



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

Brand Tracking.

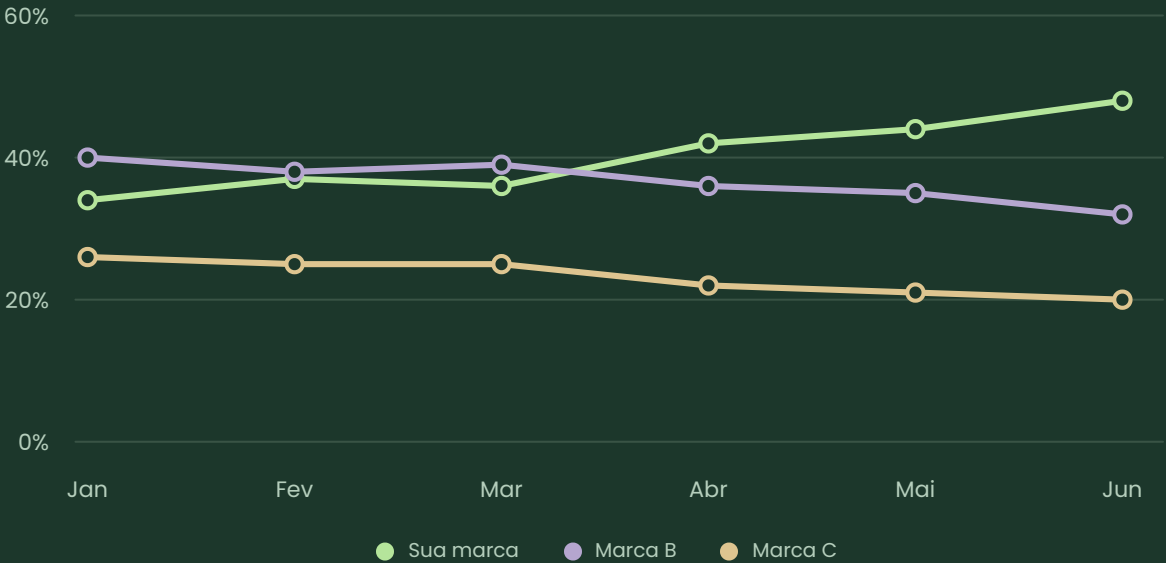
Sua marca muda.
Acompanhe cada movimento.

Uma visão recorrente da percepção da marca, do cenário competitivo e das mudanças no seu público.

Explore uma leitura →

A MARCA AO LONGO DO TEMPO

De uma onda
à próxima decisão.



Trajetória ilustrativa de preferência - jan-jun.

Duas perguntas. Visões complementares.

Brand Lift e Brand Tracking ajudam a entender momentos diferentes da construção de uma marca.

IMPACTO DA CAMPANHA

Brand Lift

“O contato com a campanha mudou a percepção da marca?”

Referência	Grupos controle e exposto.
Leitura	Diferença de percepção associada à exposição, conforme o desenho do estudo.
Momento	Uma campanha ou ação específica.

EVOLUÇÃO DA MARCA

Brand Tracking

“Como a nossa marca está evoluindo no mercado?”

Referência	Ondas recorrentes de pesquisa.
Leitura	Percepções, concorrentes e mudanças ao longo do tempo.
Momento	Acompanhamento contínuo da marca.

O Tracking revela movimentos. A atribuição de um efeito à campanha exige um desenho específico de pesquisa.

Uma marca. Muitas dimensões.

Escolha os indicadores que respondem ao seu desafio. O questionário conecta cada pergunta à leitura de marca desejada.

01

Awareness

Sua marca é conhecida e lembrada?

Conhecimento e Top of Mind.

02

Consideração

Ela entra na lista de escolhas?

Marcas consideradas para compra.

03

Preferência

Ela é a primeira escolha?

Preferência entre as alternativas.

04

Intenção de compra

Existe disposição para comprar?

Intenção declarada e Top-2 Box.

05

Favorabilidade

Como as pessoas veem a marca?

