



Brand Ecosystem

Eduardo Ariel

BRANDING



Brand Ecosystem

*Como elaborar uma
estratégia digital?*



Cena da série Ted Lasso, do catálogo Apple Originals, onde os produtos da empresa desfilam em um mundo onde são onipresentes. Outras marcas não aparecem sendo utilizadas pelos personagens.

EC = MC

Every Company (EC) is a Media Company (MC)

LONGO (2019)

Brand Ecosystem

Novos tempos

Segundo Longo (2019), os novos tempos de ubiquidade da internet exigem mais presença e criatividade da empresa como veículo de comunicação (*na fórmula do $EC=MC$*) do que no tempo em que tudo era físico.



Brand Ecosystem

Novos tempos

De acordo com Longo (2019), as empresas têm de perceber que sua participação no mundo virtual como mídia é importante porque cada consumidor é, também, uma mídia como potencial de "viralização" das mensagens.

Por isso, a importância de conquistar esse espaço.



Brand Ecosystem

Novos tempos

Tipos de espaços:

- *Nos ambientes presenciais.*
- *Nos ambientes Virtuais.*
- *Na mente do consumidor.*
- *No coração do consumidor.*



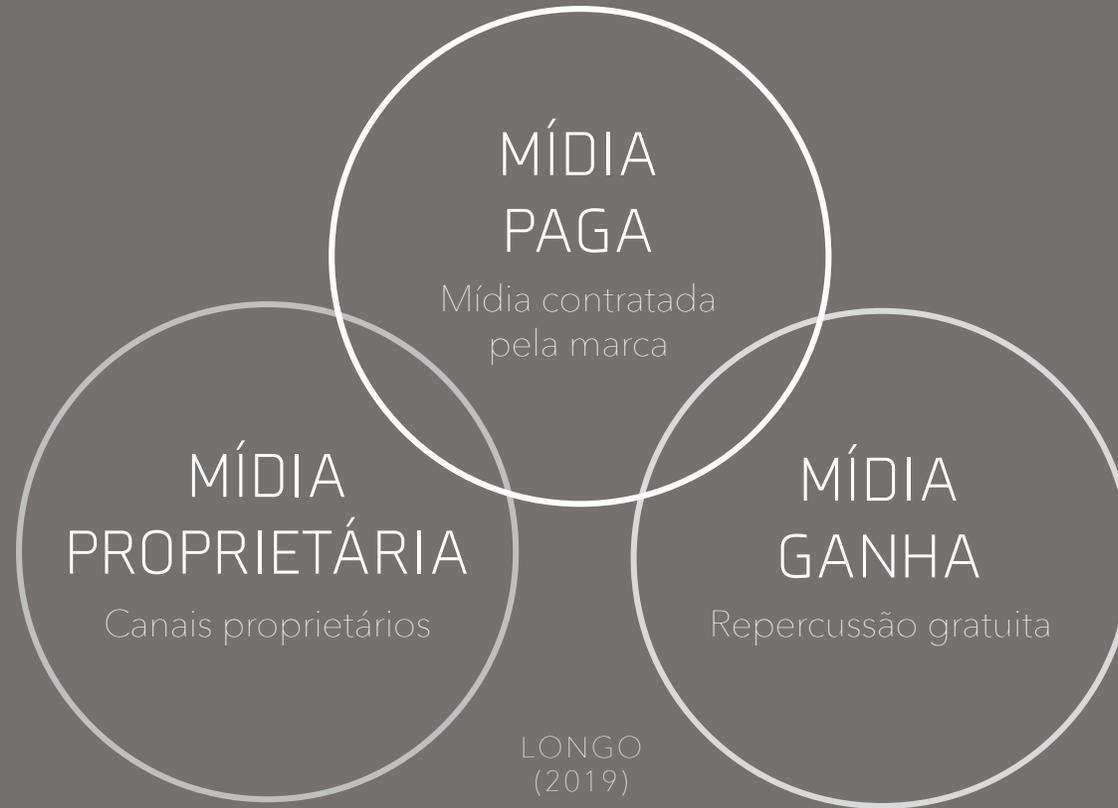
Brand Ecosystem

Mídias

Para Longo (2019), no cenário atual, as ferramentas de comunicação podem ser alocadas em três grandes grupos:

- *Paid Media*
- *Owned Media*
- *Earned Media*





Por exemplo, se a empresa posta alguma coisa em sua página do Facebook é *owned media*. Já os comentários ou compartilhamentos nas páginas de outras pessoas são *earned media*.

MVV

Madison, Vine e Valley

LONGO (2019)

Brand Ecosystem

MVV

Madison Avenue, Manhattan

- Concentração das maiores e mais atuantes agências do século 20.
- *Metonímia para designar o trabalho, as competências e a visão inovadora.*
- *Endereço que representa a capacidade da propaganda criar aspirações, slogans e estética a filosofia das marcas.*

Vine Street, Hollywood

- 1920 como o endereço do entretenimento.
- *Centro da indústria do cinema.*
- *Símbolo do sonho, da capacidade de encantar, de emocionar e de divertir.*
- *Calçada da fama.*

Valley, Silicon Valley

- Berço das empresas que fizeram a revolução digital.
- *Sinônimo de otimização da internet.*
- *Criação de novas formas de interatividade.*
- *Engajamento na Web.*

Brand Ecosystem

MVV

Para se ter sucesso em comunicação na era digital é preciso saber coordenar dois vetores fundamentais:

- *Gestão estratégica dos três tipos de mídia.*
- *Saber o que colocar como conteúdo nas campanhas.*



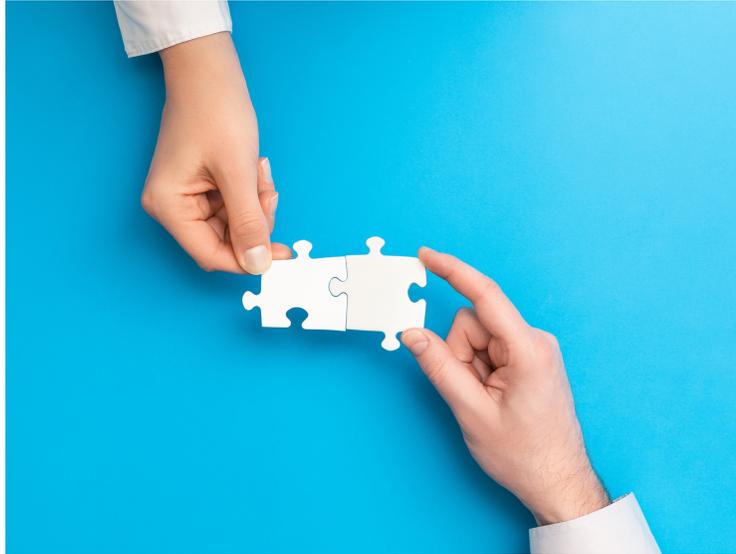
Brand Ecosystem

MVV

O conteúdo publicitário deve considerar uma combinação de:

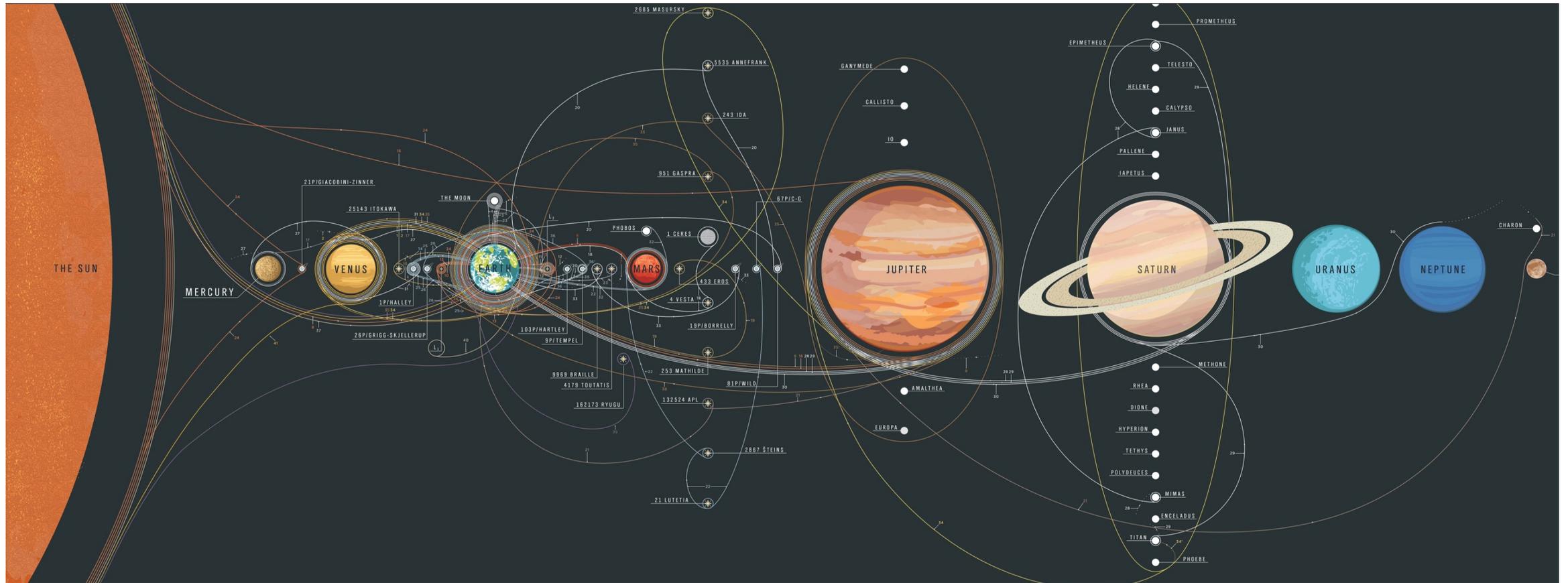
- *Insight publicitário.*
- *Entretenimento.*
- *Capacidade de engajamento.*





Brand Ecosystem

O que é um ecossistema digital?



Sistema solar

Brand Ecosystem

Ecossistema

É um modelo orgânico, onde o foco está em fazer com que a marca "escute" tudo que é dito sobre ela.

Ao fazer isso, enriquece com conteúdo todos os pontos da experiência dos atores envolvidos com ela.



Brand Ecosystem

Ecossistema

Constructo de uma comunidade formada por todos os dispositivos contidos nela, bem como os recursos e funções presentes naquele ambiente.

Um Ecossistema é composto pela unidade de:

- *Hardware*
- *Software*
- *Serviços*



Brand Ecosystem

Ecossistema

Todos os componentes do Ecossistema têm uma função própria, podendo operar em separado ou de maneira uníssona.

O conceito modular dessa estrutura permite focar ora em parte do *target* ou, em outros instantes, no todo dos usuários.

