



---

UMA VISÃO MAIS AMPLA:  
A Relação Entre Campanhas  
Visuais E Melhores Resultados

shutterstock®



## SUMÁRIO EXECUTIVO

---

95% dos profissionais de marketing e de criação dizem que elementos visuais de alta qualidade são importantes para a eficácia da campanha.

---

66% dizem que as verbas para produção de imagens e vídeos devem aumentar em 2021. 13% esperam um crescimento superior a 50% comparado ao ano passado.

---

As redes sociais foram apontadas como o canal pelo qual o conteúdo baseado em elementos visuais tem um desempenho mais eficaz (48%), seguido pela exibição on-line (15%) e pelo marketing direto (12%).

---

30% acreditam que o vídeo é o tipo de conteúdo visual mais eficaz. Isso cobre vídeos produzidos sob demanda (20%) e vídeos stock (10%), incluindo GIFs. O conteúdo gerado pelo usuário (UGC) foi escolhido por 19%.

---

Apenas 7% dos profissionais de marketing e de criação desconhecem UGC. 23% já usaram esse recurso em campanhas anteriores e usariam novamente.

---

23% dizem que o estilo visual mais eficaz é a autenticidade.

---

54% não acham difícil provar o valor dos elementos visuais. 33% acreditam que é razoavelmente difícil, 10%, muito difícil, e 3%, impossível.

---

46% apontam que o uso de métricas de engajamento é a melhor maneira de monitorar a eficácia, enquanto 37% acreditam que a melhor maneira é o alcance.

---

26% dos entrevistados terceirizam a produção para agências ou freelancers. 33% usam mão de obra mista, interna e terceirizada.



## METODOLOGIA

A Shutterstock entrevistou 400 profissionais de Marketing e de Criação no Brasil durante o mês de dezembro de 2020 através de pesquisa online.

A pesquisa foi acompanhada por entrevistas qualitativas realizadas em dezembro de 2020 e janeiro de 2021.

- Erico Braga, Creative Director, Africa DDB
- Romolo Megda, Creative Director, BETC Havas
- Ricardo Sciammarella, Creative Director, Ogilvy Brasil
- Marina Natali, Global Marketing Operations Manager, IBM



1

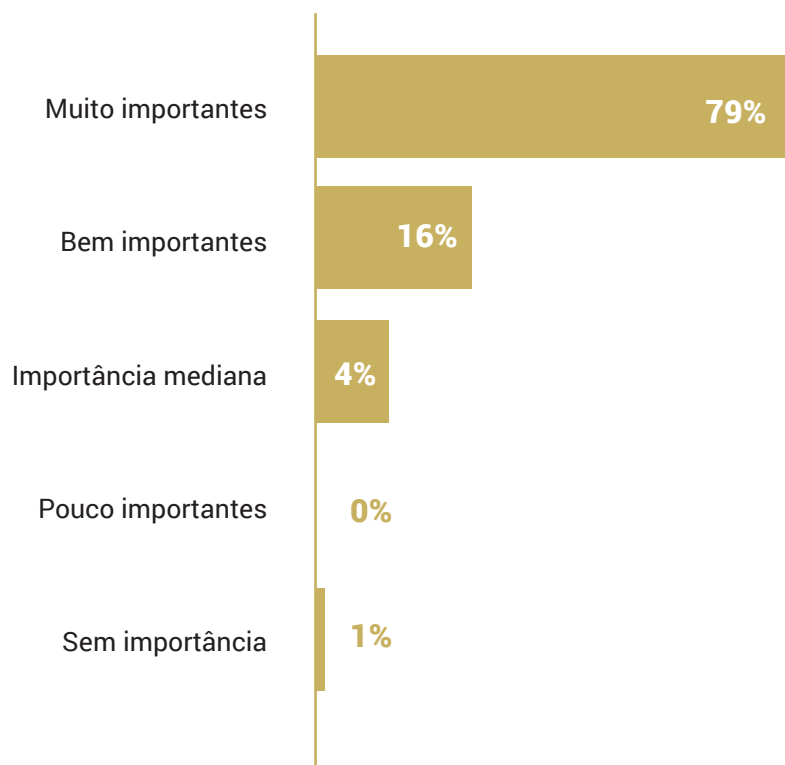
Os Profissionais  
De Marketing têm  
**A Visão Geral**



## OS PROFISSIONAIS DE MARKETING TÊM A VISÃO GERAL

### Grandes visuais, grandes resultados

Qual é a importância dos visuais de alta qualidade para a eficácia do marketing?



