


The logo for Cision, featuring the word "CISION" in a bold, white, sans-serif font. The letter "I" is stylized with a vertical orange bar through its center. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the "N".

**CISION®**

A vertical orange line on the left side of the slide, extending from the top of the text area to the bottom.

10 de novembro de 2021

# **COMMUNICATION PERFORMANCE**

Uriel Oliveira

UM CIDADÃO EM MÉDIA ESTÁ  
EXPOSTO A MAIS DE

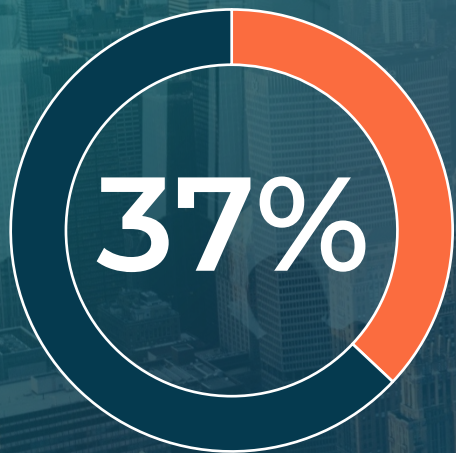
**4.0000**

MENSAGENS  
PUBLICITÁRIAS POR DIA

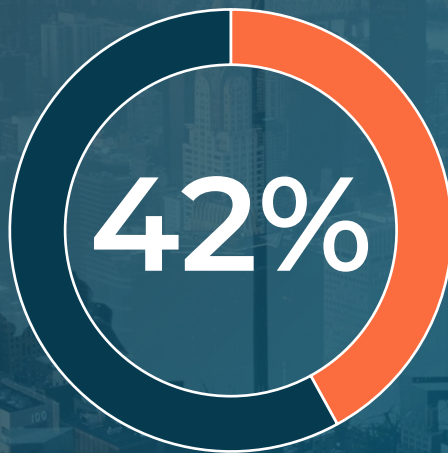
**88%** dos consumidores dizem que a publicidade tem uma influência mínima nas suas decisões de compra

# As audiências evitam a publicidade sempre que possível

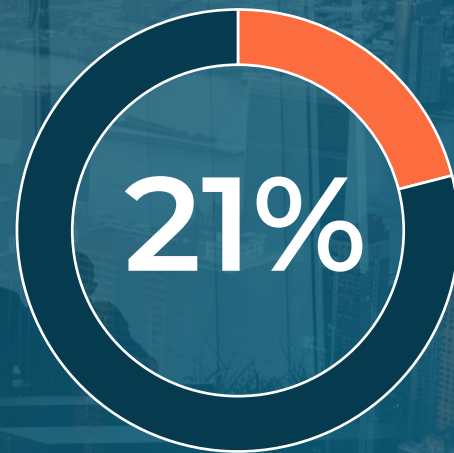
Mobile ad-blocking: % dos utilizadores que...



