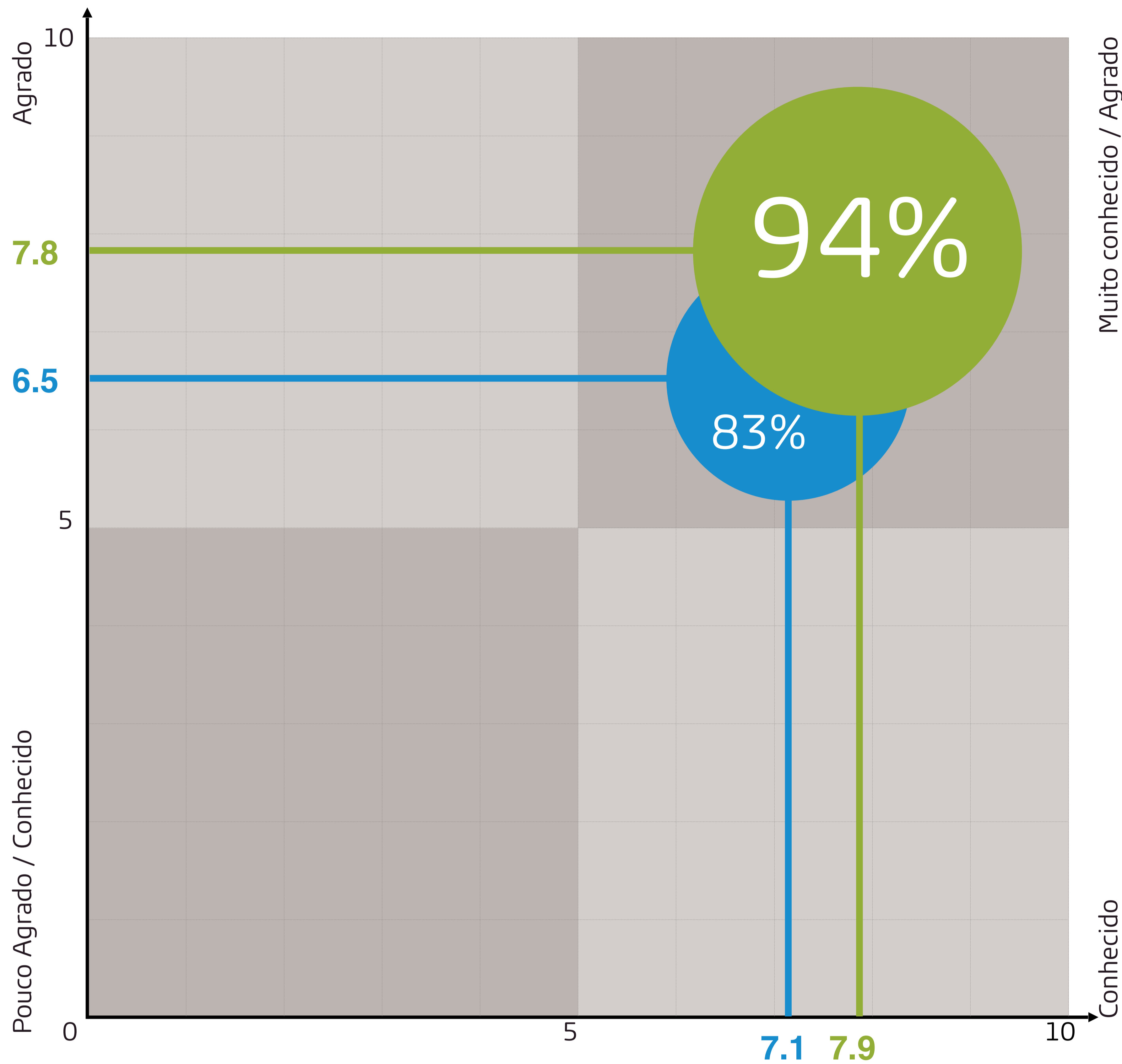




# TRACKING CELEBRIDADES GfK



# GISELE BÜNDCHEN



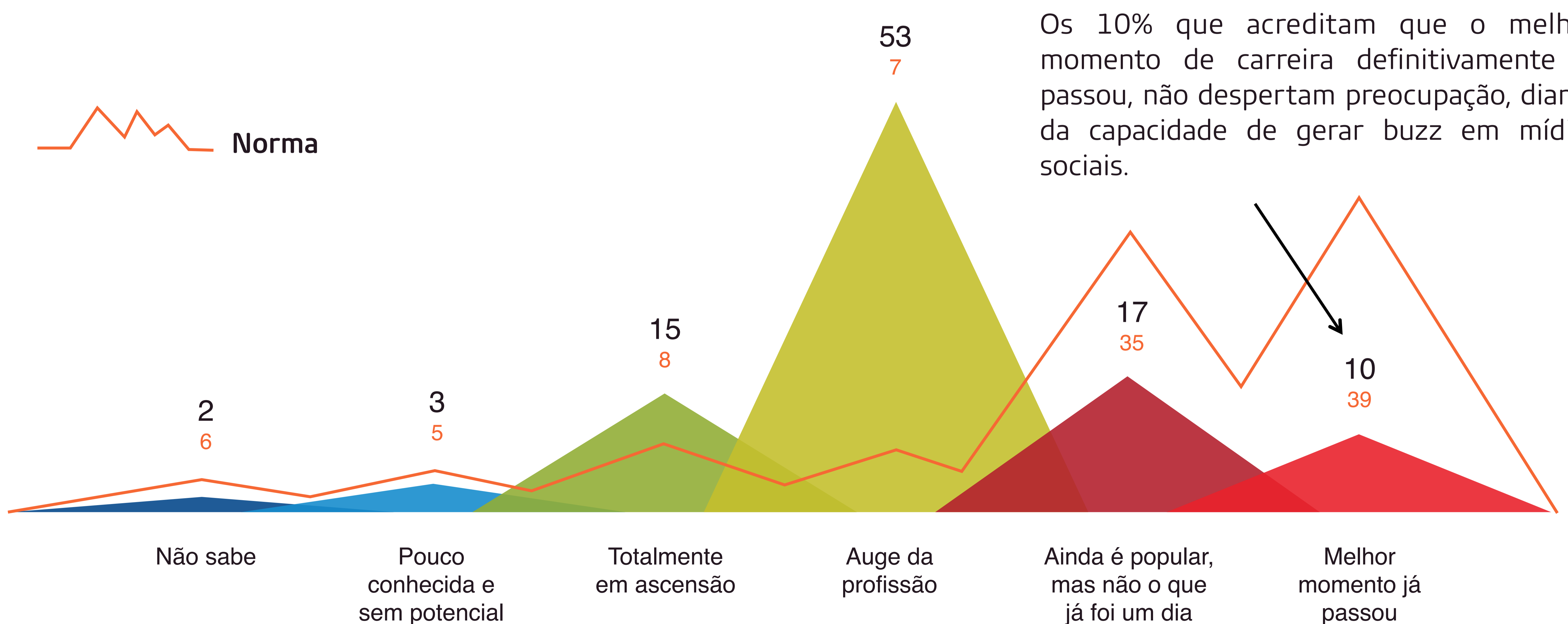
## Conhecimento

A alta notoriedade de Gisele Bündchen é constatada entre a população pesquisada. Ao estimular somente com a foto (sem nome), Gisele aparece entre as 10 celebridades mais conhecidas e atinge uma das maiores intensidades de conhecimento (escala de 1 a 10) ao comparar com as demais personalidades do Banco de Dados da GfK.

- x = Intensidade de conhecimento
- y = Índice de agrado
- = Volume do conhecimento
- = Gisele Bündchen
- = Norma

# E PARA O PÚBLICO, ONDE ESTÁ A GISELE BÜNDCHEN

Apesar de referência no mercado há mais de 15 anos, Gisele Bündchen ainda é reconhecida pela maioria, como no auge da sua profissão (53%). Ela abre grande diferença frente à média das demais celebridades avaliadas, demonstrando bastante fôlego de atuação na opinião dos Brasileiros.



Os 10% que acreditam que o melhor momento de carreira definitivamente já passou, não despertam preocupação, diante da capacidade de gerar buzz em mídias sociais.

