



PESQUISA. TECNOLOGIA. PESSOAS.

Um novo olhar
para a sua marca.

• NOSSA ESSÊNCIA

Tecnologia e inovação em pesquisa digital.

Novas perspectivas.
Decisões mais inteligentes.



O QUE NOS MOVE

Entender pessoas. Revelar possibilidades.

Inteligência para a sua próxima decisão.

Trazemos as últimas inovações em **pesquisa digital** para apoiar nossos clientes no entendimento do comportamento dos consumidores e de suas reações às campanhas de comunicação.

Com tecnologias de **Brand Lift e Facial Coding**, oferecemos insights pré e pós-campanha, com relatórios detalhados e informações relevantes para a tomada de decisão.

01
PRÉ-CAMPANHA



02
PÓS-CAMPANHA

PARCEIROS BRANDFUL

Grandes marcas.

Novas perspectivas.

Anunciantes

					
					
				 Personnalité	
					

PARCEIROS BRANDFUL

Conectados aos grandes players.

Medição para grandes players do nosso mercado

PESQUISA QUE AMPLIA O SEU OLHAR

Nossas soluções.

Tecnologia para entender.
Insights para decidir.



01

Brand Lift

- Digital
- Painel



02

Attention Score

- Light
- Standard
- Plus



03

Attention Lift



04

Brand Tracking



05

Quantics



06

Brains

EM BREVE

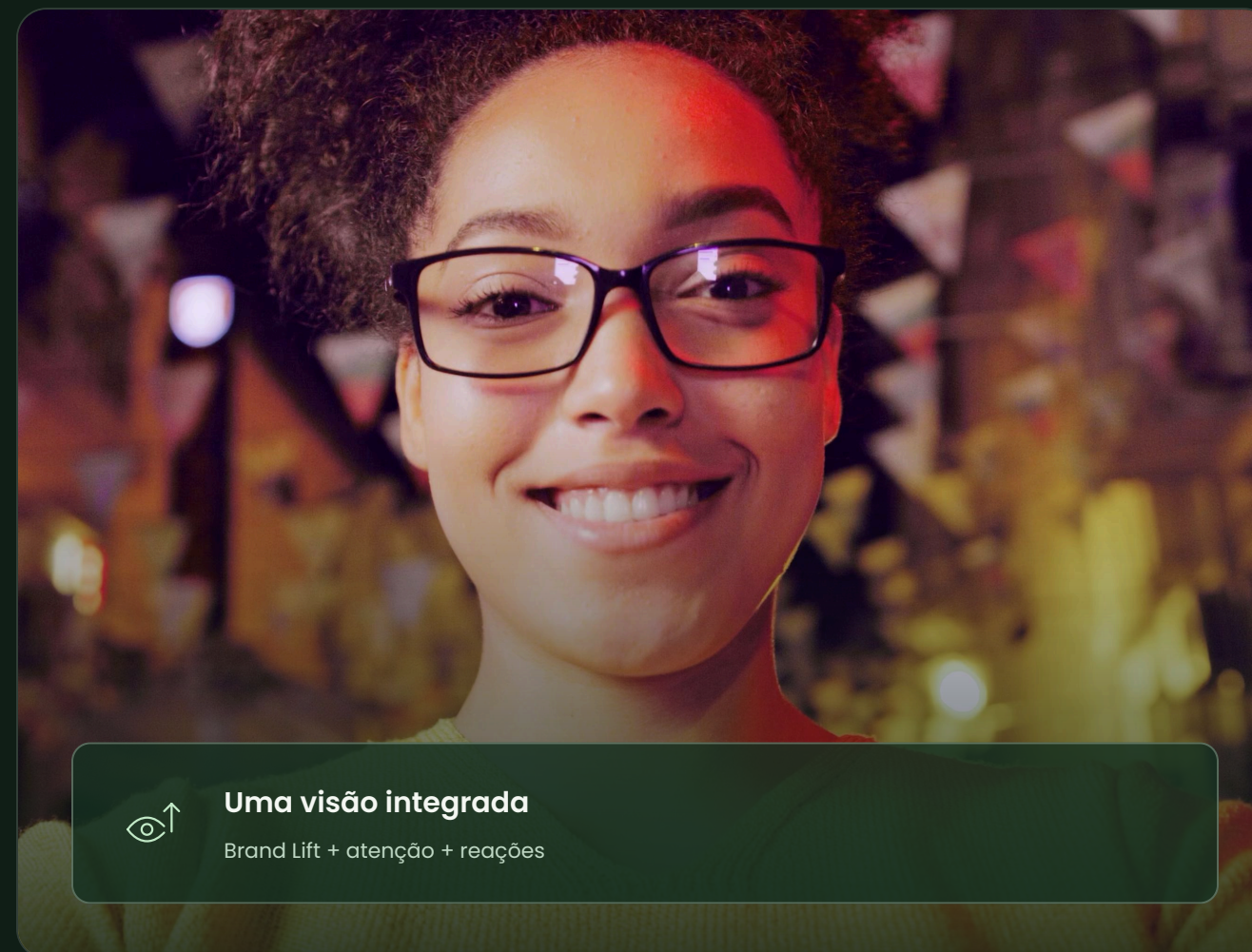
A EVOLUÇÃO DA PESQUISA DE BRAND LIFT

Attention Lift.

Atenção ao vídeo.
Impacto na marca.

Combine o efeito da campanha na percepção da
marca com a análise de atenção e reações da
audiência.

Conheça a metodologia →

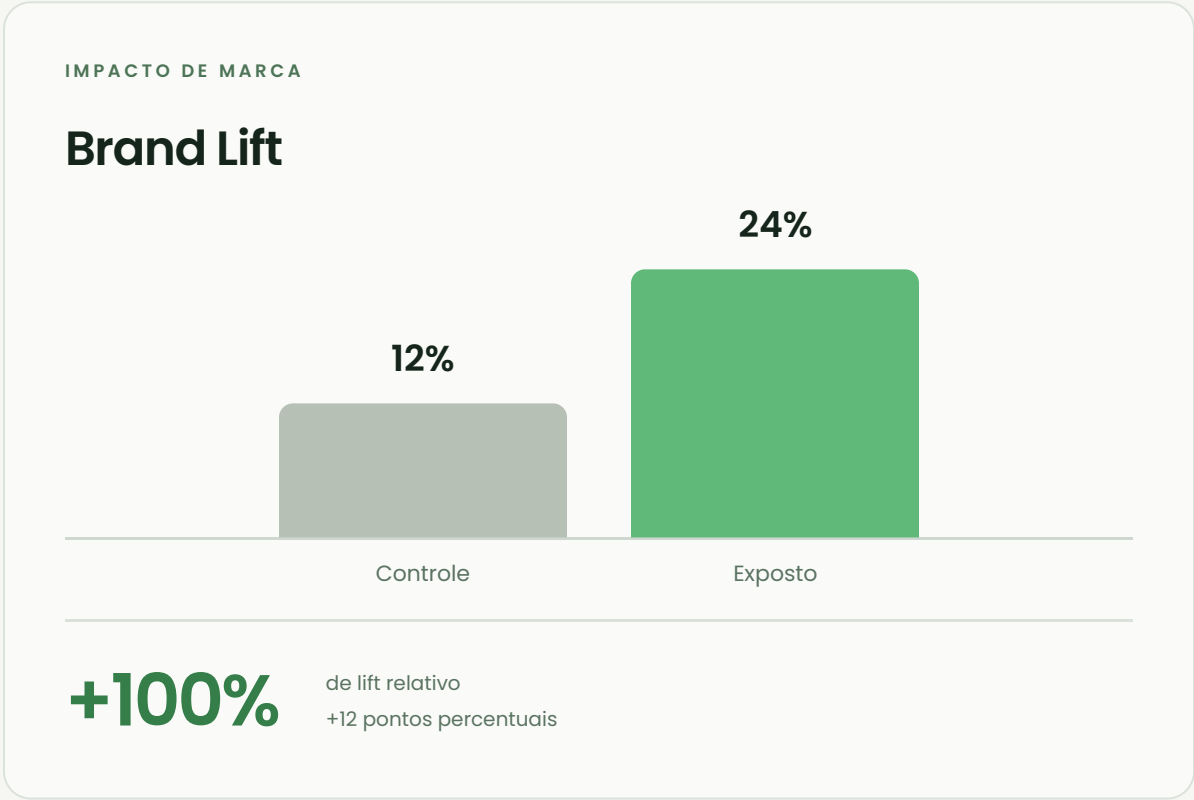


O QUE O ATTENTION LIFT ACRESCENTA

Do efeito na marca à reação ao conteúdo.

