

ILUMEO

DADOS DE MARCA E CENÁRIO COMPETITIVO DAS BETS

Relatório de pesquisa
Junho de 2024

Apresentação no Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=jsxrHrJD5Yo>

A ILUMEO É UMA CONSULTORIA ESPECIALIZADA EM **MARKETING EFFECTIVENESS**



DIEGO SENISE

Professor convidado de Comportamento do Consumidor na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Doutor em Comunicação pela USP – estudando Economia Comportamental e Eficácia de Propagandas

Pesquisador do LAB 4C – laboratório de Comunicação e Ciências Cognitivas da USP

 /diegosenise



OTAVIO FREIRE

Professor de Branding e Avaliação de Campanhas de Comunicação na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Líder do tema MKT Analytics Data Science da ANPAD

Vice-Coordenador no CEBRAEV (Centro Brasileiro de Estudos de Varejo) e do B.R.A.N.D.S

Doutor em Comunicação pela USP

 /otaviofreire



FELIPE SENISE

MBA em Finanças pelo INSPER

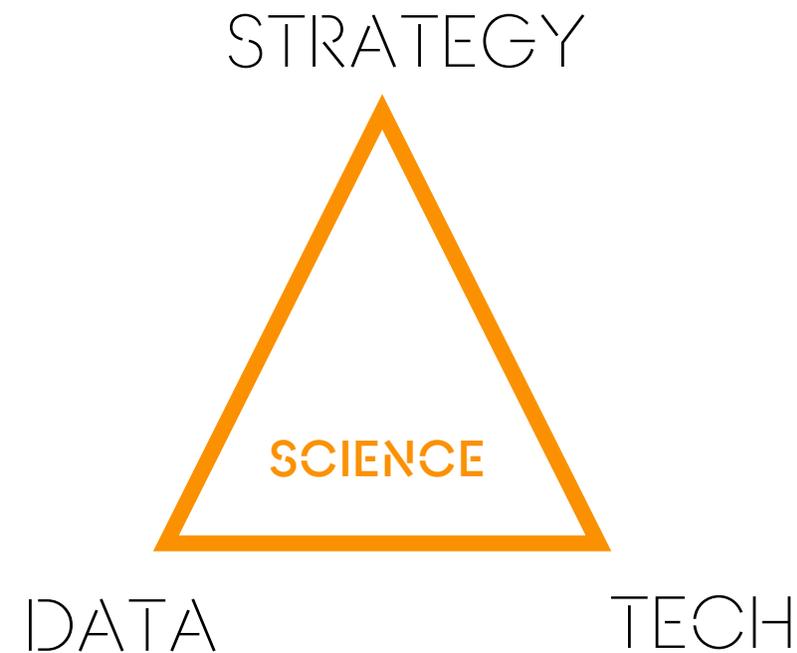
Formação em Publicidade pela USP

10 anos como Planejamento Estratégico em grandes agências

Prêmios Internacionais de Eficácia em Comunicação a partir dos cases das marcas que atendeu:

- IPA Effectiveness Award
- Effie Awards
- Jay Chiat

 /felipesenise





CLIENTES QUE CONFIARAM NA ILUMEO AO LONGO DOS ANOS



GROWING
BRANDS

MATURING
BRANDS

LEGACY
BRANDS



ILUMEO
13 ANOS
700 PROJETOS



PORTFOLIO – MARKETING EFFECTIVENESS

BRAND & MEDIA

DELFO

BRAND TRACKING + MANAGEMENT

COMO COMPROVAR E OTIMIZAR O IMPACTO ESTATÍSTICO DA MARCA NO NEGÓCIO?



MMM

MARKETING MIX MODELING

COMO REALOCAR OS INVESTIMENTOS EM MÍDIA E EVITAR DESPÉRDICIOS?



PERSONA

ANÁLISE DE CELEBRIDADES

QUAL É A CELEBRIDADE IDEAL PARA MINHA MARCA OU CAMPANHA?



TRENDS & CONSUMER INSIGHTS

HIDDEN INSIGHTS

MONITORAMENTO VIA WHATSAPP

QUAIS AS OPORTUNIDADES E RISCOS A PARTIR DO QUE ESTÁ SENDO COMPARTILHANDO NO WHATSAPP?



[Ver mais →](#)

KOSMOS

PRIORIZAÇÃO DE TENDÊNCIAS

QUAIS TENDÊNCIAS TEM MAIS CHANCE DE IMPACTAR O SEU MERCADO E NEGÓCIO?



[Ver mais →](#)

CUSTOMER JOURNEY

JORNADA E CLUSTERIZAÇÃO

COMO É O PROCESSO DE COMPRA E DECISÃO DE CADA UM DOS PERFIS DE CONSUMIDOR?



CX & BUSINESS OPTIMIZATION

RETENÇÃO

CX, LTV E REDUÇÃO DE CHURN

QUAIS OS IMPACTOS FINANCEIROS DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE?

COMO OTIMIZÁ-LA PARA AUMENTAR O LIFETIME VALUE?

[Ver mais →](#)

SATISFAÇÃO

MODELOS E NPS COMPETITIVO

QUAIS ALAVANCAS MAIS INFLUENCIAM A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES?

COMO MENSURAR O RETORNO FINANCEIRO DAS AÇÕES DE CX E OTIMIZAR A SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR?

[Ver mais →](#)

PRICING

OTIMIZAÇÃO DE PREÇOS

QUAL ESTRATÉGIA DE PREÇOS UTILIZAR PARA POTENCIALIZAR A RECEITA?

COMO IMPLEMENTAR UM SIMULADOR DE PRICING OU UM MODELO DE PREÇOS DINÂMICOS?

