BENCHMARKING

DIGITAL

ELEIÇÕES 2020

CANDIDATOS À PREFEITURA DE MANAUS

JOB 143

imarketing
Agência Digital

SUMÁRIO

3 Glossário

4 Objetivos

5 Metodologia

6 Performance Facebook

13 Análise Resumida Facebook

14 Performance Instagram

18 Análise Resumida Instagram

GLOSSÁRIO

Benchmarking

Benchmarking mostra o desempenho de sua empresa em comparação com o resto do setor. Os gráficos no relatório ajudam você a ver o quão forte é sua presença nas redes sociais em comparação com outros perfis.

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.

Reações/Curtidas

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

Engajamento

É o envolvimento emocional do consumidor com a sua marca, que vai além do número de seguidores em uma rede social e curtidas em uma postagem. É a interação e o relacionamento com a marca.

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.

Mídias sociais

É uma conexão entre um grupo de pessoas, com o objetivo de compartilhar informações. Ferramentas utilizadas para se comunicar, como Facebook e Instagram.

Número de fãs/seguidores

Baseia-se na quantidade de pessoas que curtem as páginas monitoradas.

Performance

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

Posts

São todos os tipos de publicações feitas por determinada página ou perfil nas mídias sociais.

OBJETIVOS

Esse relatório tem como objetivos:

- explorar a ciência e a visualização de dados para torná-las tangíveis e acessíveis para o consumo da sociedade;

- trazer à sociedade um debate conceitual e reflexões referentes ao âmbito de dados e às aplicações de monitoramento de mídias sociais;

- acompanhar, numa visão holística, atividades e comportamentos de perfis profissionais nas mídias sociais, a fim de produzir conteúdo informativo e de credibilidade ao mercado;

- evidenciar a importância do Monitoramento e da Pesquisa em Mídias Sociais para tomadas de decisões estratégicas de comunicação, tais como relacionamento, planejamento de campanhas, desenvolvimento de produtos e análise de tendências;

- analisar, utilizando-se das principais métricas do mercado, o desempenho dos candidatos à Prefeitura de Manaus nas principais mídias sociais – Facebook e Instagram;

- ranquear o desempenho de cada candidato em cada métrica analisada nas mídias sociais citadas.

OBSERVAÇÕES:

- a coleta das páginas se deu por meio de *links* disponibilizados nos sites dos candidatos, quando não disponível, foi feita coleta manual em cada rede e mecanismos de pesquisas na internet;

- desconsideramos a origem dos fãs/seguidores para inclusão neste estudo;

- a **iMarketing** não se responsabiliza por: compra de fãs/seguidores e curtidas, bem como os conteúdos publicados por qualquer perfil analisado;

- para esta análise, foram selecionados somente os **Candidatos à Prefeitura de Manaus** que possuem *fanpages* e perfis **públicos/comerciais**, no **Facebook** e no **Instagram**.

METODOLOGIA

PERÍODO DE ANÁLISE: 27/09 a 03/10

O estudo é dividido em duas fases. A primeira é caracterizada pela coleta de dados por meio da extração de informações das mídias sociais Facebook e Instagram, durante o período pré-determinado. Realizada a captação, a segunda fase é estabelecida com a tabulação e a interpretação dos dados da base extraída, formando um ranqueamento com as métricas analisadas.

Os dados foram coletados pela ferramenta Fanpage Karma, que possibilita monitorar diferentes indicadores de desempenho do perfil profissional de um usuário nas mídias sociais, como horários de maior alcance, frequência diária, postagens de maior engajamento, tipos de reações e conteúdos, *hashtags* mais usadas etc.

As cinco métricas coletadas foram as seguintes:

- **Fãs/Seguidores;**
- **Crescimento de fãs/seguidores;**
- **Reações/Curtidas;**
- **Engajamento;**
- **Número de *posts*.**

OBSERVAÇÕES:

