

JUNHO 2019

JOB045/2019  
iMarketing



# SUMÁRIO

**03** Glossário

---

**04** Metodologia

---

**05** Visão Geral: Cenários

---

**06** Cenário 1: Amazonas Shopping x Sumaúma Park Shopping

---

**08** Cenário 2: Amazonas Shopping x Shopping Cidade Leste

---

**10** Conclusão

---

# GLOSSÁRIO

## ■ Comentários

Contabiliza todos os comentários que os perfis realizaram nas publicações das páginas monitoradas.

## ■ Crescimento de fãs/seguidores

É baseada na quantidade de fãs ou seguidores novos, que curtem uma página, subtraindo-se o número de fãs ou seguidores que deixaram de curtir a página no mesmo período.

## ■ Curtidas

Referem-se à quantidade de reações/curtidas realizadas nas publicações das páginas monitoradas.

## ■ Desempenho

Avaliação de conteúdo próprio produzido por cada perfil social.

## ■ Engajamento

O percentual da taxa de engajamento é obtido por meio da soma de curtidas, compartilhamentos e comentários, dividida pela quantidade de fãs.

## ■ Engajamento por dia/hora

Indica quais intervalos de tempo funcionam melhor para postagens. Quanto maior for a bolha, mais publicações, e a cor mostra a intensidade da reação dos fãs. Quanto mais verde, mais curtidas, comentários e compartilhamentos.

## ■ Frequência

O número médio de postagens por dia, no período de tempo selecionado.

## ■ Hashtags

Uma palavra-chave que, antecedida pelo símbolo conhecido popularmente como “jogo da velha” (#), transforma-se em um hiperlink, no qual se agrupam diversos conteúdos sobre um determinado tema.

## ■ Insights

São pensamentos, análises, questionamentos e ideias que surgem de maneira repentina. Resolução súbita de uma situação-problema.

## ■ Matriz de engajamento

A matriz de engajamento tem quatro áreas. O objetivo é obter os pontos na área superior direita, onde o engajamento é alto e indica que você publica frequentemente.

## ■ Métricas

São um conjunto de dados de mensuração, que quantificam uma tendência, comportamento ou variável de negócio, permitindo medir e avaliar o desempenho de qualquer ação de marketing.

## ■ Número de fãs

Baseia-se na quantidade de pessoas que curtem as páginas monitoradas, no Facebook e Instagram.

## ■ Número de posts

Total de publicações produzidas pelas páginas, no Facebook e Instagram, no período monitorado.

## ■ Performance

Baseia-se nos valores de crescimento e engajamento. Combina ambas as figuras para fornecer um valor de estimativa, para um sucesso de páginas.

## ■ Redes sociais

Conexões entre grupos de pessoas, com o objetivo de compartilhar informações. Ferramentas utilizadas para se comunicar, como Facebook e Instagram.

# METODOLOGIA

**CLIENTE:** iMarketing

**TIPO/SÉRIE:** JOB045/2019

**PERÍODO DE ANÁLISE:** 13 de junho de 2019.

## OBJETIVOS

- Analisar o desempenho da página do Amazonas Shopping em cenários de confrontos distintos.
- Comparar os insights de desempenho do Amazonas Shopping, no Facebook, com as páginas oficiais de outros dois shoppings de Manaus: Sumaúma Park Shopping e Shopping Cidade Leste.

## COLETA

- Número de fãs;
- Crescimento de fãs;
- Engajamento;
- Interações;
- Tipos de publicações;
- Publicações por dia;
- Matriz de engajamento;
- Frequência de postagem;
- Palavras usadas com mais frequência.

Manaus, 13 de junho de 2019.

---

O material contido na presente obra, de cunho científico, é fruto da criação intelectual de Agência de Interatividade e Marketing (IMARKETING), inscrita no CNPJ sob o número 84.480.946/0001-92, e, portanto, recebe proteção de Direitos Autorais, independentemente de registro, nos termos das leis núm. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e número 12.965, de 23 de abril de 2014.

A reprodução e a circulação/distribuição da presente obra, por conseguinte, apenas serão permitidas mediante autorização expressa, previamente concedida pelo autor, seja a título oneroso ou gratuitamente, sob pena de responsabilização, na seara criminal, do provedor de conexões, e – tanto na seara criminal, quanto na cível – do provedor de aplicações e da pessoa, física ou jurídica, que a reproduza, circule/distribua de forma indevida, excetuadas as hipóteses de reprodução de material jornalístico ou de citação da obra para fins estudos, as quais são permitidas, desde que feitas com referência à fonte (nome do autor e origem da obra).