**Usaram** um Ad-blocker no seu smartphone no último mês



Nunca usaram um ad-blocker **mas estão interessados** em usar no futuro



Nunca usaram um ad-blocker **e não estão interessados** em usar no futuro





APENAS  
**14%**

DAS PESSOAS  
CONFIA NA PUBLICIDADE

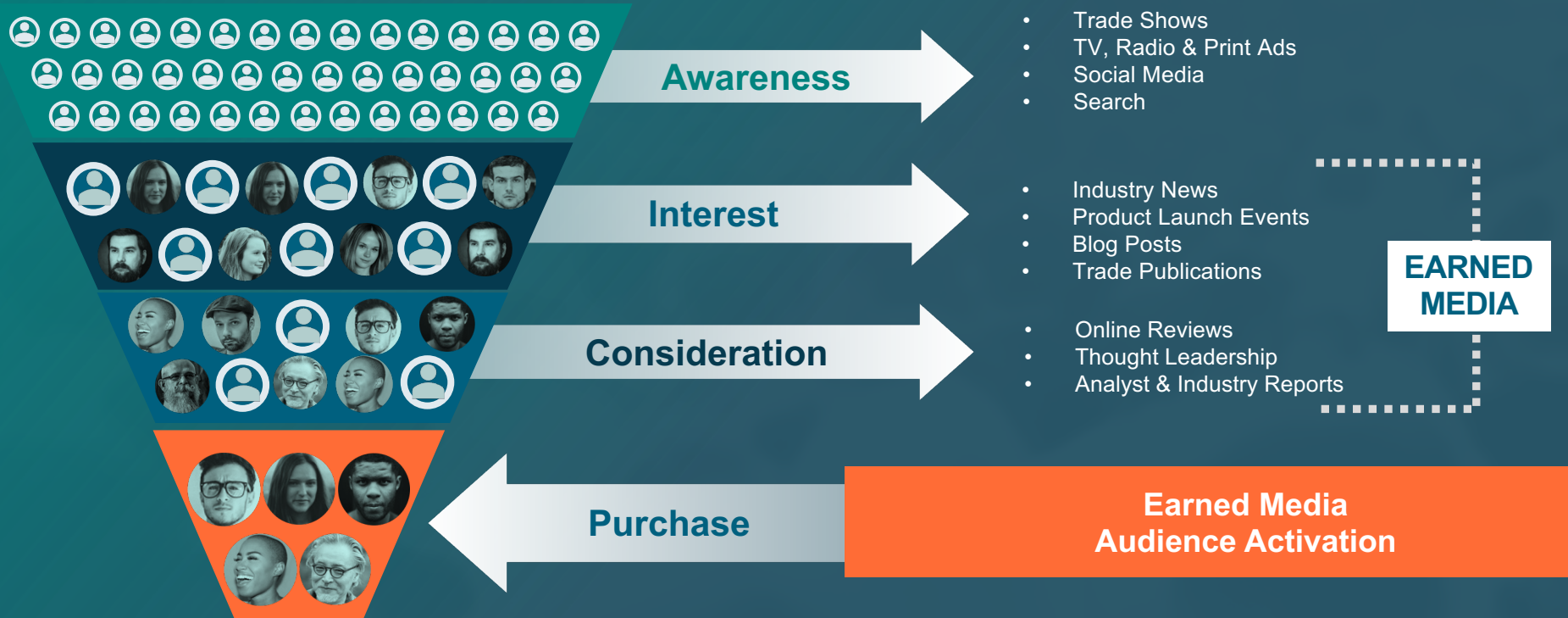
MAS...

90%

DOS CONSUMIDORES CONFIA EM  
RECOMENDAÇÕES DE OUTRAS PESSOAS



# IDENTIFY & ACTIVATE AUDIENCES THROUGHOUT THE CUSTOMER JOURNEY



**80%** % dos marketeers acreditam que o *earned media* é muito mais **efetivo** do que o *paid media*



# Desafios dos profissionais da comunicação

39%

têm dificuldade em determinar quais são os influenciadores e jornalistas adequados à sua comunicação

77%

sentem que podem fazer melhor para medir a sua comunicação e provar o seu impacto nos objetivos do negócio

61%

ativam campanhas isoladas e díspares em todos os canais

# Modelos de comunicação por influência



## QUEM?

### Influenciadores

Quais os influenciadores e jornalistas que são importantes?



## O QUÊ?

### Engagement

Quais os tópicos em discussão e quais suscitam maior interesse?



## EM QUE CANAIS?

### Social, Multimedia

Onde se tem falado sobre esses tópicos?



## PARA QUEM?

### Audiências

Quais são as audiências da minha comunicação?



## COM QUE EFEITO?

### Atribuição

Como é que a comunicação contribui para os resultados da minha organização?

# O foco no *Earned Media*

## O que precisamos de saber

Quantas pessoas leram o meu conteúdo?

Quem são as pessoas que leram o meu conteúdo?

O que fizeram depois de ler o meu conteúdo?

## Como?

- ▶ **Reach**  
*cruzado com Human Insights*
- ▶ **Audiência**  
*com informação demográfica*
- ▶ **Resultado**  
*com conversões, visitas, compras*