[Ver mais →](#)

DATA CONSULTING & IMPLEMENTATION

ANALYTICS & DATA ENGINEERING

- DATA LAKE E WAREHOUSE
- PIPELINE DE DADOS
- ARQUITETURA DE DADOS
- GOVERNANÇA DE DADOS
- DASHBOARDS
- MODELOS ESTATÍSTICOS E PREDITIVOS
- SIMULADORES DE RESULTADOS

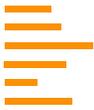
DATA SCIENCE

- MACHINE LEARNING
- DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
- NATURAL LANGUAGE PROCESSING
- VISÃO COMPUTACIONAL
- MAPEAMENTO DO POTENCIAL DE DADOS DAS EMPRESAS

MARKETING DATA PLATFORM

PLATAFORMA PROPRIETÁRIA DA ILUMEO QUE INTEGRA OS DIFERENTES DADOS DE INVESTIMENTO, CONECTADOS COM MMM E BRAND TRACKING





MERCADO

Todos os 20 times da Série A têm sites de apostas esportivas como patrocinadores

Sete acordos de patrocínio são para espaço master, o mais caro da camisa; Pixbet apoia seis clubes no Campeonato Brasileiro



Acordo com patrocinador rende R\$ 24 milhões por ano ao São Paulo (Conmebol/Reprodução)

ECONOMIA

Gastos de brasileiros com apostas online em 2023 passam de R\$ 50 bilhões

O montante supera, por exemplo, o total das exportações brasileiras de carne bovina no ano passado

POR WENDAL CARMO

18.01.2024 15H56



veja Negócios VEJA+ RADAR ECONÔMICO VEJA MERCADO VEJA S/A VEJA INSIGHTS AGENDA VERDE ASSINE

Por que apostas esportivas pressionam os resultados do Assaí

VEJA Mercado: rede supermercadista aponta que estagnação no volume de compras se dá em razão de pressão na renda dos consumidores

Por Diego Gomes
Atualizado em 4 jun 2024, 10h10 - Publicado em 28 ago 2023, 17h31

CONTINUA APÓS PUBLICAÇÃO
Apresentado por Pref de SP

Veja Imóveis Com Área Verde

Exponete condomínios com área verde no QuintoAndar

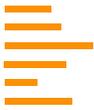
A nova era de ouro do Centro de SP

(Divulgação)

Fonte: <https://exame.com/casual/todos-os-20-times-da-serie-a-tem-sites-de-apostas-esportivas-como-patrocinadores/>

Fonte: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar-economico/por-que-apostas-esportivas-pressionam-os-resultados-do-assai>

Fonte: <https://www.cartacapital.com.br/economia/gastos-de-brasileiros-com-apostas-online-em-2023-passam-de-r-50-bilhoes/>



CURIOSIDADES QUE NOS LEVARAM A FAZER O ESTUDO

QUAL É COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES?

QUAIS SÃO OS MOTIVADORES DE CONSUMO?

QUAIS SÃO OS BLOQUEADORES?

QUAIS MARCAS SÃO MAIS CONHECIDAS?

QUAIS ATRIBUTOS SÃO PERCEBIDOS E VALORIZADOS?

ONDE ESTÃO AS OPORTUNIDADES?

DELFO

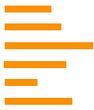
BRAND AND PERFORMANCE MANAGEMENT SUITE

Os dados apresentados neste documento são parte de um estudo sindicalizado da ILUMEO.

Ele é baseado na metodologia proprietária chamada DELFOS, que é utilizada há anos por grandes anunciantes para a gestão de investimentos de marca e performance.

Diferentes empresas podem adquirir os resultados completos que estão disponíveis em relatório em nossa plataforma online.