Avaliação favorável e saldo de opiniões.

06

Atributos

Quais ideias a marca desperta?

Associações como confiança e inovação.

Tudo começa com a pergunta certa.

Objetivo, público e questionário alinhados para construir uma série que faça sentido para a sua marca.

- 01

Defina o foco

Marca, produto ou serviço; categoria e concorrentes que você quer acompanhar.
- 02

Delimite o público

Um target de referência para o estudo, com critérios de gênero e faixa etária.
- 03

Construa o questionário

Perguntas personalizadas ou modelos por pilar, com escolha única, múltipla escolha e escala de 1 a 5.

EXEMPLO DE PERGUNTA · PREFERÊNCIA

Qual destas marcas é a sua preferida?

☒

Sua marca

01

☐

Marca B

02

☐

Marca C

03

☐

Nenhuma destas

04

Exemplo de estrutura do questionário.

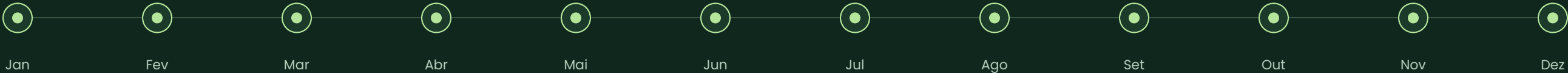
Coleta via painel de pesquisa ou base própria, com Direct CRM, conforme o desenho do estudo.

O ritmo certo para acompanhar.

Cada onda é uma nova rodada de pesquisa. Defina a recorrência de acordo com a velocidade das decisões.

12 ondas em um
ano completo

Acompanhe movimentos com maior frequência entre as leituras.



Calendário ilustrativo de um ano completo. Datas e duração da coleta são definidas no planejamento.

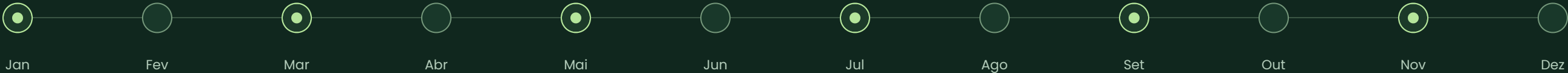
Preservar público, perguntas e critérios entre ondas ajuda a manter a comparabilidade da série.

O ritmo certo para acompanhar.

Cada onda é uma nova rodada de pesquisa. Defina a recorrência de acordo com a velocidade das decisões.

6 ondas em um
ano completo

Observe a evolução em janelas de dois meses.



Calendário ilustrativo de um ano completo. Datas e duração da coleta são definidas no planejamento.

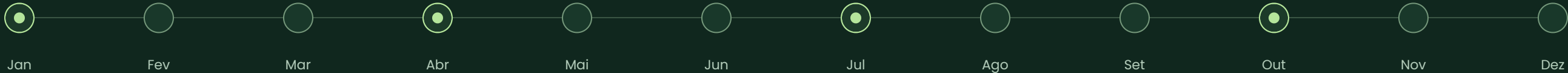
Preservar público, perguntas e critérios entre ondas ajuda a manter a comparabilidade da série.

O ritmo certo para acompanhar.

Cada onda é uma nova rodada de pesquisa. Defina a recorrência de acordo com a velocidade das decisões.

4 ondas em um ano completo

Organize a leitura por trimestre e conecte-a ao planejamento da marca.



Calendário ilustrativo de um ano completo. Datas e duração da coleta são definidas no planejamento.

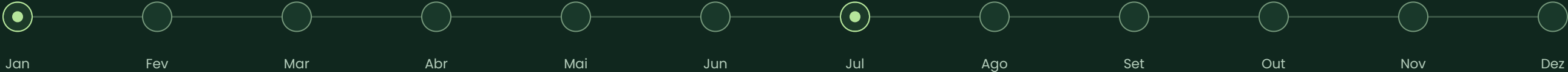
Preservar público, perguntas e critérios entre ondas ajuda a manter a comparabilidade da série.