# Earned Media travels indirect path to consumer





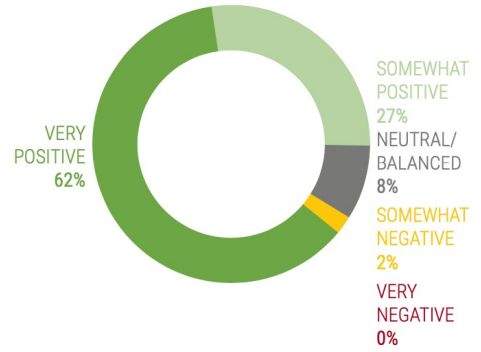
# Processo de Recordação da Audiência




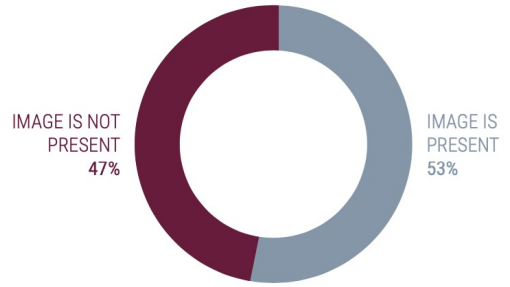
Audiência dos OCS

# Proeminence

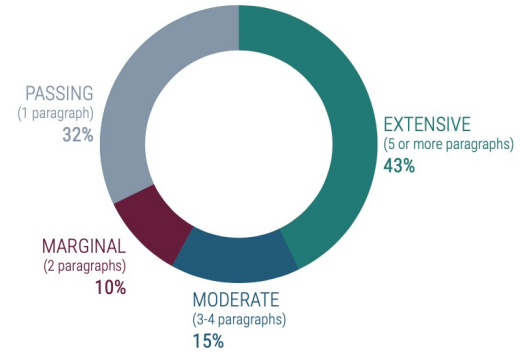
 TONE



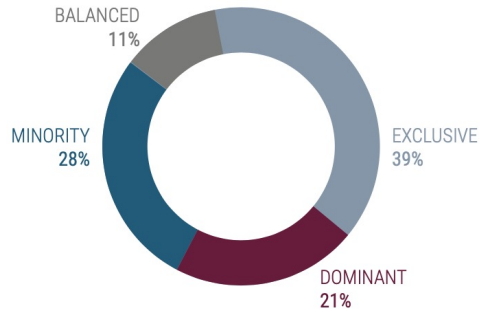
 VISUAL



 EXTENT OF MENTION



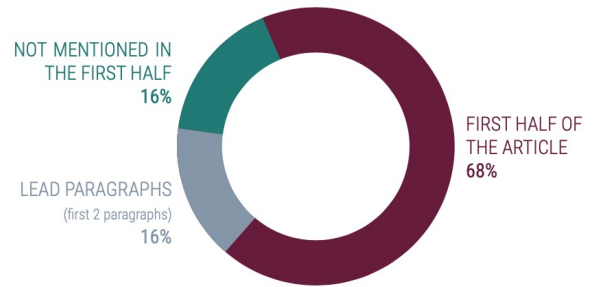
 DOMINANCE



 HEADLINE



 INITIAL MENTION





ENGAGEMENT RATE

5%

1200  
INTERAÇÕES