## CENÁRIOS

### ANÁLISE DE DESEMPENHO NO FACEBOOK

#### CENÁRIO 01

**Amazonas Shopping**



VS.



**Sumaúma Park Shopping**

#### CENÁRIO 02

**Amazonas Shopping**



VS.



**Shopping Cidade Leste**

AM Shopping

vs.

Sumaúma



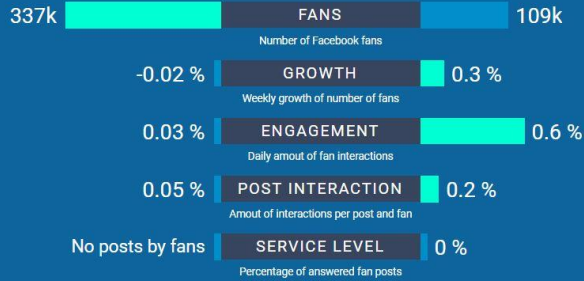
Amazonas Shopping

1 : 3

Sumaúma Park Shopping

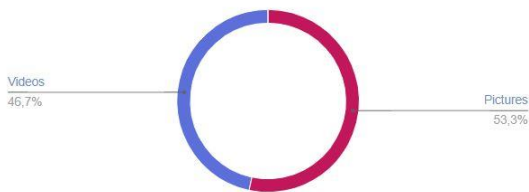


I WON!



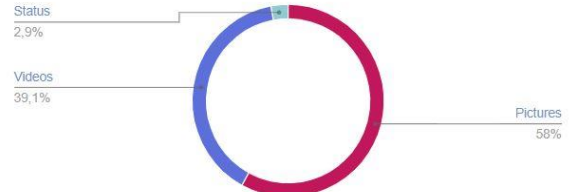
## Insights dos adversários

### TIPOS DE PUBLICAÇÃO



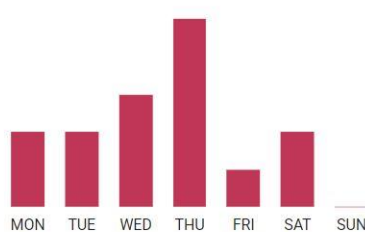
8 fotos e 7 vídeos.

### TIPOS DE PUBLICAÇÃO



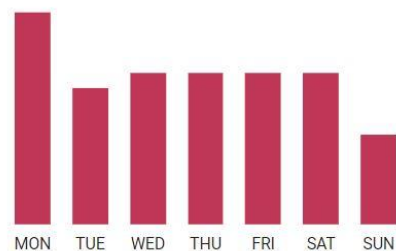
40 fotos; 02 status e 27 vídeos.

### PUBLICAÇÃO POR DIA (SEMANAL)



Média semanal: Seg. (2); Ter. (2); Qua. (3); Qui. (5); Sex. (1); Sáb. (2) e Dom (0).

### PUBLICAÇÃO POR DIA (SEMANAL)



Média semanal: Seg. (14); Ter. (9); Qua. (10); Qui. (10); Sex. (10); Sáb. (10) e Dom (6).

# Insights dos adversários

AM Shopping

vs

Sumaúma

## MATRIZ DE ENGAJAMENTO



Deve aumentar qualidade dos **vídeos**.

## MATRIZ DE ENGAJAMENTO



Deve manter a qualidade das **fotos**.

## FREQUÊNCIA DE PUBLICAÇÃO



Posta **ocasionalmente**.

## FREQUÊNCIA DE PUBLICAÇÃO



Tenta postar com **frequência**.

## PALAVRAS-CHAVE

tá Marque boa Shopping livre perder animação dança  
 16% aproveite Impostos escuro divertido pra através surpresa azul  
 aplicativo ganha inferior vemos Amazonas grande  
 segura programação festa desconto arraiá viu feitos melhor  
 chegar texto encontra Roça Eita \*Exclusivo noivas fundo hoje  
 semana namorados só coisa ESSE AmazonasShopping cidade  
 estacionamento até dia

## PALAVRAS-CHAVE

contará isso apaixonar presentes LojasSumaúma já evento  
 Dia conferiu opções ainda SumaParaVocê  
 Sumaúma seus gente SucessosDasTelonas essa sua vocês  
 DiaDosNamorados venham Esse  
 SumaúmaParkShopping  
 PaixõesDoSuma PresentesSumaúma  
 Namorados amor encontra olha aproveitar Cinema às  
 DiaNosNamorados vida Confram  
 ApaixonadosPeloSumaúma CinemaNoSuma curtir  
 VemProSumaúma DiaDosNamoradosSumaúma  
 só especialmente VemProSuma ai Alimentação Suma ao  
 esperando hoje UCI

Tamanho = Frequência; Verde = Alto nível de envolvimento; Vermelho = Baixo engajamento.