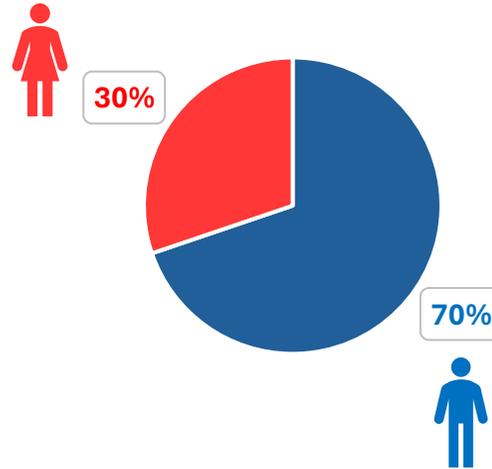


AMOSTRA

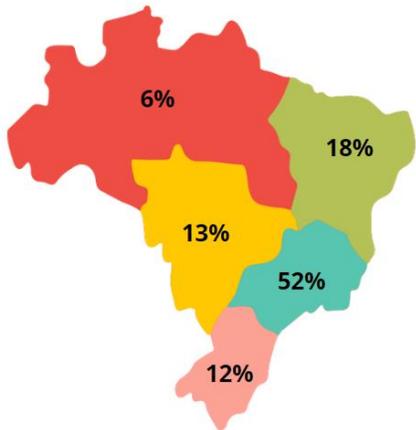
2.326

pessoas entrevistadas

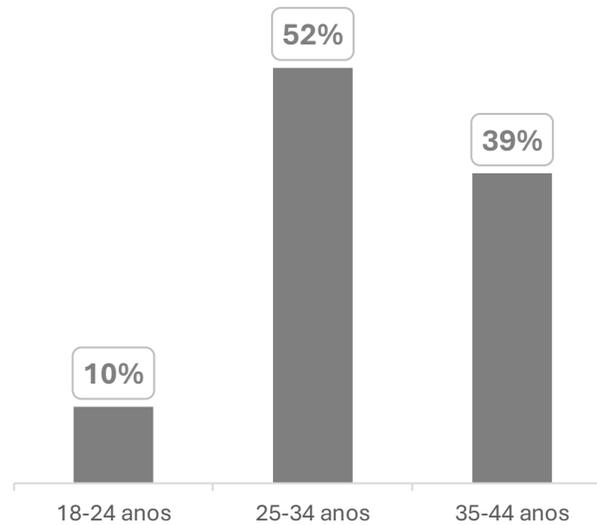
GÊNERO



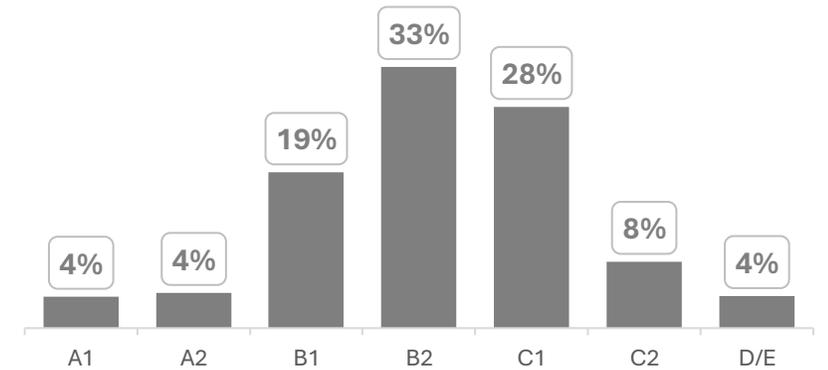
REGIÕES DO PAÍS



FAIXA ETÁRIA



CLASSE ECONÔMICA



Data da coleta de dados: 20 de maio e 9 de junho



Não gostam de
apostas esportivas

17%



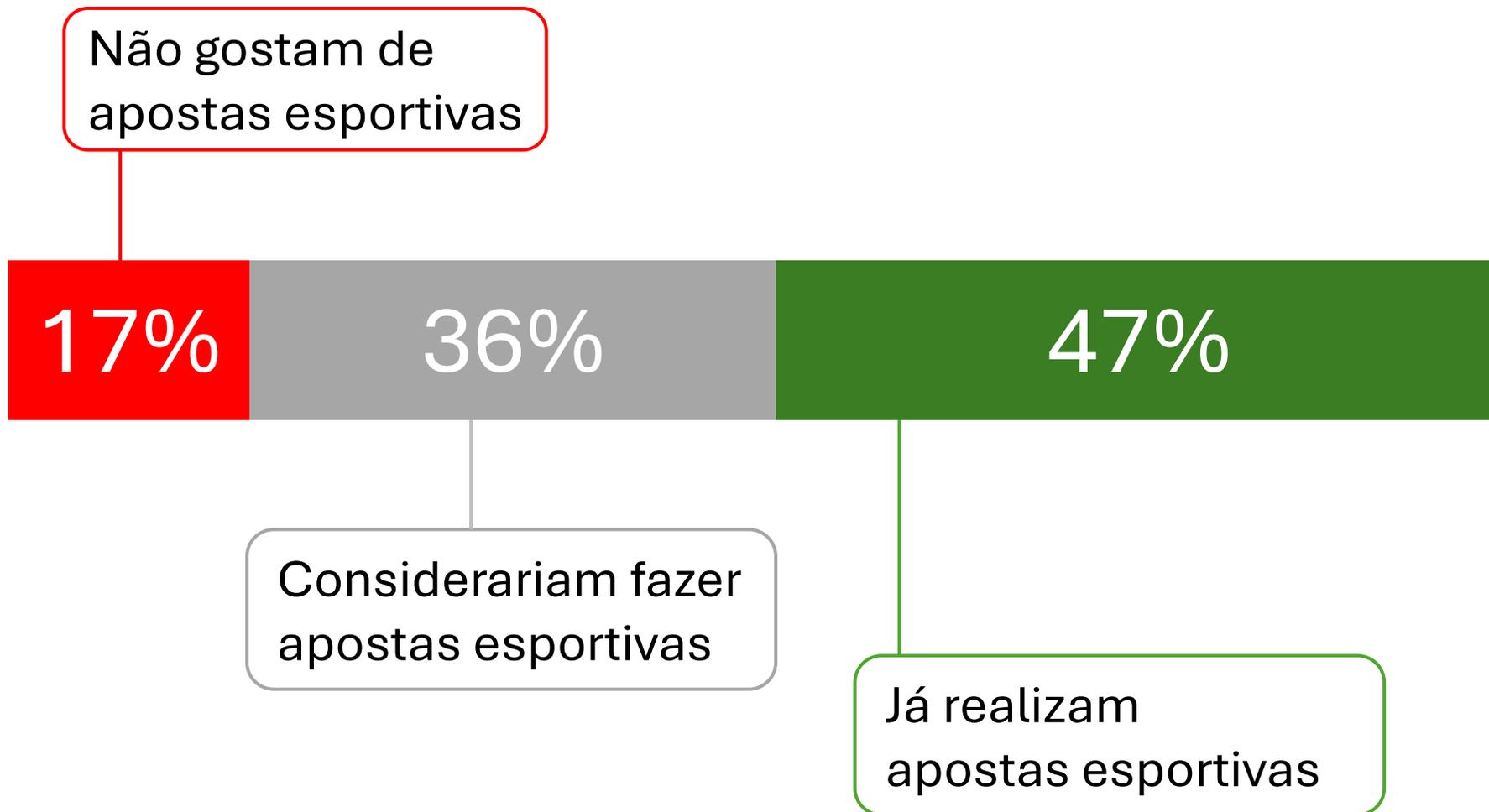


Não gostam de
apostas esportivas

17%

36%

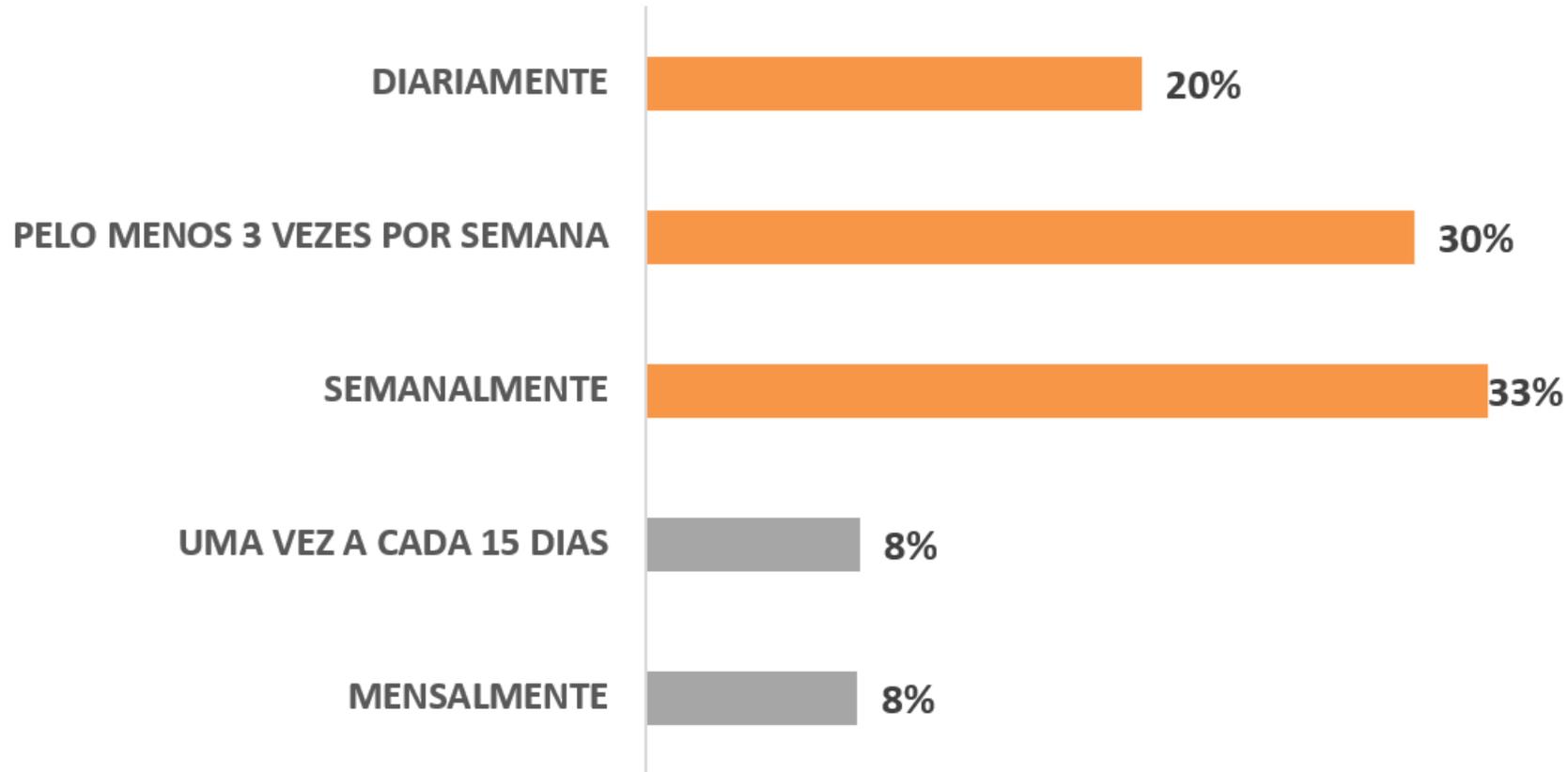
