

# COPA DO MUNDO

COMO ATUAR NAS REDES SOCIAIS



sebraesp





Está cada vez mais próximo um dos eventos mais esperados do ano: a **Copa do Mundo**.

O tema já tem gerado notícias e engajamento nas redes sociais. Empresas já começam a se planejar para esse momento e esperam surfar na onda de oportunidades desse momento que está no coração dos brasileiros.

Entender qual é o melhor conteúdo para atuar nas redes sociais é fundamental, no entanto, é preciso ter cuidado com posts e marketing relacionados com o evento. **Existem regras claras sobre propriedade intelectual que devem ser respeitadas dentro de uma estratégia de comunicação de sucesso.**

Saiba a seguir quais são os pontos de atenção e as dicas mais valiosas para o empreendedor não cometer erros na hora de conquistar o cliente pelas redes sociais.

# COPA DO MUNDO

## COMO O ASSUNTO MOVIMENTA O MERCADO

A data já está marcada: entre 21 de novembro e 18 de dezembro acontece, no Catar, a Copa do Mundo 2022. Para uma boa parcela da população, o futebol será um dos assuntos mais comentados, seja no trabalho, em casa ou entre amigos. O evento vai impactar diversas áreas e conforme a seleção avançar na competição, mais conectada estará uma parcela significativa dos brasileiros. Ou seja, as empresas que souberem aproveitar o momento devem largar na frente para atrair a atenção dos consumidores.

As possibilidades são inúmeras, uma vez que o mundial movimenta a paixão e também uma longa cadeia dentro do mercado. Quanto mais ativações as empresas fizerem dentro do universo do futebol, maior será a possibilidade de estarem em contato com seu cliente potencial. Afinal, a partir do segundo semestre, muita coisa irá girar em torno do campeonato e os empreendedores que não interagirem com esse universo podem ficar para trás. Para aproveitar bem a ocasião, é preciso planejamento.

### O QUE ESPERAR: UMA COPA DE MILHÕES

De acordo com a FIFA, a Copa de 2014, realizada no Brasil, teve um total de 3,2 bilhões de espectadores em todo o planeta. Na Rússia, quatro anos depois, este número saltou para 3,5 bilhões, ou seja, mais da metade da população mundial com 4 anos de idade ou mais assistiu ao evento. A atenção para esta edição será ainda maior, garante o presidente da FIFA, Gianni Infantino. A expectativa é de que a competição seja assistida por 5 bilhões de pessoas em todo o mundo.

Em 2018, 309,7 milhões de pessoas acompanharam o evento em plataformas digitais, telões em locais públicos ou em bares e restaurantes. Para a edição no Catar, mais de meio bilhão de consumidores deverão utilizar os meios digitais para ver os jogos.

## IMPACTOS DA ECONOMIA NO BRASIL NA ÉPOCA DA COPA

Em termos gerais, a Copa do Mundo traz impactos diversos para cada tipo de empresa e ramo de comércio. Algumas áreas da economia ganham destaque natural por conta do mundial de futebol, como o caso da venda de bebidas, artigos esportivos e televisores. Outras, como a indústria, comércio e serviços não ligados ao evento, podem ser prejudicadas principalmente pela paralisação durante a transmissão dos jogos do Brasil. Neste mundial, a seleção jogará a fase de grupos durante a semana, sendo o primeiro jogo em uma quinta, e os demais segunda e sexta-feira, respectivamente.

De acordo com a pesquisa “Copa do Mundo 2022: expectativas e ações das MPEs”, realizada pelo Sebrae-SP no mês de maio, **81% dos pequenos empreendedores paulistas dizem que serão afetados pelo evento**. Deste total, a maioria entende que o mundial tem potencial para impactar positivamente os negócios.

## COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O Google identificou hábitos, desejos e comportamentos dos consumidores na Copa do Mundo de 2018 e indicou que itens como sofás e televisões lideraram o ranking de buscas nos meses que antecedem o mundial.

Entre os outros produtos que apareceram na lista estão: **churrasqueira elétrica (4,3%), fogão industrial (3,1%), chopeira (2,6%), grill (2,4%) e cervejeira (2,3%)**. Ao cruzar as informações de busca com os horários dos jogos, o Google notou que 45% das buscas por itens acontecem durante as transmissões.