Attention Lift

O grupo exposto revela como o vídeo mobiliza a audiência, além das respostas à pesquisa.



+



Valores ilustrativos. O lift e os indicadores de atenção são leituras complementares do estudo.

UM PAINEL ALINHADO AO TARGET

Escolher a audiência. Dar contexto à resposta.

≈200 participantes por vídeo
Recrutamento via painel, de acordo com o target da campanha.

Attention Lift

Participantes selecionados a partir de dados declarados, conforme o público da campanha.



BASE DE COMPARAÇÃO

Grupo controle

Responde ao questionário para compor a referência de comparação do estudo.



EXPOSIÇÃO + RESPOSTA

Grupo exposto

Assiste ao vídeo com monitoramento de atenção e reações e responde à pesquisa em D+5.

DIMENSÕES DE SELEÇÃO

Demográfica

Geográfica

Comportamental

Financeira

Social

Saúde

DUAS LEITURAS COMPLEMENTARES

O olhar acompanha. A expressão acrescenta.

Attention Lift

Análise durante a exposição ao vídeo, em um painel de pesquisa.



01

ATENÇÃO PRESTADA

Eye-tracking remoto

Mapeamento da fixação e da movimentação do olhar via webcam, durante a exibição do vídeo.

Ajuda a compor a visão geral de performance e suas diferentes leituras.



02

REAÇÕES FACIAIS

Análise facial automatizada

Identifica a parcela da audiência com atenção de pelo menos 30% e sorriso acima do limiar de reação.

Mostra como as reações se distribuem ao longo do conteúdo.



Participação com **consentimento**, em ambiente controlado, com cuidado na privacidade e no tratamento dos dados.

A JORNADA DO ESTUDO

Um processo conectado. Da exposição ao insight.

Attention Lift

A leitura do vídeo e a pesquisa de marca se encontram na análise final.



01

Briefing & contrato

Objetivos, pergunta e recrutamento de participantes do painel.

Briefing e contrato: até 48h



02

Exposição & captura

O grupo exposto assiste ao vídeo. Imagens são capturadas ao longo da exibição e enviadas para processamento.

O grupo controle é entrevistado nesta etapa



03

Retorno em D+5

Cinco dias após a exposição, o grupo exposto é convidado a responder ao questionário.

Desktop, tablet ou smartphone



04

Análise & relatório

Dados validados e combinação dos resultados de atenção, reações e lift de marca.

Relatório entregue ao cliente

D+5

O intervalo entre exposição e entrevista permite avaliar a resposta à marca depois do contato com o anúncio.

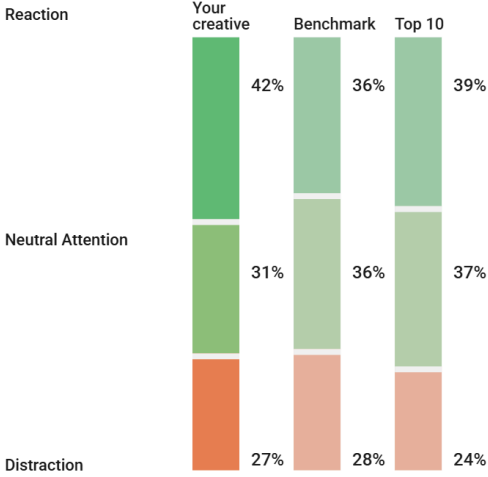
MOMENTO A MOMENTO

Cada segundo conta uma parte da história.