AM Shopping

vs.

Cidade Leste

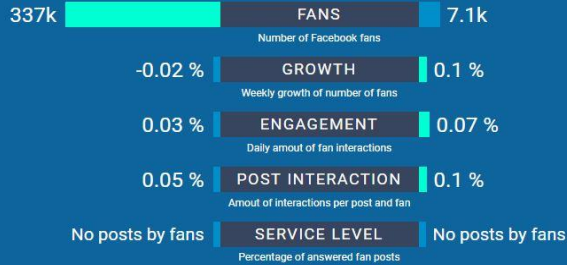


Amazonas Shopping

1 : 3

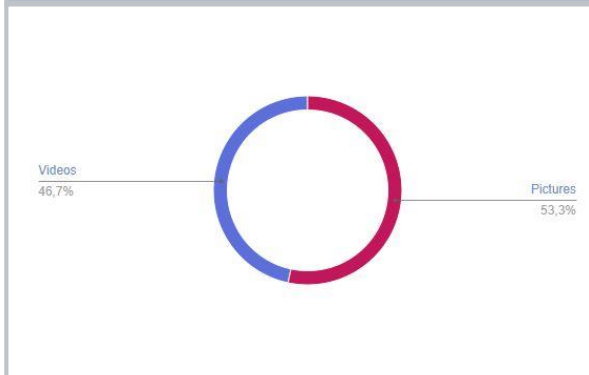
Shopping Cidade Leste

I WON!



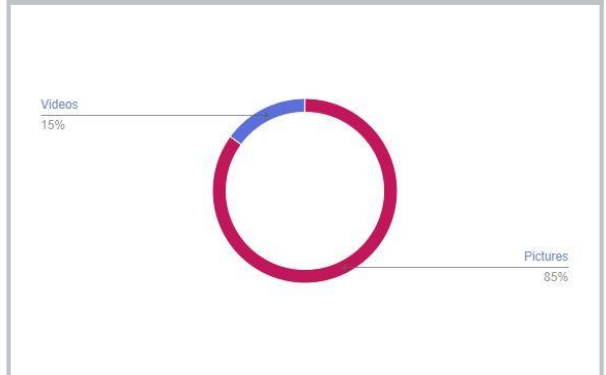
## Insights dos adversários

### TIPOS DE PUBLICAÇÃO



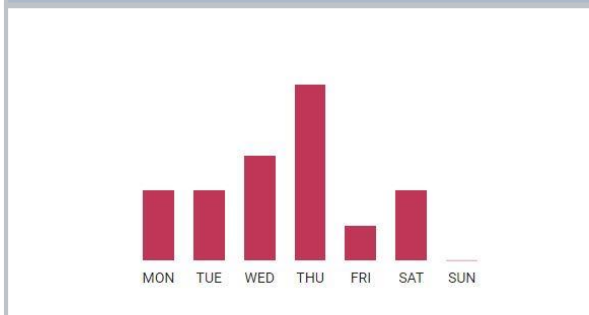
8 fotos e 7 vídeos.

### TIPOS DE PUBLICAÇÃO



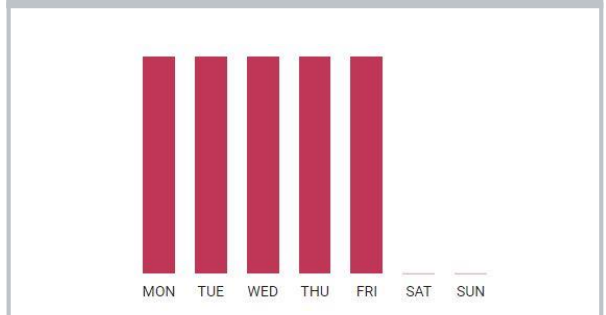
17 fotos e 3 vídeos.

### PUBLICAÇÃO POR DIA (SEMANAL)



Média semanal: Seg. (2); Ter. (2); Qua. (3); Qui. (5); Sex. (1); Sáb. (2) e Dom (0).

### PUBLICAÇÃO POR DIA (SEMANAL)



Média semanal: Seg. (4); Ter. (4); Qua. (4); Qui. (4); Sex. (4); Sáb. (0) e Dom (0).