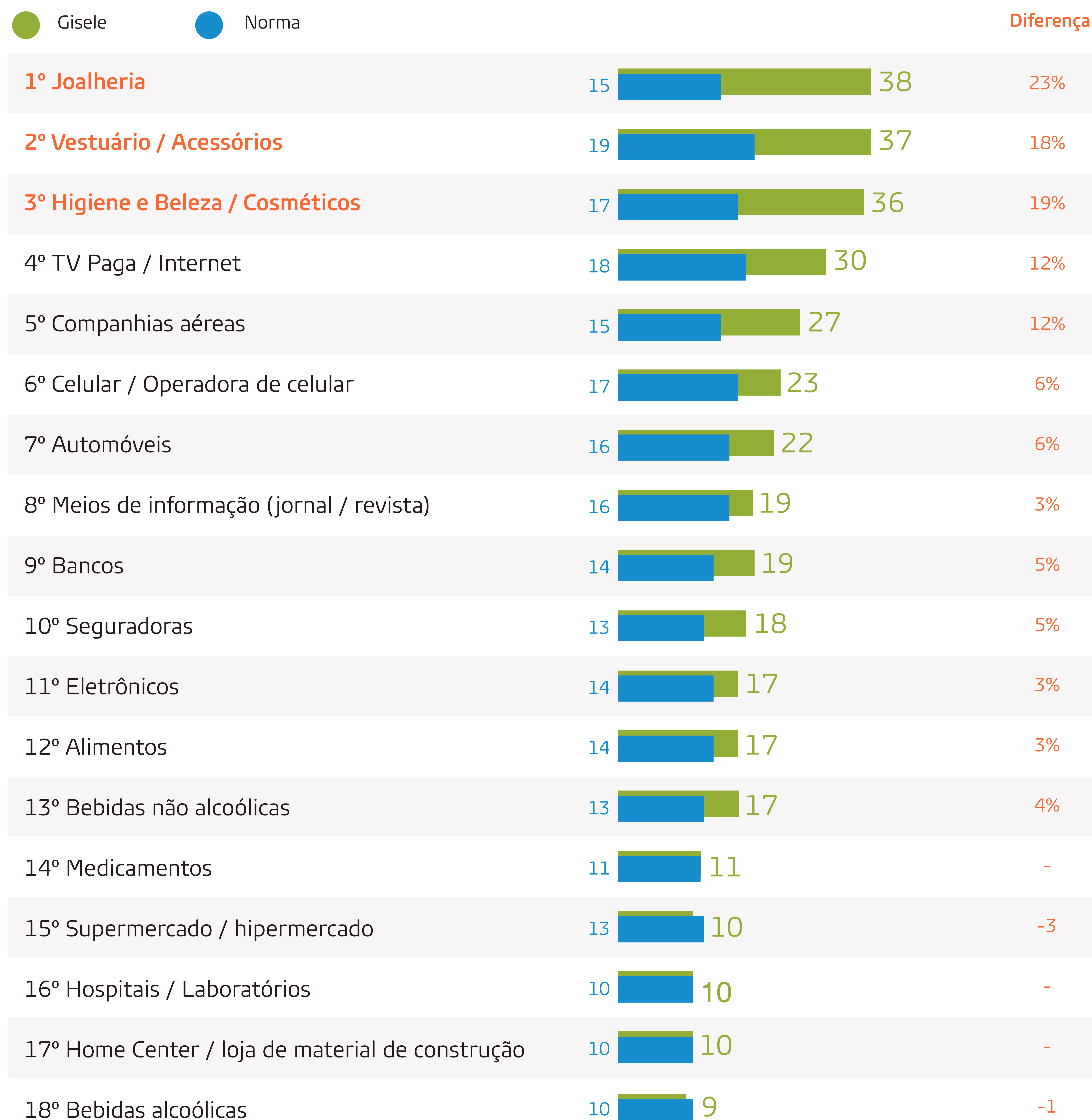
# CATEGORIAS DE MERCADO MAIS ASSOCIADAS A GISELE BÜNDCHEN

As categorias mais associadas à Gisele Bündchen são: Joalheria, Vestuário/Acessórios e Higiene e Beleza.

Carreira construída sob o mundo da moda e intensa exposição associada à marcas dessas categorias (Vivara, Carolina Herrera, Pantene), corroboram para este resultado.

TV Paga e Internet, possivelmente impulsionada pela campanha da SKY, aparece como a 1ª categoria não associada diretamente ao mundo da moda

Categorias como medicamentos, Supermercado / hipermercado, Hospitais / Laboratórios, Home Center / loja de material de construção e Bebidas alcoólicas, não são tão associadas à modelo. A escolha de Gisele para estas categorias poderá implicar em maior dificuldade para se estabelecer como uma porta voz adequada