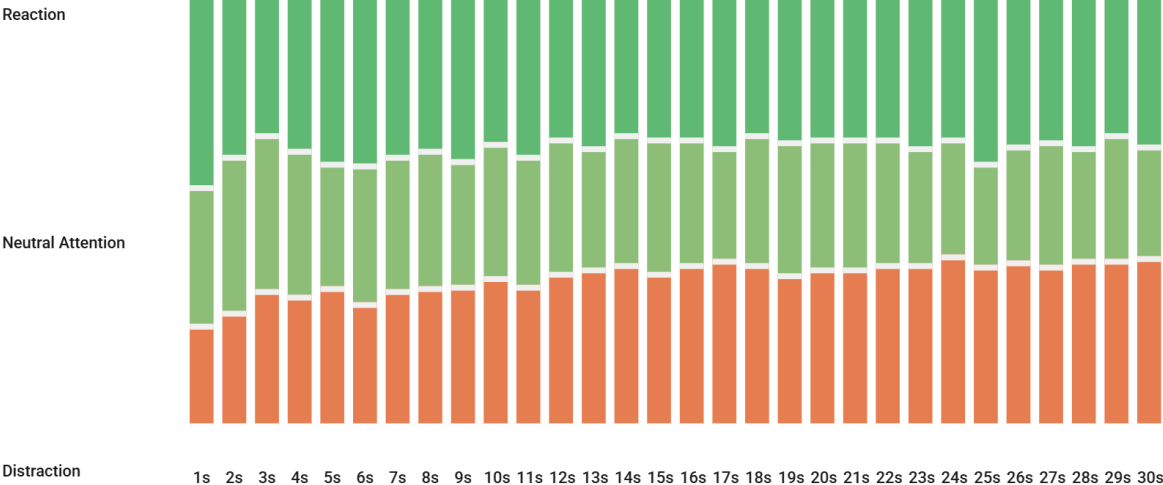
Attention Lift

Identifique trechos de reação, atenção neutra e distração durante o vídeo.

Total Attention Distribution
(comparison)



Attention Distribution
(per second)



● **Reação**
Resposta reativa da audiência

● **Atenção neutra**
Atenção sem reação identificada

● **Distração**
Momentos de menor atenção

Exemplo ilustrativo: visão agregada do criativo, comparação com referências e distribuição segundo a segundo.

PERFORMANCE RELATIVA POR TARGETS

O mesmo vídeo. Respostas diferentes.

Attention Lift

Índices relativos ajudam a localizar públicos com maior ou menor resposta em cada dimensão.

SCORE TOTAL

Uma visão da performance por público.

Compare os índices entre faixas etárias e gêneros para identificar diferenças de resposta ao conteúdo.

100 | BASE GERAL

Idade	Masculino	Feminino	Geral
18–24	84,2	75,4	80,7
25–34	94,7	93,0	93,0
35–44	121,1	103,5	107,0
45–54	50,9	122,8	91,2
55+	77,2	49,1	68,4
Base / gênero	87,7	98,2	100,0

Acima de 105 95 a 105 Abaixo de 95

Base geral: 100

Valores ilustrativos de índice relativo. Os números são índices, não percentuais da audiência.

PERFORMANCE RELATIVA POR TARGETS

O mesmo vídeo. Respostas diferentes.

Attention Lift

Índices relativos ajudam a localizar públicos com maior ou menor resposta em cada dimensão.

CAPTURA

Quem responde melhor na captura?

Explore o recorte de captura e localize os segmentos com índices acima ou abaixo da referência.

100 | BASE GERAL

Idade	Masculino	Feminino	Geral
18–24	46,8	48,4	48,4
25–34	93,5	85,5	88,7
35–44	129,0	106,5	112,9
45–54	56,5	106,5	83,9
55+	112,9	51,6	91,9
Base / gênero	93,5	93,5	100,0

Acima de 105 95 a 105 Abaixo de 95

Base geral: 100

Valores ilustrativos de índice relativo. Os números são índices, não percentuais da audiência.

PERFORMANCE RELATIVA POR TARGETS

O mesmo vídeo. Respostas diferentes.

Attention Lift

Índices relativos ajudam a localizar públicos com maior ou menor resposta em cada dimensão.

RETENÇÃO

A retenção muda entre os públicos.

Observe os recortes de retenção para aprofundar a leitura das diferenças entre segmentos.