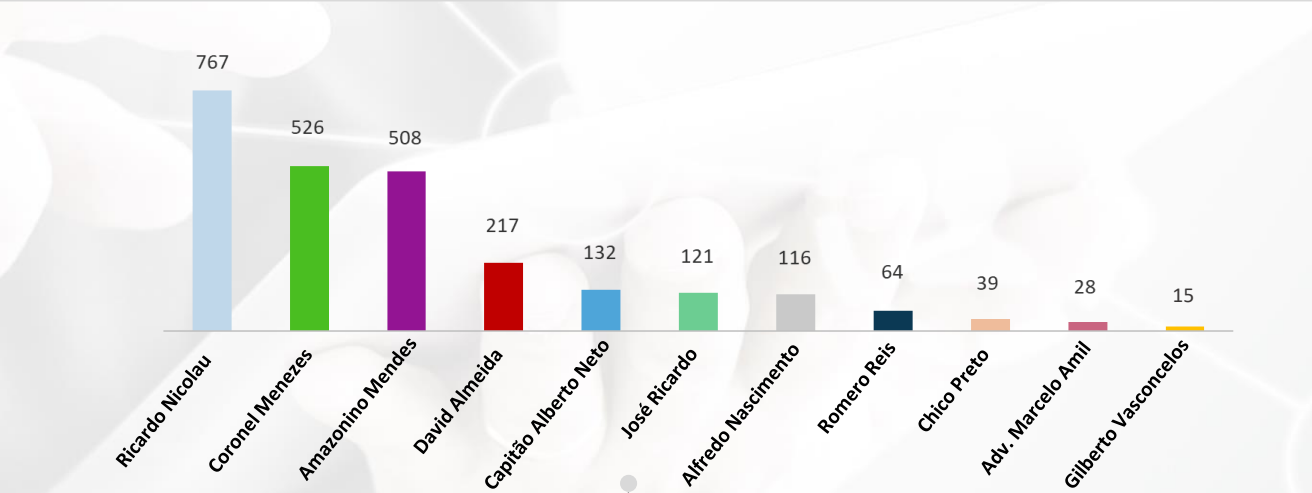
- Esse estudo será realizado semanalmente, contendo as principais métricas e informações das páginas/perfis dos candidatos ao longo do período eleitoral.

FACE BOOK

FÃS

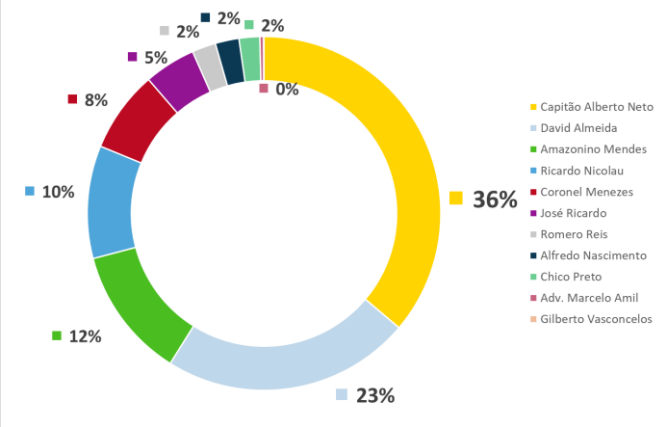
Dando início a 2ª semana de análise das páginas dos candidatos a prefeito de Manaus, observamos que o ranking de número de fãs não sofreu alteração. Cada candidato ganhou novos seguidores, mas se mantiveram na mesma colocação. Prova disso, o topo continua sendo dominado por **Alberto Neto**, com mais de **800.434** fãs, enquanto que a segunda maior página, pertence ao candidato **David Almeida**, com **84.932**.

CRESCIMENTO DE FÃS



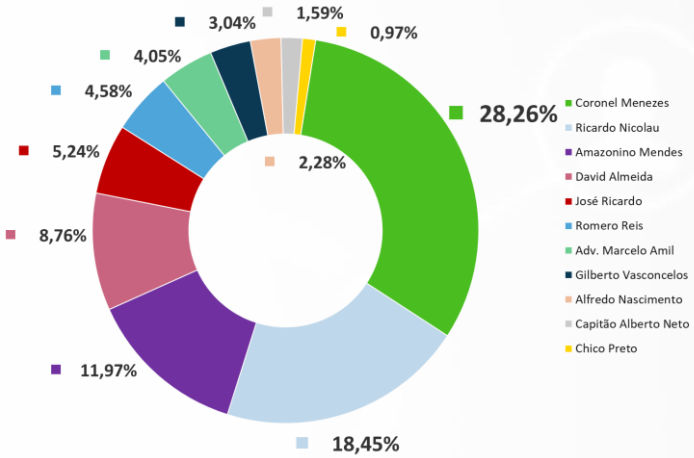
Analisando os dados de crescimento de fãs, notamos uma diferença do que foi observado na 1ª semana. Isso porque, durante o período de 27 de setembro até 3 de outubro, a *page* do candidato **Ricardo Nicolau** recebeu um grande número de novos seguidores, foram mais de **767**. Um número expressivo que pode ser reflexo de um gerenciamento assíduo. Além dele, outras páginas também conseguiram bons números de novos fãs, foram eles: **Coronel Menezes**, com **526**, e **Amazonino Mendes**, com **508**.