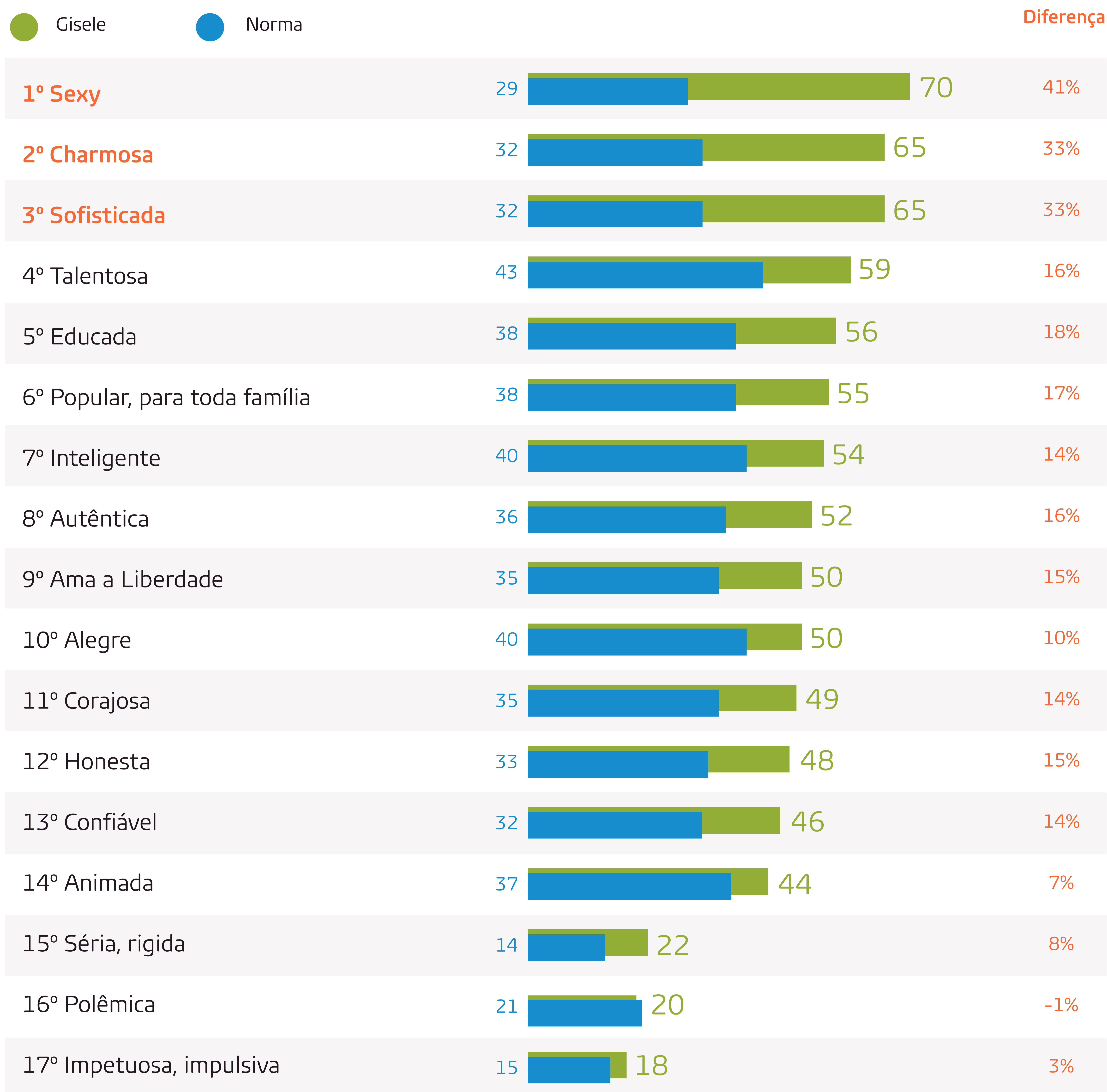


# ATRIBUTOS MAIS ASSOCIADOS A GISELE BÜNDCHEN

Gisele, em geral, tem uma avaliação mais positiva do que as demais celebridades que compõem o banco normativo da GfK.

Os atributos mais associados à modelo e com maior destaque frente à norma, são Sexy, Charmosa e Sofisticada. Compõem, portanto, o grupo de características com o maior potencial de ser transferido às marcas.