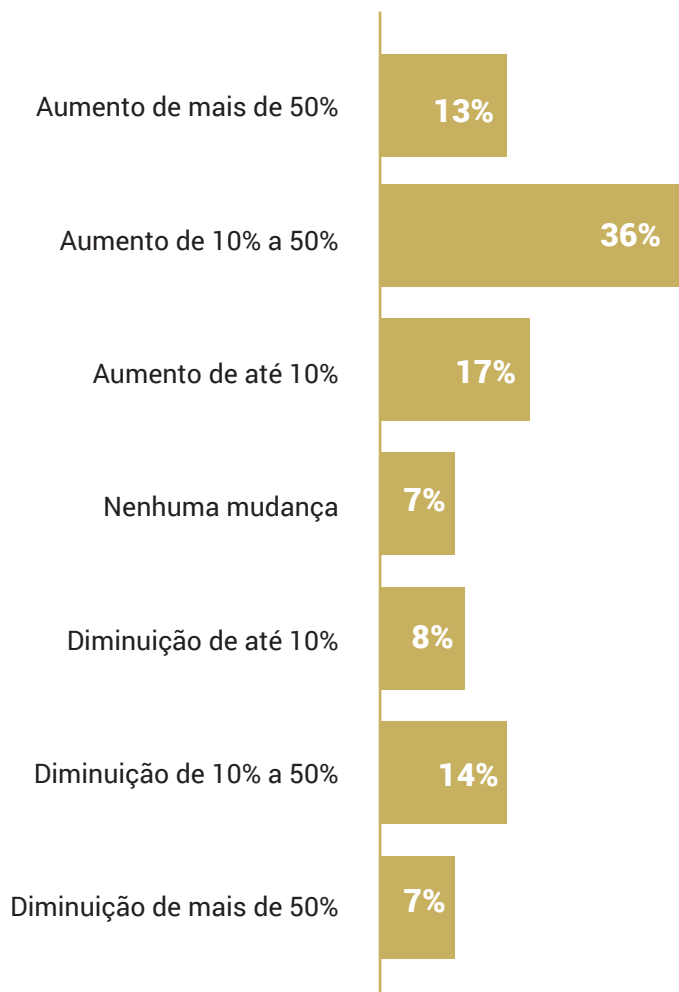
Quase todos os profissionais de Marketing e de Criação entrevistados elogiam a importância dos visuais de alta qualidade para que uma campanha seja eficaz (95%).

O fato é ainda mais contundente entre os entrevistados nos ramos de Viagens e Transportes com 100%, Manufatura e Utilidades com 87% e Varejo, Alimentação & Lazer com 86% apontando "muito importante".

## OS PROFISSIONAIS DE MARKETING TÊM A VISÃO GERAL

### Otimismo nas verbas esperadas para 2021

Como você espera que seu orçamento para imagens e vídeos mude em 2021\*?



Cerca de dois terços dos entrevistados (66%) sugerem que seus gastos com imagens e vídeos aumentarão, e 13% deles preveem um aumento de mais de 50% no orçamento em relação a 2020.

”

*Definitivamente, notamos que os clientes exigem mais serviços - eles estão inovando. Os orçamentos para 2021 não serão os mesmos de antes da pandemia, mas com certeza estão se recuperando. As filmagens dispararam. Em duas semanas, criamos, filmamos e carregamos uma campanha. Foi um processo incrível - desgastante, mas também divertido.*

**Ogilvy**

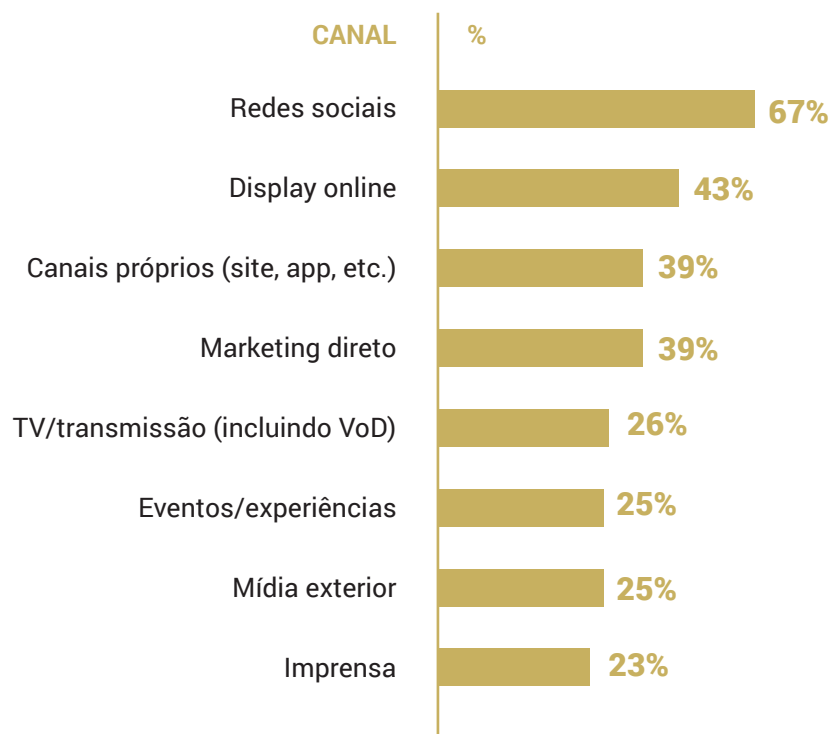
## OS PROFISSIONAIS DE MARKETING TÊM A VISÃO GERAL