Considerariam fazer
apostas esportivas





83% DOS CONSUMIDORES DA CATEGORIA APOSTAM UMA VEZ POR SEMANA OU MAIS

FREQUENCIA DE APOSTAS

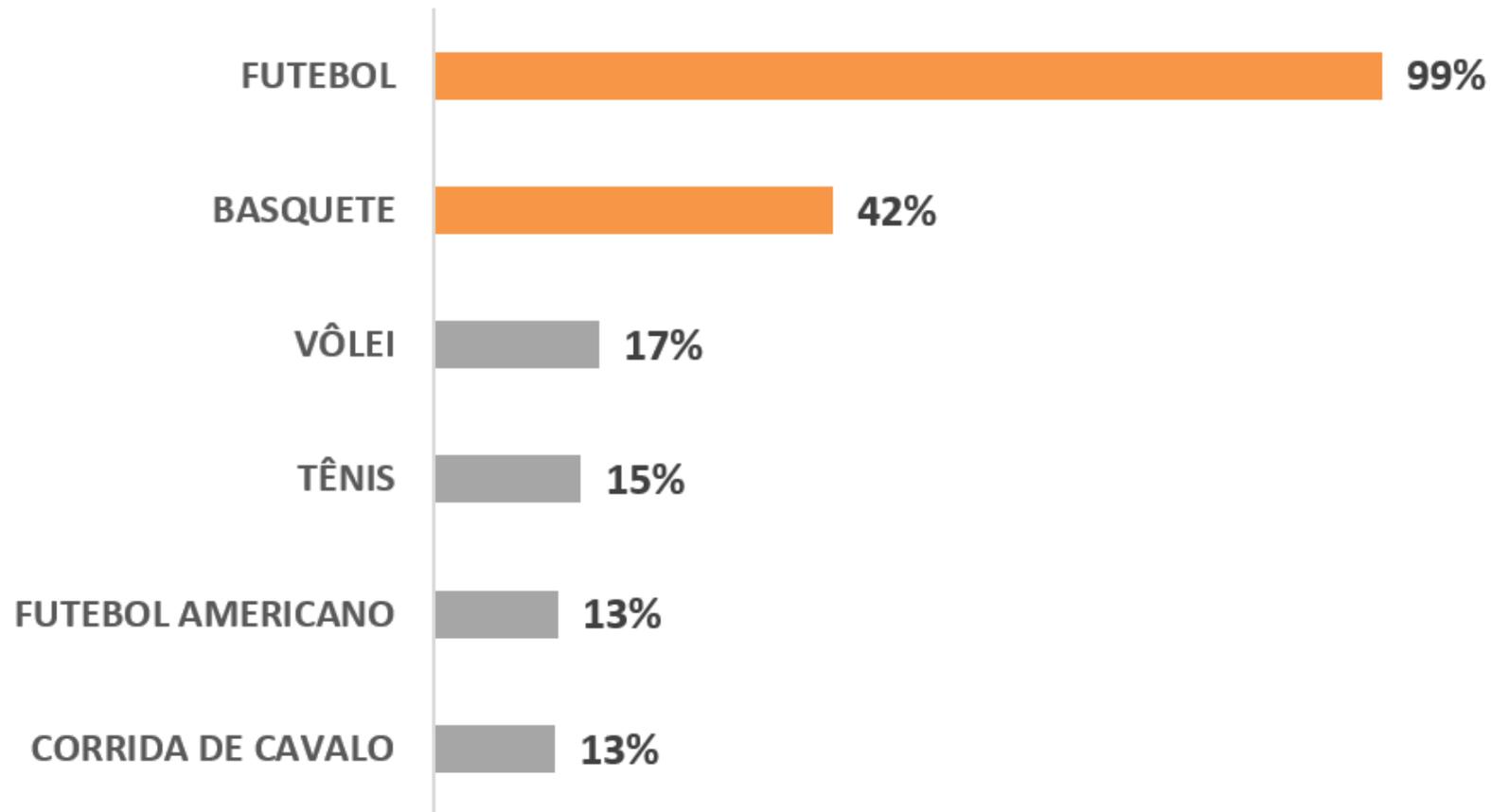


Pergunta: Com que frequência você realiza apostas esportivas?
N = 1.088



FUTEBOL É LÍDER MAS VÁRIOS OUTROS ESPORTES SÃO CITADOS

ESPORTES EM QUE APOSTAM:



Pergunta: Em quais esportes você costuma apostar?

N = 1.088



OUTROS ESPORTES QUE FORAM CITADOS

Boxe	E-sport	MMA