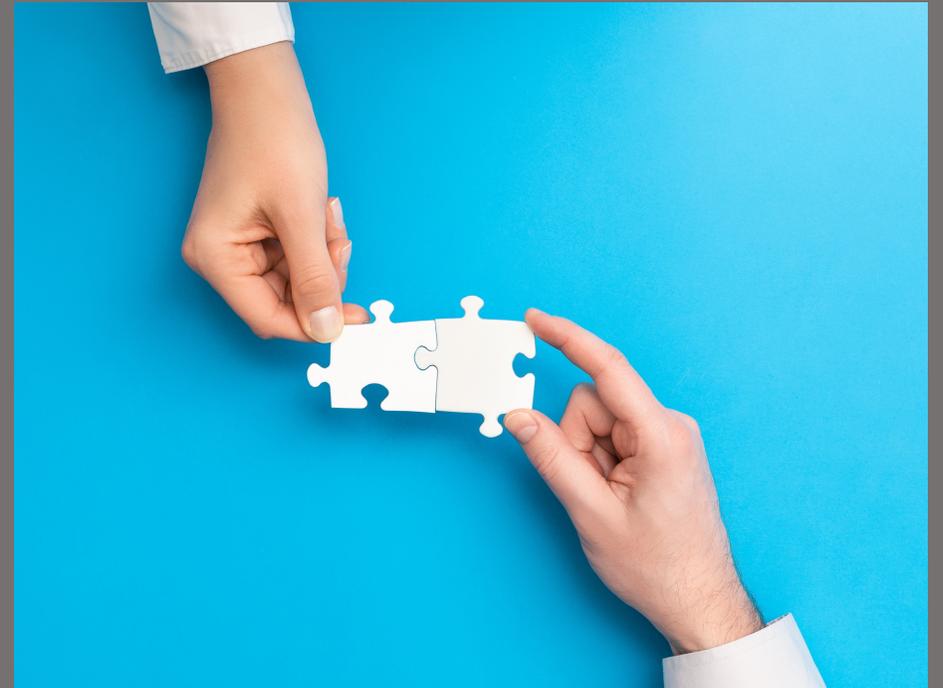


Brand Ecosystem

Ecossistema

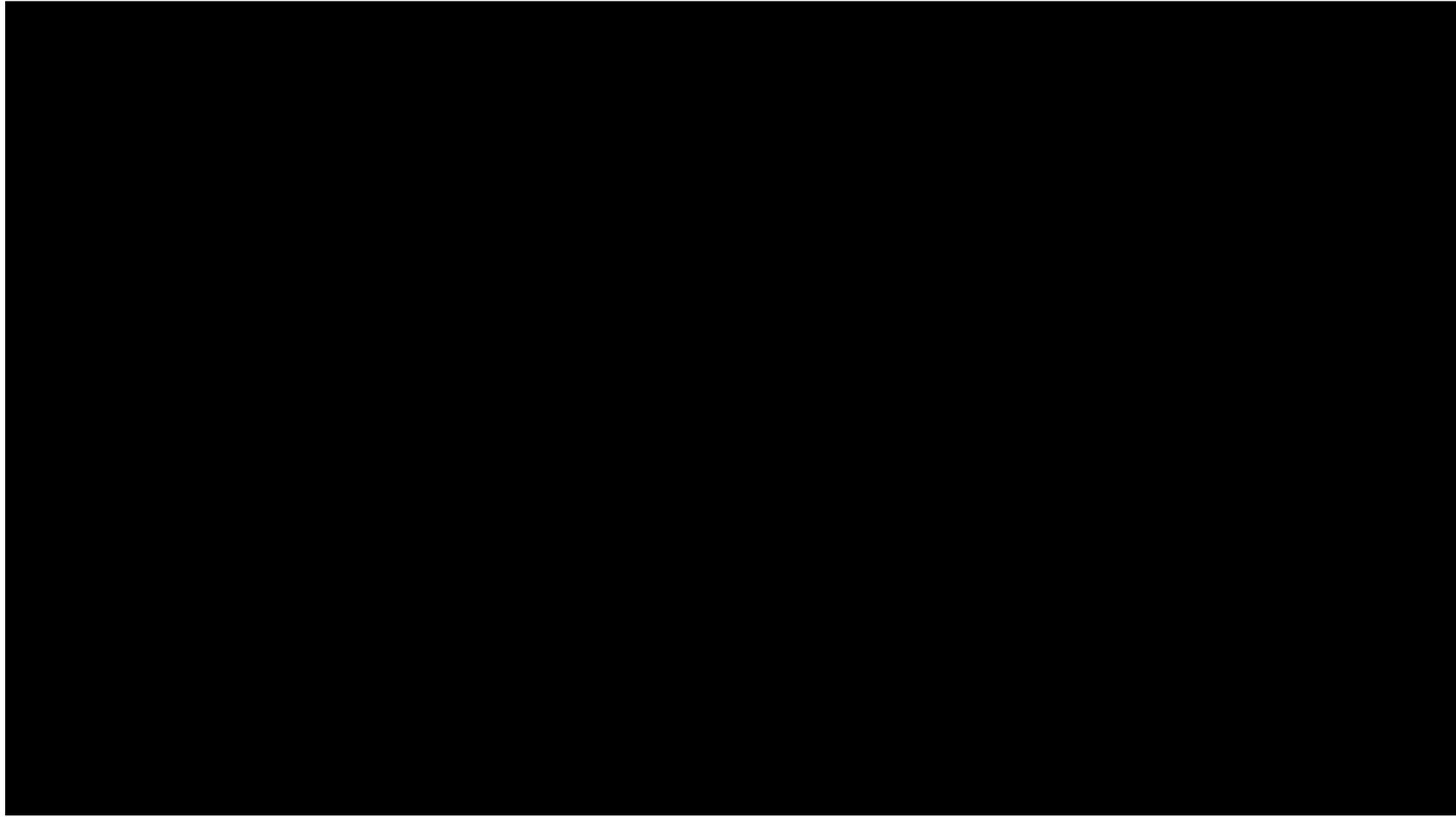
Em essência o Ecossistema gera relacionamentos para marcas. Ele não é somente os dispositivos, os canais, os conteúdos e os usuários de lá. Em suma, sua essência está nos entremeios da experiência interativa.

No entanto, em função dos componentes, é possível assumir que o usuário crie uma certa dependência, onde tudo se conecta com fidelidade.

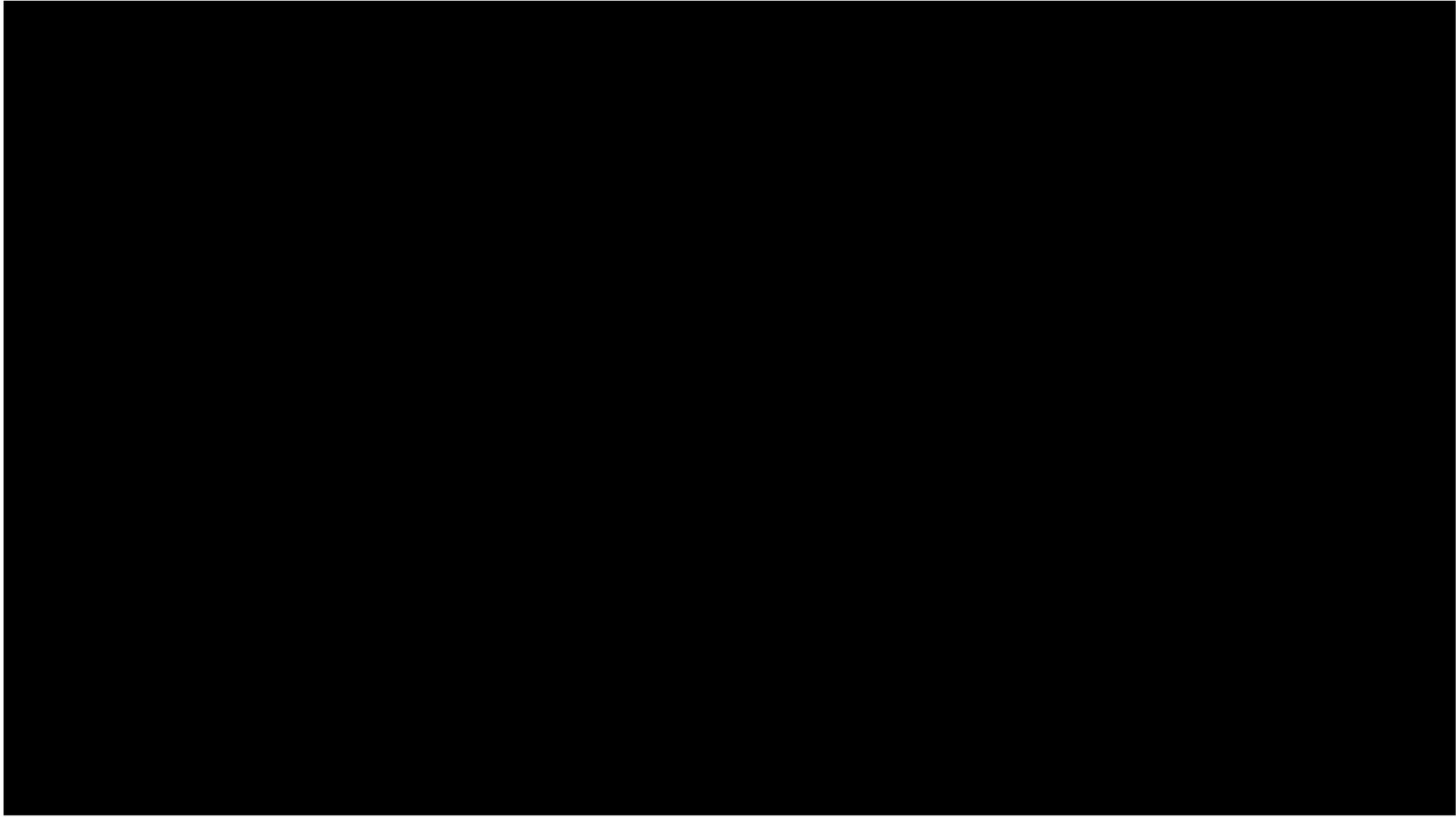




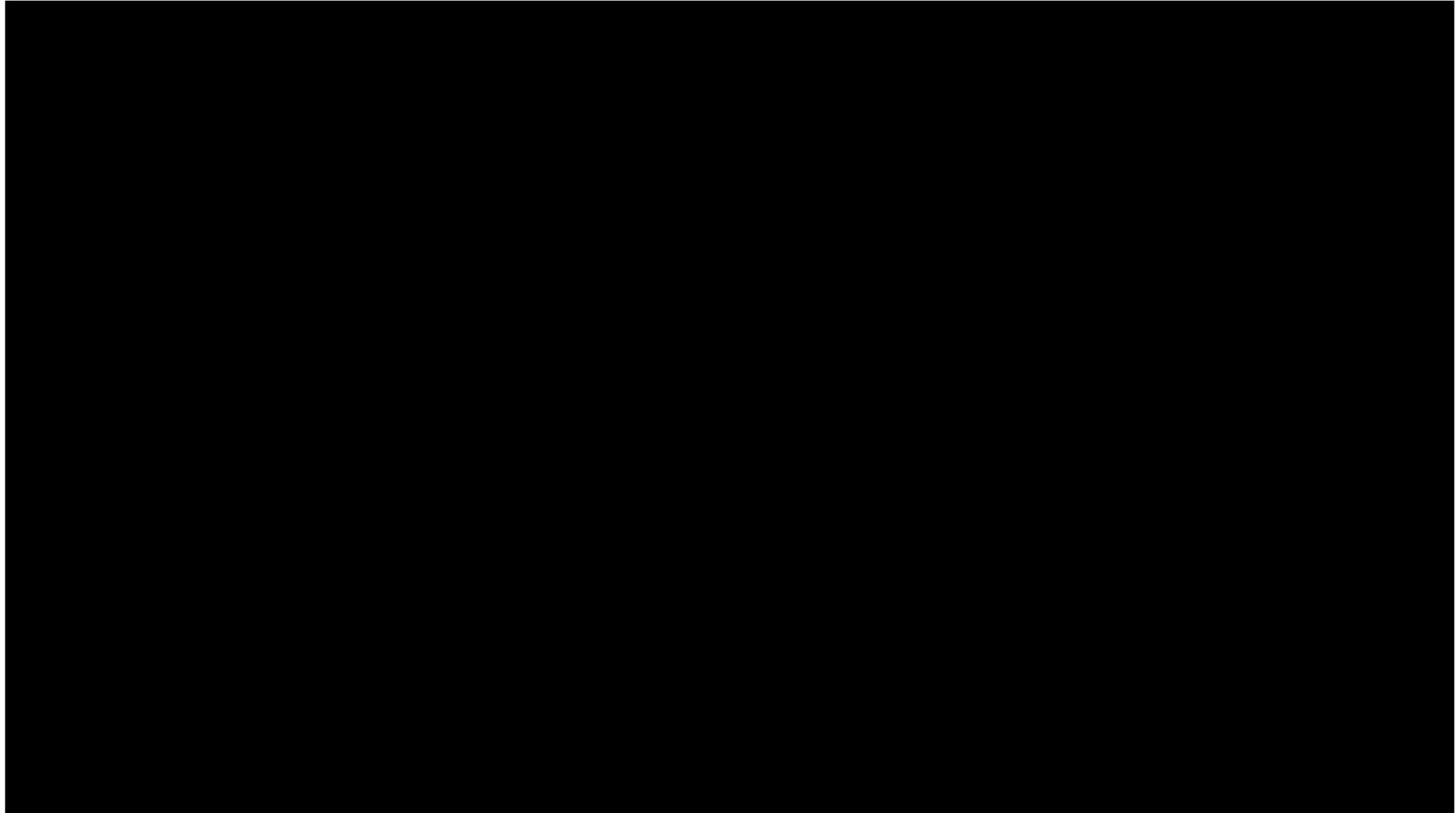
Google Glass



Google Glass

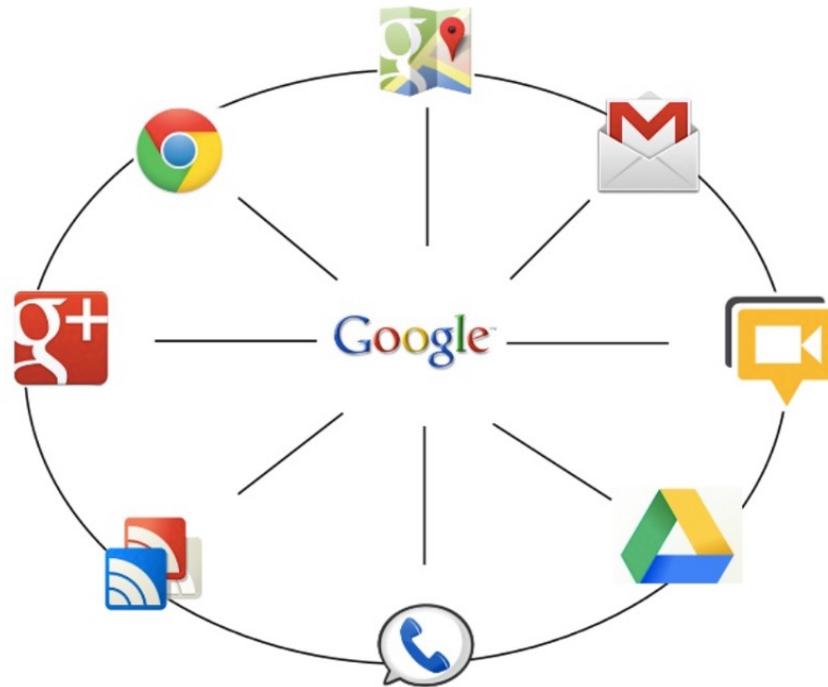


Smart glasses interface



Intel smart glasses

Brand Ecosystem



Ecosistema de marcas do Google

Brand Ecosystem

Ecossistema

É necessário que ele faça parte da vida dos consumidores, esteja inserido na cultura deles – de maneira consciente e planejada.

