Cristina Panella
planejamento e pesquisa

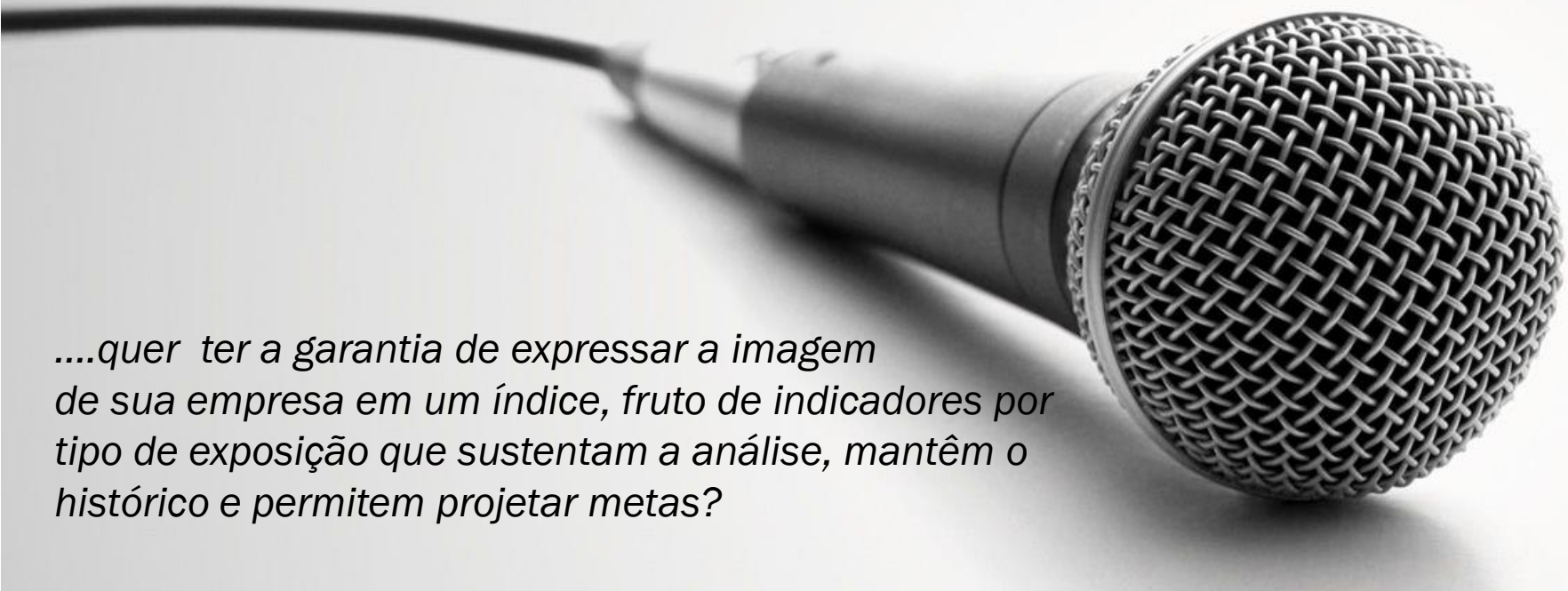
Observatório do Conhecimento

3D
OBSERVATÓRIO

Você sabe o que estão falando da
sua marca na mídia?

Quer ir além da leitura clássica de clippings?

...quer obter uma visão integrada da exposição da marca na mídia, envolvendo os diferentes meios (tradicionais, sociais, digitais,...)?



....quer ter a garantia de expressar a imagem de sua empresa em um índice, fruto de indicadores por tipo de exposição que sustentam a análise, mantêm o histórico e permitem projetar metas?

Apresentação

Observatório do Conhecimento – OBS 3D

Análise multidimensional da exposição da marca nas mídias.

- Análise da exposição da marca expressa em indicadores específicos, ponderados segundo o meio e a importância que têm na exposição total.
- Índice sintético, produto dos indicadores apresentado em um dashboard para o gestor.
- Produto modular, permitindo, ainda, incorporar outros dados secundários.