REAÇÕES



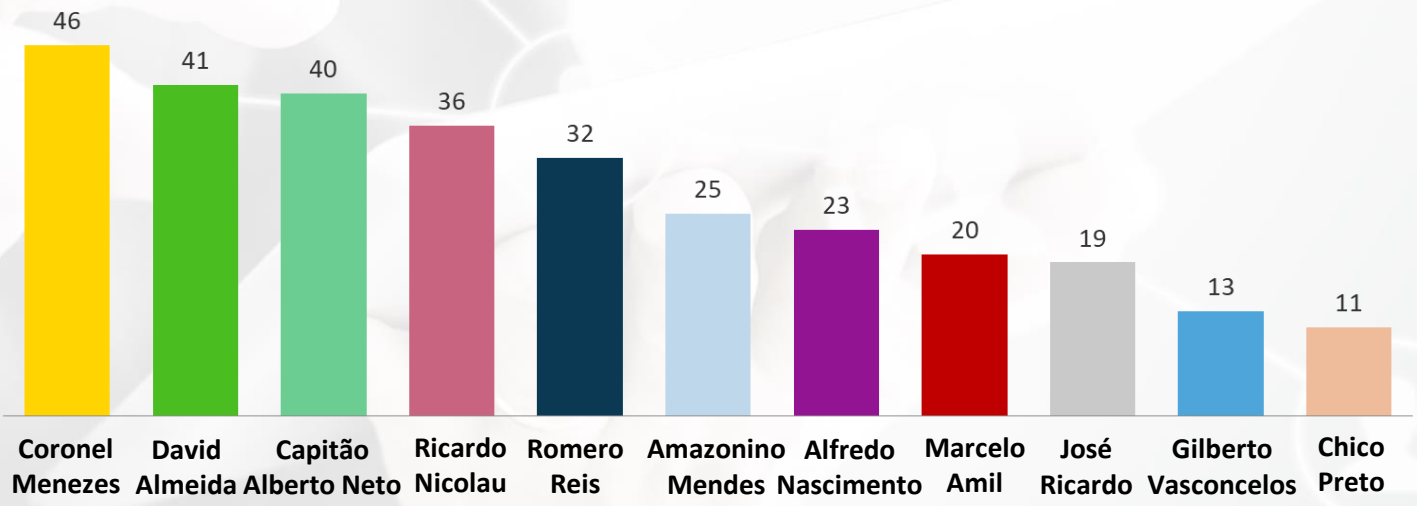
Esta segunda semana também mostrou uma melhora na taxa de reações. A página no Facebook do **Capitão Alberto Neto** continua aparecendo em primeiro com **36**%. No entanto, outros candidatos como **David Almeida** (**23%**) e **Amazonino Mendes** (**12%**), não estão distantes de alcançar esse resultado.

ENGAJAMENTO



Com a taxa de engajamento, houve também bons resultados das páginas. **Coronel Menezes** continua dominando esse métrica com seus **28,26%** de engajamento. No entanto, o candidato **Ricardo Nicolau** pode se aproximar facilmente, se continuar investindo em posts com a temática pessoal e propostas de gestão.

NÚMERO DE POSTS



Ao longo dessa segunda semana, as páginas de alguns candidatos começaram a se movimentar cada vez mais. Se antes **Alberto Neto** (**40**) era o principal destaque, devido a sua exemplar frequência, agora, outras *pages* como a de **Coronel Menezes**, com **46** publicações e **David Almeida**, com **41** posts, intensificaram seus trabalhos.

VALOR GASTO – **FACEBOOK ADS**

Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.

7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

R$ 9.675

Ver detalhes de gastos

Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.

7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

R$ 4.448

Ver detalhes de gastos

Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.

7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

R$ 732

Ver detalhes de gastos

Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.

7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

≤R$ 100

Ver detalhes de gastos

Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.

7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

R$ 0

VALOR GASTO – **FACEBOOK ADS**

Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.
7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

R$ 0

Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.
7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