O sentido de *awareness* ganha novos tons para além da propaganda tradicional. O digital já provoca tal efeito potencialmente – considere também os influenciadores digitais, Apps e rede sociais.

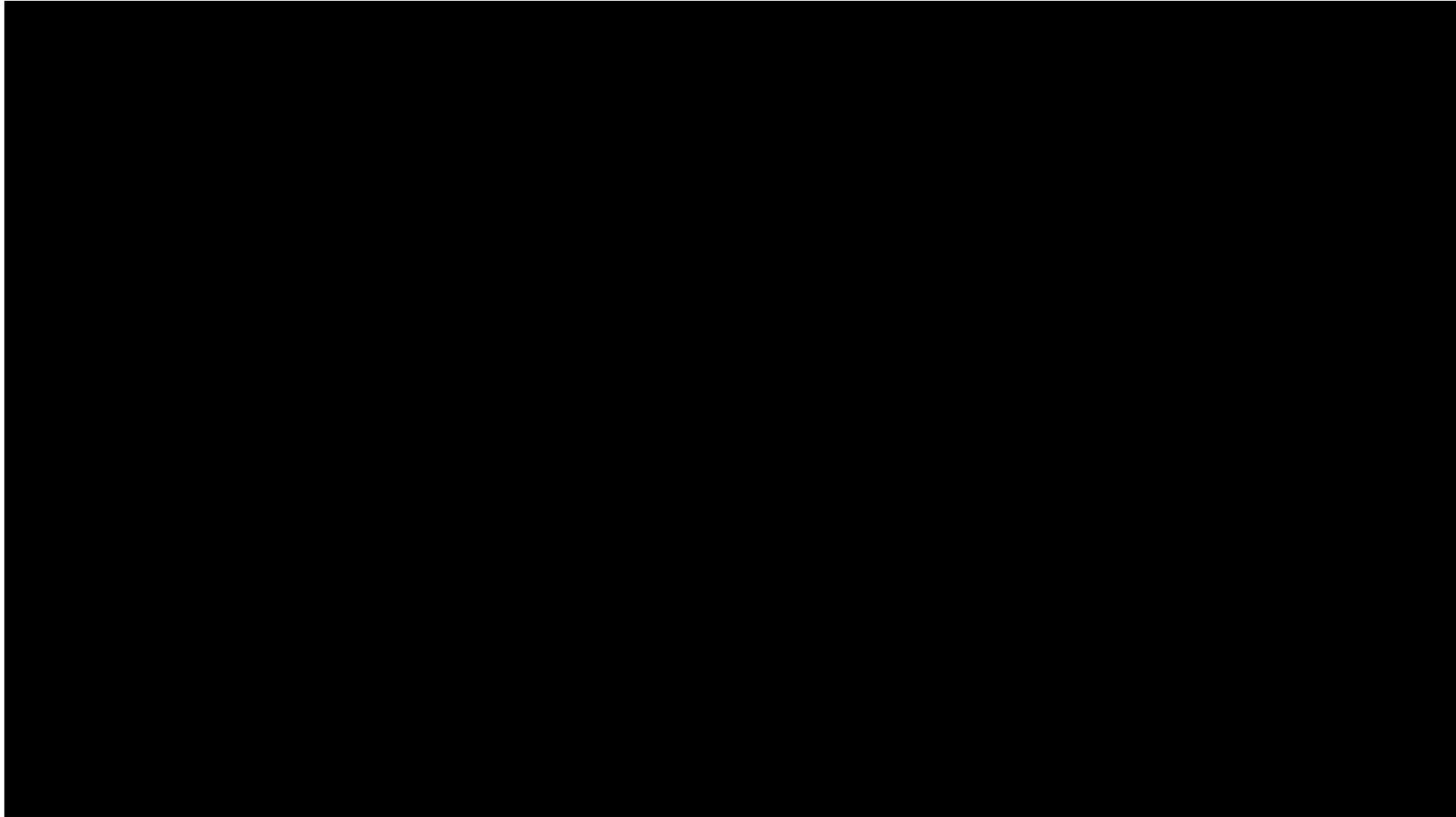


Brand Ecosystem



Ecosistema de marcas da Nike

Brand Ecosystem



Nike Grid

Ecossistema

Temática e componentes

- Colaborativo & transparente.
- Auto organizável.
- Sempre experiencial.
- Imersivo em bolhas de conteúdo.
- Conteúdo é o *core de tudo*.

Objetivos

- Estabelecer mecanismos de escuta.
- Criar conexões com os consumidores para estimular engajamento.
- Desenvolver estratégias de Marketing eficientes, em *clusters*, para mensurar melhor ações nas bolhas de conteúdo.
- Elaborar conteúdos onde a marca seja protagonista de forma natural e espontânea.

Brand Ecosystem

O conteúdo deve emergir das interações com o *target*, dentro do *Brand Ecosystem*, retroalimentando todas as plataformas utilizadas.

Brand Ecosystem

Brand Ecosystem

Etapas de um *Brand Ecosystem*:

- *Defina sua estratégia & abordagem*
- *Criação do conteúdo*
- *Ferramentas de mensuração*



Guidelines

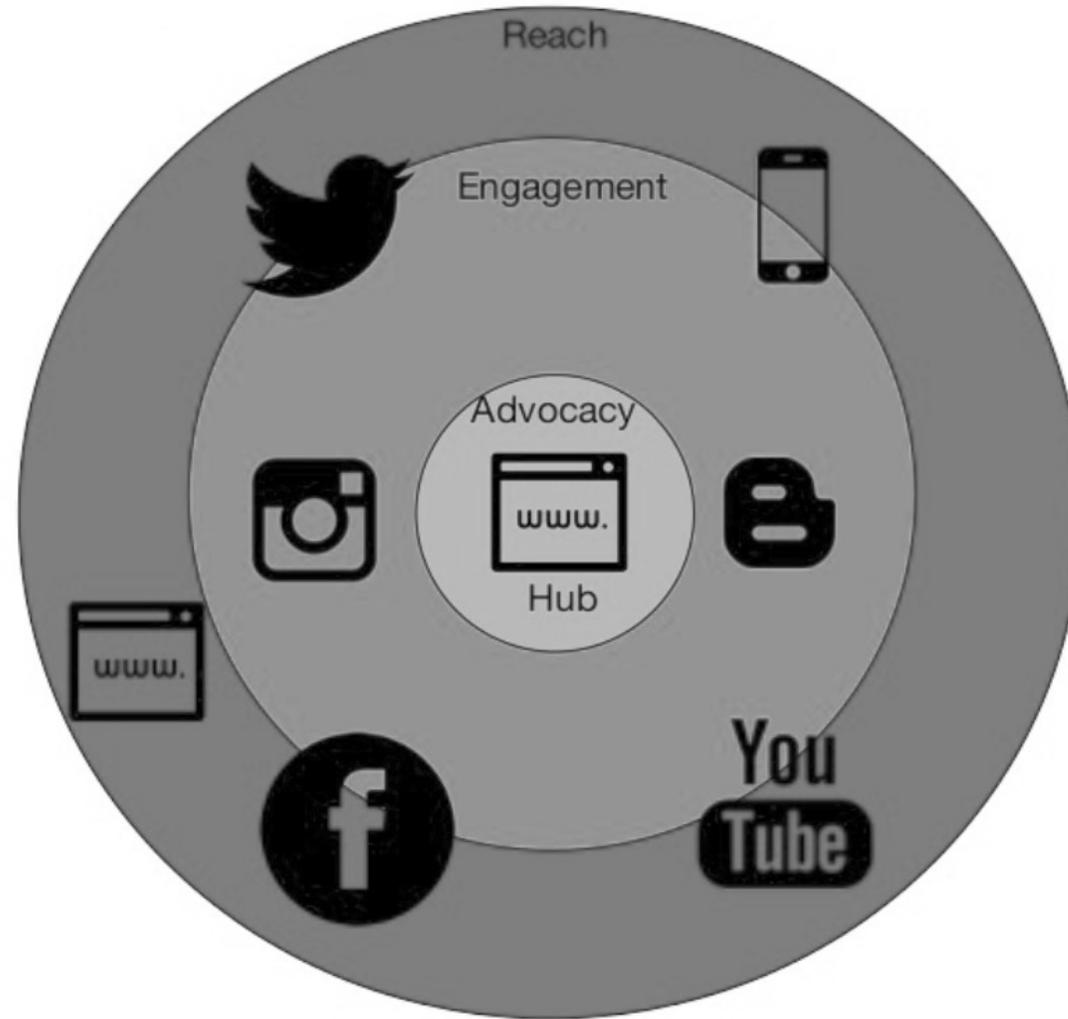
1. Estimule conteúdos / interações que denotem liberdade, otimismo e vivacidade para os consumidores.
2. *Fomente experiências por meio de conteúdos interativos, direcionando os usuários para eventos.*
3. *Use mais de um touch point para amplificar o sentido de valor de marca.*
4. Desenvolva uma política de fidelidade, em níveis.
5. Crie espaços de premiação em conjunto com uma rede de parceiros e defina claramente os lugares de recompensa (PDE^{2A} – Pontos de Elevação de Experiência & Adoração) .
6. *Crie novas ferramentas para aumentar o engajamento do público-alvo.*

Brand Ecosystem

Crie espaços de adoração para marca.

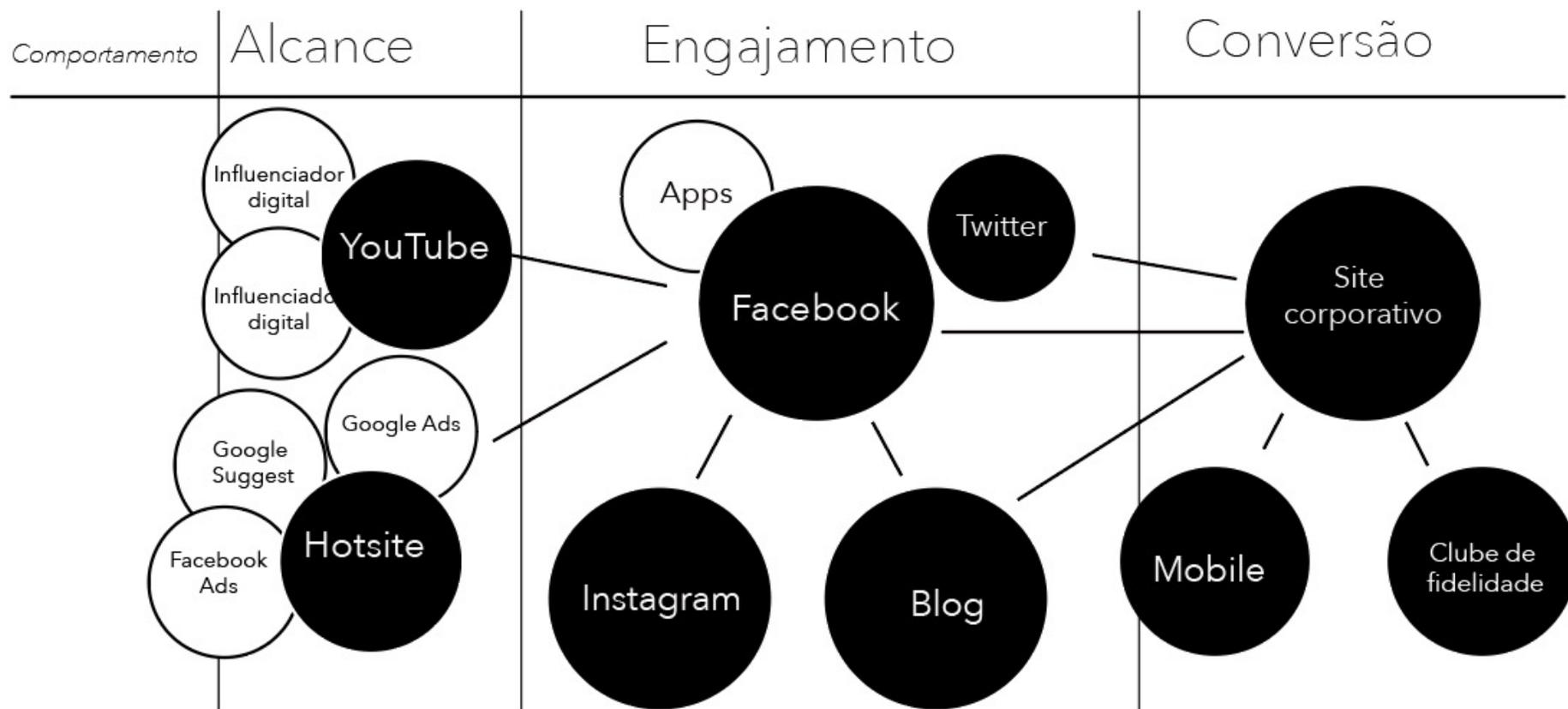
*Provoque ressonância positiva dentro das bolhas e das redes
conteúdos.*

Brand Ecosystem



Brand Ecosystem

Território criativo



Componentes



Hub: Desenvolve conexão com o *target*. Também serve como repositório de conteúdo.