Cassino	Fórmula 1	NBA
Ciclismo	Futebol	Roleta
Corrida	Futsal	Surf
Corrida de Bike	Handebol	Tenis
Corrida de carros	Loteria	UFC
Dota 2	MLB	



Pergunta: Em quais esportes você costuma apostar?

N = 1.088



OS CONSUMIDORES HEAVY USERS (20%) APOSTAM EM MAIS ESPORTES QUE OS DEMAIS

APOSTAM
TODOS OS DIAS

2,6

esportes em
média

APOSTAM
A CADA 15 OU 30 DIAS

1,4

esportes em
média



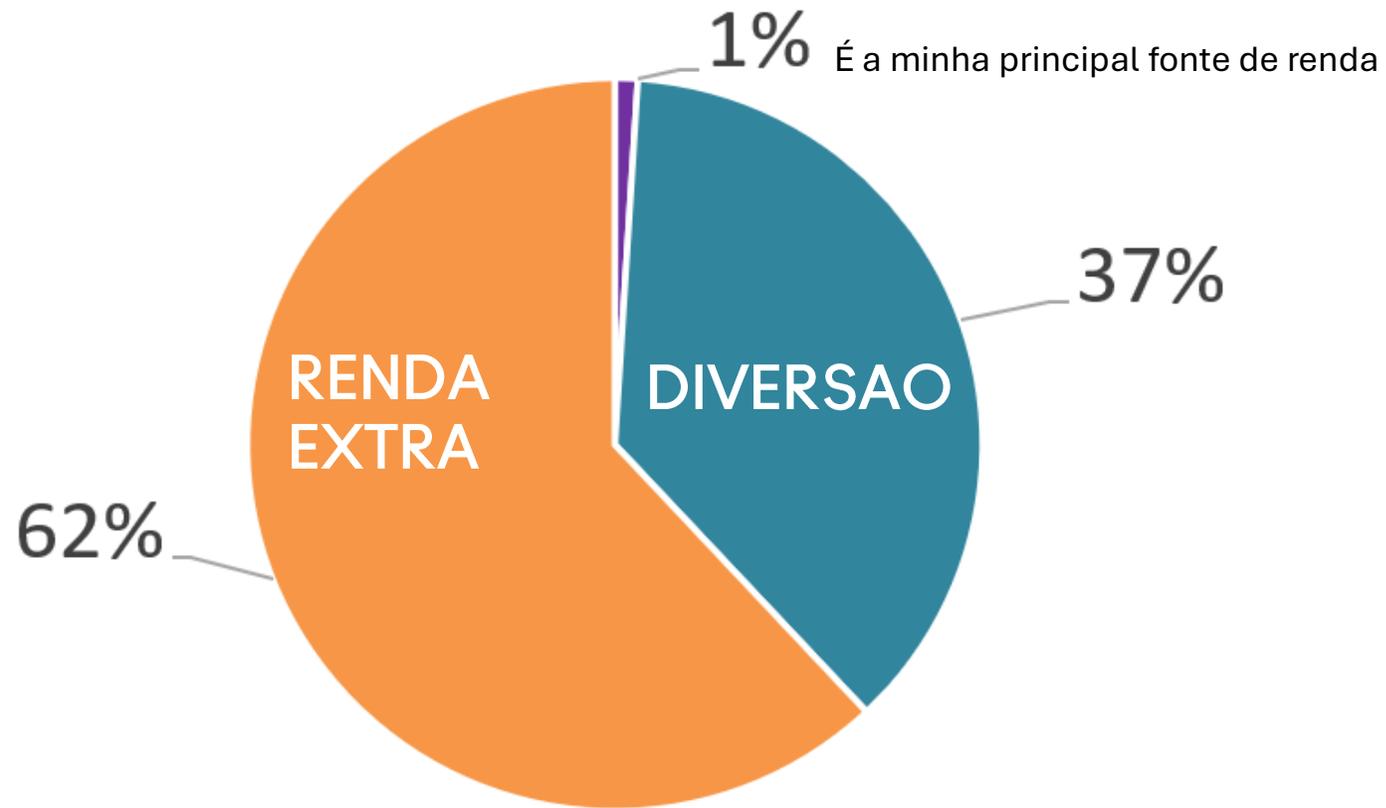
Pergunta: Em quais esportes você costuma apostar?