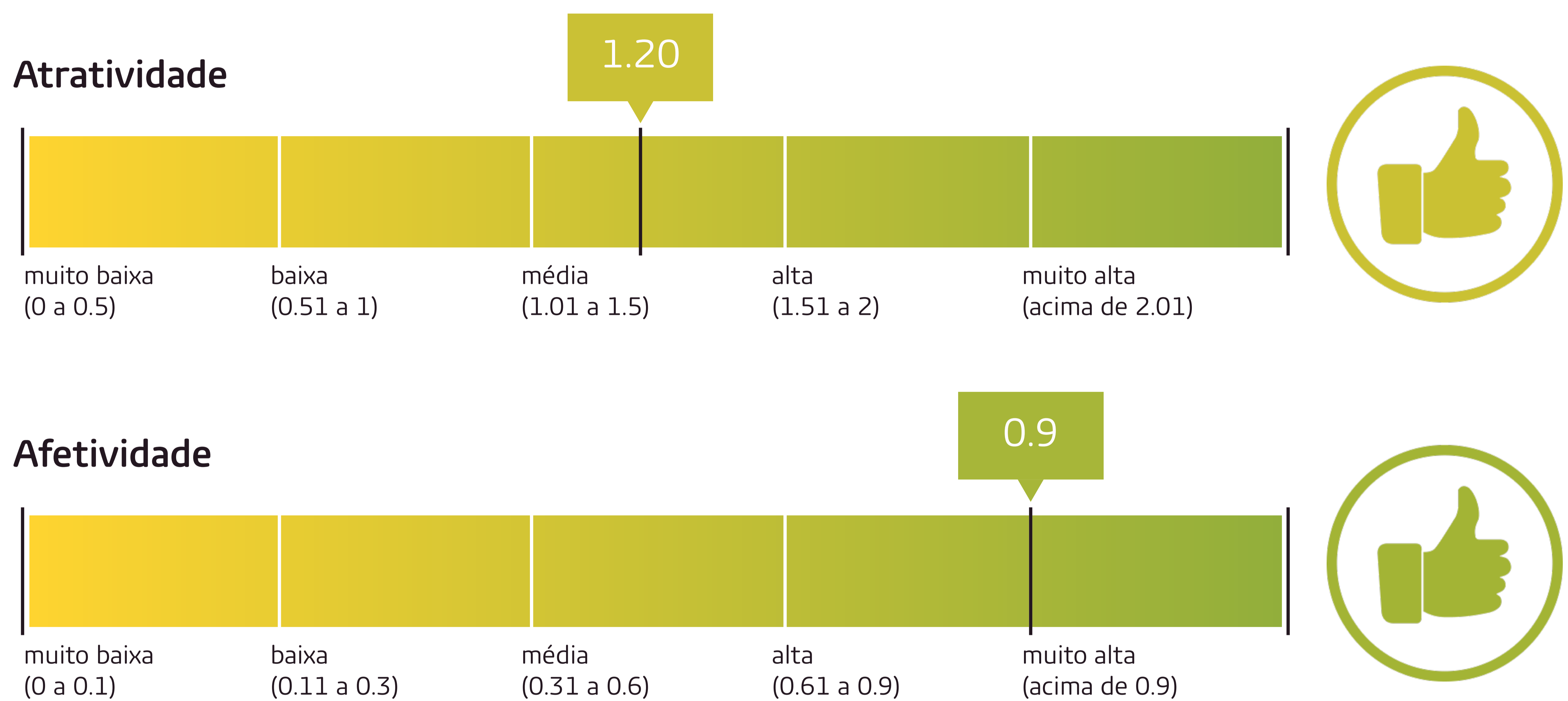
Características como Polêmica, Impetuosa/Impulsiva e Séria/Rígida, são as de menor associação, reforçando a positividade da imagem da modelo.