Mobile: Conectar com os consumidores em pontos chave, eventos e ações com patrocinadores. Impulsiona por meio da interação direta e pervasiva.

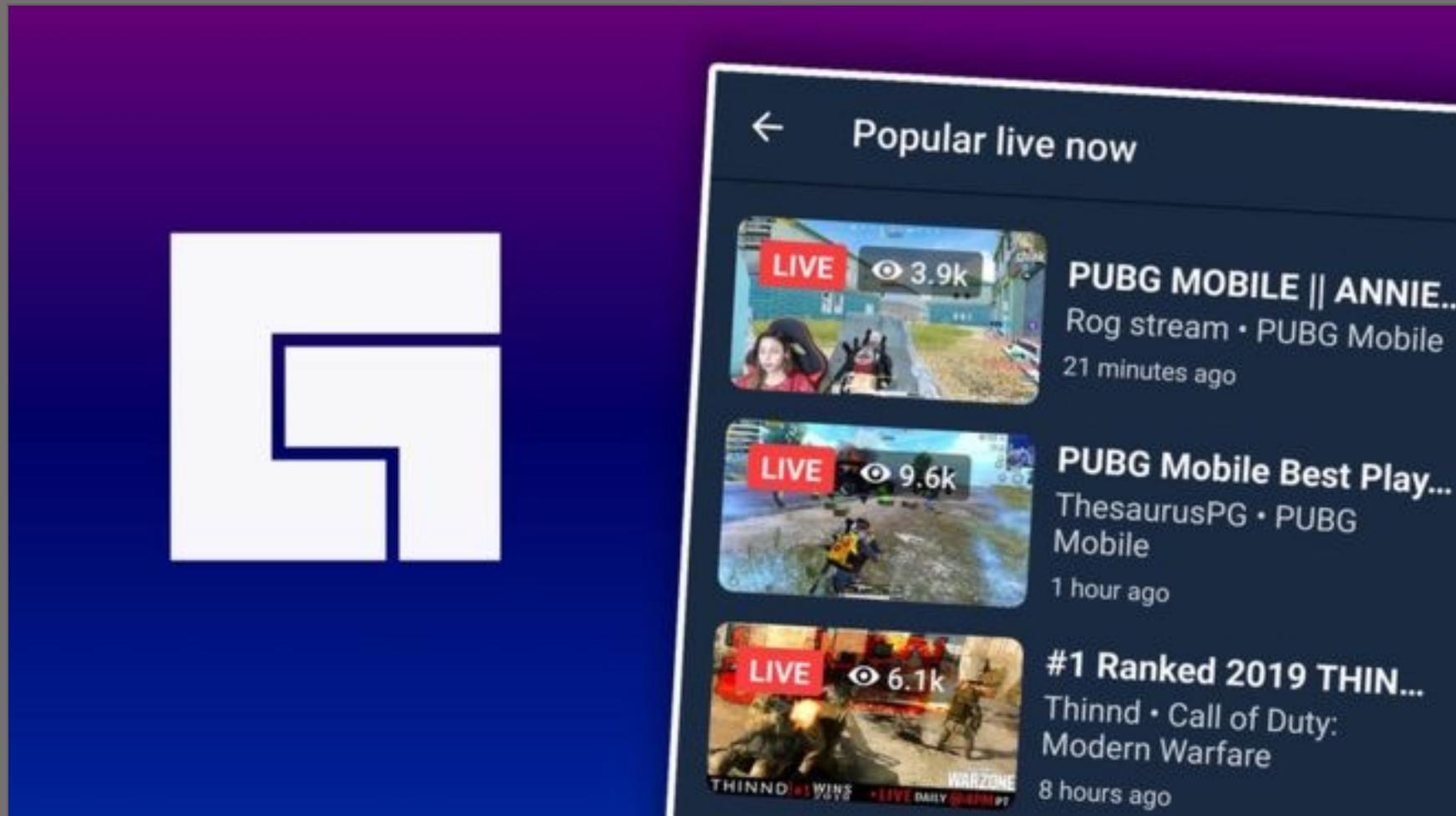


Facebook: Distribuição de conteúdo em rede de forma mais ampla. Conceito de sistema operacional da Internet.



YouTube: Hub de conteúdo audiovisual. Objetivo de criar *awareness* para marca. Também funciona como rede social.

Brand Ecosystem



Facebook presenta Gaming App para concorrer com Twitch e YouTube.

Componentes



Instagram: Experiências mais vívidas para marca via engajamento e sentimento de proximidade. Uso de *Instagram Stories* para apresentar conteúdo audiovisual por 24h. As funcionalidades do Instagram permitem conversar diretamente com esse novo perfil de consumidores, entender suas necessidades e influenciar comportamentos; seja para vender, sedimentar interesse nas *Lives* ou “Ao Vivo”, *Instagram Music*, definir “tag de nome”, realizar sorteios, promoções e enquetes.

Por ser uma ferramenta muito dinâmica está sempre incorporando novos filtros e ferramentas. P. ex.: *Boomerang* para vídeos de até 2 segundos e ajustes profissionais com *Hyperlapse for Instagram*.

Componentes



Twitter: Canal para fomentar conversas e direcionar o seu alcance para grupos específicos via *#hashtags*. Uso de microblog como linguagem principal, informação instantânea, integração com WhatsApp, criação de eventos, QR codes e timeline como ferramentas adicionais.

Um dos pontos interesses está no aspecto colaborativo e iterativo da ferramenta. Tenha em mente o core da ferramenta; velocidade.

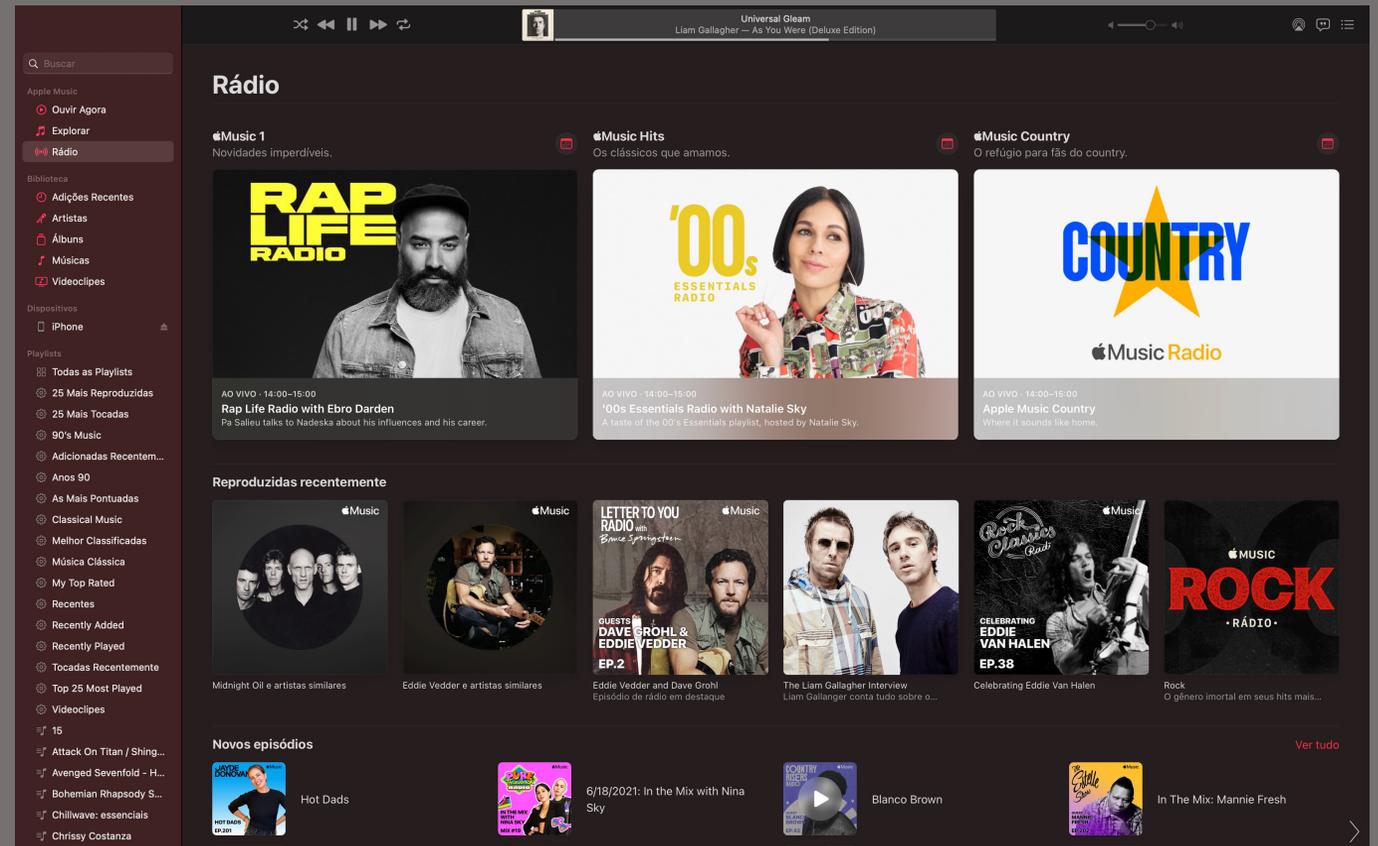
Nota: Integração com **Periscope**

Brand Ecosystem

Outras redes

Apple Music: É uma rede social paga (mediante assinatura), onde os usuários podem consumir música livremente, bem como conhecer diversas *Playlists* (de amigos até famosos). Também é possível escutar rádios de personalidades, conhecidos e empresas (gravadoras).

De maneira recente, novos conteúdos foram lançados, tais como: entrevistas, séries sobre gêneros e outros com o selo Apple Music.



Brand Ecosystem

Outras redes

Pinterest : É uma rede social de compartilhamento de fotos. Assemelha-se ao conceito de *Moodboard*, quadro de inspirações, onde os usuários podem compartilhar e gerenciar imagens temáticas, como de jogos, de hobbies, de roupas, etc.

Salve imagens em suas pastas, assim você vai ter todos os seus planos organizados.

Você também pode compartilhar uma pasta e criar ela com a pessoa que você escolher... pode ser a viagem com seus amigos ou a decoração da casa com seu companheiro(a).

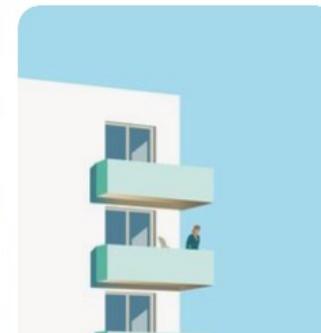




Home

Following

Search



Outras redes

Blogger: Blogger, uma palavra criada pela Pyra Labs, é um serviço do Google, que oferece ferramentas para edição e gerenciamento de blogs, de forma semelhante ao WordPress, mais indicado para usuários que nunca tenham criado um blog, ou que não tenham muito familiaridade com a tecnologia.

É comum que pequenos empreendedores, sem grandes recursos para investirem em um site, optem pelo Marketing de Conteúdo, pois é uma estratégia econômica baseada na criação de artigos em um blog que pode ser criado em plataformas como o Blogger. Por ser uma ferramenta do Google, ele possui integração nativa com Google AdSense



Publique sobre o que você adora, do seu jeito

Crie um blog lindo e exclusivo. É fácil e grátis.