Objetivo

Monitorar e mensurar a imagem da empresa ou instituição, a partir de **sua exposição nas mídias (tradicionais, sociais e digitais), com análise e apresentação mensal de relatório analítico** consolidando os resultados relativos à exposição da marca no período.

Apresentar ao longo dos meses, a evolução ou involução da marca e temas monitorados, por meio de instrumento sintético, com indicadores calculados por tipo de exposição**, acompanhados de recomendações estratégicas.**

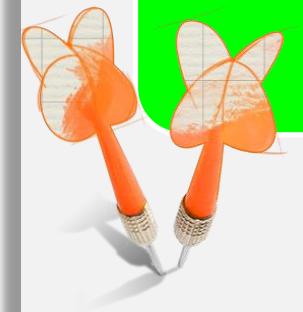
Premissas

MONITORAMENTO SISTEMÁTICO
da marca e seus concorrentes na mídia

- Provê a mensuração efetiva e criteriosa do trabalho das equipes de comunicaçã
- Estabelece metas a partir de critérios objetivos

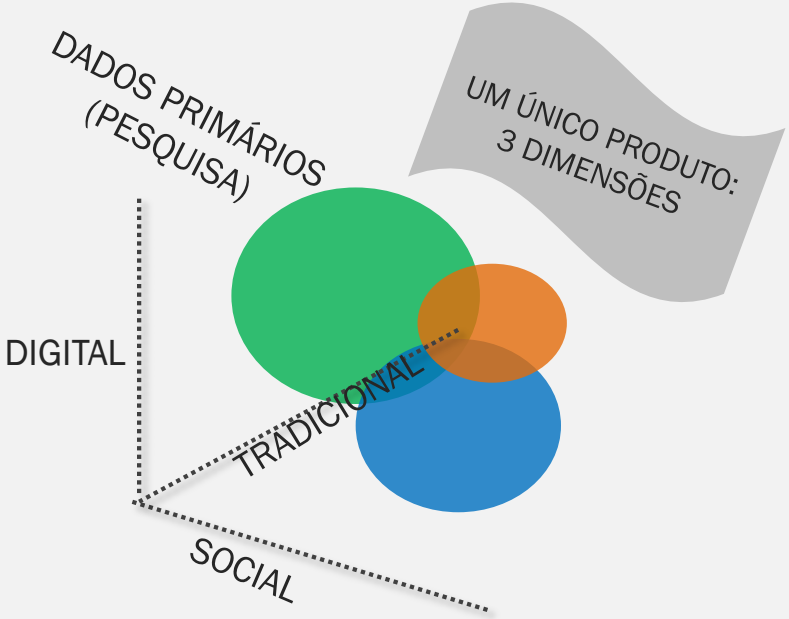
PERMITE

- Adotar estratégias de comunicação flexíveis baseadas em informações sólidas
- Acompanhar sistemática e analiticamente as tendências



Definição

ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DA EXPOSIÇÃO DA MARCA COM NÚCLEO FORMADO A PARTIR DO TRIPÉ DE EXPOSIÇÃO