# E COMO ESTÁ A GISELE BÜNDCHEN NAS REDES SOCIAIS

## Índices

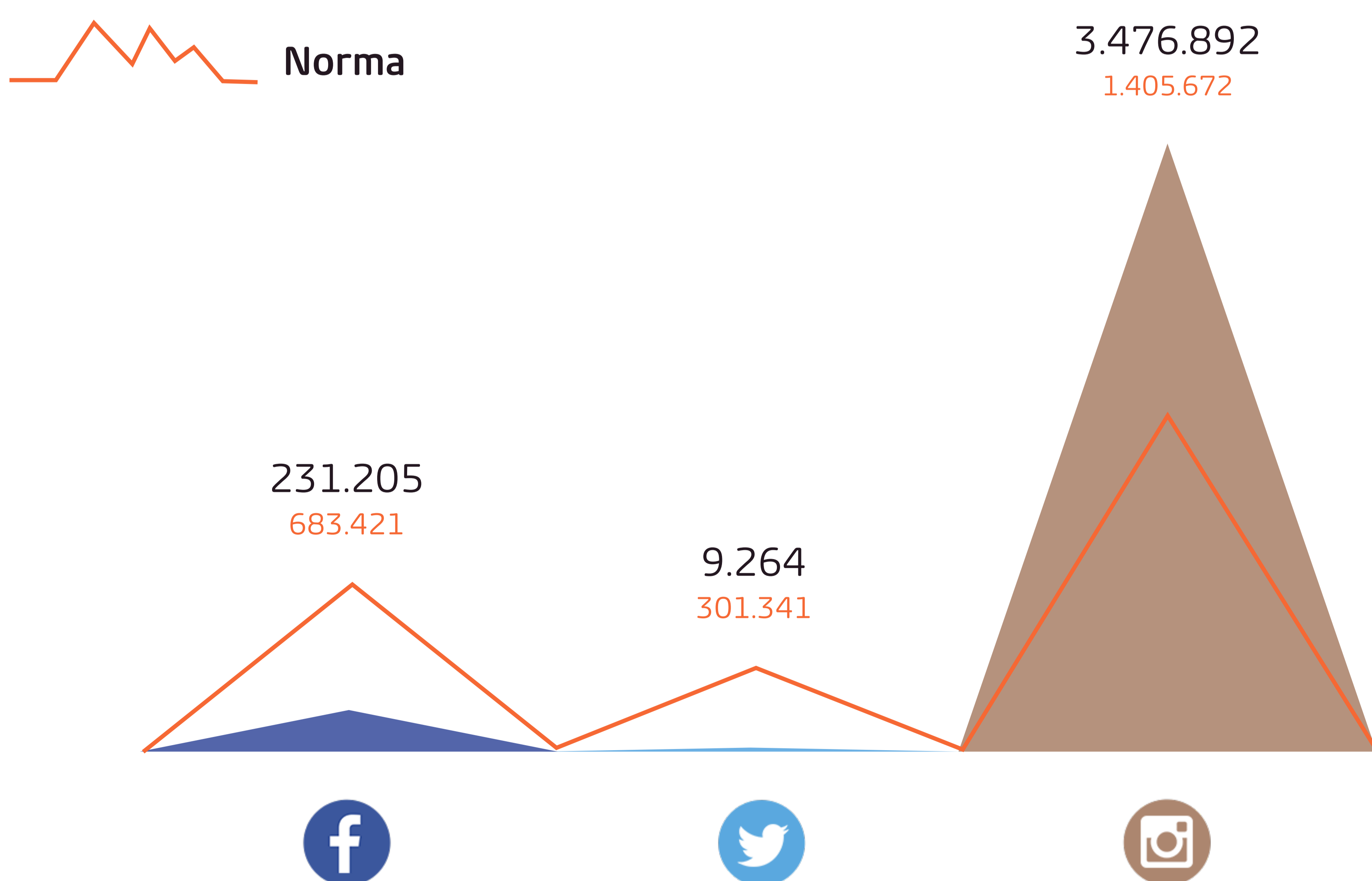
O sucesso da Gisele nas redes sociais está refletido nos Índices de **Atratividade** e **Afetividade** que atingem a média ou o extremo superior da escala.