NOTÍCIAS ONLINE

1000  
INTERAÇÕES

REDES SOCIAIS

200  
INTERAÇÕES



800

GOSTOS



150

GOSTOS

100

COMENTÁRIOS



20

COMENTÁRIOS

100

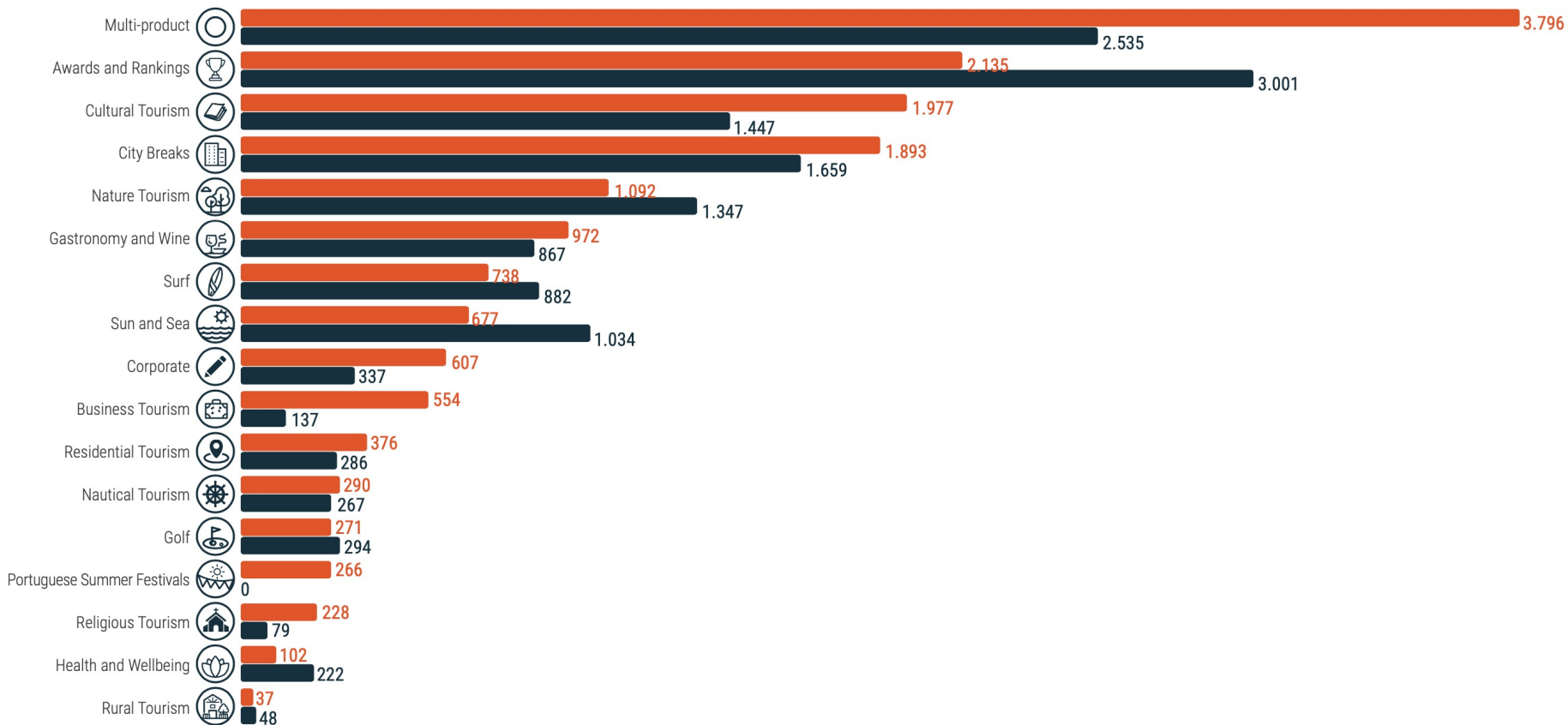
PARTILHAS



30

PARTILHAS

# Products



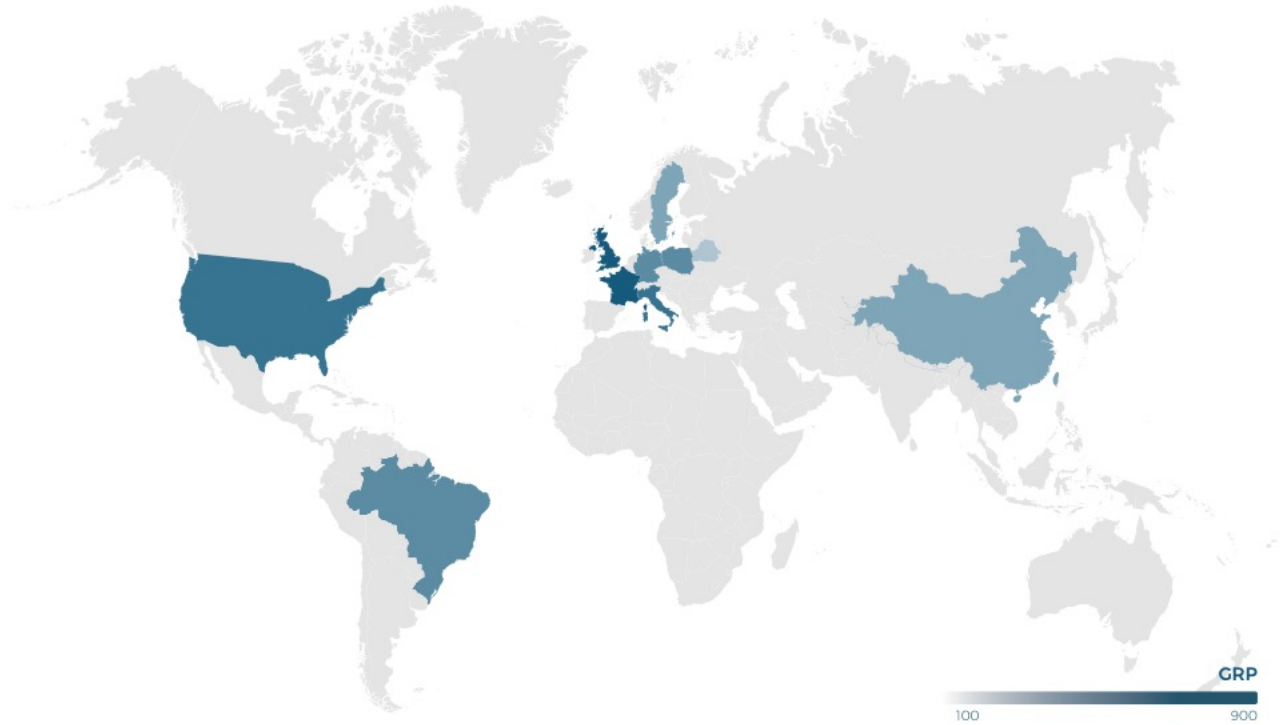


# Destinations



## PORTUGAL





## NUMBER OF PRESS TRIPS

Visits organised and paid by Turismo de Portugal for journalists and influencers.

Source: Turismo de Portugal