### As redes sociais crescem à medida que a sociedade se torna mais reclusa

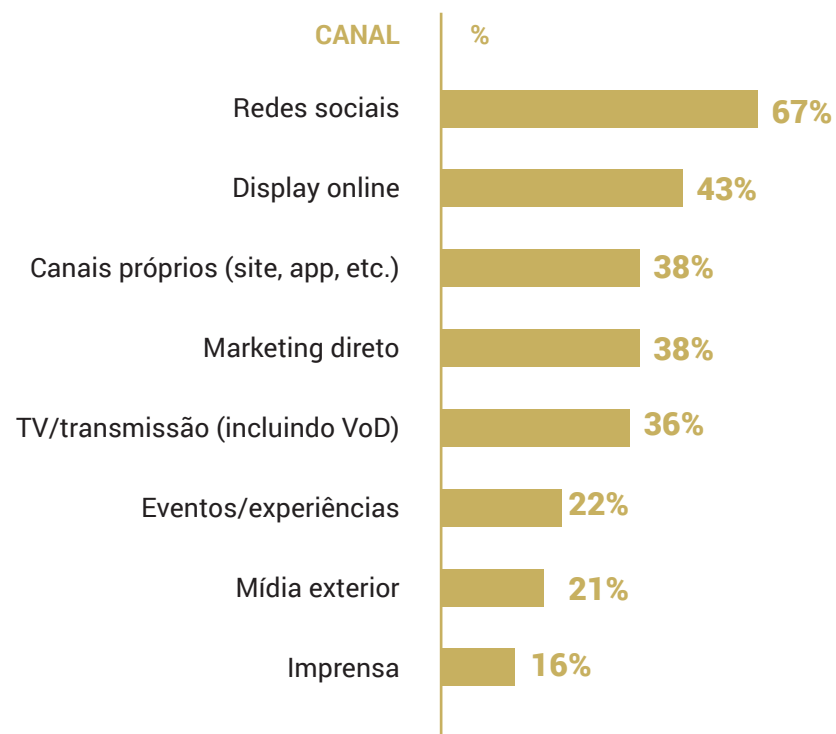
Os entrevistados reconhecem os desafios de atingir consumidores que passam mais tempo em casa e adaptaram o uso de recursos visuais à nova situação.

Os canais mais usados atualmente que lançam mão de recursos visuais correspondem aos que aumentaram de importância para os entrevistados desde o surgimento do COVID-19:

#### Em Que Canais De Marketing Você Usa Elementos Visuais?



#### Que Canais Tiveram Aumento De Importância Devido À Covid-19?





Existem algumas variações importantes no uso do canal por profissionais de marketing e de criação em diferentes setores.

- Em Manufatura e Utilidades, por exemplo, display online está no topo (78%), e é também o canal mais popular em Arquitetura, engenharia e construção (61%).
- Apesar da mobilidade reduzida, a mídia exterior continua sendo o principal canal de conteúdo visual em Viagens e Transporte (91%).





**É claro que os recursos visuais não são usados apenas em todos os canais - eles também são considerados essenciais para a eficácia das campanhas.**



*As imagens precisam ser mais inteligentes. As pessoas precisam de informações rapidamente - elas não permanecem em páginas da web por muito tempo. Elas precisam de conteúdo claro e intuitivo com mais gráficos do que texto.*