O ritmo certo para acompanhar.

Cada onda é uma nova rodada de pesquisa. Defina a recorrência de acordo com a velocidade das decisões.

2 ondas em um ano completo

Acompanhe mudanças em horizontes mais amplos.



Calendário ilustrativo de um ano completo. Datas e duração da coleta são definidas no planejamento.

Preservar público, perguntas e critérios entre ondas ajuda a manter a comparabilidade da série.

Veja o momento. Entenda a trajetória.

Alterne entre a última onda, a evolução e a tabela para explorar um exemplo de preferência de marca.

PREFERÊNCIA · JUNHO

A fotografia da última onda.

Base ilustrativa: 400

Sua marca



48%

Marca B



32%

Marca C



20%

48%

escolhem sua marca neste exemplo.
16 p.p. à frente da Marca B na onda de junho.

Dados fictícios para demonstração · 400 respostas em junho. A amostra real é definida no planejamento.

Consolidado Barras, pizza ou tabela

Evolução Linhas, barras ou tabela

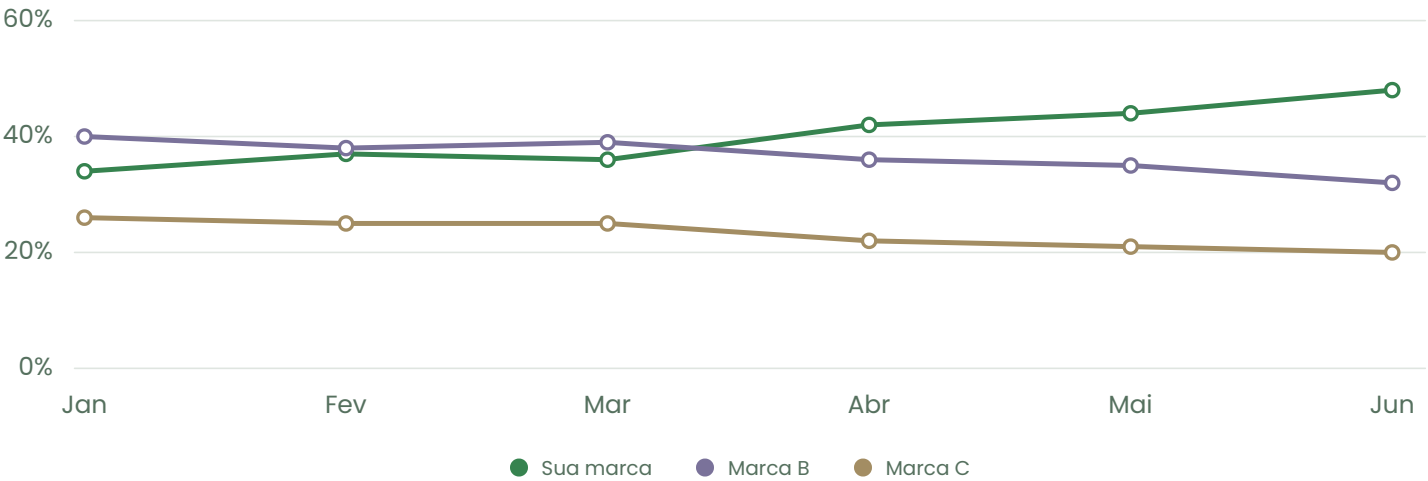
Veja o momento. Entenda a trajetória.

Alterne entre a última onda, a evolução e a tabela para explorar um exemplo de preferência de marca.

PREFERÊNCIA · JANEIRO A JUNHO

O movimento entre as ondas.

6 ondas mensais



Dados fictícios para demonstração · 400 respostas por onda. A amostra real é definida no planejamento.

Consolidado Barras, pizza ou tabela

Evolução Linhas, barras ou tabela

Veja o momento. Entenda a trajetória.

Alterne entre a última onda, a evolução e a tabela para explorar um exemplo de preferência de marca.