100 | BASE GERAL

Idade	Masculino	Feminino	Geral
18–24	94,6	89,3	91,1
25–34	85,7	94,6	92,9
35–44	123,2	103,6	108,9
45–54	41,1	126,8	89,3
55+	66,1	46,4	60,7
Base / gênero	82,1	100,0	100,0

Acima de 105 95 a 105 Abaixo de 95

Base geral: 100

Valores ilustrativos de índice relativo. Os números são índices, não percentuais da audiência.

PERFORMANCE RELATIVA POR TARGETS

O mesmo vídeo. Respostas diferentes.

Attention Lift

Índices relativos ajudam a localizar públicos com maior ou menor resposta em cada dimensão.

CONEXÃO

Diferentes públicos, diferentes conexões.

A dimensão de conexão acrescenta outra perspectiva à comparação da resposta ao vídeo.

100 | BASE GERAL

Idade	Masculino	Feminino	Geral
18–24	115,1	94,3	105,7
25–34	105,7	98,1	100,0
35–44	109,4	98,1	100,0
45–54	54,7	137,7	100,0
55+	47,2	49,1	47,2
Base / gênero	84,9	101,9	100,0

Acima de 105 95 a 105 Abaixo de 95

Base geral: 100

Valores ilustrativos de índice relativo. Os números são índices, não percentuais da audiência.

COMPARAÇÃO ENTRE CRIATIVOS

Dois vídeos. Oportunidades distintas.

Attention Lift

Compare os índices por público para aprofundar a leitura de cada criativo.

Vídeo 1

Score total · índice relativo

Idade	Masculino	Feminino	Geral
18–24	73,1	101,9	92,3
25–34	94,2	107,7	103,8
35–44	125,0	98,1	109,6
45–54	75,0	86,5	80,8
55+	96,2	86,5	94,2
Base / gênero	98,1	100,0	100,0



Destaque entre homens de 35 a 44 anos e mulheres de 25 a 34 anos.

Vídeo 2

Score total · índice relativo

Idade	Masculino	Feminino	Geral
18–24	69,2	103,8	90,4
25–34	84,6	103,8	98,1
35–44	111,5	82,7	96,2
45–54	78,8	119,2	101,9
55+	125,0	123,1	123,1
Base / gênero	96,2	101,9	100,0



Destaque no público de 55+ anos e entre homens de 35 a 44 anos.

Acima de 105 95 a 105 Abaixo de 95

Base geral: 100

Comparação ilustrativa. A melhor escolha de criativo depende também do target e dos objetivos da campanha.