N = 1.088



A MAIOR PARTE DOS APOSTADORES BUSCA RENDA EXTRA

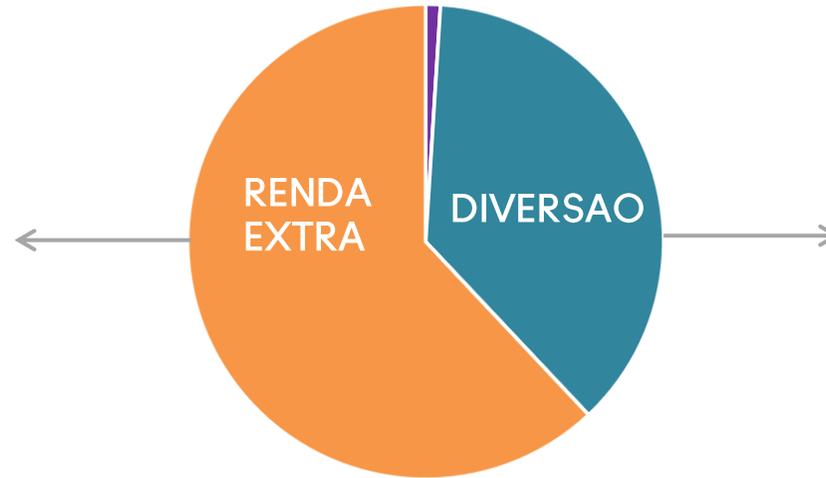
FINALIDADE DAS APOSTAS



**MESMO QUEM ESTÁ FOCADO EM RENDA EXTRA É IMPACTADO PELA
“SENSAÇÃO DE ADRELINA AO APOSTAR”**

37%

CITAM A
A SENSACÃO DE
ADRENALINA
EM APOSTAR



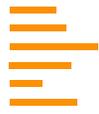
57%

CITAM A
A SENSACÃO DE
ADRENALINA
EM APOSTAR

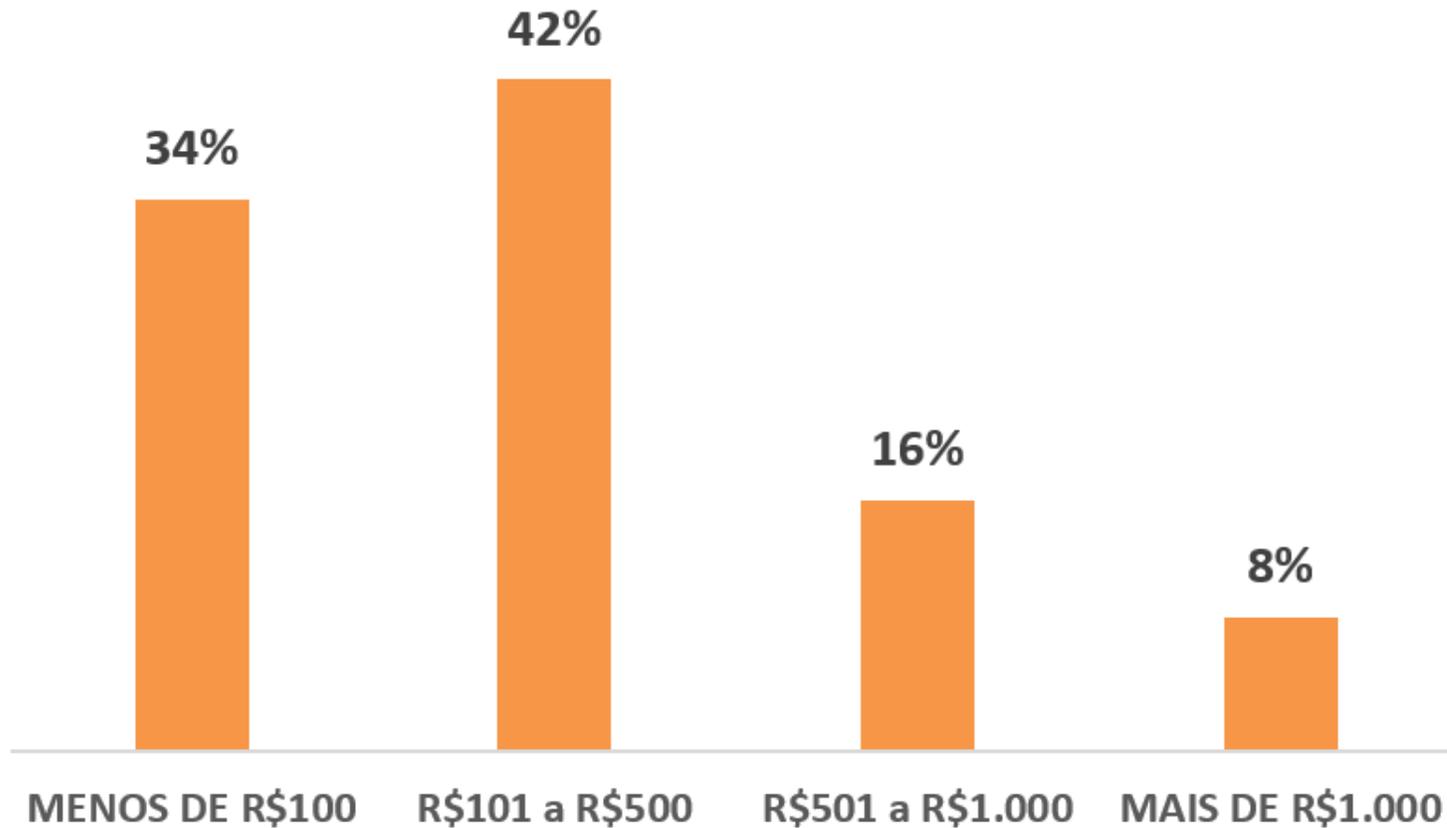
Pergunta: Com qual finalidade você realiza apostas esportivas?

Pergunta: O que te motiva a apostar em esportes?

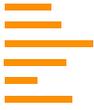
N = 1.088



76% DOS CONSUMIDORES COSTUMAM TER ATÉ R\$500,00 DISPONÍVEIS PARA INVESTIR.