R$ 0

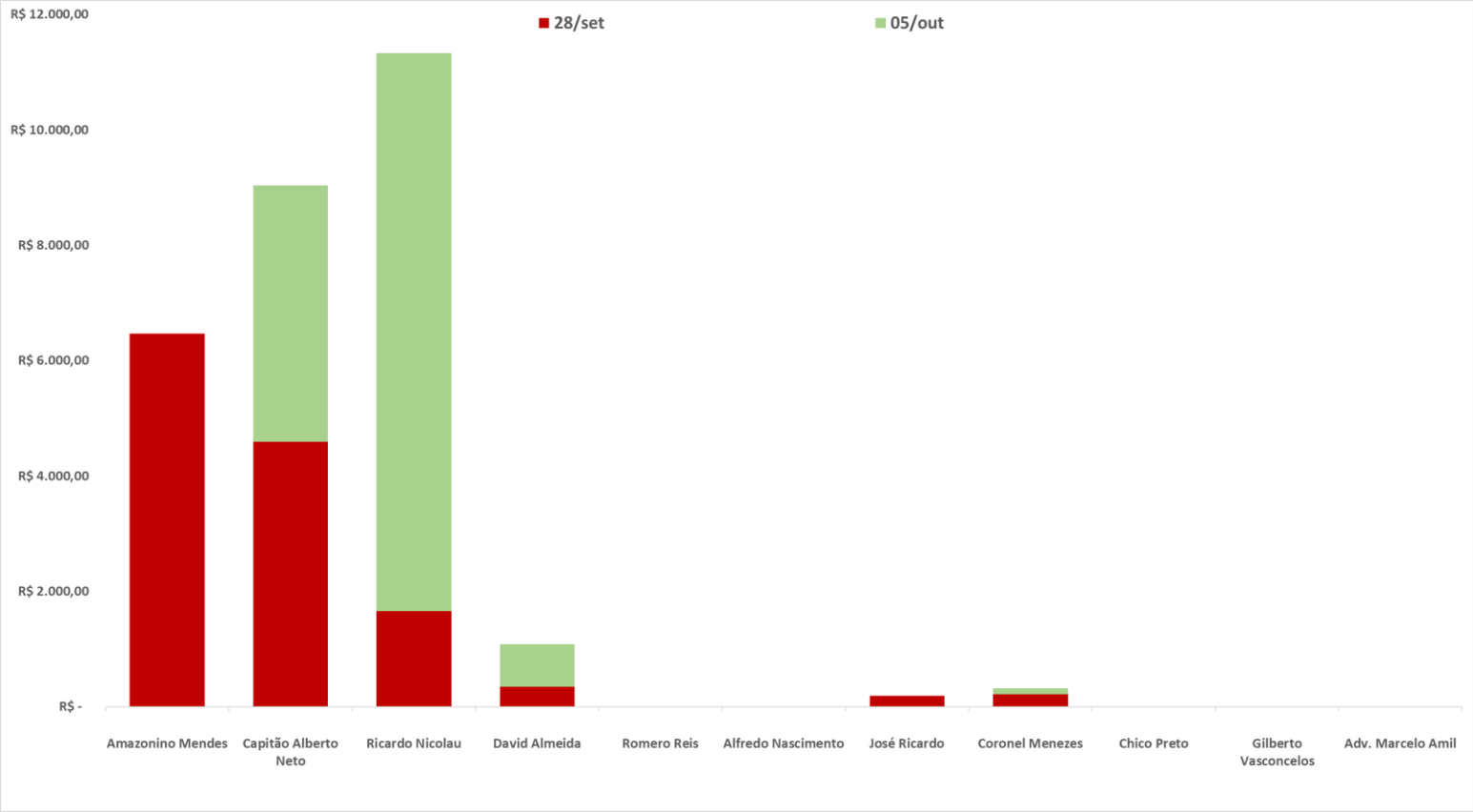
Recentemente gasto pela Página em anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.
7 dias • 27 de Set - 3 de Out de 2020
Brasil

R$ 0

Os dados de anúncios mostrados nessa análise foram retirados da biblioteca de anúncios da própria plataforma do Facebook, por meio do Facebook ADS, onde estão disponíveis, de forma transparente, o valor que cada candidato investiu em anúncios/posts voltados aos temas sociais, eleições ou política, conforme mostrado.

Os candidatos **Gilberto Vasconcelos**, **Marcelo Amil** e **Alfredo Nascimento** não possuem registro de anúncio recente. O candidato **Coronel Menezes** continua patrocinando peças eleitorais sem a identificação de "Pago por". No período eleitoral, os anúncios devem ser identificados com o rótulo de eleições, caso isso não ocorra, o material pode ser removido, por descumprimento das regras de rede do próprio Facebook.

EVOLUÇÃO DOS VALORES GASTOS – **FACEBOOK ADS**



Durante a 2ª semana, apenas alguns candidatos apareceram na ferramenta do Facebook, como principais investidores de posts pagos sobre política e eleições. Desta vez, não houve registro de investimento do candidato **Amazonino Mendes**, que na primeira semana apareceu como sendo o principal destaque dos posts patrocinados. Diante disso, **Ricardo Nicolau** assume o posto, com um investimento de R$ **9.675,00**, em publicações patrocinadas. Na 1ª semana, o candidato havia investido **R$ 1.658,00**.

O segundo lugar ficou com a página do candidato **Capitão Alberto Neto**, com mais **R$ 4.448,00** registrados para essa semana. Na primeira semana, o candidato havia investido **R$ 4.590,00**. É importante frisar que publicações pagas ajudam os perfis a ganharem um maior alcance e assim divulgarem melhor as principais propostas para uma futura gestão.

TOP POSTS

9/29/20 10:12 PM
Capitão Alberto Neto
12k
NINGUÉM FICA PARA TRÁS! Agora é cadeia sem dó e sem piedade para aqueles que maltratam animais! Primeiro governo que dá a devida importância e cuidado aos...

9/27/20 12:01 AM
Capitão Alberto Neto
3.3k
Minha foto oficial de campanha! 😉 E aí, ficou boa? #Capitão10 Coloque o tema do #TimeCapitão10 no seu perfil. 👋🤚 Clique aqui: http://bit.ly/TimeCapi...