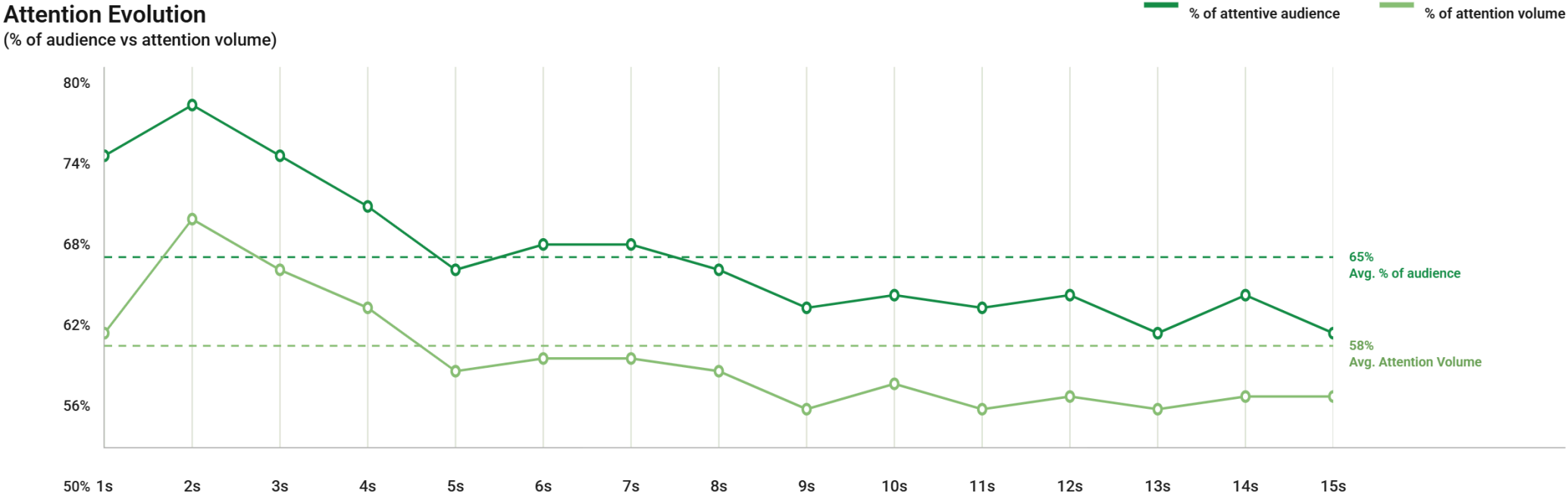
DUAS CURVAS, DUAS PERGUNTAS

Quantas pessoas estão atentas?

E com qual intensidade?

Attention Lift

Acompanhe as variações ao longo do conteúdo para localizar momentos de atenção e distração.



Audiência atenta

Percentual de pessoas atentas em cada segundo da exibição.

Volume de atenção

Intensidade média da atenção, segundo a segundo.

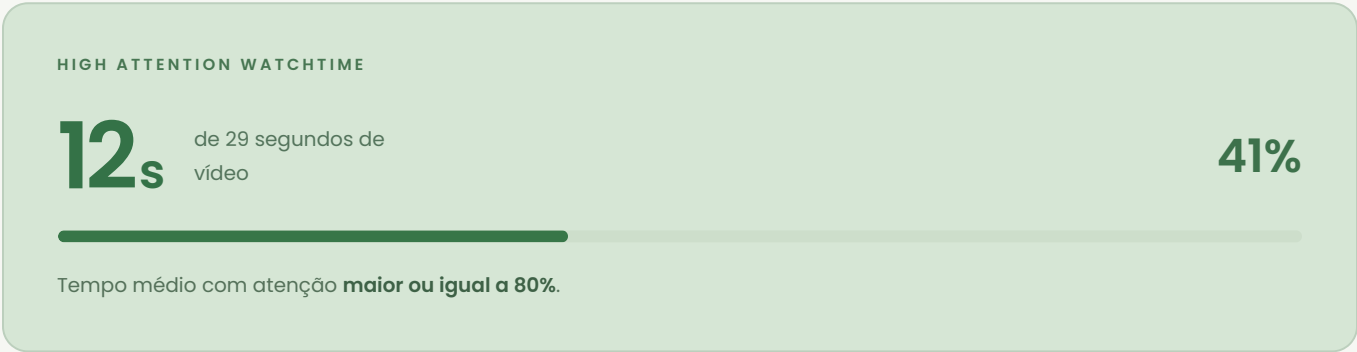
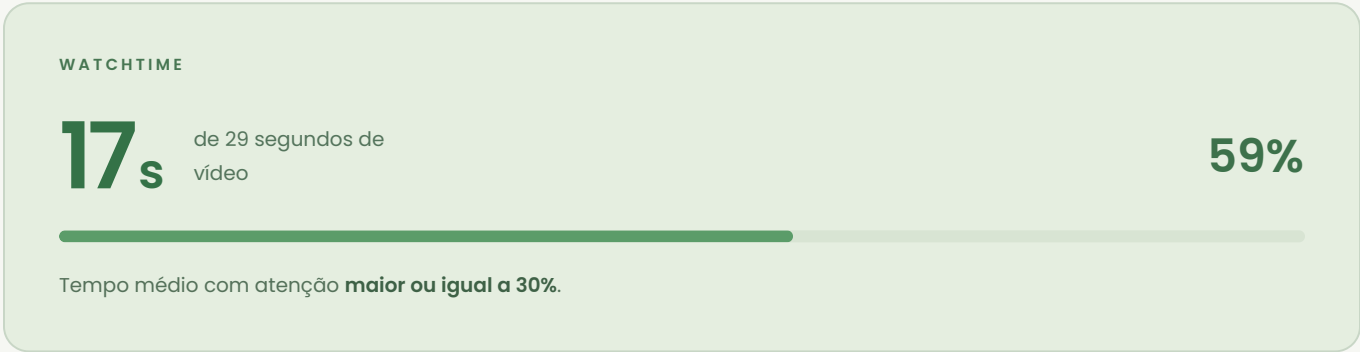
Curvas ilustrativas. As duas métricas descrevem aspectos diferentes da atenção ao vídeo.