[CRIAR SEU BLOG](#)



Brand Ecosystem

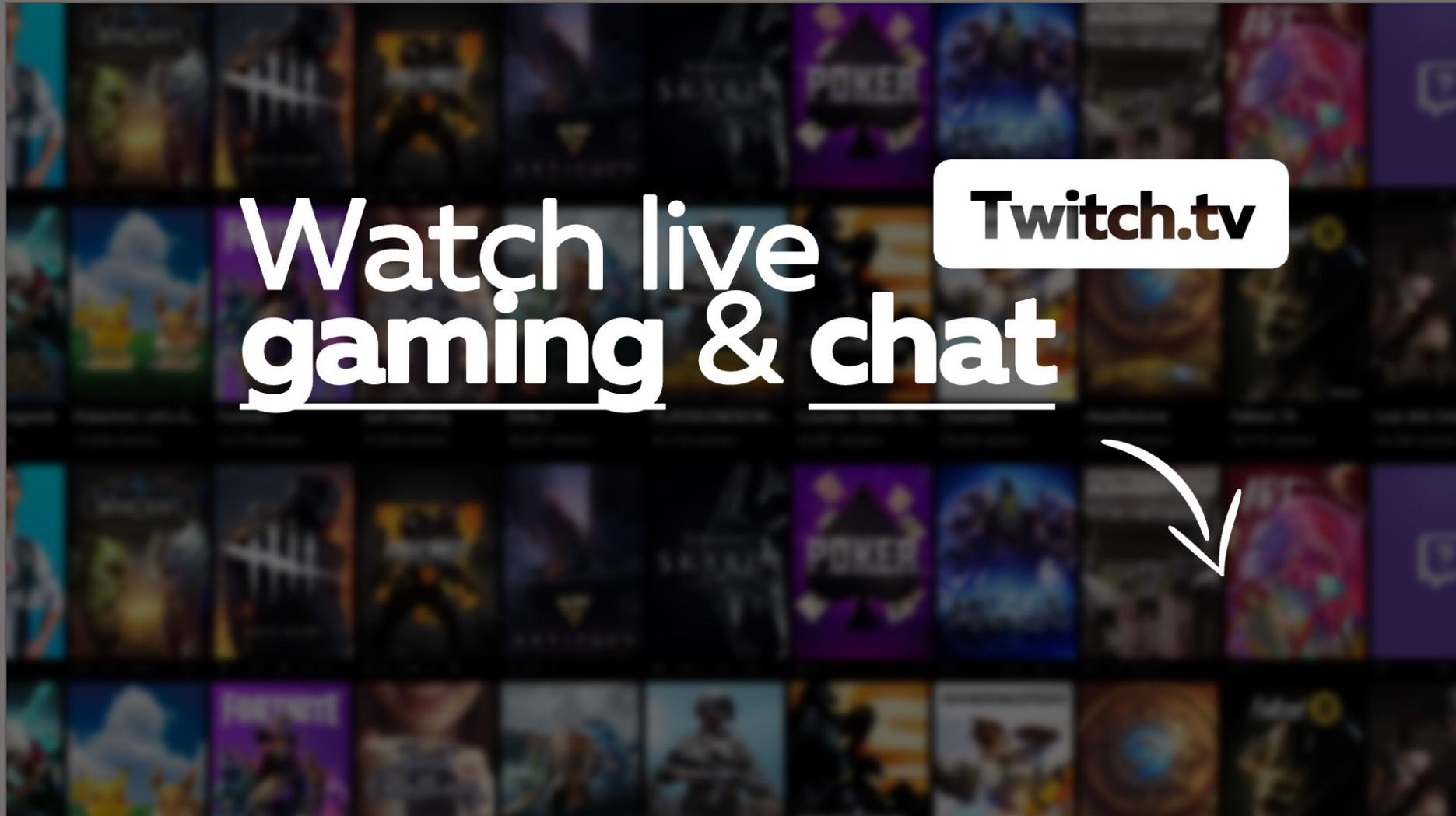
Outras redes

Twitch: Ele é um site de streaming que veio ao ar em junho de 2011 como um *spin-off* da plataforma Justin.tv. O principal foco do website é a transmissão de videogames, incluindo *playthroughs*, além de também exibir várias competições de *e-sports*. O conteúdo pode ser transmitido ao vivo ou *on-demand*.

O Twitch possui uma versão Prime, conforme o nome sugere integrado ao gigante comercial Amazon. Nele é possível baixar jogos, assistir filmes e realizar compras diretamente do sistema.



Brand Ecosystem



Watch live
gaming & chat

Twitch.tv

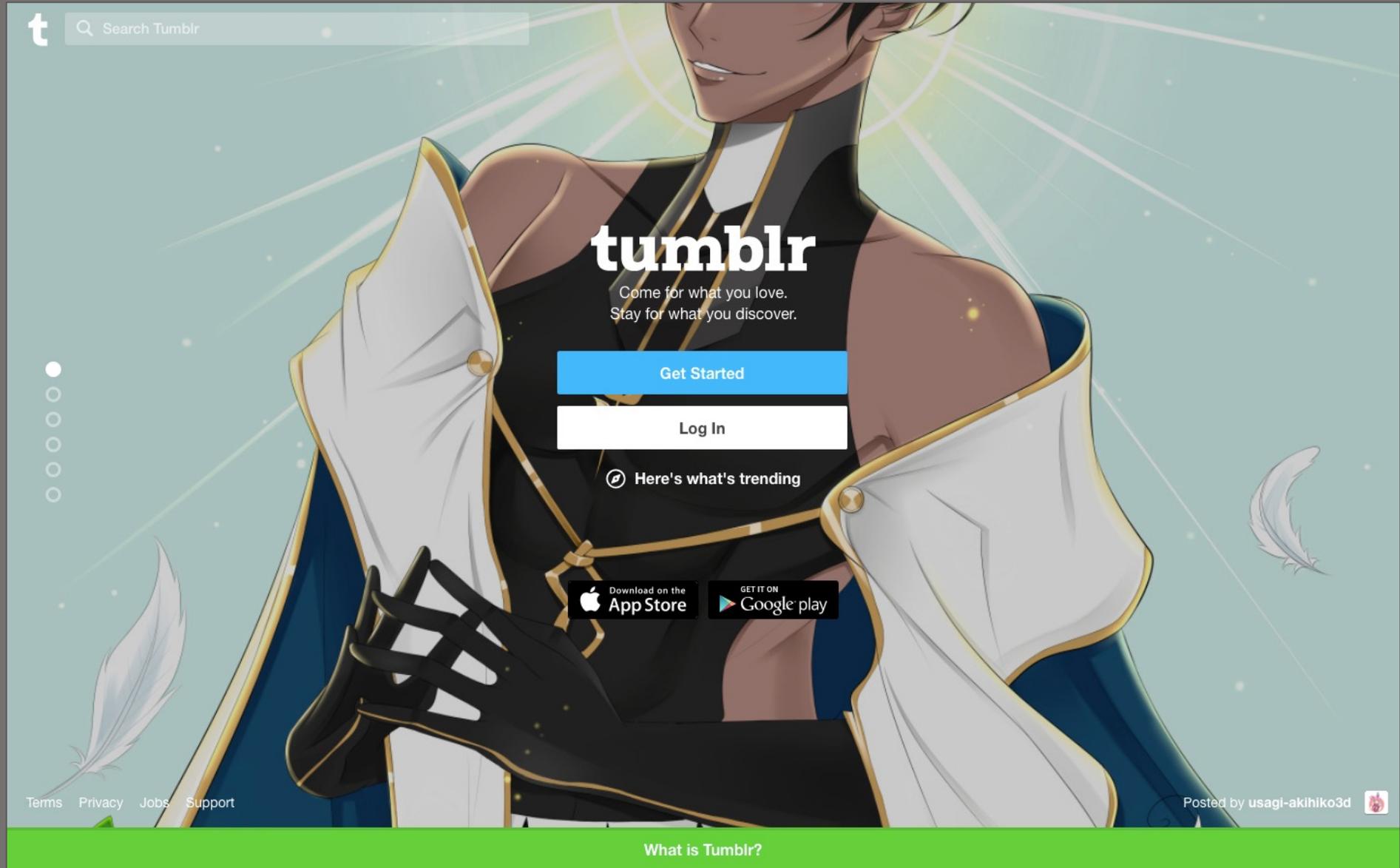
Outras redes

Tumblr: Tumblr é uma plataforma de blogging que permite aos usuários publicarem textos, imagens, vídeo, links, citações, áudio e "diálogos". Cabe destacar que ele possui vínculo com o Yahoo.

A maioria dos posts feitos são textos curtos, mas a plataforma não chega a ser um sistema de microblog, estando em uma categoria intermediária entre os blogs de formato convencional Wordpress ou Blogger e o microblog Twitter. Os usuários são capazes de "seguir" outros e verem seus posts em seu painel (dashboard). Também é possível "gostar" (favoritar) ou "reblogar" (semelhante ao RT do Twitter) outros blogs. O sistema de personalização enfatiza a facilidade de uso e permite que os usuários usem *tags* especiais do sistema para criar seus temas.



Brand Ecosystem



t Search Tumblr

tumblr

Come for what you love.
Stay for what you discover.

Get Started

Log In

Here's what's trending

Download on the App Store GET IT ON Google play

Terms Privacy Jobs Support

Posted by usagi-akihiko3d

What is Tumblr?

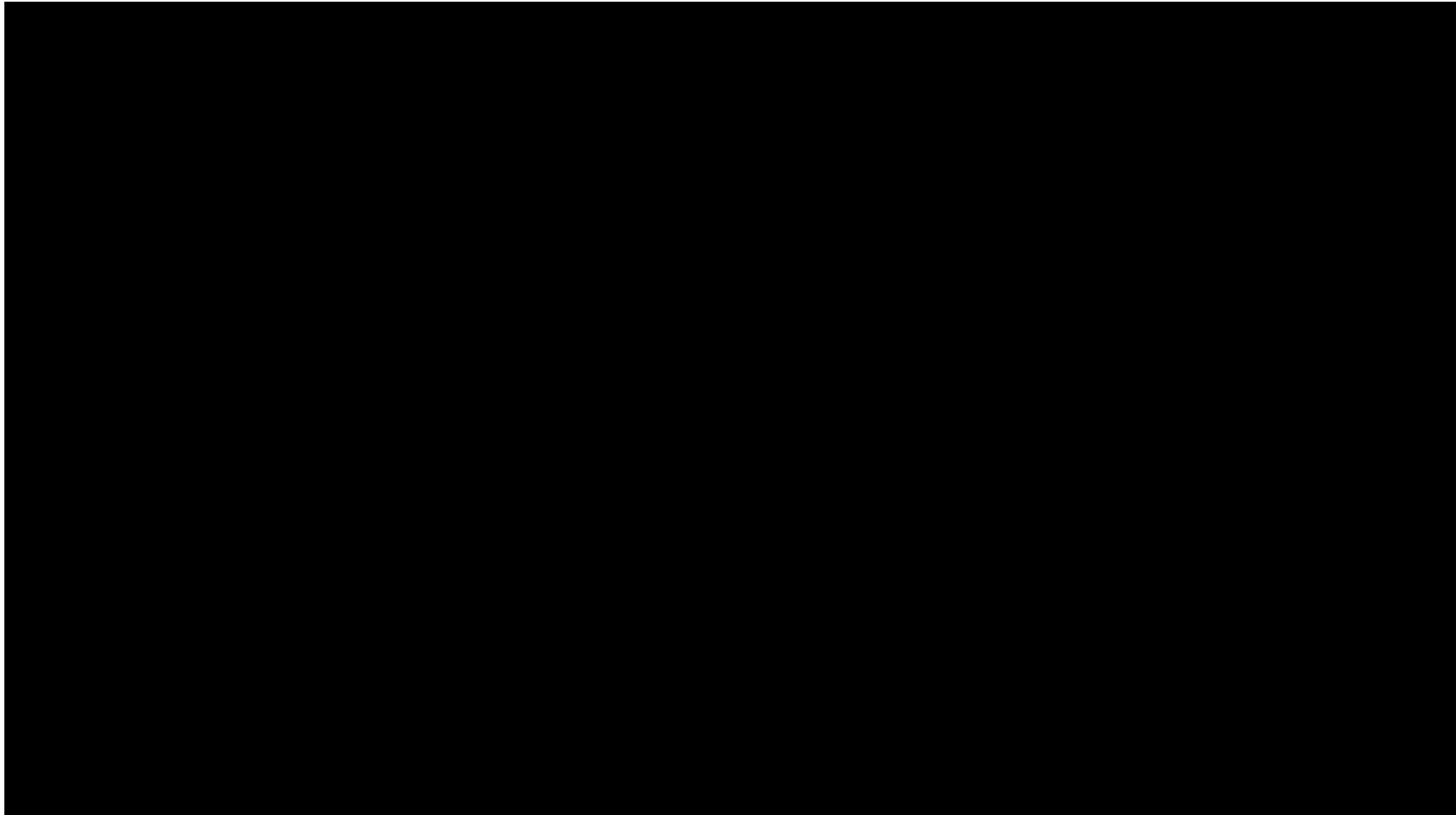
Outras redes

Vero: A rede nasceu em 2015, não possui anúncios e algoritmos - ela se apresenta com o mote "more social, less media". Motivos pelos quais ela tem se tornado uma grande aposta de muita gente. Mas engana-se quem acha que as empresas não podem aproveitá-la. Apesar de não permitir anúncios, é possível sim vender produtos e, para isso, a rede social cobra uma taxa sobre a venda.