PREFERÊNCIA · DADOS DA DEMONSTRAÇÃO

O detalhe de cada período.

Preferência por onda · dados fictícios

Marca	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Sua marca	34%	37%	36%	42%	44%	48%
Marca B	40%	38%	39%	36%	35%	32%
Marca C	26%	25%	25%	22%	21%	20%
Respostas	400	400	400	400	400	400

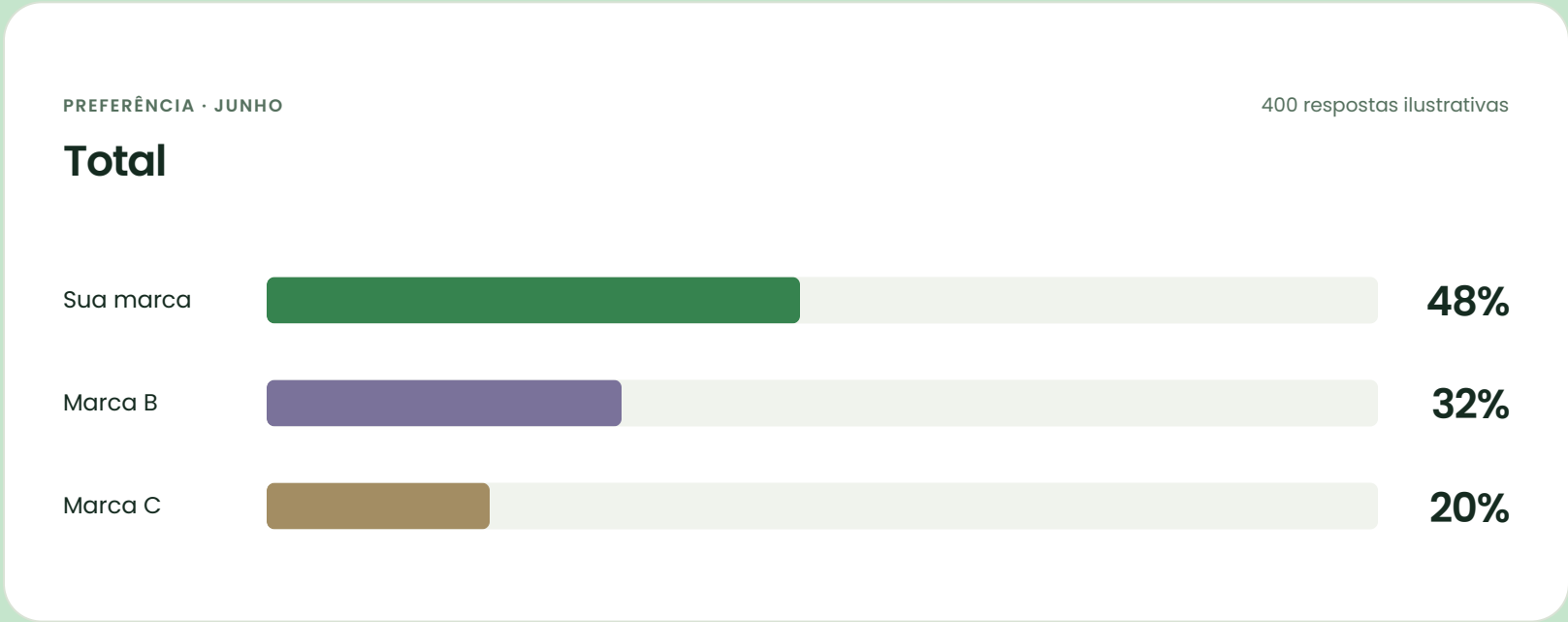
Dados fictícios para demonstração · 400 respostas por onda. A amostra real é definida no planejamento.

Consolidado Barras, pizza ou tabela

Evolução Linhas, barras ou tabela

A mesma marca. Olhares diferentes.

Aprofunde a leitura por público para observar onde as percepções se aproximam ou se distanciam.



Dados fictícios para demonstração · 400 respostas no total; 200 em cada recorte de gênero. A amostra real é definida no planejamento.

