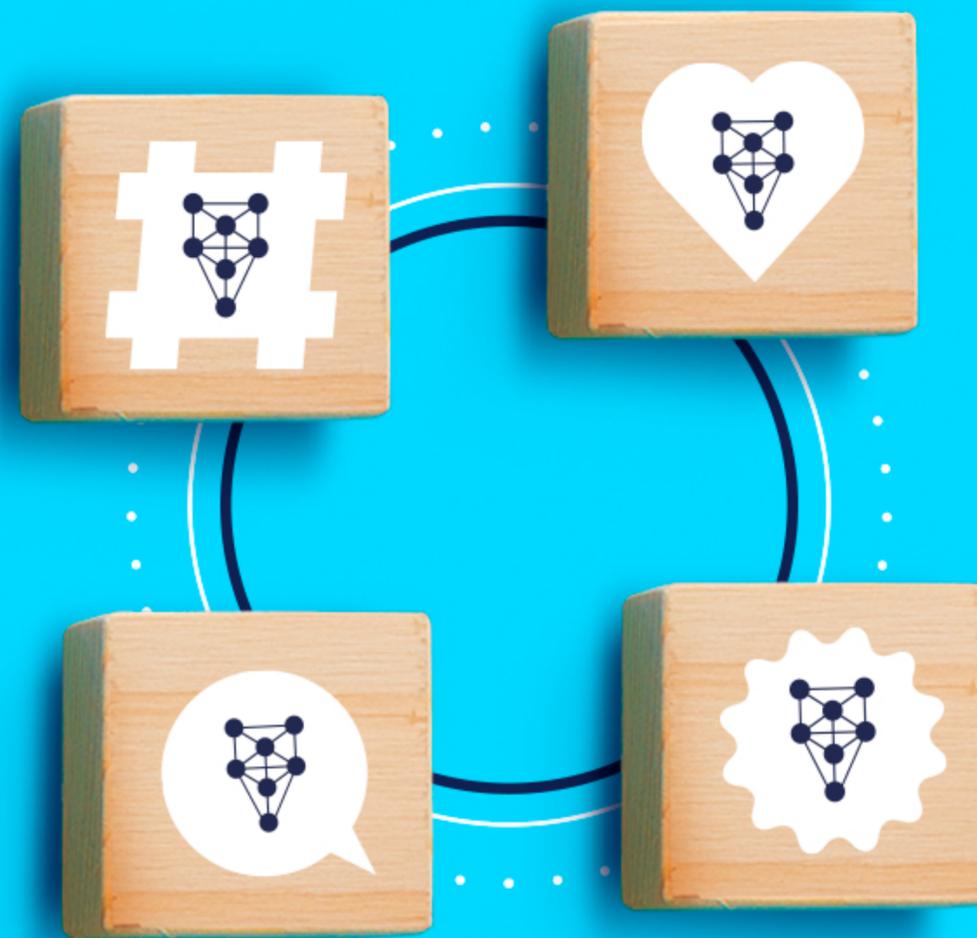
CONFRAR.IA



STILINGUE

∞ Meta

Entender, escutar, dialogar e encantar o consumidor, colocando ele **no centro das comunicações** é o caminho para oferecer uma experiência ímpar e criar relações mais robustas, mais transparentes, mais reais e **humanas entre marcas e consumidores.**



E SÃO AÇÕES ESSENCIAIS PARA CONQUISTAR O NOVO DADO QUE VAI VALER OURO NO MARKETING MODERNO.



O Zero Party Data

que é quando as pessoas **compartilham suas informações e dados** com as marcas por que elas querem, confiam e apoiam essa marca **pelo propósito e valor dela.**