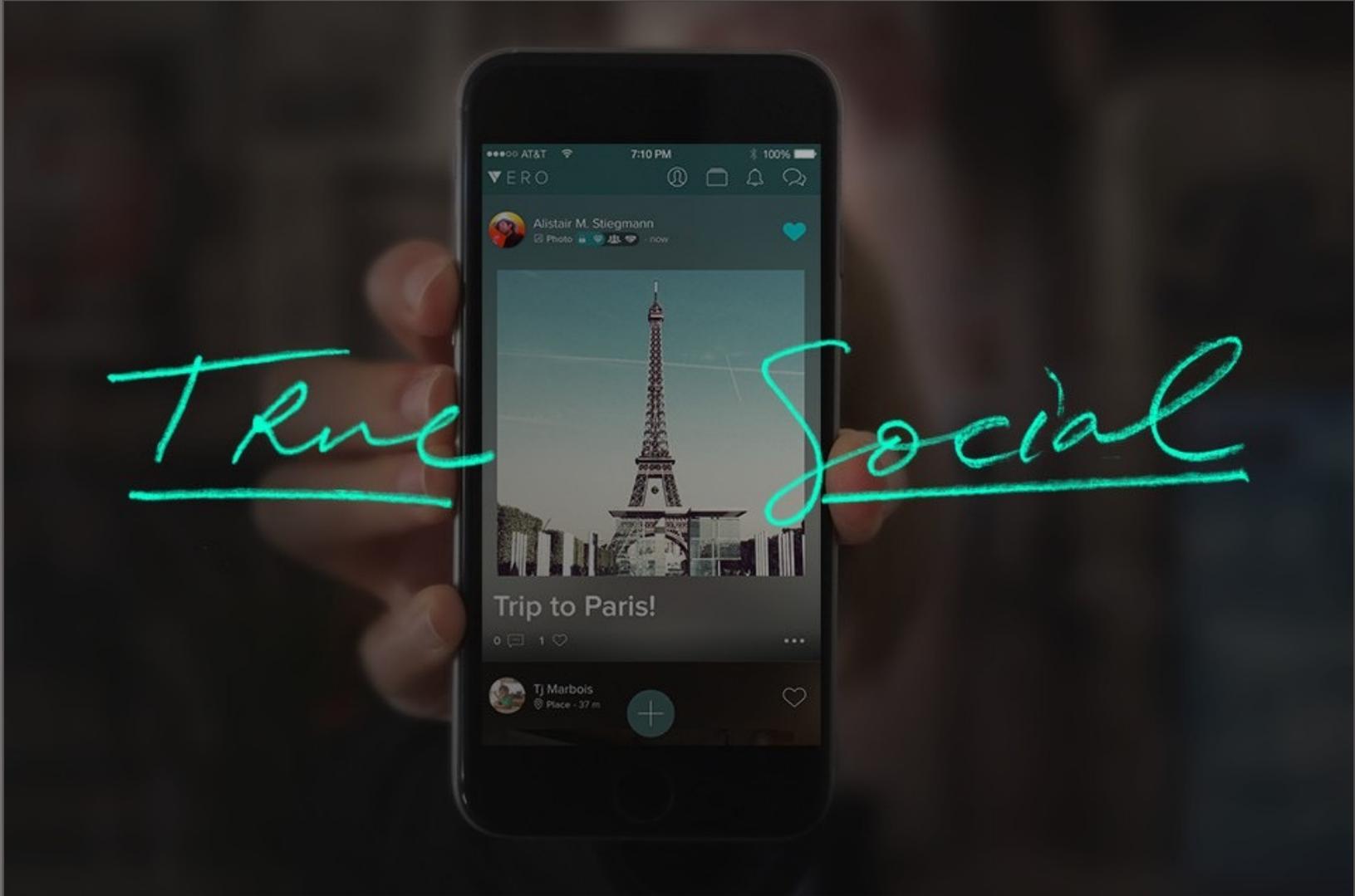
A rede social pode ser utilizada apenas na versão mobile, como aplicativo. Por enquanto, o cadastro e acesso é gratuito, mas de acordo com o site oficial, os usuários terão que pagar uma taxa anual para usar o aplicativo.



Brand Ecosystem



Brand Ecosystem



Brand Ecosystem

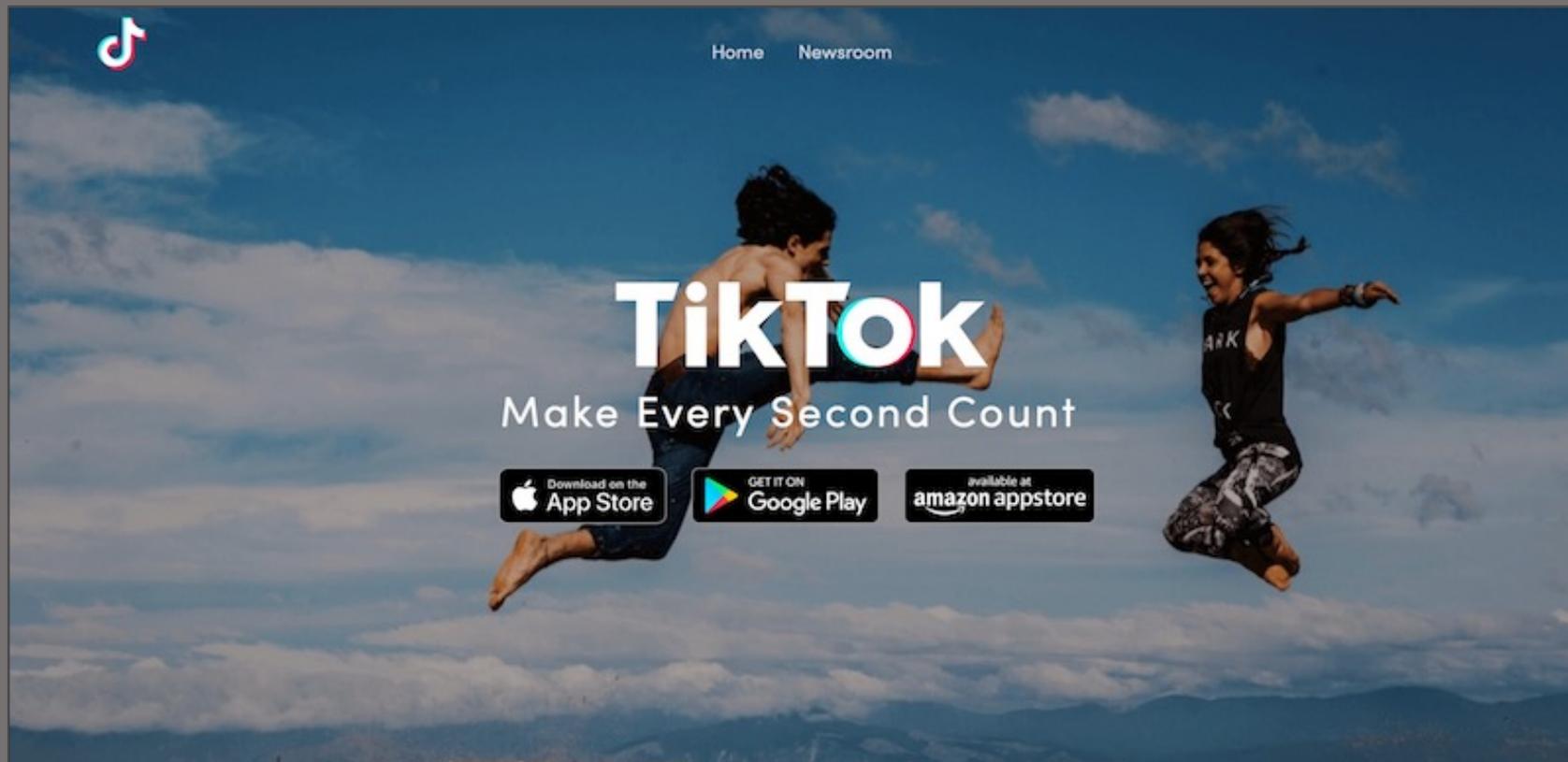
Outras redes

Tik Tok: Talvez você já tenha até acessado essa rede social e não tenha se dado conta, pois o nome era diferente, ele se chamava Musical.ly.

O formato de vídeo é o grande trunfo da plataforma. Eles são veiculados em curta duração, no máximo, 60 segundos. Um serviço muito parecido com os *Stories* do Instagram que, recentemente, lançou outra função muito parecida com o nome de "Cenas". O *Tik Tok* já ultrapassou um bilhão de downloads e sua popularidade já chega a ser maior que a do Instagram e do Facebook, segundo informações da CBS News.



Brand Ecosystem

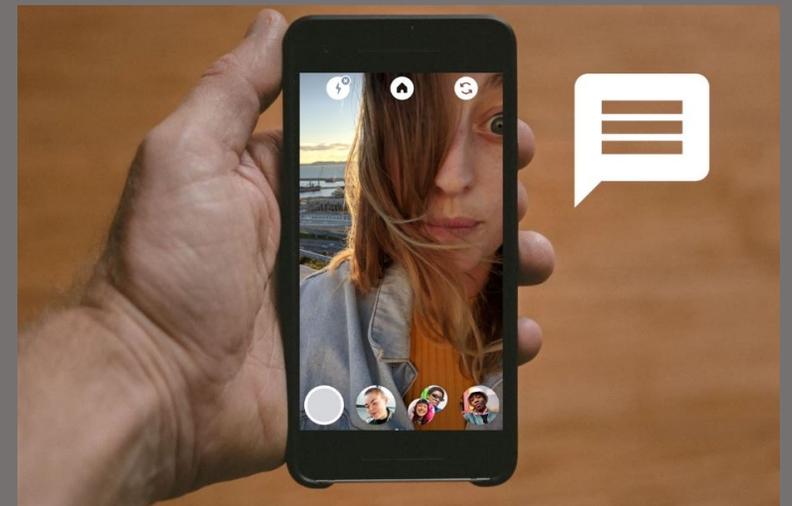


Brand Ecosystem

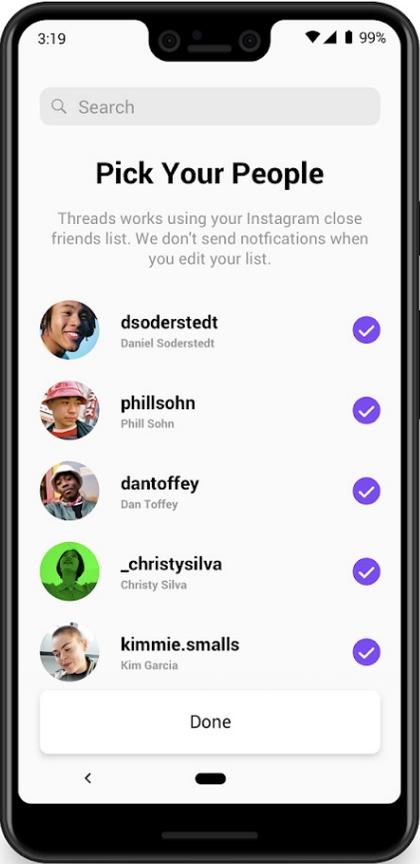
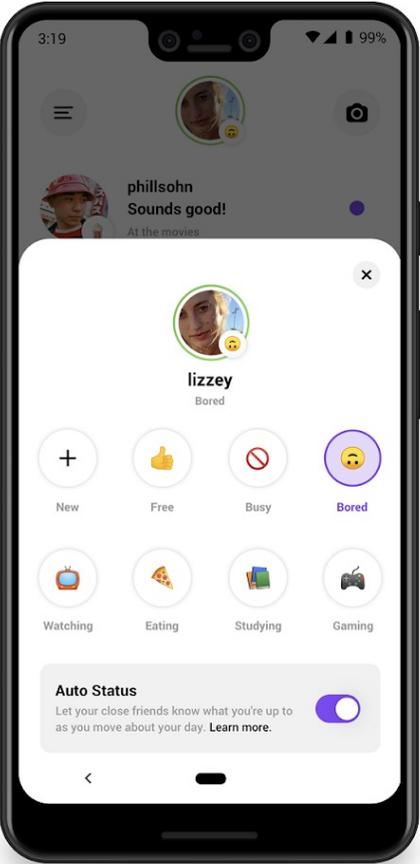
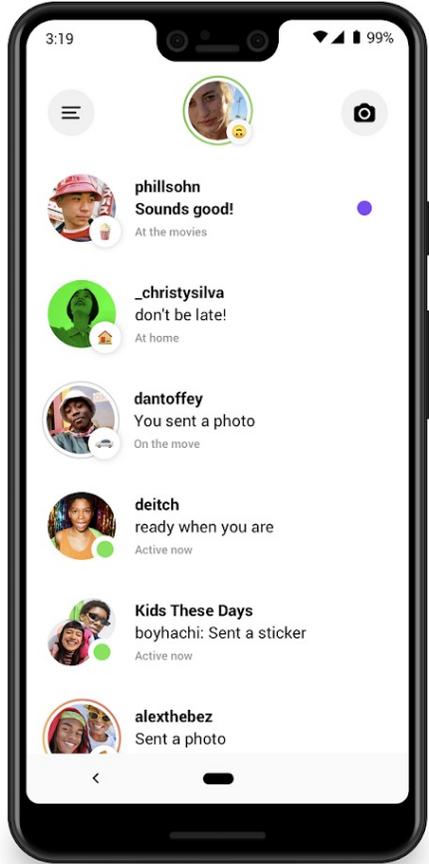
Outras redes

Threads do Instagram: O Threads é um App. que complementa o Instagram, especialmente para os usuários que possuem uma lista de Melhores Amigos. Por meio dele você pode interagir apenas com a sua lista de *Close Friends*, de maneira direta, rápida e fácil. O novo App. foi lançado em 3 de outubro de 2019 e tem como foco a privacidade, assim como muitos grupos de Facebook que também já aderiram a tendência.

Além disso, o CEO do Instagram Adam Mosseri, declarou ter a intenção de fazer com que o Threads funcione de maneira integrada com o Messenger e o WhatsApp no futuro.



Brand Ecosystem



Brand Ecosystem

Outras redes

Shoelace: É uma rede social lançada pelo Google que tem como principal objetivo unir pessoas que se interessam pelos mesmos eventos. A ideia é fazer com que as pessoas confirmem presença não só no App., mas que se encontrem presencialmente quando forem em eventos ou locais próximos.