FILTROS NA PLATAFORMA

Pilar e pergunta

Escolha o indicador que quer entender.

Período

Selecione uma onda ou acompanhe a série.

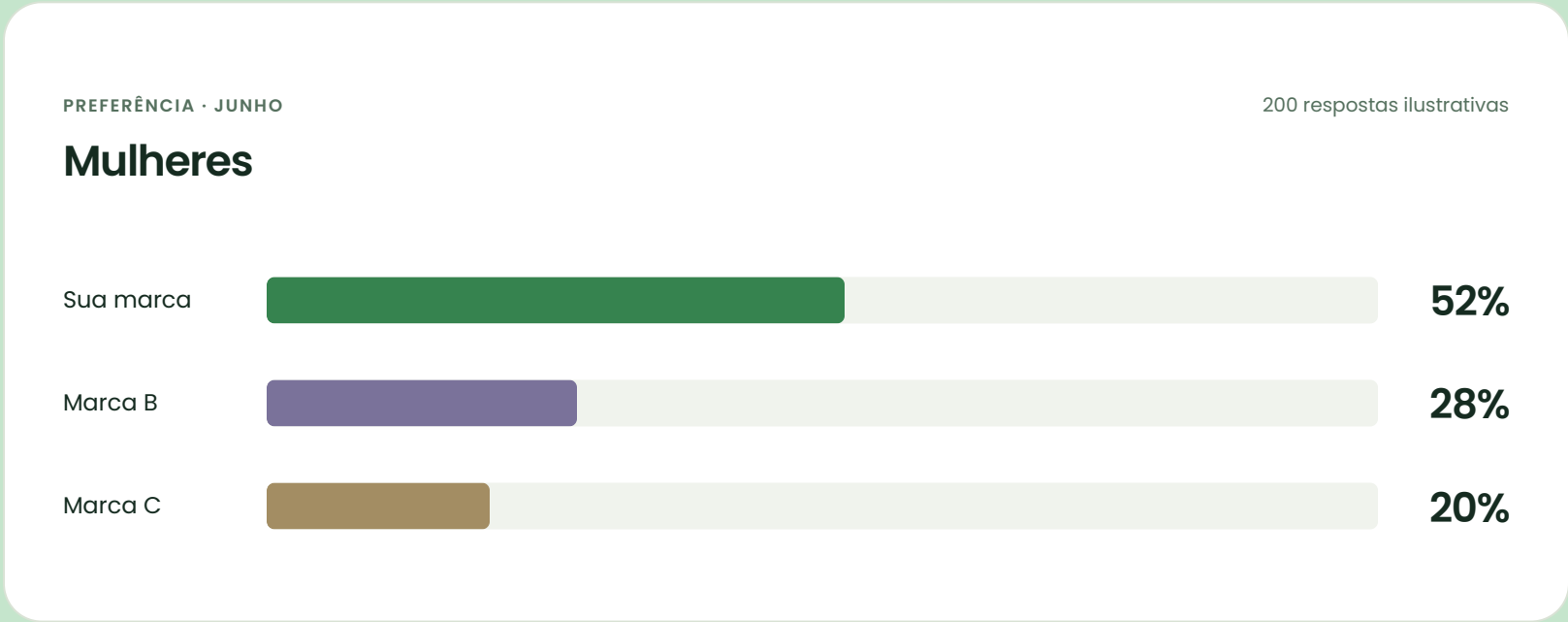
Gênero e idade

Explore os recortes disponíveis na amostra.

A leitura de cada recorte deve considerar sua base de respostas.

A mesma marca. Olhares diferentes.

Aprofunde a leitura por público para observar onde as percepções se aproximam ou se distanciam.



Dados fictícios para demonstração · 400 respostas no total; 200 em cada recorte de gênero. A amostra real é definida no planejamento.

FILTROS NA PLATAFORMA

Pilar e pergunta

Escolha o indicador que quer entender.