10/2/20 11:02 PM
Capitão Alberto Neto
3.3k
Nosso trabalho a gente faz assim: somando a opinião de cada pessoa pra conquistar resultados para todos. Hoje foi ouvindo os moradores do bairro Armando Me...

10/3/20 11:33 AM
David Almeida
3.1k
Olá, pessoal! Eu, a Fernanda Aryel e o Gabriel estávamos no culto, alimentando nossa mente e espírito com a palavra do nosso Senhor! Desejamos um feliz sába...

9/30/20 11:30 AM
Capitão Alberto Neto
3.0k
Aqui em Brasília com o nosso presidente Jair Messias Bolsonaro que mandou um recado para todos os amazonenses. TMJ, Presidente!! BR Uma honra ter sido es...

9/27/20 10:49 AM
David Almeida
2.9k
Bom dia, meus amigos(as)! 😄 Desde pequeno escuto minha amada mãe falar este Salmo. "Nenhum mal te sucederá, nem praga alguma chegará à tua tenda. Porque a...

9/27/20 12:13 AM
David Almeida
2.7k

9/27/20 2:56 PM
Capitão Alberto Neto
2.6k
Chegando as fotos da nossa grande carreata! 😃 Foi emocionante estar junto com a minha família, recebendo o carinho de muitas pessoas nos seus carros e tam...

10/3/20 8:00 AM
Capitão Alberto Neto
2.5k
Bom Dia Meus Amigos! Mãe sabe de tudo não é mesmo? A minha mãe um dia me falou que deixaria a melhor herança que eu poderia ter e que ninguém a roubaria ...

9/30/20 7:53 AM
Capitão Alberto Neto
2.5k
Muito orgulho por ter sido considerado o parlamentar mais transparente do Brasil pelo Congresso em Foco. Transparência significa compromisso com você e resp...

Frisamos que os **Top Posts** contabilizam as publicações mais curtidas, independente se são orgânicos ou pagos pelos perfis analisados neste relatório.

ANÁLISE RESUMIDA

- Durante o estudo dessa segunda semana, que teve o período de análise de 27 de setembro a 3 de outubro, observou-se um melhor desenvolvimento das páginas de alguns dos principais candidatos que já haviam sido mencionados na 1ª semana de análise. Dentre eles estão: **Capitão Alberto Neto**, **Ricardo Nicolau**, **David Almeida**, **Amazonino Mendes** e **Coronel Menezes**.

- Entretanto, o principal destaque continua com a exemplar gestão da página do Facebook de **Alberto Neto**. Mesmo perdendo em algumas métricas como mostrado no relatório, o número de reações por posts que alcançou **36%** (**59.576** reações), bem como sua frequência assídua de posts (**40**), mostram a força que a *page* continua possuindo. Além disso, o candidato continua dominando os top posts, com seus conteúdos se destacando tanto na temática pessoal do dia a dia, quanto na parte política.

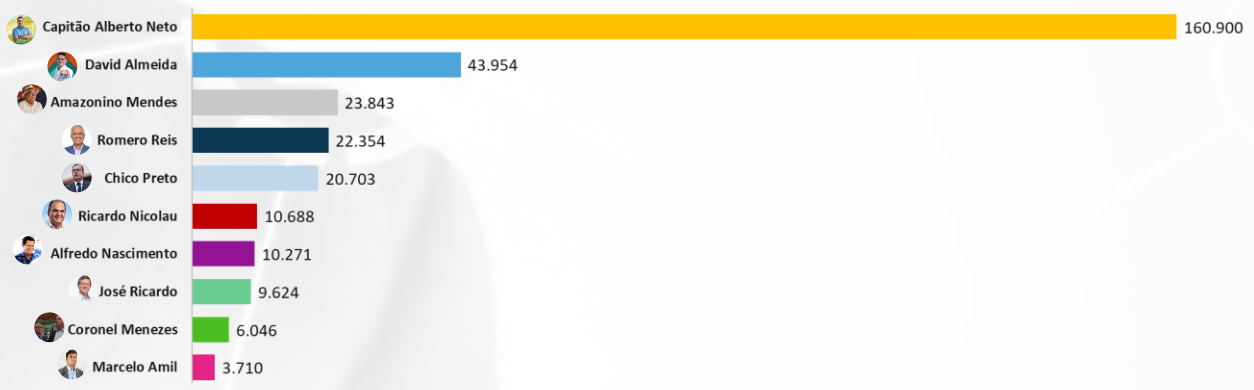
- Outra página que continua crescendo é a do candidato **Ricardo Nicolau**. Sua presença nessa mídia tem sido bem aceita, possuindo uma boa taxa de engajamento, cerca de **18%**, além de um crescimento exorbitante de novos fãs, mais de **767**, no período analisado. O candidato, investiu bastante em posts pagos, o que aumentou seu alcance e consequentemente melhorou seu perfil em outras métricas.