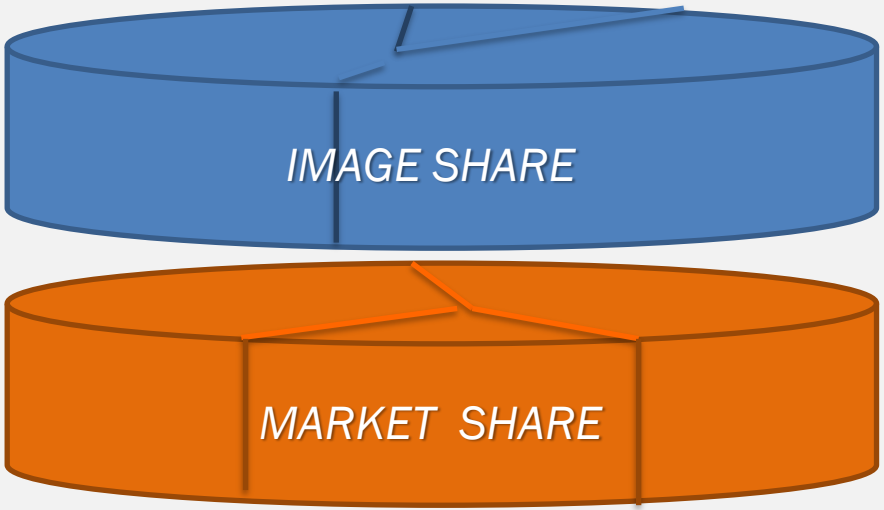


INDICADORES CALCULADOS A PARTIR DA ANÁLISE DA EXPOSIÇÃO DA MARCA E POR MEIO

ÍNDICE SINTÉTICO APRESENTADO EM DASHBOARD.

PERMITE INCORPORAR OUTROS DADOS PRIMÁRIOS OU SECUNDÁRIOS (MEDIA AUDIT OU DESK RESEARCH OU OUTROS)

Abordagem em cenário concorrencial



Benchmarking contínuo, com identificação e análise de empresas-referência, a partir de atributos fixos (drivers) como: modernidade e inovação, potencial de crescimento e outros.