Período

Selecione uma onda ou acompanhe a série.

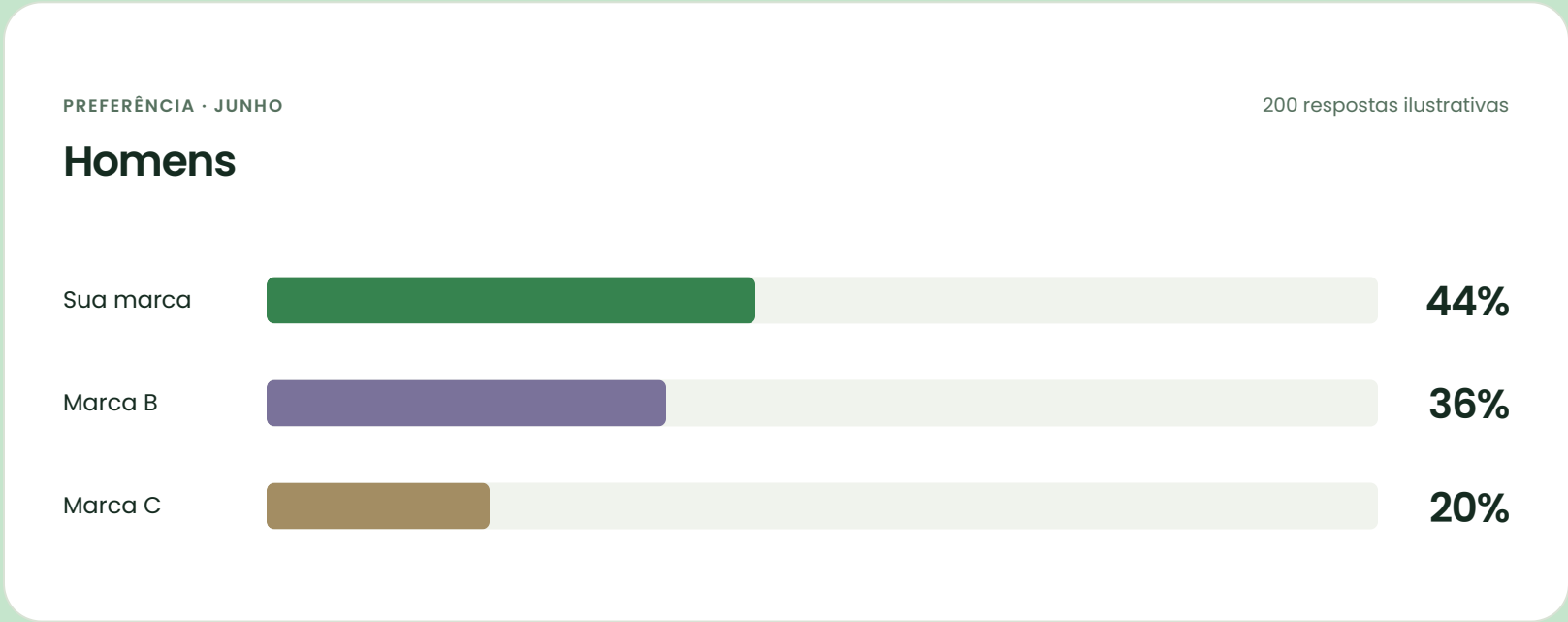
Gênero e idade

Explore os recortes disponíveis na amostra.

A leitura de cada recorte deve considerar sua base de respostas.

A mesma marca. Olhares diferentes.

Aprofunde a leitura por público para observar onde as percepções se aproximam ou se distanciam.



Dados fictícios para demonstração · 400 respostas no total; 200 em cada recorte de gênero. A amostra real é definida no planejamento.

FILTROS NA PLATAFORMA

Pilar e pergunta

Escolha o indicador que quer entender.

Período

Selecione uma onda ou acompanhe a série.

