



CORONAVIRUS

Como as marcas estão se *adaptando* e se *reinventando* nesse momento da pandemia



O que é?

- Coronavírus é uma família de vírus que causam infecções respiratórias. O novo agente do coronavírus foi descoberto em 31/12/19 após casos registrados na China. Provoca a doença chamada de coronavírus (COVID-19).
- Os primeiros coronavírus humanos foram isolados pela primeira vez em 1937. No entanto, foi em 1965 que o vírus foi descrito como coronavírus, em decorrência do perfil na microscopia, parecendo uma coroa.
- A maioria das pessoas se infecta com os coronavírus comuns ao longo da vida, sendo as crianças pequenas mais propensas a se infectarem com o tipo mais comum do vírus. Os coronavírus mais comuns que infectam humanos são o alpha coronavírus 229E e NL63 e beta coronavírus OC43, HKU1.



Dados

TV ABERTA

A GLOBO EM GERAL APRESENTOU
UM **CRESCIMENTO DE 7%** NA AUDIÊNCIA

MAIS DE **48 MILHÕES DE PESSOAS** FORAM IMPACTADAS
COM A COBERTURA DO *FANTÁSTICO* SOBRE A PANDEMIA.
UM AUMENTO DE 17% NA AUDIÊNCIA DO PROGRAMA.

CRESCEMOS 11% NA AUDIÊNCIA COM A AMPLIAÇÃO
DOS PROGRAMAS JORNALÍSTICOS EM APENAS UM DIA.

FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA | PNT REGIÕES METROPOLITANAS PREMIUM E PV PREMIUM | 01/01/2020 A 08/03/2020 E 09/03/2020 A 16/03/2020 - AUDIÊNCIA DOMICILIAR

FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA | PNT REGIÕES METROPOLITANAS PREMIUM E PV PREMIUM - MÉDIA FANTÁSTICO 01/01/2020 A 29/02/2020 | E COBERTURA CORONA VÍRUS FANTÁSTICO 15/03/2020 - AUDIÊNCIA

FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA | PNT REGIÕES METROPOLITANAS PREMIUM E PV PREMIUM | 01/01/2020 A 08/03/2020 | 09 E 16/03/2020 - AUDIÊNCIA DOMICILIAR | GÊNERO JORNALISMO



Dados

TV POR ASSINATURA

NOSSAS MARCAS REGISTRARAM OS MAIORES
IMPACTOS NA AUDIÊNCIA DE 2020:

36% DE CRESCIMENTO NA GLOBONEWS

25% DE CRESCIMENTO NO MULTISHOW

18% DE CRESCIMENTO NO VIVA

GLOBONEWS TEM A **MAIOR MÉDIA DE
AUDIÊNCIA SEMANAL** NO ÚLTIMO ANO

MULTISHOW FOI RESPONSÁVEL POR
28% DO ALCANCE DA TV POR ASSINATURA NA SEMANA

FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA - MW PNT TR PREMIUM E PV PREMIUM // TOTAL DE INDIVÍDUOS COM PAY TV // SEM CORONA: 01/JAN A 08/MAR 2020 E COM CORONA: 09 A 15/MAR 2020.
FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA - MW PNT TR PREMIUM E PV PREMIUM // BASE DE AUDIÊNCIA: 09 A 15 DE MARÇO DE 2020 // TOTAL DE INDIVÍDUOS COM PAY TV
// UNIVERSO PROJETADO BASE ANATEL' JAN/2020 45.130.827



Dados

DIGITAL

A PROCURA DE INFORMAÇÕES NA EDITORIA BEM ESTAR MAIS QUE DOBROU. A MÉDIA DIÁRIA DE USUÁRIOS ÚNICOS **CRESCERU 289%** E O CONSUMO DE PÁGINAS 312%.

G1 TEVE UM **CRESCIMENTO DE 13%** EM USUÁRIOS ÚNICOS E **17% EM VISUALIZAÇÕES** DE PÁGINAS.

APÓS O PRIMEIRO CASO NO BRASIL, O CONSUMO DE PÁGINAS **CRESCERU 10%** NA HOME DA GLOBO.COM

FONTE: GOOGLE ANALYTICS | BEM ESTAR | PERÍODO: 01/12/2019 ATÉ 15/03/2020

FONTE: GOOGLE ANALYTICS | G1 | PERÍODO: 01/12/2019 ATÉ 15/03/2020

FONTE: GOOGLE ANALYTICS | HOME GLOBO.COM | PERÍODO: 01/12/2019 ATÉ 15/03/2020



Dados

33%



das pessoas já não saem mais para restaurantes com medo do vírus

10%



passaram a utilizar o serviço de delivery de comida

14%



dizem que aumentaram suas compras de produtos online



Como se reinventar?



DELIVERY

- Ele chegou para facilitar a vida, agora mais do que nunca. O pedido é feito através do app e entregue na casa do cliente.
- Se engana quem pensa que delivery serve apenas para comida. Diversas marcas já estão aderindo esse método para evitar a queda das vendas.
- Empresas de pequeno porte podem se associar a apps já existentes e aproveitarem a oportunidade de aparecer nessa crise.



Exemplos

- **FARM**
A empresa disponibilizou 25% de desconto e frete grátis para quem realizasse a compra através do site.
- **MC DONALD'S**
Apesar de já existir o delivery, a rede de fast food fechou as lojas físicas e esta priorizando os pedidos feitos através de apps, com descontos e combos promocionais.
- **BRAMIL**
O supermercado aproveitou a oportunidade para criar um app onde o cliente faz as compras e recebe em casa. Evitando as aglomerações dentro das lojas.
- **ROYAL**
Outro supermercado que inovou. Criou horários específicos para as pessoas do grupo de risco poderem ir às compras com o mínimo de preocupação.



REBRANDING

- Associar-se a uma causa é de extrema importância para o posicionamento da marca em relação aos acontecimentos da sociedade.
- Aproveitar o momento para se aproximar do público-alvo é essencial.
- Vale lembrar que, nesse caso, é uma campanha momentânea e, logo após esse momento de crise, as marcas voltam para o original.



Exemplos

- MERCADO LIVRE



- MC DONALD'S



- STARBUCKS



- MASTERCARD





CONTEÚDO

- **GLOBOPLAY**
A plataforma liberou conteúdos exclusivos para não-assinantes e disponibilizou uma série especial sobre o vírus, junto com o G1
- **CLARO**
A empresa vai oferecer mais internet banda larga em casa e nos pacotes móveis, liberar wi-fi em espaços públicos para quem não é cliente e abrir o sinal de canais da TV por assinatura
- **GOOGLE**
O google liberou o acesso gratuito ao Google Hangouts Meet para reduzir a propagação do vírus
- **ADOBE**
A Adobe concedeu acesso gratuito ao Creative Cloud durante 90 dias para estudantes
- **CANAL FUTURA**
O canal lançou uma programação exclusiva para estudantes que estão em casa para evitar a propagação do vírus



comercialonline.tv.br