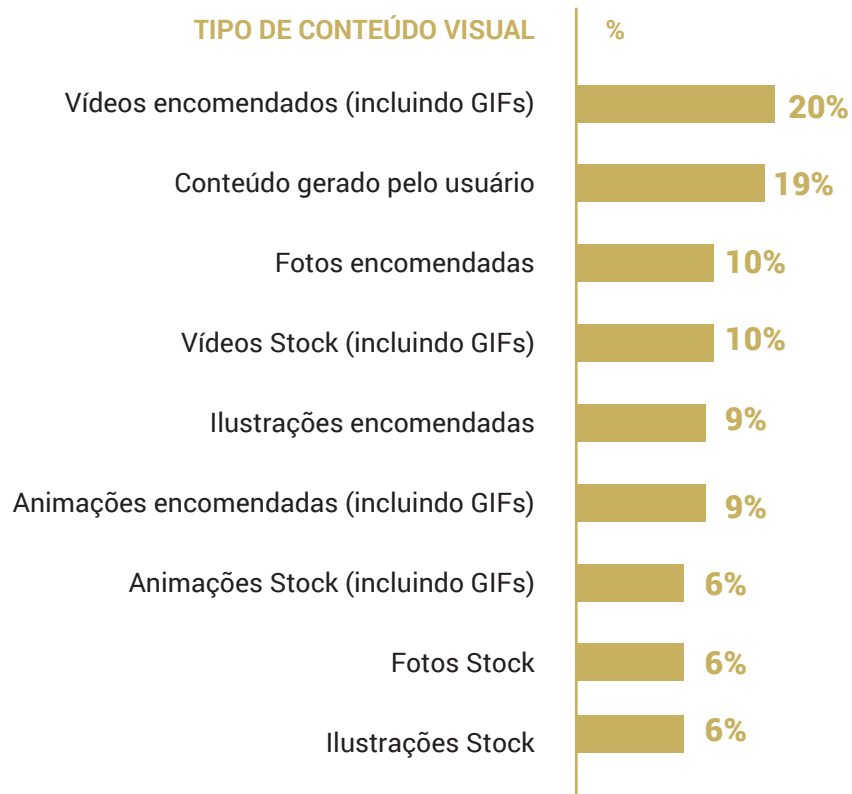
**IBM**



# 2 | De Olho Na Eficiência

## DE OLHO NA EFICIÊNCIA

### Qual Tipo De Conteúdo Visual Tem Mais Eficácia?



A qualidade dos elementos visuais é avaliada como crítica na eficácia de uma campanha. Tanto profissionais de Marketing como de Criação têm visões bem claras sobre quais tipos de conteúdos são mais eficazes.

Não é nenhuma surpresa que o vídeo esteja no foco para os entrevistados. Globalmente, prevê-se que os consumidores gastem 100 minutos por dia assistindo a vídeos on-line em 2021\*, um aumento de 19% em relação a 2019.

\*<https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/video-marketing-trends-to-cut-through-the-noise-in-2021>



”

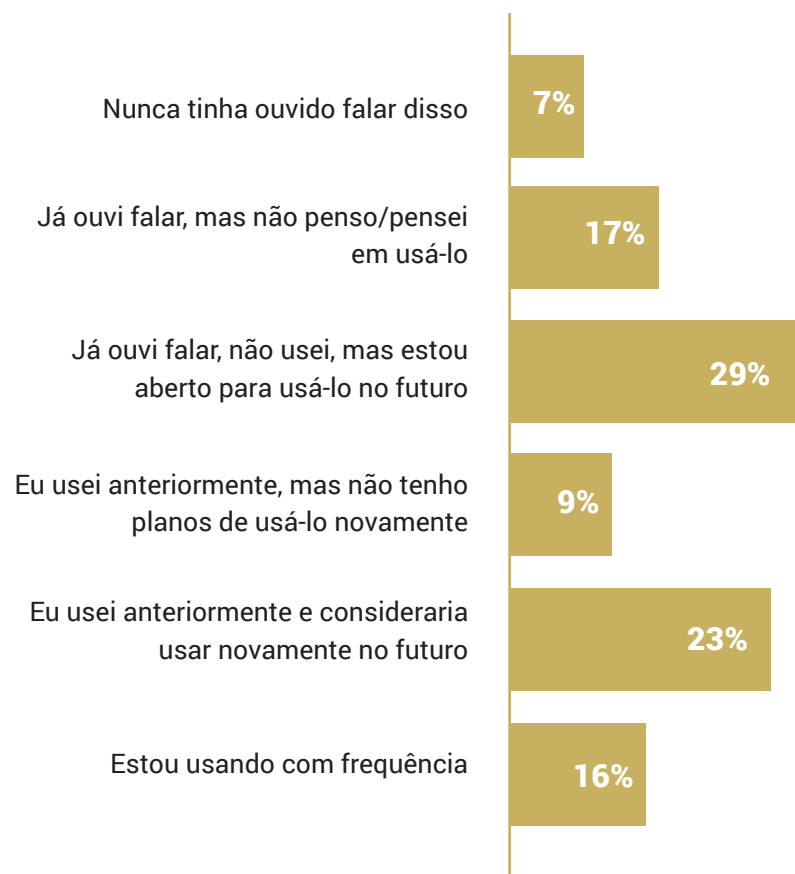
*Os canais digitais continuarão a ditar as tendências em comunicação visual. Ligue a TV no Brasil e você verá muitos comerciais usando a linguagem do TikTok. As novas gerações querem anúncios rápidos e impactantes.*

**BETC**

## DE OLHO NA EFICIÊNCIA

### Por que o marketing deve trazer a realidade

Qual das afirmações a seguir descreve melhor seu uso/consideração sobre o conteúdo gerado pelo usuário para marketing?