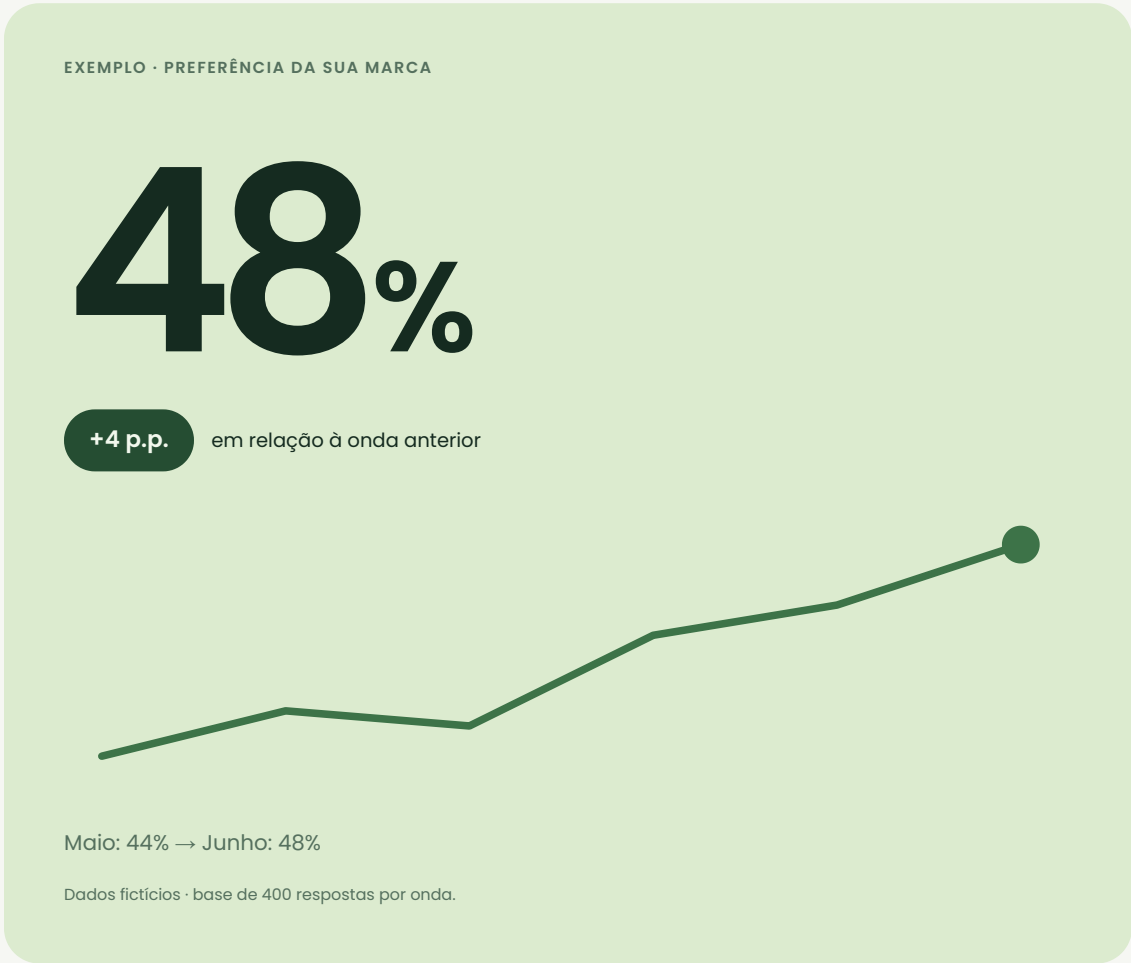
Gênero e idade

Explore os recortes disponíveis na amostra.

A leitura de cada recorte deve considerar sua base de respostas.

Do movimento ao próximo passo.

Insights assistidos por IA apoiam a leitura dos resultados consolidados e da evolução da marca.



- 01

Observe a direção

A preferência subiu na última onda. O histórico mostra se esse movimento é recorrente.
- 02

Amplie a leitura

Compare concorrentes, outros indicadores e públicos para entender melhor o contexto.
- 03

Defina o que investigar

Use os achados para orientar novas perguntas, prioridades de comunicação e próximos estudos.