- Outras páginas que se destacaram, foram as dos candidatos: **Amazonino Mendes**, **Coronel Alfredo Menezes** e **David Almeida**. **Amazonino** com seus **11,97%** de engajamento, **Coronel Alfredo Menezes**, com seus **46** posts divulgados e **David Almeida** com o destaque em conteúdo de publicações dos top posts, disputando um bom desempenho com seus adversário **Alberto Neto**.

- Devemos lembrar que com o início dos debates eleitorais, como ocorreu nessa semana analisada, os candidatos começam a ganhar maior visibilidade do público. Diante disso, a importância de investir em publicações que melhorem seu alcance e simpatia com o público faz-se extremamente necessária.

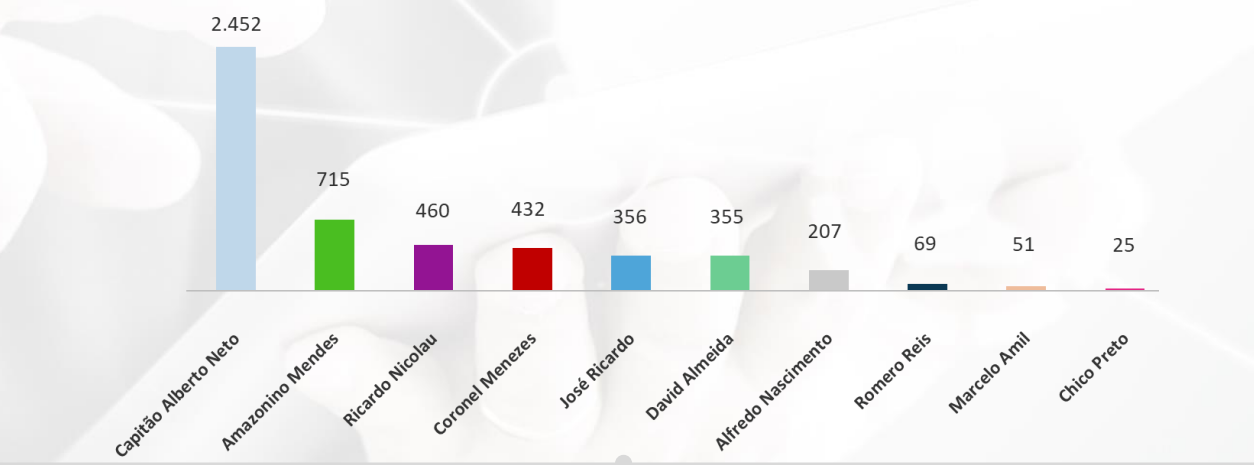
INSTA GRAM

SEGUIDORES



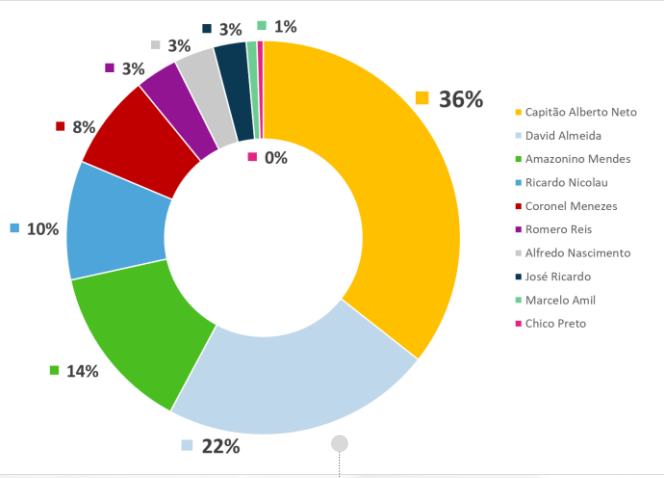
No Instagram, nenhuma mudança foi visualizada neste ranking. **Capitão Alberto Neto** continua liderando a métrica com seus **160.900** seguidores, um número difícil de ser superado, tendo em vista a média de seguidores de seus adversários. O segundo melhor perfil, ficou com **David Almeida**, devido aos seus **43.954** seguidores.