# Insights dos adversários

AM Shopping

vs

Cidade Leste

## MATRIZ DE ENGAJAMENTO



Deve aumentar a qualidade dos **vídeos**.

## MATRIZ DE ENGAJAMENTO



Deve usar **vídeos** com mais frequência.

## FREQUÊNCIA DE PUBLICAÇÃO



Posta **ocasionalmente**.

## FREQUÊNCIA DE PUBLICAÇÃO



Posta **ocasionalmente**.

## PALAVRAS-CHAVE

Impostos fica namorados aproveite segura encontra  
 AmazonasShopping ao feitos azul animação coisa noivas 16% boa  
 Amazonas \*Exclusivo festa livre melhor perder desconto  
 pra programação vir grande hoje arraiá  
 Shopping aplicativo estacionamento Roça inferior cidade  
 dia esse escuro Marque vemos só texto até chegar  
 divertido através ganha fundo Eita surpresa tá

## PALAVRAS-CHAVE

shoppingcidadeleste Atendimento lojas  
 acompanhar amor hoje promoção salto  
 compraraquecomprarmelhor#roupasfemininas descontos diadospais  
 Manaus ao Matizador ofertas qualidade  
 presentepropapai cidadeleste cor Amazonas Açai  
 facilidade roupasinfantis compraraquecomprarmelhor  
 eletronicos makeupmanaus comepti saude venha Fica Cidade mês  
 Já dia Shopping novidade presente preço sua  
 melhorpreço perfumes pai omelhorpresente Vide proteção  
 namorados lojaderoupa infantil produtosdiversos Segunda

Tamanho = Frequência; Verde = Alto nível de envolvimento; Vermelho = Baixo engajamento.

# CONCLUSÃO

- **CENÁRIO 01:** Sumaúma Park Shopping leva vantagem de 3 a 1 na disputa com o Amazonas Shopping, vencendo em **crescimento** (0,3% contra -0,02), **engajamento** (0,6% contra 0,03%) e **interações** (0,2% contra 0,05%). O Amazonas Shopping ganha apenas em número de fãs (337.000 contra 109.000).
- Quanto à frequência de postagens, a página do Amazonas Shopping costuma publicar mais às quintas, com uma média de 5 publicações, enquanto o Sumaúma parece preferir as segundas-feiras, com uma média de 14, no período monitorado.
- A distribuição de conteúdo ocorre de maneira semelhante nas duas páginas, o Amazonas Shopping tem uma distribuição de 8 imagens e 7 vídeos, enquanto o Sumaúma, 40 imagens, 27 vídeos e 2 atualizações de status.
- **CENÁRIO 02:** No confronto com o Shopping Cidade Leste, o Amazonas Shopping também perde em três categorias: **crescimento** (-0,02% contra 0,1%), **engajamento** (0,03% contra 0,07%) e **interações** (0,05% contra 0,1%). Em número de fãs, o Amazonas Shopping vence de 337.000 contra 7.100 fãs.
- A frequência de publicação varia bastante neste cenário. Enquanto o Amazonas Shopping publica mais às quintas-feiras, o Shopping Cidade Leste mantém uma constância de 4 publicações diárias, no período de segunda a sexta-feira.
- A distribuição de conteúdo ocorre de maneira semelhante nas duas páginas, o Amazonas Shopping tem uma distribuição de 8 imagens e 7 vídeos, enquanto o Cidade Leste 17 imagens e 3 vídeos.

## **IMARKETING AGÊNCIA DIGITAL**

A **iMarketing Monitoramento** é um núcleo integrante da empresa iMarketing, que desenvolve projetos de acompanhamento on-line do comportamento da audiência dos canais digitais em relação à sua marca ou negócio, buscando os melhores resultados e um impacto mais positivo junto ao público-alvo.

A empresa possui também a **iMarketing Agência Digital** (Gestão de redes sociais, Gestão de mídia paga, Marketing de conteúdo, Estratégia digital, Produção multimídia, Planejamento estratégico, Gestão de campanhas e Produtos e serviços on demand) e a **iMarketing Pesquisa** (Pesquisa quantitativa, Pesquisa qualitativa e Análise de dados).

## **FICHA TÉCNICA**

CEO Durango Duarte

COORDENAÇÃO Rayanna Moreira

ANALISTA Mayara Albuquerque

ANALISTA Beatriz Pinheiro

ANALISTA Rebeca Osório

ANALISTA Victor Guimarães

ANALISTA Gabriela Alves

REVISÃO Thaisa Graminho

## **CONTATO**

Para mais informações, acesse [imarketing.digital](http://imarketing.digital).