## IMPRESSIONS

### POSITIVE EFFECT

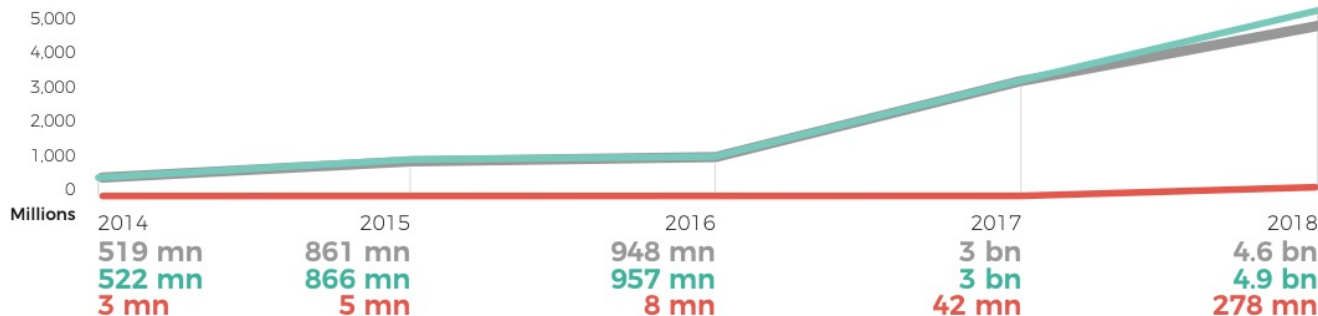
Number of impressions that impacted the target positively.

### NEGATIVE EFFECT

Number of impressions that impacted the target negatively.

### NET EFFECT

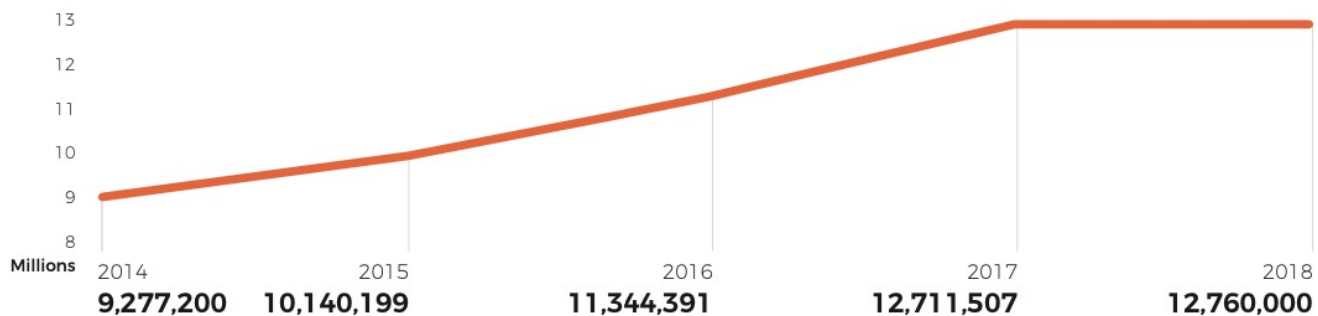
Communication performance based on the difference between the positive effect and the negative effect, calculated by multiplying the impact score of each news item by its audience and favourability.