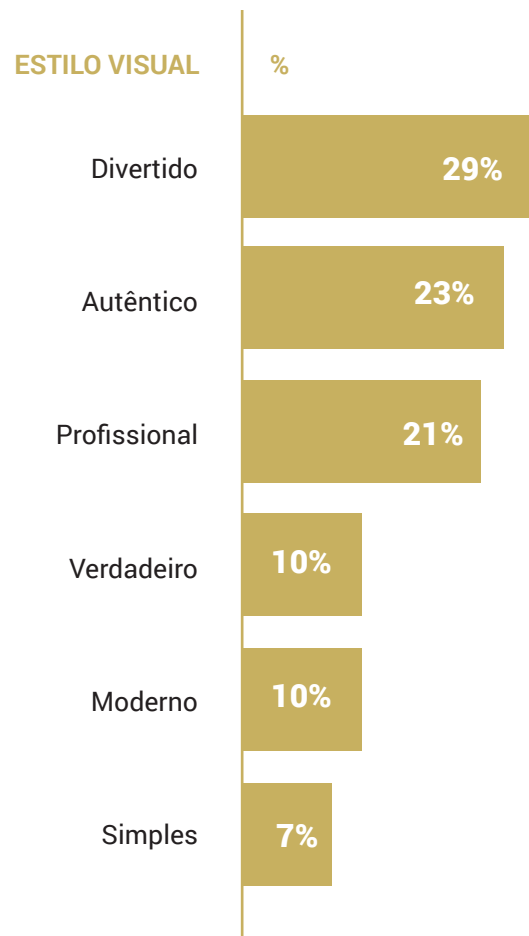
A grande maioria dos profissionais de marketing e de criação está ciente do UGC

O UGC foi escolhido por quase 1 em cada 5 entrevistados (19%), ficando em segundo lugar em eficácia, atrás dos vídeos encomendados.

É uma abordagem menos "certinha" do que as grandes produções, dando espaço para conexões mais profundas entre a marca e o consumidor.

## Por que o marketing deve trazer a realidade

Que estilo visual é mais eficaz?



Em segundo lugar, atrás apenas de “Divertido”, o poder da autenticidade é reconhecido pelos respondentes.

Alguns setores acreditam que a autenticidade é o mais eficaz dos estilos: Finanças (33%), TI e Telecomunicações (41%), Manufatura e Utilidades (39%) e Varejo, Alimentação e Lazer (36%).



”

*Você não pode parecer falso. Então precisa de imagens que ajudem a contar histórias da forma mais verdadeira possível. Todo mundo tem uma lente em casa - todo mundo é diretor. Precisamos ser melhores que o consumidor. Como podemos contar a história de pessoas reais melhor do que elas?*

**Ogilvy**

## DE OLHO NA EFICIÊNCIA

### Ainda necessárias em um mundo em rápida evolução

Imagens estáticas ainda são poderosas. Elas podem ser uma opção rápida, flexível e econômica para marcas e suas equipes de produção.

As fotos encomendadas e as fotos stock totalizam 16% das respostas à questão do desempenho efetivo, com ilustrações encomendadas e de stock em 14%.

”

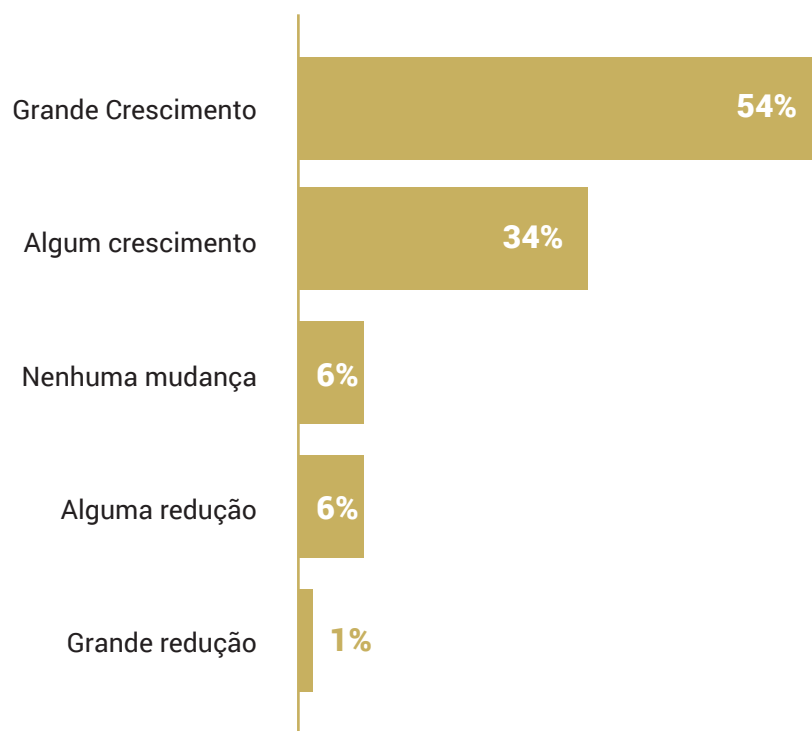
*Podemos fazer um GIF, mas se o cliente não entender a mensagem, não estamos aproveitando ao máximo o meio. É uma questão de clareza de mensagem. Às vezes, opto por imagens estáticas, porque é preciso passar a mensagem na tela de forma clara e rápida.*

**Ogilvy**



## Vertical em ascensão

Como o seu uso de imagens verticais deve mudar nos próximos dois anos?



