

INDICADORES / MONITOR DE CELEBRIDADES / GfK

Raí ajuda Caixa na venda de imóveis

Celebridade com maior variação positiva em inserções, ex-jogador estrela campanha do Feirão da Casa Própria, que gerou R\$ 11 bilhões em negócios

Ídolo do São Paulo e dirigente da Fundação Gol de Letra, o ex-jogador Raí é a celebridade do mês de julho da pesquisa realizada pela GfK, em parceria com AirStrip e Controle da Concorrência.

O levantamento realizado em maio pelo Controle da Concorrência identificou que Raí foi a celebridade com maior variação

positiva no número de inserções em comerciais veiculados na TV aberta em São Paulo, na comparação com o mês anterior.

O ex-jogador atuou como garoto-propaganda da Caixa Econômica Federal, notadamente nos comerciais criados pela Nova/SB para divulgar o Feirão da Casa Própria, realizado entre abril e junho.

Com foco no financiamento de habitações populares, a edição 2015 do feirão precisou de ampla divulgação publicitária, especialmente nas 14 cidades que sediaram o evento. A Caixa informa que o feirão recebeu quase 300 mil visitas e movimentou R\$ 11 bilhões em negócios.

Apesar dos trabalhos sociais, Raí já es-

tá aposentado dos gramados há 15 anos e isso faz com que 74% da amostra acredite que seu melhor momento já passou ou que sua popularidade é menor do que já foi um dia. Já Neymar, o maior astro do futebol brasileiro atual, é considerado por 83% como no auge da profissão ou totalmente em ascensão.

Celebridades que mais apareceram em comerciais em maio

Top 10	Inserções	Categorias	Marcas
Luciano	1265	Mercado Financeiro e Seguros, Comércio e Varejo	Embracon Fácil e Marabraz
Zezé Di Camargo	1265	Mercado Financeiro e Seguros, Comércio e Varejo	Embracon Fácil e Marabraz
Gisele Bündchen	820	Higiene Pessoal e Beleza, e Serviços de Telecomunicação	212 Vip Rose, Oral B, Pantene e Sky
Bruno de Luca	713	Comércio e Varejo	Decolar.com
Raí	621	Mercado Financeiro e Seguros	Caixa Econômica Federal (Feirão da Casa Própria)
Dinho Ouro Preto	532	Comércio e Varejo	Decolar.com
Ingrid Guimarães	515	Comércio e Varejo	Decolar.com
Xuxa	489	Higiene Pessoal e Beleza, e Serviços ao Consumidor	Cicatricure e Casa X
Bruno Gagliasso	484	Comércio e Varejo	Decolar.com
Carolina Dieckmann	447	Comércio e Varejo	Decolar.com e Francis/Flora

Conhecimento*

86%

Intensidade de conhecimento**

6,5

Agrado**

5,9

*Com estímulo fotográfico sem menção do nome da celebridade (%) ** Média (escala de 1 a 10)

Momento carreira



Destaque do mês

No início de carreira, Raí era conhecido por ser irmão de Sócrates, outro jogador que fez história no futebol brasileiro. Com o tempo, a celebridade de destaque no mês de julho foi conquistando personalidade própria e passou a ser identificado como alguém educado, inteligente e talentoso. Os três atributos formam o grupo de características com o maior potencial para serem transferidas às marcas, segundo o estudo da GfK.

Além disso, sua afetividade é alta, pois quando é mencionado, as citações são sempre com carinho ou de maneira neutra. Raí alcança nível de agradabilidade inferior à norma do banco de dados da GfK, porém acima da avaliação de Vitor Belfort e

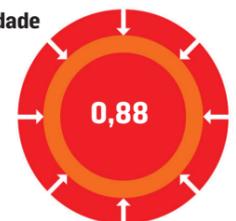


Xuxa. A apresentadora foi o destaque do mês de junho.

Embora apresente índice de conhecimento acima da média, a intensidade de conhecimento de Raí fica abaixo dessa mesma média. O ex-jogador

não é tão lembrado espontaneamente nas redes sociais, com exceção de pessoas ligadas ao esporte e torcedores do São Paulo. Nesse caso, o engajamento é alto, pois seus fãs são intensos e gostam de conversar com o ex-atleta.

Atratividade



acima de 2.1 muito alta
1.51 a 2 alta
1.01 a 1.5 média
0.51 a 1 baixa
0 a 0.5 muito baixa

Afetividade

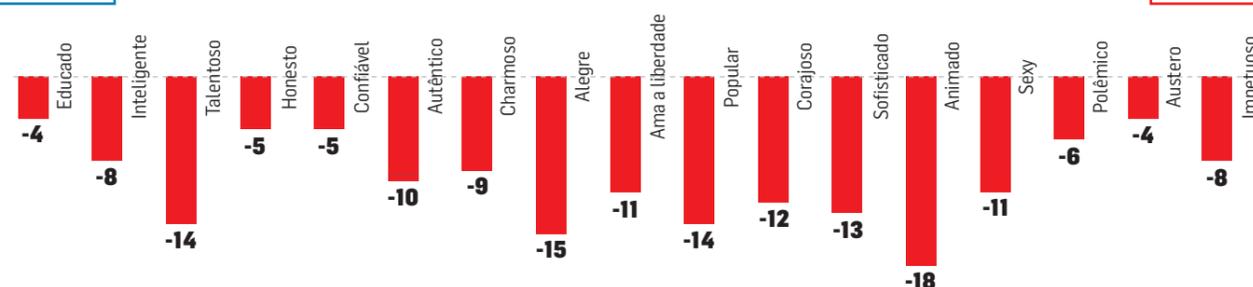


acima de 0.9 muito alta
0.61 a 0.9 alta
0.31 a 0.6 média
0.11 a 0.3 baixa
0 a 0.1 muito baixa

Diferença por atributo em relação ao banco de dados GfK

Mais associado à celebridade

Menos associado à celebridade



Metodologia

GfK (população): 800 entrevistas via painel online próprio com homens e mulheres das classes A, B e C (Critério Brasil), de 16 anos ou mais, nas nove principais regiões metropolitanas do Brasil.

AirStrip (mídias sociais): Captação de posts (busca semântica) pelo nome

das celebridades nas redes Twitter, Facebook e Instagram. Índices: Afetividade (relação entre influência da fanbase¹ com a porcentagem de posts positivos da busca semântica); Atratividade (soma da Intensidade de Exposição² com a Afetividade).

¹ Relação entre a frequência de postagem, tamanho de base de fãs e interações

² Relação de exposição orgânica nas mídias sociais versus inserções comerciais. Perfis Próprios = Captação por perfil oficial. Captação de todos os posts, interações e usuários que interagem com as contas

das celebridades.

Controle da Concorrência (ranking de exposições): número de inserções em propaganda, patrocínio e top de 5 segundos em TV aberta em São Paulo. Mais informações sobre a GfK em www.gfk.com