Uma variação descreve o que mudou. Sua interpretação considera contexto, amostra e consistência entre ondas.

Uma visão de marca que fica mais rica a cada onda.

Comece pelas decisões que sua marca precisa tomar. O desenho da pesquisa nasce delas.

[Veja o FAQ de Brand Tracking](#) →

QUATRO PONTOS PARA O BRIEFING

01 Marca e categoria

O cenário competitivo que queremos entender.

02 Público e amostra

Quem ouvir e quais recortes são relevantes.

03 Indicadores

As perguntas que vão orientar as decisões.

04 Recorrência

O calendário para acompanhar a evolução.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Brand Tracking

O que é Brand Tracking?

É uma pesquisa recorrente para acompanhar a percepção da marca ao longo do tempo. Cada **onda** representa uma nova rodada de coleta, permitindo observar indicadores, concorrentes e diferenças entre públicos.

Quais recorrências estão disponíveis?

Mensal, bimestral, trimestral e semestral. A escolha depende do objetivo e do horizonte de decisão. O calendário de campo e a duração de cada coleta são definidos no planejamento.

Brand Tracking

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Brand Tracking.

Qual a diferença para Brand Lift?

O **Brand Lift** compara grupos controle e exposto para estudar o impacto de uma campanha. O **Brand Tracking** acompanha a marca em ondas sucessivas. Uma mudança no Tracking, isoladamente, não atribui o resultado a uma campanha específica.

Quais dimensões da marca posso acompanhar?

Awareness, consideração, preferência, intenção de compra, favorabilidade e atributos. O estudo pode combinar perguntas de diferentes pilares, conforme as decisões que você quer apoiar.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Brand Tracking

[Brand Tracking](#)

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Brand Tracking.

O questionário pode ser personalizado?

Sim. É possível utilizar modelos por pilar ou criar perguntas com **escolha única, múltipla escolha e escala de 1 a 5**. A quantidade e o conteúdo das perguntas são alinhados ao escopo do estudo.

Qual é o tamanho da amostra e o prazo?

A **amostra por onda e o calendário de coleta** devem ser definidos na proposta, considerando o público e os recortes desejados. As bases de 400 e 200 respostas mostradas neste capítulo são apenas exemplos ilustrativos, não um pacote comercial.

Quem responde à pesquisa?

A coleta pode utilizar **painel de pesquisa** ou uma **base própria via Direct CRM**, conforme o desenho do estudo. O target de referência e os critérios de seleção são definidos no planejamento; os resultados descrevem o público pesquisado.

Posso acompanhar concorrentes?

Sim. Perguntas de conhecimento, consideração e preferência podem incluir sua marca e as alternativas relevantes da categoria. Isso permite comparar a posição de cada marca e acompanhar sua evolução nas ondas.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Brand Tracking

Como os resultados são apresentados?

A plataforma oferece **resultados consolidados** em barras, pizza ou tabela e **evolução por onda** em linhas, barras ou tabela. A leitura inclui as bases de respostas e filtros de pilar, pergunta e período.

O que ajuda a comparar uma onda com a outra?

Manter consistentes o **público de referência, as perguntas, as opções de resposta e os critérios de coleta**. Mudanças no desenho devem ser consideradas na interpretação da série. O acompanhamento por ondas não implica entrevistar sempre as mesmas pessoas.

Brand Tracking

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Brand Tracking.

Posso analisar os resultados por público?

Sim. Há filtros de **gênero e faixa etária**, conforme os dados disponíveis no estudo. A interpretação precisa considerar o número de respostas de cada recorte; diferenças numéricas, sozinhas, não comprovam significância estatística.

Há apoio para interpretar os resultados?

A plataforma conta com **insights assistidos por IA** para apoiar a leitura dos resultados consolidados e da evolução. As interpretações devem ser avaliadas junto ao contexto da marca, ao desenho do estudo e à base de respostas.