ATENÇÃO EFETIVA

O tempo que realmente recebe atenção.

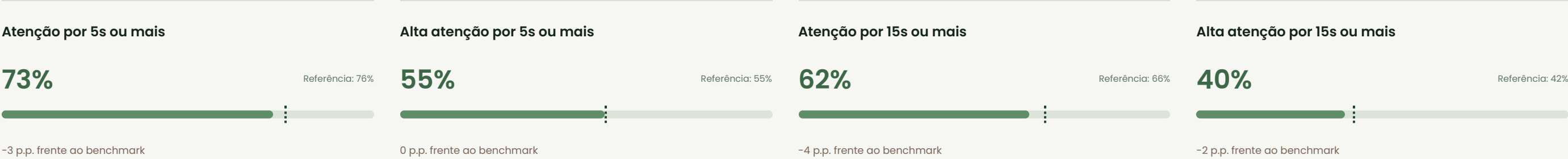
Attention Lift

Watchtime relaciona o tempo atento à duração do vídeo. Alta atenção usa um critério mais exigente.



CRIATIVO EM RELAÇÃO AO BENCHMARK

Parcela da audiência em cada critério



Valores ilustrativos. Watchtime é tempo médio de atenção; os comparativos mostram a parcela da audiência que alcança cada duração.

DA MENSURAÇÃO À DECISÃO

Mais informação. Uma leitura mais completa.

Attention Lift

Resultados acompanhados de contexto estatístico para apoiar a interpretação.



Agilidade

Processo organizado da preparação à entrega.



Mais profundidade

Atenção, reações e impacto de marca em uma leitura integrada.



Ponta a ponta

Recrutamento, pesquisa, validação e relatório.



Decisões de investimento

Insights para orientar a estratégia de comunicação.

90%

Nível de confiança

Margem de erro, acompanhamento do desvio padrão e sinalizadores de estabilidade da amostra.

Ver os critérios →

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Attention Lift

O que diferencia o Attention Lift do Brand Lift?

O Attention Lift combina a pesquisa de impacto de marca com a **análise de atenção e reações ao vídeo**. Os scores, os recortes por faixa etária e gênero e a leitura dos trechos ajudam a entender como cada conteúdo mobiliza a audiência.

Qual é o prazo entre implementação e resultados?

Cerca de **10 dias úteis** entre a implementação da pesquisa e a finalização da coleta e do dashboard. A entrevista do grupo exposto acontece em D+5 após o contato com o vídeo.

[Attention Lift](#)

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Attention Lift.

Quantas pessoas participam da pesquisa?

O estudo recruta **aproximadamente 200 participantes por vídeo**, via painel de pesquisa e de acordo com o target da campanha.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Attention Lift

Como os resultados são entregues?

As análises de atenção e os scores de performance do vídeo são entregues junto com os resultados de Brand Lift, em uma **apresentação com os principais insights** da pesquisa.

Quantos vídeos podem ser avaliados por pesquisa?

Até **3 vídeos por pesquisa**. O resultado de **Brand Lift é consolidado para o estudo**, sem individualização de lift por vídeo. As análises de atenção permitem comparar a performance dos conteúdos.

[Attention Lift](#)

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Attention Lift.

Qual formato de criativo pode ser avaliado?

Exclusivamente vídeo, pois o estudo inclui análise facial durante a exibição do conteúdo.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Attention Lift

Quais meios podem ser contemplados?

Vídeos destinados a campanhas em **Digital, OOH, TV e CTV**. A avaliação acontece no ambiente controlado do painel.

Quando devo iniciar a pesquisa?

Antes ou simultaneamente à veiculação da campanha, conforme os objetivos do estudo.

[Attention Lift](#)

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Attention Lift.

Posso avaliar campanhas de redes sociais?

Sim, desde que o criativo seja um **vídeo**. A mensuração ocorre em ambiente controlado, sem depender de cookies no ambiente de veiculação da campanha.