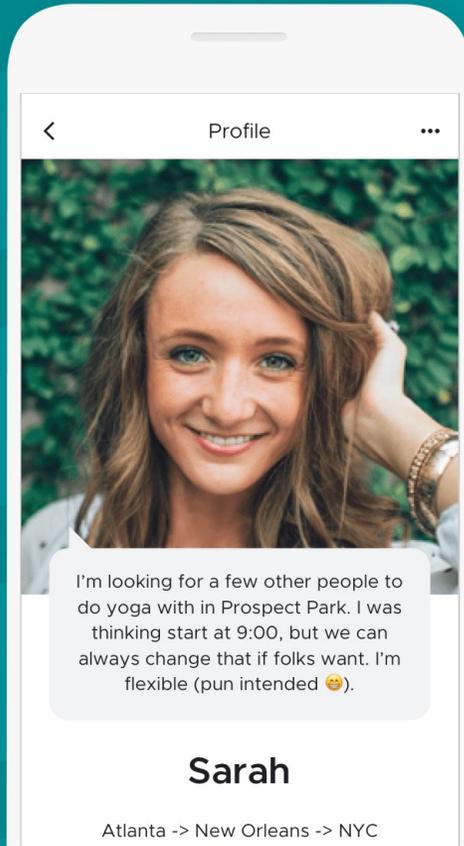
Outra vantagem desse aplicativo é que ele mostra eventos de temáticas parecidas com aqueles em que o usuário confirmou a presença ou mostrou algum interesse.

Nota: O Shoelace só está disponível em Nova Iorque.

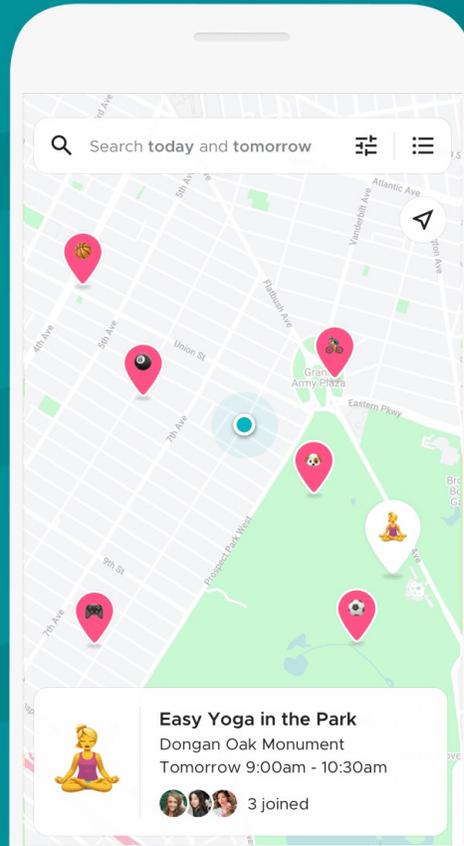


Brand Ecosystem

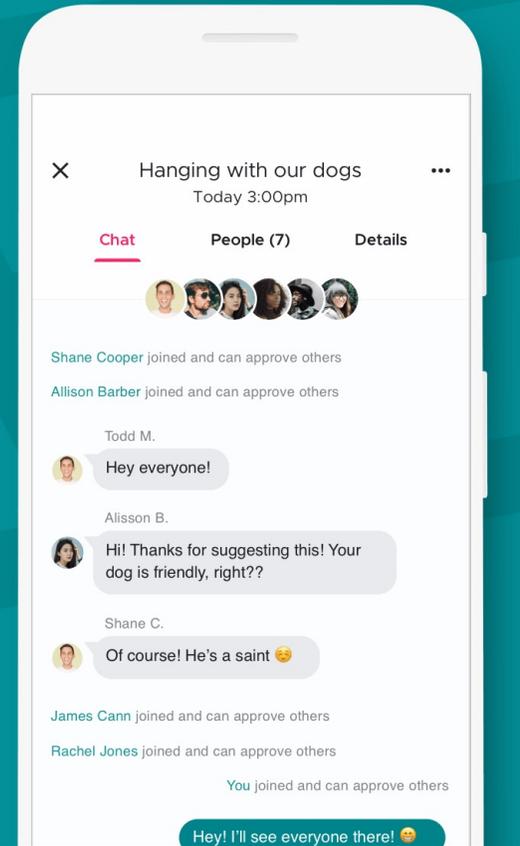
Find your crew 🔍



Daily 🖐️-picked activities



Easy as 🍷 to find and plan





[Get Started Now](#)

Drive more sales & better experiences with Customer Journey Marketing

Shoelace ads help the fastest-growing brands empower existing audiences and find new customers

[Get Started](#)



JOIN THE THOUSANDS OF BRANDS USING SHOELACE TO SCALE THEIR ADVERTISING



Brand Ecosystem

Outras redes

MeWe: Uma das grandes preocupações dos usuários hoje em dia é quanto à privacidade e à segurança dos dados.

O MeWe trouxe uma inovação que é o não armazenamento de cookies. Isso quer dizer que os seus dados não ficarão 100% armazenados no aplicativo, apenas aqueles que você mesmo oferecer.

A interface é muito parecida com o Facebook, bastante intuitiva. Agora, quem quiser usar algumas funções extras da rede precisa pagar uma taxa cujo valor depende do plano escolhido.





About

Privacy Bill of Rights

English ▾

Member Log In

The Social Network Built on Trust, Control and Love

<input type="text" value="First name"/>	<input type="text" value="Last name"/>
<input type="text" value="Email or mobile number"/>	<input type="text" value="Re-enter email or mobile"/>
<input type="password" value="Password (at least 6 characters)"/>	

- I am 16 years old or older
- I have read, understand and agree to MeWe's [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#).

GET STARTED - FREE FOREVER

Your private life
is **#Not4Sale**

No Ads. No Spyware. No BS.



#Not4Sale Video

Brand Ecosystem

Outras redes

Quora: O Quora é bastante parecido com o Yahoo Respostas, só que é voltado para fins profissionais. Portanto, se você está começando em uma carreira e não entende muito bem sobre alguns termos ou conceitos, por exemplo, você pode pesquisá-los ou pedir ajuda pelo

Quora. Como ferramenta é uma enorme fonte de UGC (conteúdo gerado pelo usuário). Os usuários fazem perguntas na taxa de aproximadamente 6.000 por dia. Mas a verdadeira explosão de conteúdo vem com as respostas.

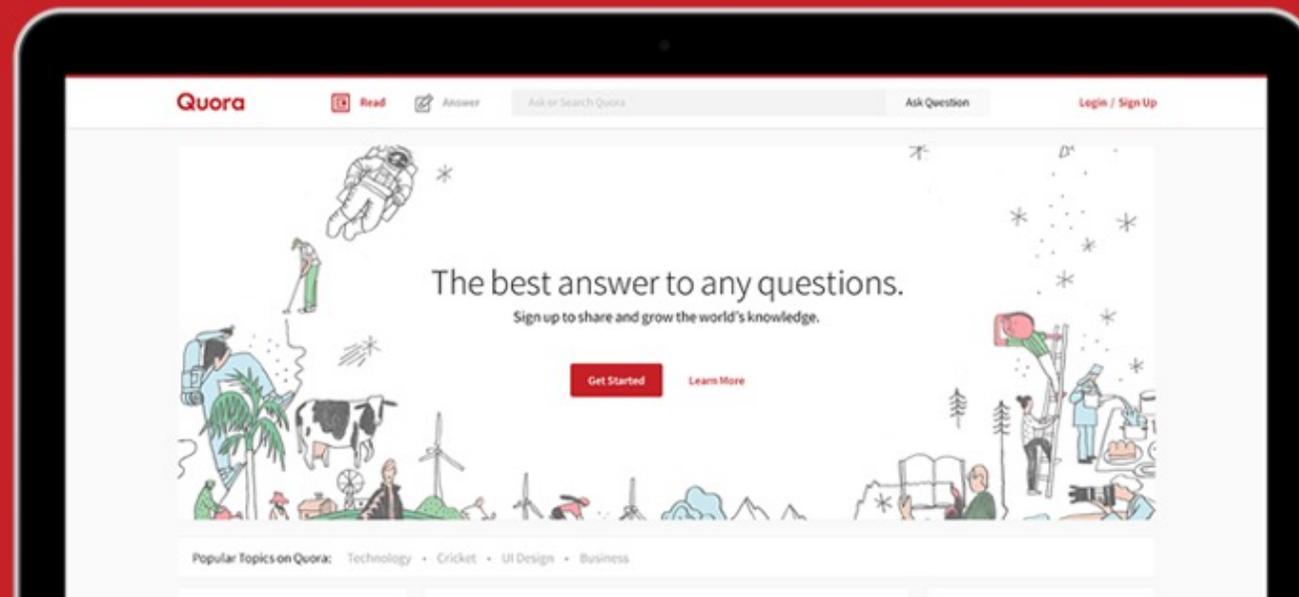
Dele fazem parte grandes nomes e personalidades como o ex-presidente Barack Obama.



Brand Ecosystem

Quora

The best answer to any questions.



Brand Ecosystem

Outras redes

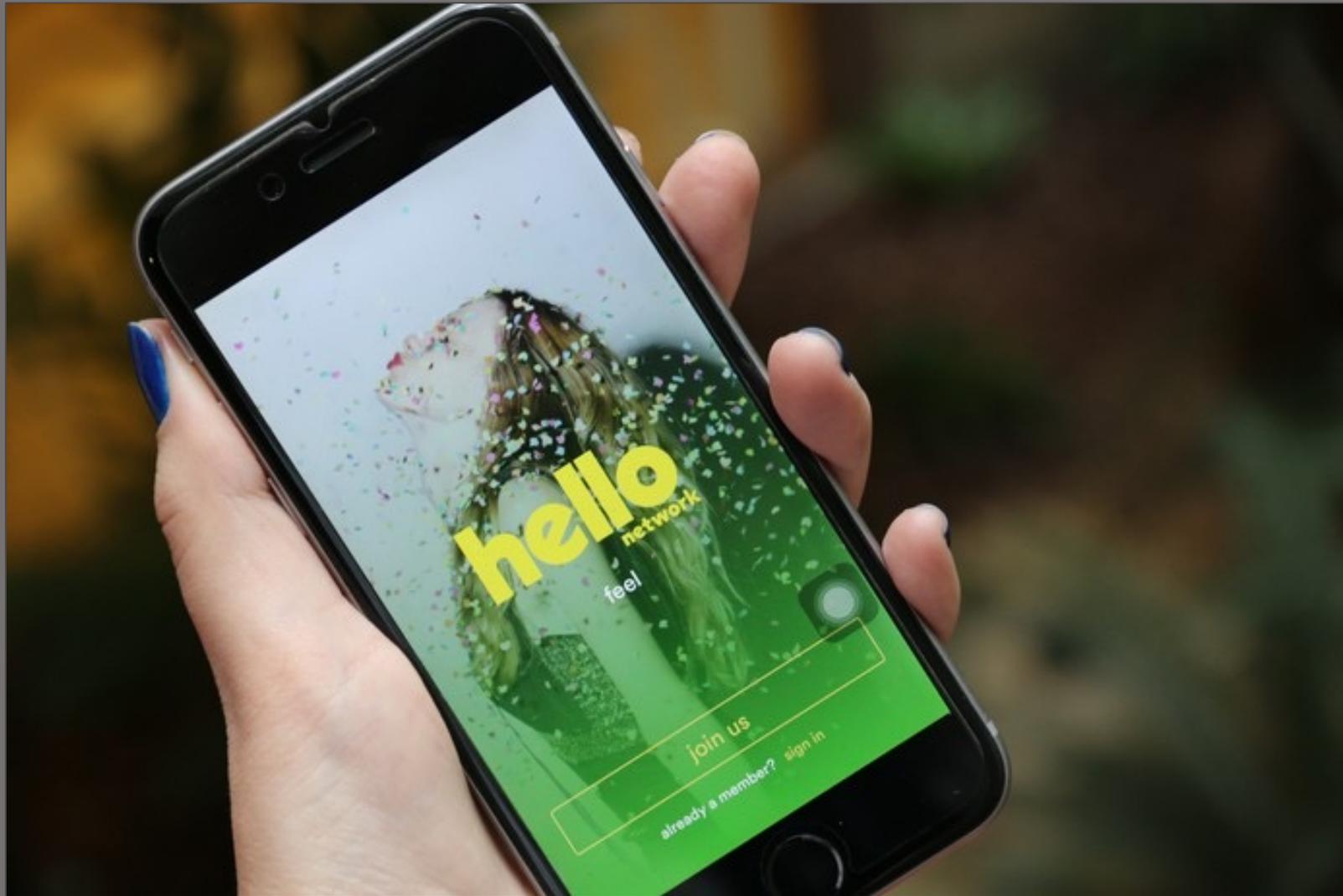
Hello: O responsável pela criação do *Hello* é, ninguém mais ninguém menos, que o mesmo fundador do Orkut, em conjunto com um grupo de engenheiros do Google.

A ideia é proporcionar um ambiente seguro para amizades realmente sinceras e criar um espaço onde o “medo e ódio não têm lugar”.

Uma das metas é bater de frente com o *Facebook* e atrair os usuários da rede, principalmente porque o *Hello* não permite anúncios na sua plataforma. Além disso, o algoritmo é baseado em *Personas*. Isso quer dizer que a rede social visa aproximar pessoas com interesses em comum e não necessariamente que tenham amigos em comum.

A *Hello* já está disponível no Brasil e, de acordo com o próprio desenvolvedor, os principais interesses dos brasileiros são: música, animais, café, carros, jogos e futebol.