## Total interações por rede

N = 3.717.361

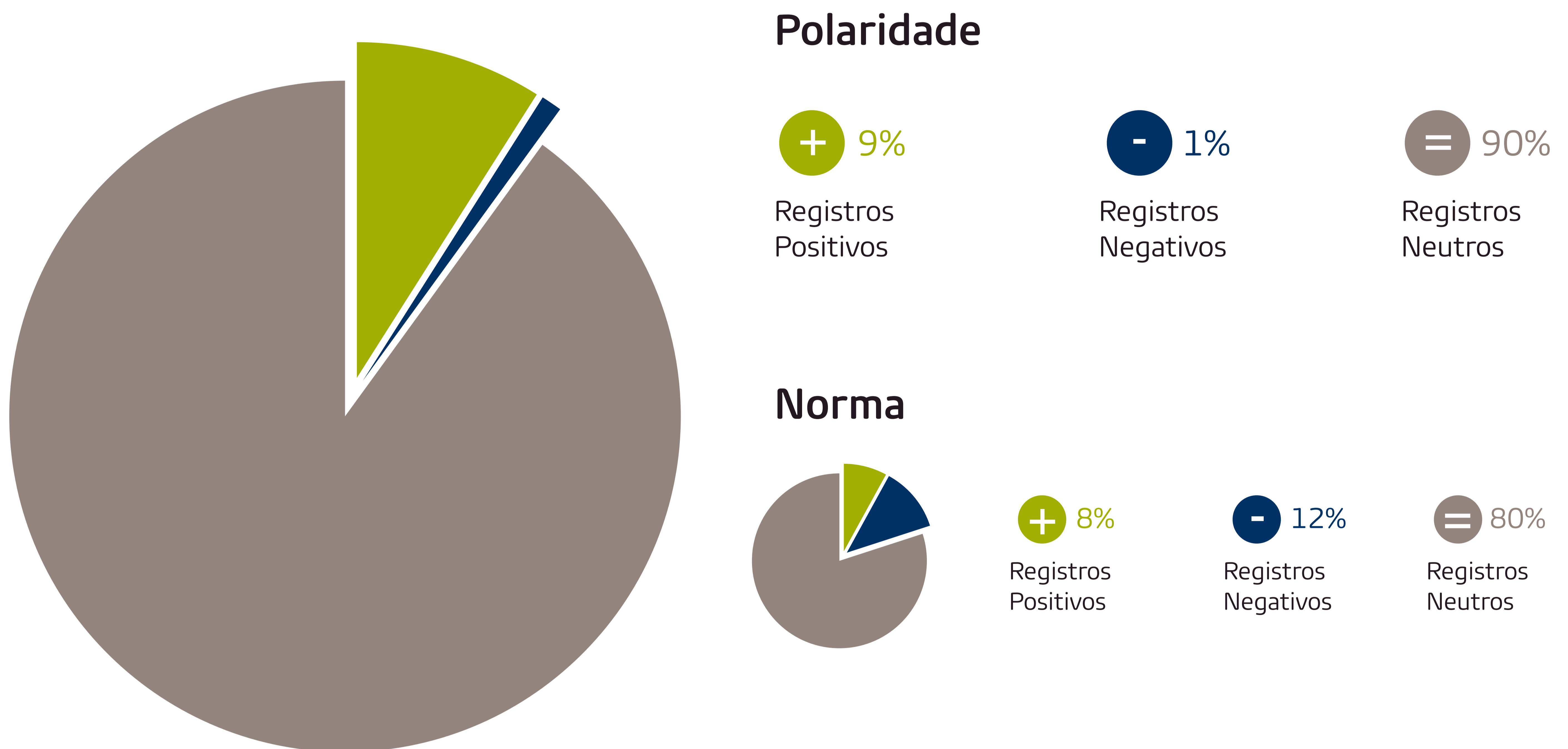
Gisele apresenta Influência em Fan Base similar à norma, porém sua maior interação é percebida no Instagram, número também superior na comparação com a norma.



# E COMO ESTÁ A GISELE BÜNDCHEN NAS REDES SOCIAIS

## Menções espontâneas

Gisele apresenta performance nas redes sociais muito similar à norma nos registros positivos. Seu diferencial está nas menções negativos, onde tem apenas 1% vs. os 12% das demais celebridades pesquisadas, transformando essa negatividade em registros neutros.



Mais uma vez, Gisele apresenta performance superior no comparativo com a norma, tendo uma boa relação entre os registros espontâneos nas redes sociais e a as inserções comerciais no período.