Pergunta: Qual valor você costuma ter na sua banca?
N = 1.088



QUAIS SÃO OS MAIORES FATORES DE DECISÃO PARA ESCOLHER UMA EMPRESA DE APOSTAS ESPORTIVAS?



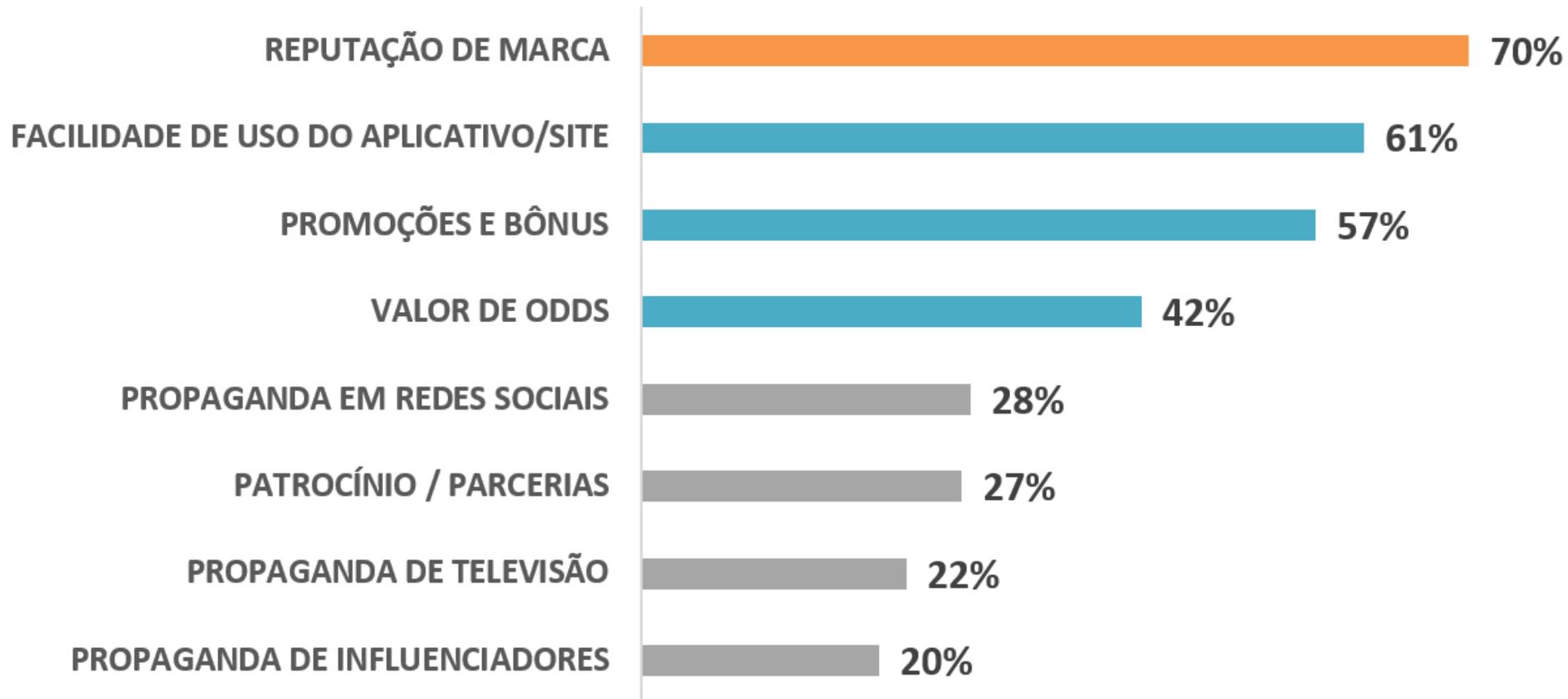
**REPUTAÇÃO DA MARCA É O PRINCIPAL
FATOR DE DECISÃO PARA ESCOLHER ONDE APOSTAR**



“ A reputação de marca. ”



REPUTAÇÃO DA MARCA É O PRINCIPAL FATOR DE DECISÃO PARA ESCOLHER ONDE APOSTAR



Apostas Esportivas: Comportamento

QUAIS SÃO OS BLOQUEADORES DE CONSUMO?



BLOQUEADORES DE CONSUMO DA CATEGORIA

31% têm medo de **compulsão**

20% são **conservadores** com o seu dinheiro

11% não têm **interesse** por esportes

11% acreditam que as casas de apostam podem **manipular** os resultados das apostas

7% acham que apostas esportivas são **ilegais**

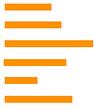
39% acreditam que não têm **habilidades** para prever resultados esportivos

27% acham que as **chances** de ganhar são muito baixas



Pergunta: Por que você ainda não realiza apostas esportivas?

N = 839



O QUE TE **MOTIVARIA** A COMEÇAR A APOSTAR?



O QUE TE MOTIVARIA A
COMEÇAR A APOSTAR?

ILUMEO



“Ter uma casa de apostas
em que possa confiar.”