À medida que mais consumidores recorrem a seus telefones para assistir a conteúdo e fazer compras, o uso de imagens verticais se torna mais importante.

88% dos entrevistados acreditam que aumentarão o uso de elementos visuais verticais em suas campanhas

Os profissionais de criação com quem conversamos sugeriram que foi difícil executar formatos verticais no início, mas as técnicas se tornaram mais sofisticadas, facilitando a vida das equipes de produção.



3

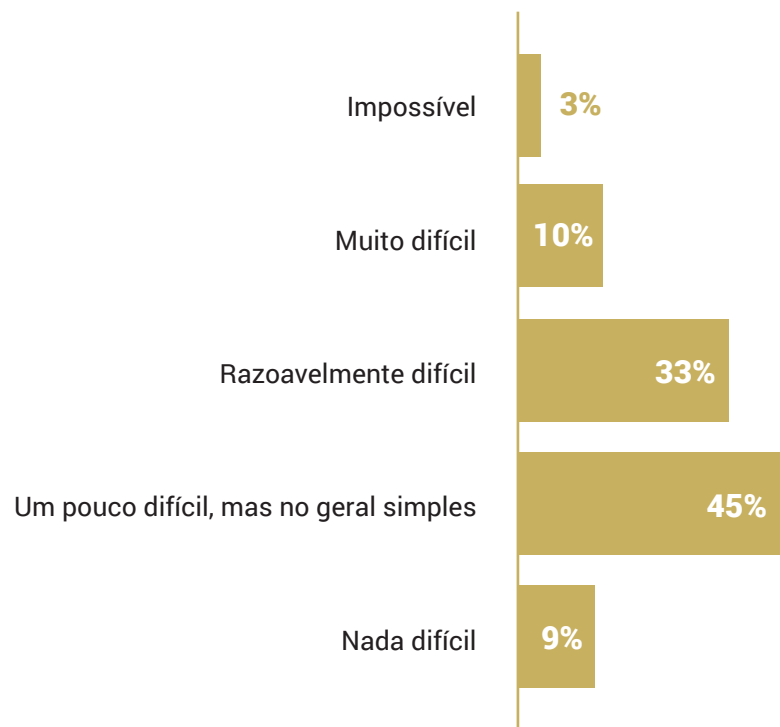
**Fazendo  
Elementos Visuais**  
Corresponderem Às  
Expectativas



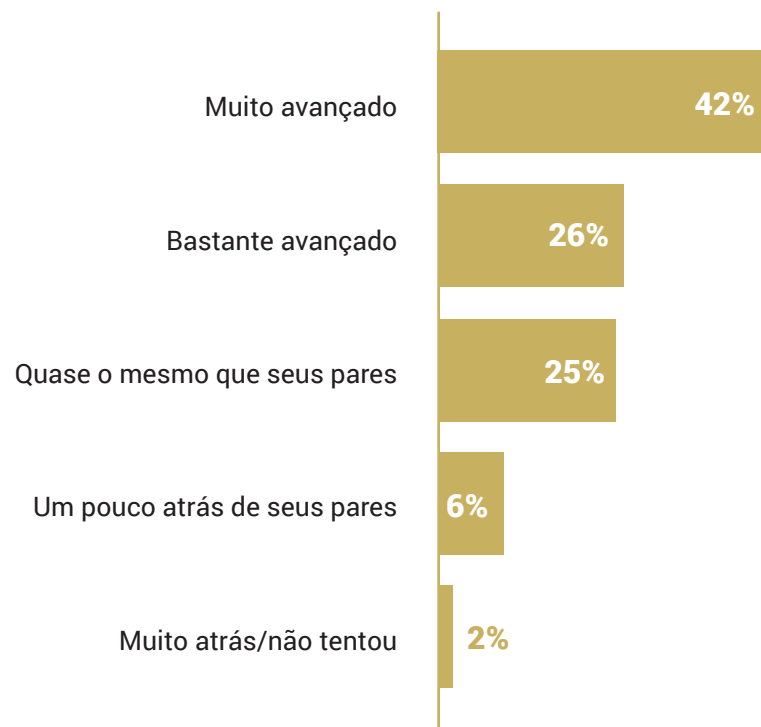
### Desafios e caminhos

Os elementos visuais são uma parte vital do mix de marketing, porém nem sempre há uma divisão clara entre a eficácia percebida e o impacto estratégico real que campanhas baseadas em elementos visuais têm nos resultados de negócios.