## Intensidade de exposição

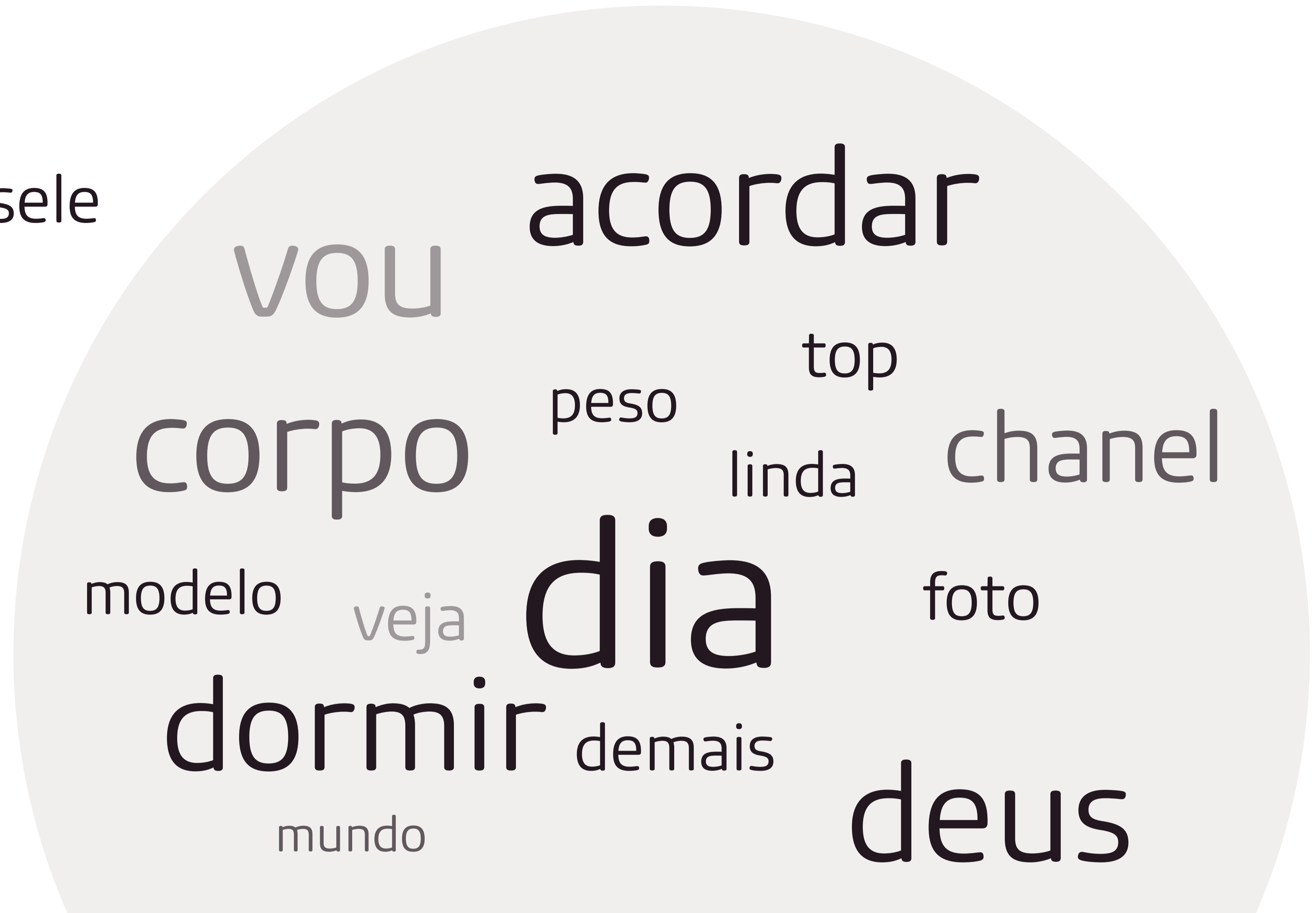
O índice de intensidade de exposição é calculado levando em conta o volume de registros espontâneos sobre a celebridade nas redes sociais e a quantidade de inserções comerciais dela no período.



# CLOUD TAG

## A Internet e Gisele

Entre os termos mais frequentes dos posts nas mídias sociais (excluindo o nome e os perfis oficiais) estão coisas do dia-a-dia, de sua carreira e da marca Chanel



## Tags em comum



Já entre os posts da modelo, muitos com termos em inglês, os assuntos mais mencionados são de suas emoções e experiências.

## Gisele e a Internet



# METODOLOGIAS



## **Pesquisa com a população :**

800 entrevistas, com homens e mulheres das classes A, B e C (Critério Brasil), de 16 ou mais anos, distribuídas nas 9 principais Regiões Metropolitanas do Brasil, via painel online próprio.



## **Mídias sociais :**

Captação de Posts por meio de busca semântica pelo nome das celebridades nas redes Twitter, Facebook e Instagram.

Índices:

Afetividade: Relação entre o índice de influência da fan base<sup>1</sup> com a porcentagem de posts positivos da busca semântica.

Atratividade: Soma da Intensidade de Exposição<sup>2</sup> com a Afetividade.

<sup>1</sup> relação entre a frequência de postagem, tamanho de base de fãs e interações nas redes Facebook, Twitter e Instagram

<sup>2</sup> relação de exposição orgânica nas mídias sociais versus inserções comerciais.

Semântica = Busca Semântica pelo nome das celebridades nas redes Twitter, Facebook e Instagram.

Perfis Próprios = Captação por perfil oficial. Captação de todos os posts, interações e usuários que interagem com as contas das celebridades.



## **Ranking de Exposições – Controle da Concorrência**

Número de inserções em propaganda, patrocínio e top de 5 segundos em TV aberta em São Paulo.





# CONTATO:

Leandro Toledo  
+55 11 2174 3959 | [leandro.toledo@gfk.com](mailto:leandro.toledo@gfk.com)  
Ou visite nossa página [www.gfk.com/br](http://www.gfk.com/br)

GfK. Growth from Knowledge