Brand Ecosystem



Brand Ecosystem

Outras redes

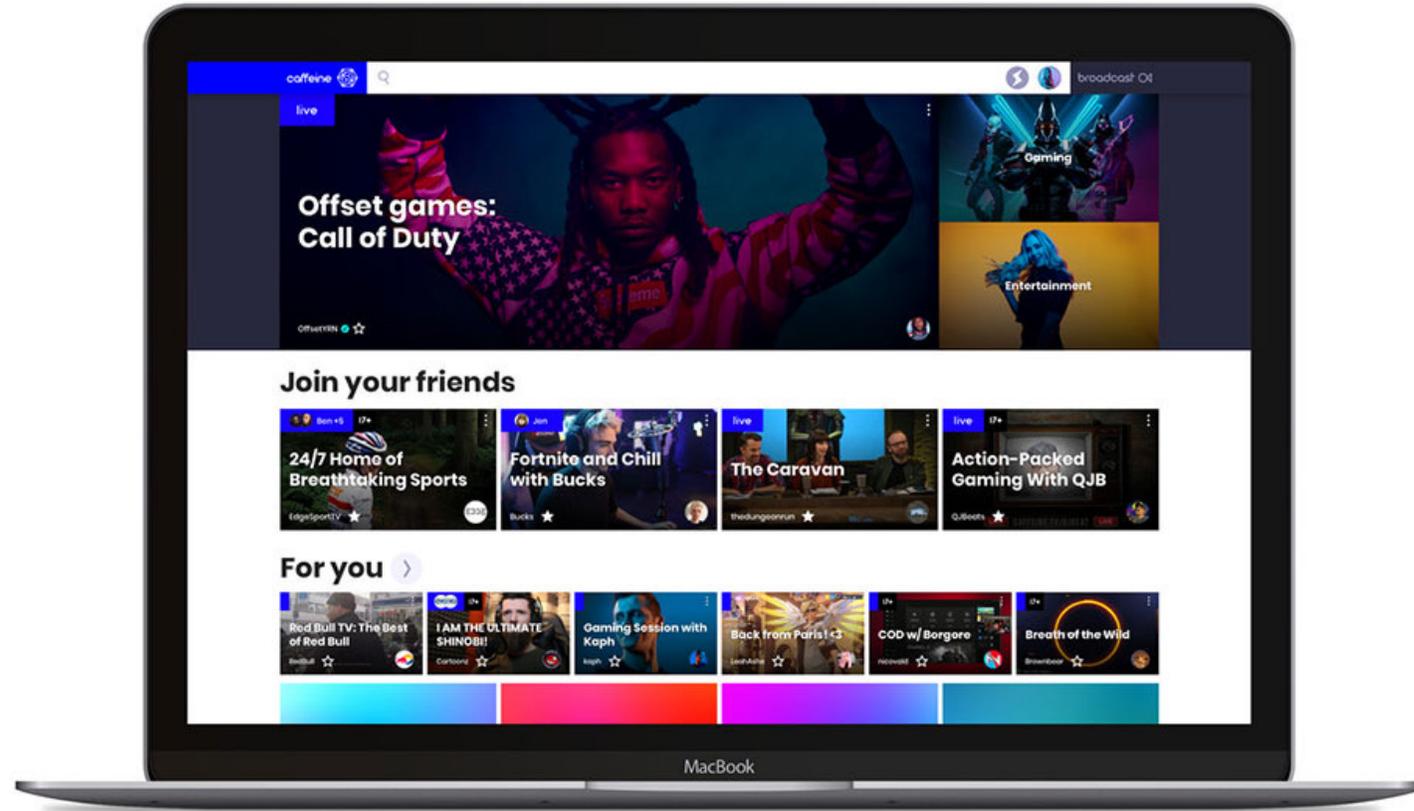
Caffeine: Antigos designers da Apple se uniram e criaram a Caffeine.tv, uma rede social que tem como objetivo proporcionar experiências em tempo real para usuários.

O App. surgiu com base no sucesso das *Lives*, muito utilizadas em outras redes sociais por pessoas comuns até *influencers* e celebridades.

O diferencial da rede é que ela promete a dar maior visibilidade para as transmissões com maior engajamento. Isso quer dizer que o número de visualizações e inscritos não serão as principais métricas.



Brand Ecosystem



Brand Ecosystem

Outras redes

Discord: Também conhecida como o Skype dos games. Rede mais complexa que demanda pequenos conhecimentos de programação. Com ela se pode programar *bots*, *criar games* e *chats*.

Usa muitas ferramentas de gamificação em sua interface, sendo uma rede tida como mais infantil para alguns especialistas. Possui ênfase nos seguintes itens: apoio para transmissão, suporte aos jogadores e reuniões me grupo.

O número de usuários já ultrapassou de 90 milhões de pessoas registradas.



Brand Ecosystem



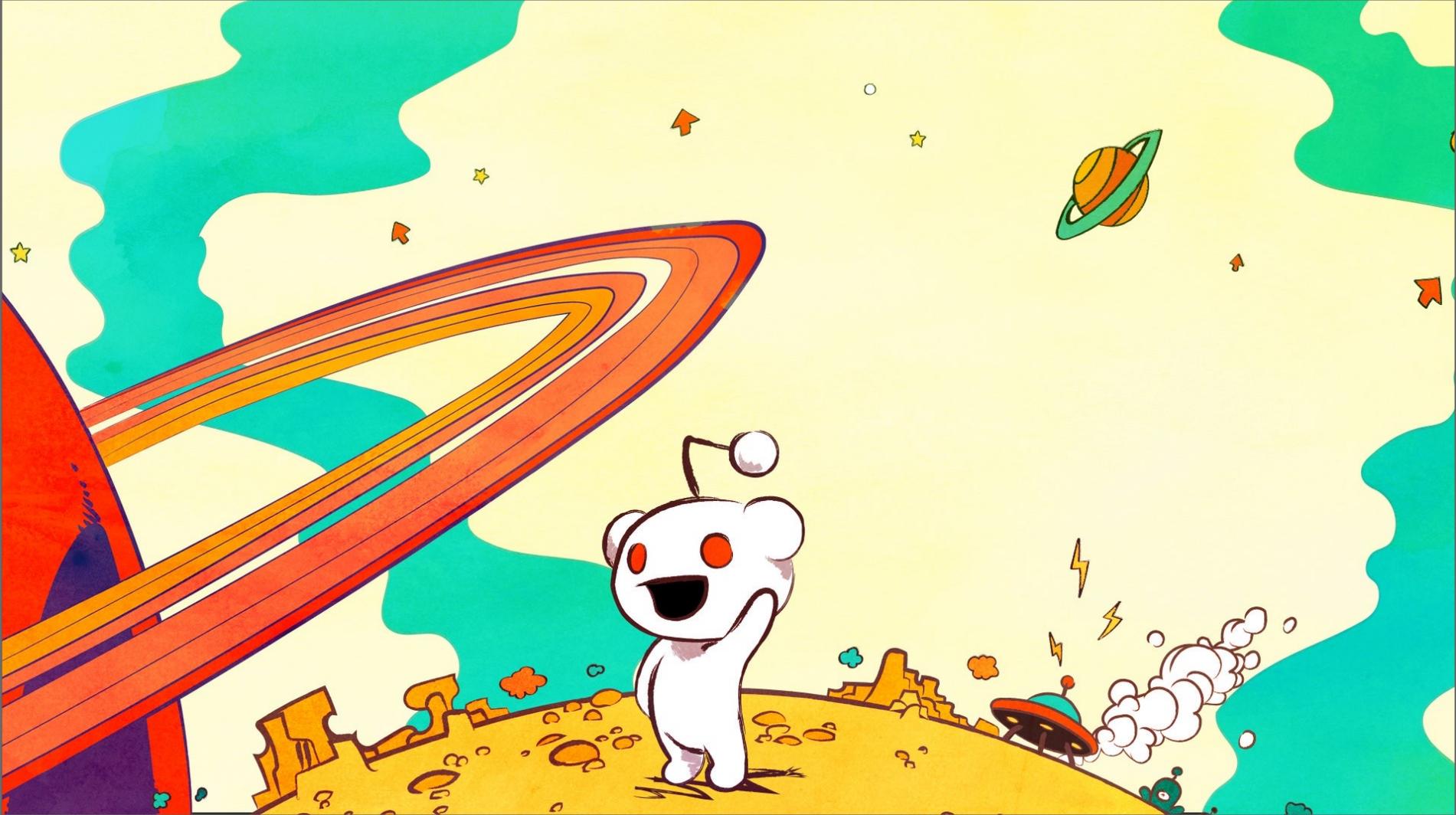
Outras redes

Reddit: O conceito dela é "*front page of the internet*". Rede ideal para discussões e pessoas com opinião próxima da sua, tudo dentro de fóruns diversos . Os usuários podem divulgar links para conteúdo na Web, enquanto outros podem então votar positiva ou negativamente nas conexões apresentadas, fazendo com que apareçam de uma forma mais ou menos destacada na sua página inicial. Cada fórum é conhecido como "subreddits". Cada um deles começa com r, por exemplo [/r/nba](#) - forum sobre NBA.

Os temas presentes são mais sérios do que os outros encontrados nas demais, porém é fundamental conhecer todas as abreviações usadas pelos usuários na plataforma. Também possui serviço *premium* pago.



Brand Ecosystem



Outras redes

LinkedIn: LinkedIn é uma rede social de negócios fundada em dezembro de 2002 e lançada em 5 de maio de 2003.

Existem mais de 675 milhões de usuários cadastrados em 200 de países, além de empresas. Com ela é possível gerenciar sua identidade profissional, moldando seu perfil para vagas ofertadas por lá. É comum os usuários fazerem posts sobre assuntos que dominam para manterem o seu perfil ativo, bem como acompanharem empresas do seu interesse.

Com ela se tem acesso aos contatos de sua networking de forma estruturada e, de modo recente, treinamentos começaram acontecer dentro do sistema. Um dos maiores players *Lynda.com* está integrado aos serviços do LinkedIn, embora tenha custo.



Brand Ecosystem



Brand Ecosystem

The image shows a screenshot of the LinkedIn Learning website. At the top left is the LinkedIn logo followed by the text "LEARNING WITH Lynda.com CONTENT". To the right of the logo is a "Topics" menu icon. Further right is a search bar with the placeholder text "Search for skills, subjects or software" and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are "Sign in" and "Start free trial" links. Below the navigation bar is a horizontal menu with the text "Solutions for:" followed by "Business", "Higher Education", "Government", and "Buy For My Team". The main content area features a large background image of a woman's face on the right side. The headline reads "A revolution in learning. The evolution of you." Below the headline is the text "Learn the most in-demand business, tech and creative skills from industry experts." and a blue button that says "Start my free month". Below the button is the text "Need to train your team? Learn more." At the bottom of the page are three category tabs: "Business" (which is underlined), "Creative", and "Technology". There are also two circular icons on the right side of the main content area: a green one with a paint palette and a blue one with a gear.

in LEARNING
WITH Lynda.com CONTENT

Topics

Search for skills, subjects or software

Sign in Start free trial

Solutions for: Business Higher Education Government | Buy For My Team

A revolution in learning.
The evolution of you.

Learn the most in-demand business, tech and creative skills from industry experts.

[Start my free month](#)

Need to train your team? [Learn more.](#)

Business Creative Technology

Outras redes profissionais

Bayt: Tem por objetivo anunciar as oportunidades de carreira na região do Golfo Pérsico e Oriente-médio. Tunísia, Iraque, Emirados Árabes.

Disponível nos idiomas árabe, francês e inglês, o Bayt oferece recurso de login e de criação de perfil, usando as credenciais do Facebook e/ou do Google Plus (sua conta Gmail). Uma das coisas mais legais está na criação do seu CV em vídeo.

Xing: Acessível nos idiomas alemão, português, inglês, francês, italiano, holandês, polonês, russo, turco, chinês e espanhol.

A alemã Xing, também concentrada em unir interesses profissionais, sejam estes de procura por oportunidades de trabalho, recrutamento ou joint-ventures, tem perto de 13 milhões de membros, com pouco menos de a metade do próprio país de origem.

Além de pesquisar por vagas, dá para procurar por projetos com prazo de duração determinado usando palavras chave. É uma maneira de encontrar vagas temporárias.

Outras redes profissionais

Ryze: Ela foi uma das primeiras redes profissionais no mercado em 2001. A rede apresenta atualmente um número aproximado superior do que 1 milhão de profissionais e não tem a escala de outros ambientes digitais.

Viadeo: É de origem francesa e tem nos países francófonos como o seu maior contingente de usuários. Ela é muito popular na França e durante alguns anos deu sinais que poderia rivalizar com o LinkedIn.

BeBee: Ela tem sido apontada como a grande promessa das redes profissionais com mais de 11 milhões de utilizadores. Nasceu em 2015 pela mão de dois espanhóis e já se espalhou por todo o mundo.

Opportunity: A rede gera *leads* para cada usuário por localização e área de interesses. Assim, cada um identifica suas competências que deseja destacar, bem como perfil da vaga procurado. Tais funcionalidades fazem parte das contas avançadas.

Brand Ecosystem

Outras redes profissionais

Angel List: Rede profissional orientada para profissionais alinhados ao ecossistema empreendedor, procurando dar visibilidade às suas startups ou até para quem busca emprego nesta tipologia de organizações.

Mesmo para quem não está ligado ao meio, o espaço pode ser fértil em ideias de negócio interessantes ainda em fase experimental.





Obrigado