**Você acha que é difícil atribuir desempenho financeiro a elementos visuais?**



**Você está avançado em vincular elementos visuais a resultados financeiros?**





”

*Como você pode rastrear algo que foi compartilhado no WhatsApp? Acredito que se deve sempre tentar tocar o coração das pessoas, mas estamos pensando demais em medir, em vez de confiar em nosso instinto. Porém, é difícil defender isso na era dos dados.*

**BETC**

## FAZENDO ELEMENTOS VISUAIS CORRESPONDEREM ÀS EXPECTATIVAS

### Desafios e caminhos

Para quais objetivos de marketing você usa conteúdo baseado em elementos visuais?



Ao considerar como medir a eficácia de uma abordagem baseada em elementos visuais, é importante que os profissionais de marketing e de criação deem um passo para trás e considerem os objetivos da campanha.

”

*No final, o desempenho dos executivos é medido pela receita, não apenas pelo relacionamento com o cliente, então eles precisam atingir os objetivos da empresa. Isso significa criar uma ótima experiência para o cliente, mas vinculando-a a objetivos que podem ser, por exemplo, ensinar os clientes a usar seu produto no período de um ano após seu primeiro engajamento.*

**IBM**

## FAZENDO ELEMENTOS VISUAIS CORRESPONDEREM ÀS EXPECTATIVAS

### Desafios e caminhos

Como você mede a eficácia do conteúdo baseado em elementos visuais?



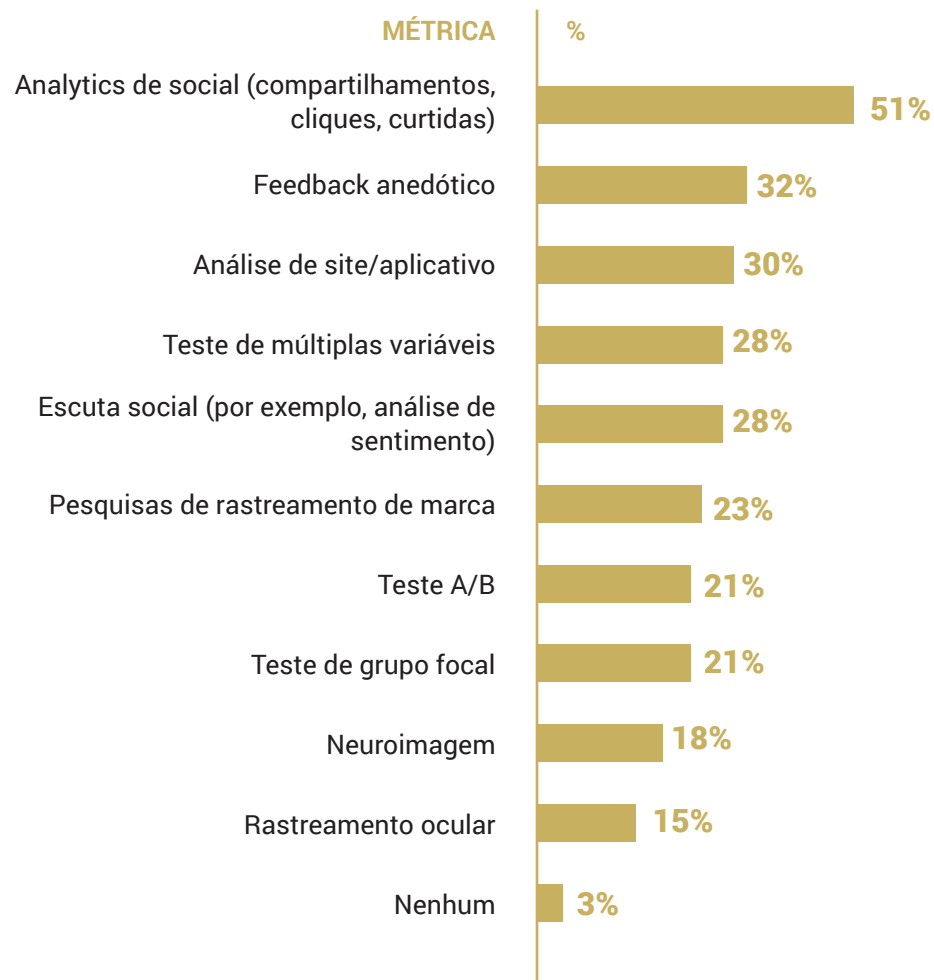
Um dos principais motivos pelos quais os profissionais de marketing lutam para vincular os resultados comerciais à produção visual é a incompatibilidade entre os objetivos e as ferramentas de medição.

Por exemplo, construir o reconhecimento da marca e mudar as percepções são objetivos de longo prazo, mas as principais técnicas para monitorar a eficácia são chamadas de métricas de engajamento (46%) - cliques, curtidas e compartilhamentos - e alcance (37%), que inclui impressões.