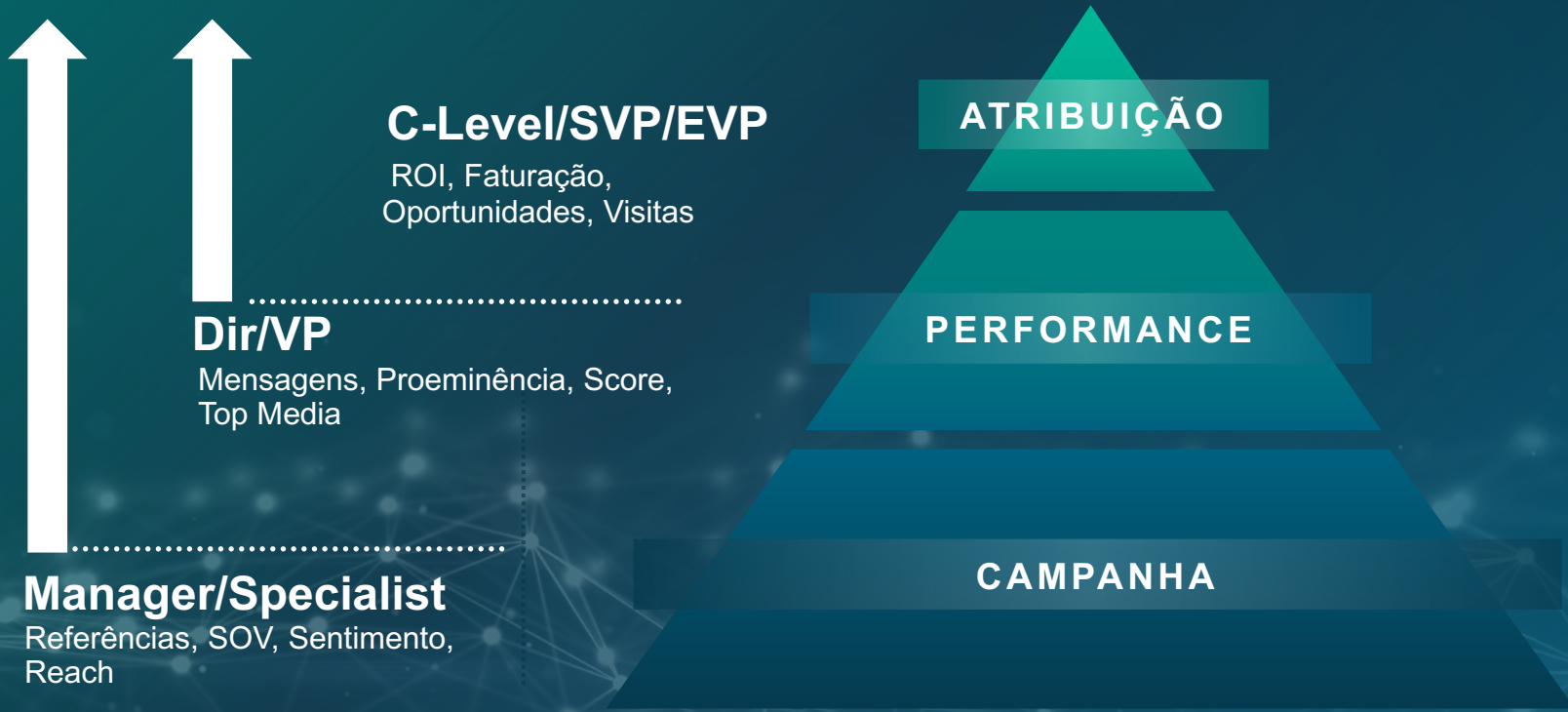
## TOURISTS

Number of foreign visitors calculated by hotel establishments.

Source: Turismo de Portugal



# TRANSLATE COMMS METRICS TO GAIN CREDABILITY



**CISION®**

**OBRIGADO**