CRESCIMENTO DE SEGUIDORES



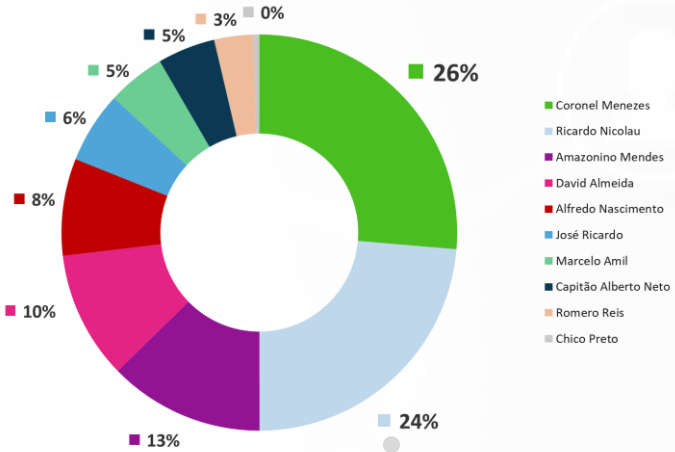
Desta vez, o impulsionamento de novos seguidores mostrou uma vantagem imensa do candidato **Capitão Alberto Neto** sobre seus adversários. Foram registrados, nessa segunda semana, mais de **2.452** novos seguidores para o perfil do capitão. **Amazonino Mendes** e **Ricardo Nicolau** também têm crescido no Instagram com seus novos seguidores. Foram obtidos, respectivamente, **715** e **460**. No entanto, nenhum conseguiu se aproximar do número de **Alberto Neto**.

CURTIDAS



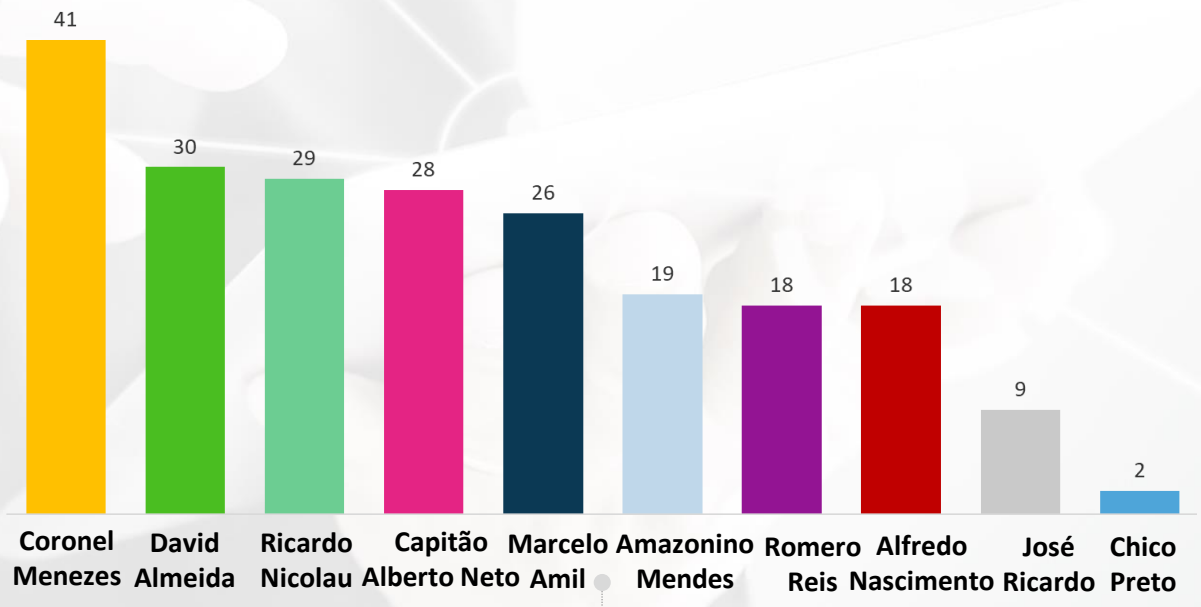
No Instagram, os perfis de outros candidatos também têm melhorado, comparado a 1ª semana. Mesmo com **Alberto Neto**, alcançando novamente a 1ª posição, com sua taxa de **36%** de curtidas, outros candidatos, como **David Almeida** (**22%**), **Amazonino Mendes** (**14%**) e **Ricardo Nicolau** (**10%**), possuem capacidade para se aproximar.

ENGAJAMENTO



Com a métrica de engajamento, notamos um desempenho melhor de alguns candidatos. Ainda com o **Coronel Alfredo Menezes** conseguindo o destaque, com **26%** de engajamento, o perfil de **Ricardo Nicolau** se aproxima, com **24%**. Caso mantenha esse desempenho da página, **Nicolau** facilmente conseguirá superar **Menezes**.

NÚMERO DE POSTS



Ao longo do período analisado, o candidato que mais publicou no feed do Instagram foi o **Coronel Alfredo Menezes**, com mais de **41** posts. Logo abaixo, **David Almeida** e **Ricardo Nicolau**, se aproximam, com respectivamente, **30** e **29** conteúdos. Diferente da 1ª semana, podemos notar uma intensificação das páginas em realizar uma frequência maior, tanto nos stories quanto em publicações para o feed.