## FAZENDO ELEMENTOS VISUAIS CORRESPONDEREM ÀS EXPECTATIVAS

### Desafios e caminhos

Como você testa o desempenho do conteúdo visual em relação aos objetivos?



Não existe uma abordagem única para todos. Algumas técnicas são sofisticadas, enquanto outras são mais dispersivas. Considere que quase um terço dos entrevistados (30%) admitem que contam com feedback anedótico para verificar se os objetivos da campanha são atingidos.



Entendemos a necessidade de construir casos de negócios convincentes para o conteúdo de marketing visual usando todos os dados disponíveis.

”

*É comum ter uma visão de longo prazo dos KPIs, com clientes dizendo 'precisamos vender essa quantidade de unidades'. Mas, ousar dizer, você não pode medir imediatamente. Você constrói o reconhecimento da marca e o envolvimento do cliente ao longo do tempo.*

**Ogilvy**

”

*Alguns elementos de design visual podem nos trazer informações por página. Não queremos apenas ver quantas vezes a página foi acessada; queremos saber o que o usuário fez lá.*

**IBM**

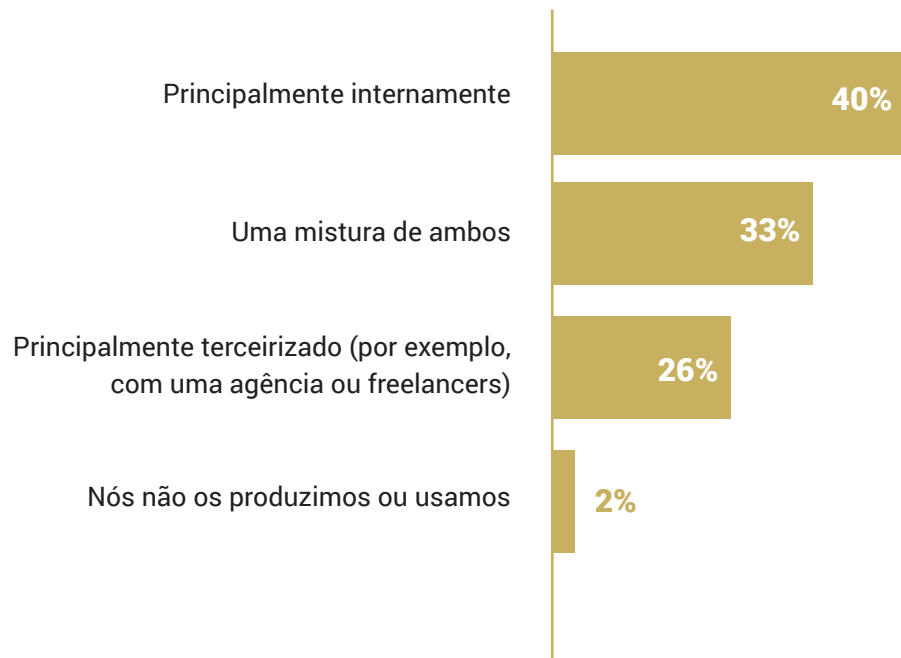




# 4 | O Poder De Novas Perspectivas

## Gerenciando recursos

Como você produz elementos visuais de marketing?



Enquanto uma parte significativa realiza as produções internamente, a maioria das organizações está tranquila em contar com parceiros externos especialistas para executar o trabalho.

”

*O hub de produção interno não pode fazer tudo o que é necessário. Portanto, ainda precisamos de muita ajuda externa. Grandes produções precisam ser com um parceiro - as agências não estão preparadas para isso porque há muitos aspectos.*

**DDB**

## PONTOS PRINCIPAIS



Agora, mais do que nunca, os elementos visuais estão ocupando seu lugar no centro das campanhas criativas que conquistam a atenção dos consumidores e market share.



À medida que os clientes passam mais tempo on-line, o vídeo cresce em volume e importância, mas ainda há um lugar nas execuções de campanha para imagens estáticas impactantes.



Enquanto isso, o conteúdo gerado pelo usuário está começando a entrar no mercado publicitário, impulsionado pela preferência do consumidor por canais como TikTok e Twitch.



Em todos os setores, os profissionais de marketing nem sempre acham fácil traçar uma linha direta entre os elementos visuais e o ROI. Este ainda é um desafio para garantir que o valor das campanhas visuais seja totalmente compreendido e ativado.



Felizmente, especialistas externos estão disponíveis para adaptar os elementos visuais às necessidades dos clientes, e utilizar uma variedade de dados para implementar métricas que mostram o poder das campanhas baseadas em elementos visuais.



**Agradecemos a sua atenção**

Para mais informações, entre em contato conosco:

**[Shutterstock.Brasil@shutterstock.com](mailto:Shutterstock.Brasil@shutterstock.com)**

**[shutterstockpremier.com.br](http://shutterstockpremier.com.br)**