64%

Apostas Esportivas: Branding

É PRECISO ACOMPANHAR O PULSO DO MERCADO E DAS MARCAS



AWARENESS ESPONTÂNEO

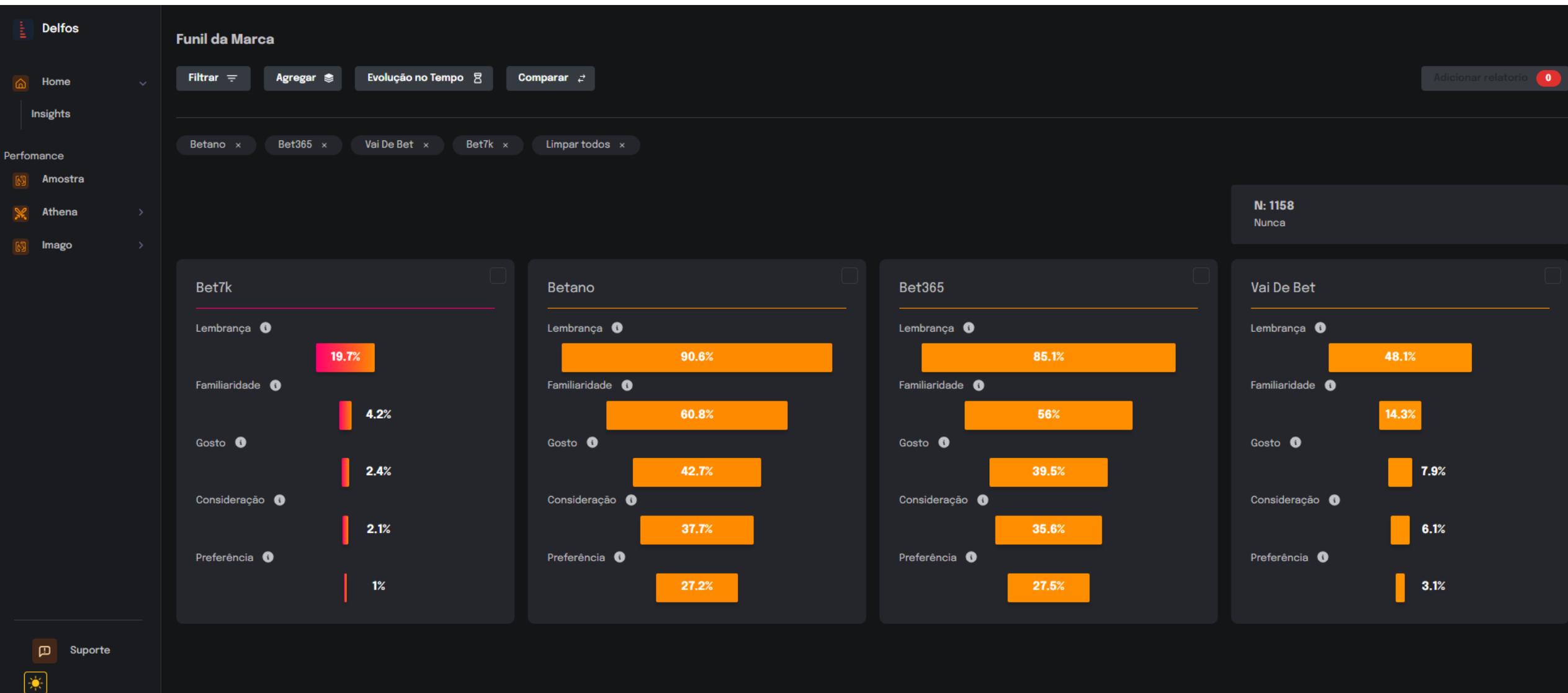


200

MARCAS SAO
LEMBRADAS

124

CONTEM A
PALAVRA BET





USAR DADOS PARA A ESCOLHA DE CELEBRIDADES PODE IMPULSIONAR RESULTADOS DE MARCA E CONVERSÃO



PERSONA

A ILUMEO faz pesquisas proprietárias sobre a imagem de celebridades e influenciadores.

Atualmente, tem um banco de dados com a percepção de milhares de brasileiros sobre as principais celebridades do Brasil.



DATA ASSET
PROPRIETÁRIO

Entenda mais sobre a metodologia neste post:

<https://ilumeo.com.br/marketing/como-decidir-sobre-a-contratacao-de-celebridades-para-marcas-e-campanhas-publicitarias/>



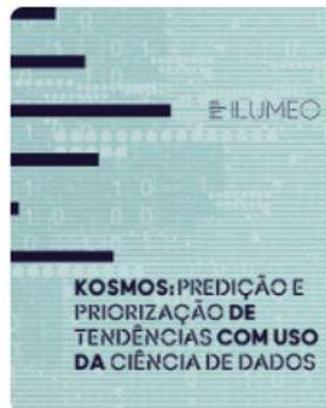
MAIS CONTEÚDOS NO SITE DA ILUMEO



Os 4 níveis para otimização do ROI com MMM

Hoje, cerca de 20% dos investimentos em mídia não impactam significativamente os resultados de negócio. Isso porque a maioria das empresas não utiliza métodos que respondam às perguntas como: Qual canal...

[acesse agora](#)



Predição e Priorização de tendências com o Kosmos

Baixe o e-book e entenda a metodologia que estima quais tendências têm mais chance de impactar seu negócio e tome decisões de inovação mais eficientes. Com o KOSMOS é possível...

[acesse agora](#)



Como mensurar o investimento em OOH

A publicidade está cada vez mais digital. Mas, algumas mídias tradicionais seguem trazendo bons resultados. Como saber se esse é o caso do Out Of Home (OOH)? Neste e-book você...

[acesse agora](#)



Como definir um parceiro de brand tracking

Neste e-book, você entenderá por que mensurar marca é algo importante e por que você deve contar com uma boa empresa parceira durante esta jornada. Veja o framework com os...

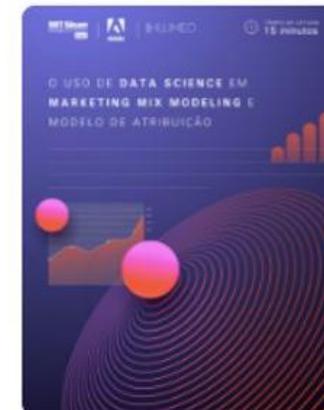
[acesse agora](#)



Case de estudos ILUMEO com Fintech

O case mostra como a ILUMEO impulsionou o crescimento de uma das maiores fintechs do Brasil ao longo de anos. Como consultoria especializada em Marketing Effectiveness, implementamos um framework com...

[acesse agora](#)



Data Science e Marketing Mix Modeling

Em parceria com a Adobe e o MIT Sloan Management Review, escrevemos um e-book sobre como usar ciência de dados e o Marketing Mix Modeling para aumentar a capacidade de...

[acesse agora](#)

ILUMEO

senise@ilumeo.com.br
Linkedin: Diego Senise