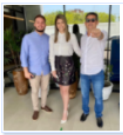
TOP POSTS

NO PICTURE

9/30/20 8:24 PM — 6.3k
Capitão Alberto Neto
É OFICIAL!! 🙏💪 A MEDIDA PROVISÓRIA que aumenta a margem do consignável em 5% acabou de ser assinada pelo presidente Bolsonaro! Estou retornando para Manau...

9/27/20 2:41 PM — 3.3k
Capitão Alberto Neto
Chegando as fotos da nossa grande carreata! 😍 Foi emocionante estar junto com a minha família, recebendo o carinho de muitas pessoas nos seus carros e tam...

9/29/20 10:13 PM — 3.2k
Capitão Alberto Neto
NINGUÉM FICA PARA TRÁS! Agora é cadeia sem dó e sem piedade para aqueles que maltratam animais! Primeiro governo que dá a devida importância e cuidado aos ...



10/3/20 11:32 AM — 2.4k
David Almeida
Olá, pessoal! Eu, a Fernanda Aryel e o Gabriel estávamos no culto, alimentando nossa mente e espírito com a palavra do nosso Senhor! Desejamos um feliz s...

9/27/20 12:04 AM — 2.3k
Capitão Alberto Neto
Minha foto oficial de campanha! 😉 E aí, ficou boa? #Capitão1 0 BR Coloque o tema do #TimeCapitão10 no seu perfil. 👇 👌 O link está nos stories.

9/27/20 1:34 PM — 2.1k
Amazonino Mendes
Minha gente, neste domingo ensolarado, em nossa amada capital, aproveitei para dar um volta na Feira da Compensa. Dentro do possível, com essa pandemia, esto...

NO PICTURE

9/30/20 10:14 AM — 2.1k
Capitão Alberto Neto
Aqui em Brasília com o nosso presidente JairMessiasBolsonaro que mandou um recado para todos os amazonenses. TMJ, Presidente!! BR Uma honra ter sido escol...

10/2/20 12:40 AM — 2.0k
Capitão Alberto Neto
Obrigado a todos que acompanharam o #DebateNaBand! 💪 BR Essa foi a primeira de várias oportunidades que teremos para discutir nossos compromissos e projet...

9/27/20 2:29 AM — 1.7k
Capitão Alberto Neto
Começando a campanha com o pé direito. Uma campanha de esperança, de verdade, com o compromisso com o futuro de Manaus. Futuro da pequena Maria Gabriela e de...

9/27/20 9:22 AM — 1.7k
Capitão Alberto Neto
Bom dia, time!! BR Estou na av. das Torres com meu vice orsinejr nos preparativos para a nossa grande CARREATA! 🚗🚙🚚🏍 Se você estiver aqui conosco tire...

Frisamos que os **Top Posts** contabilizam as publicações mais curtidas, independente se são orgânicos ou pagos pelos perfis analisados neste relatório.

ANÁLISE RESUMIDA

- Novamente, o perfil de **Alberto Neto**, continua obtendo o melhor desempenho. Além disso, sua conta no Instagram tem progredido, principalmente em seu número de novos seguidores. Ao longo dessa semana, foram registrados mais de **2 mil** novos seguidores, um número impressionante para uma página alcançar em apenas 7 dias.

- Além disso, o perfil também se destaca em número de curtidas em seus posts e, consequentemente, nos top posts. Fato é que, os conteúdos divulgados por **Neto**, possuem um índice superior aos seus adversários.

- Mesmo com **Alberto Neto** sendo o principal destaque, outros perfis melhoraram seus desempenhos nessa segunda semana. Prova disso, temos o perfil do candidato **Ricardo Nicolau** conseguindo cerca de **24%** de taxa de engajamento para seu perfil. Além disso, sua frequência de posts é considerada boa, podendo aumentar cada vez mais ao longo do período eleitoral.

- **David Almeida** e **Coronel Menezes** também têm sido presentes nessa mídia, disputando para superar algumas métricas com **Alberto Neto**. **Menezes**, com sua taxa de engajamento ainda alta, **26%**, e **Almeida** com seu número de curtidas nos posts, cerca de **22%** (**22.179** *likes*).

- **Amazonino Mendes** também tem sido exemplar com seu gerenciamento de página, o uso através da utilização de memes e assuntos do momento, colhe um tipo de divulgação e curtidas mais orgânicas para seu perfil, e tem sido bem aceita pelo público que o segue. É importante para os demais candidatos, investir em estratégias que organizem seu feed, focando em mais divulgações e conteúdos em um formato atrativo para o público.

CEO	**Durango** Duarte
COORDENAÇÃO	**Lucianna** Sobreira
ANALISTAS	**Alice** Pereira **Gabriela** Alves **João** Brito **Raphaela** Cidade **Thaissa** Graminho
REVISÃO	**Antônio** Duarte

(92) 98455-6826

imarketing.digital

imarketing.agencia

imarketing.agencia

BENCHMARKING DIGITAL ELEIÇÕES 2020

imarketing Agência Digital