Índice – Observatório 3D

DADOS X FATORES DE PONDERAÇÃO

=

INDICADORES MIDIA TRADICIONAL

+

INDICADORES MIDIA SOCIAL

+

INDICADORES MIDIA TV & RADIO

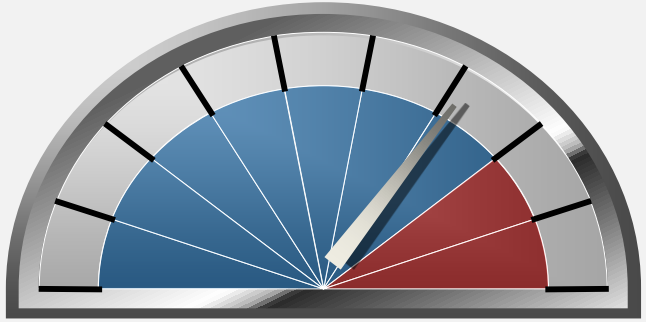
+

INDICADORES MEIO DIGITAL

X

PESO DE CADA PLATAFORMA NA IMAGEM

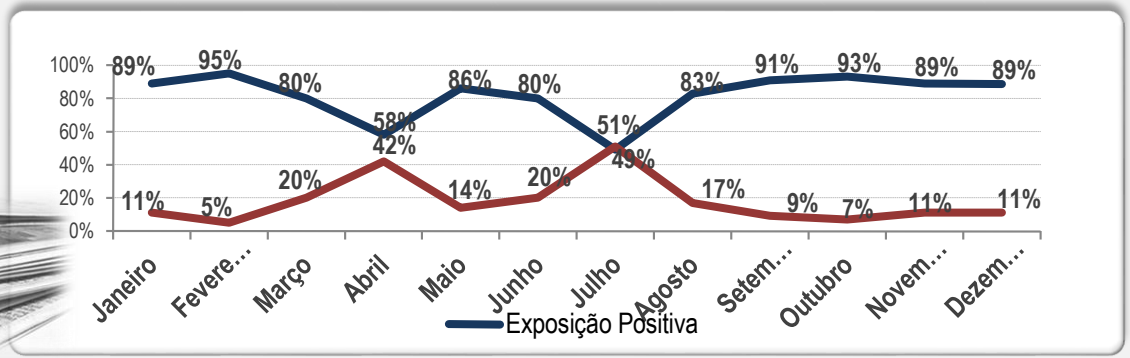
=



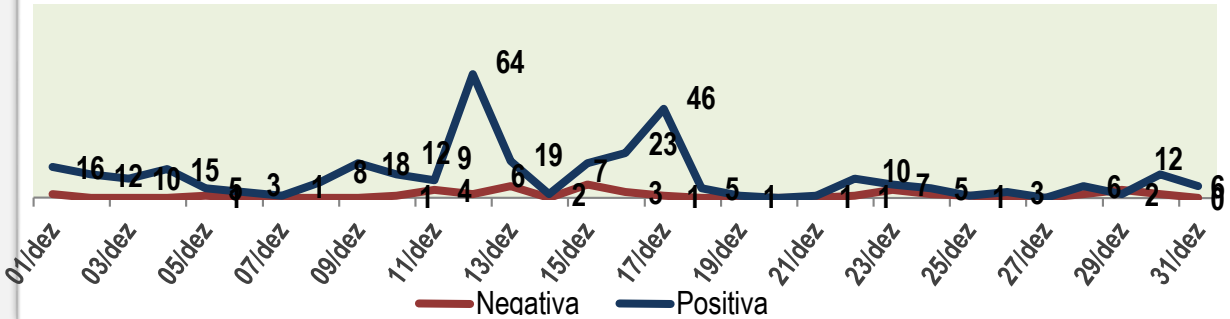
ÍNDICE OBSERVATÓRIO 3D

OBSERVATÓRIO 3D: A REALIDADE CO-CONSTRUÍDA

Exemplos de Outputs



21% - 45%
11% - 20%
5% - 10%
1% - 4%
< 1%



Propriedade Intelectual

Os conceitos, estratégias, idéias criativas, instrumentos e abordagem apresentadas neste documento são propriedade intelectual exclusiva de **Cristina Panella Planejamento e Pesquisa Ltda** e de seus associados comerciais, devendo ser tratados confidencialmente.

A reprodução e a implementação parcial ou total ou uso por qualquer meio destes conceitos, estratégias, idéias criativas, instrumentos e abordagens sem o expresso consentimento por escrito do signatário constitui violação direta das Leis de Propriedade Intelectual e direitos de autor em nível internacional.

Direção Técnica – Cristina Panella

ESOMAR
member

- Doutora em Sociologia (ênfase em Comunicação) pela E.H.E.S.S. – *Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales*,
- Mestre em Antropologia Social e Cultural – *Sorbonne* (*Université René Descartes-Paris V*)
- Mestre em Formação à Pesquisa em Ciências Sociais pela E.H.E.S.S
- Manager of Business Communication College of Journalism & Communications, University of Florida
- Presidente do Conselho de Ética da ABRACOM

- Professora convidada: ECA – Escola de Comunicações e Artes - Gestcorp - Universidade de São Paulo – USP.
- Colunista da ABERJE, palestrante e autora de artigos nas áreas de comunicação e pesquisa.
- Experiência nacional e internacional em consultoria, desenvolvimento e realização de pesquisas em comunicação, opinião e mercado.

Afiliações

Cristina Panella Planejamento e Pesquisa segue as normas internacionais preconizadas pela **ABEP** -Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa e pela **ESOMAR** - *European Society of Market Research*.

É também associada à Associação Brasileira de Comunicação Empresarial e à Associação Brasileira das Agências de Comunicação

ABEP
associação brasileira de empresas de pesquisa

ABERJE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

ASSOCIADA BRACOM
Associação Brasileira das Agências de Comunicação

Cristina Panella
planejamento e pesquisa
Adoramos Desafios

Quem somos

Cristina Panella
planejamento e pesquisa

Empresa de Inteligência, Consultoria e Realização de Pesquisas tanto de opinião como de mercado.

Especializada nos estudos de imagem e reputação, a CPPP desenvolve e oferece soluções personalizadas aos clientes, atuando nos mais diversos tipos de negócios.

Nosso compromisso: desenvolvimento e entrega de resultados acurados, com análises que transformam dados em conhecimento para subsidiar as tomadas de decisão.

Cristina Panella
planejamento e pesquisa

cristinapanella.com.br
cristina@cristinapanella.com.br
11 3627.9862

Conheça um pouco mais sobre a gente

Clique aqui

Avenida Angélica, 2223, cj 1002 - Consolação, São Paulo CEP 01227-200