# MARKETING

## NAS REDES SOCIAIS

As redes sociais são cada vez mais relevantes para o marketing da empresa, e não apenas em época de Copa do Mundo. Por isso, é fundamental estar presente nos canais mais usados pelas pessoas para interagir com o mundo.

Se o objetivo do empreendedor é aumentar o engajamento do público e ampliar o alcance da marca, investir nas plataformas é uma das melhores soluções. Afinal, **quase 8 em cada 10 brasileiros (77%) estão conectados à internet**, segundo dados da consultoria We Are Social. E a tendência é de crescimento: um estudo da empresa Kepios indica que os usuários de internet no Brasil **aumentaram em 5,3 milhões (+ 3,3%) entre 2012 e 2022**. Das pessoas conectadas, a maioria utiliza plataformas como Facebook, YouTube, Instagram ou TikTok.

### PLANEJANDO CONTEÚDO PARA AS REDES SOCIAIS

A Copa do Mundo atrai olhares de todo o planeta. Por isso, durante quatro semanas, a disputa não se restringe às quatro linhas do gramado. As marcas, sabendo da relevância do evento, armam suas melhores jogadas para driblar e marcar gols em seus concorrentes. Criatividade é a palavra de ordem para conquistar mentes e corações durante o mundial. O pontapé inicial começa agora, com o planejamento de marketing, que deve explorar a hiperconexão que o evento traz.

**Use fotos e gifs da torcida:** a Copa do Mundo da Rússia foi marcada pelos memes. Até o Museu do Louvre entrou na brincadeira ao postar montagens com a temática do mundial. No Catar, a expectativa também é essa. Apostar no uso de fotos da torcida com legendas e *gifs* engraçados com reação dos jogadores pode entreter o público e conquistar simpatia da audiência.

**Utilize as cores da seleção nas publicações:** sempre que é época de Copa, as ruas ficam enfeitadas, os comércios fazem decoração especial e

até os funcionários ganham uniformes novos. Dentro das redes sociais não é diferente. Vale montar um *layout* específico com a temática da Copa do Mundo e mudar as cores utilizadas em fotos, trazendo mais verde e amarelo para o perfil e para as publicações. Isso chama a atenção do consumidor e gera o impacto desejado pelo empresário.

**Engaje com as *trends* que surgirem sobre o evento:** para otimizar o desempenho das estratégias de marketing digital, é fundamental realizar um trabalho de monitoramento para descobrir o que a persona da marca procura e mais se interessa. Algumas ferramentas podem facilitar esse trabalho: uma delas é o Google Trends, que a partir da pesquisa de palavras-chave e de tópicos em alta no momento, permite desvendar os assuntos que o público mais está consumindo e adequar suas publicações a eles.

**Interaja com os seguidores com uma comunicação divertida:** os torcedores assistem aos jogos durante a Copa do Mundo com um olho na televisão e outro na tela do celular. Tudo que acontece durante o mundial repercute nas redes e uma boa estratégia de marketing precisa ficar atenta às tendências para conquistar o cliente. É importante mapear tudo o que o público diz sobre o evento. Para isso, acompanhe as principais *hashtags* e interaja com os comentários. O retorno do uso criativo desta tática se traduz em engajamento e mais valor percebido pelos consumidores quanto à marca.

**Crie postagens interativas:** é possível utilizar as ferramentas das redes sociais para fazer postagens interativas, como enquetes sobre os jogos, caixinha de palpites sobre o resultado do placar e até testes no estilo “descubra que tipo de torcedor é você”. Tudo isso aumenta a interação dos seguidores com o perfil.

**Anuncie promoções e sorteios:** neste caso, é importante não citar o nome do evento ou utilizar imagens e nomes patrocinados. Mas você pode presentear os clientes de outras formas: para bares e restaurantes, valem descontos para o prato do dia ou rodadas de cerveja nos dias de jogos; na venda de produtos, ofereça cartões fidelidade para ganhar um brinde ou mais um produto grátis nas compras acima de determinado valor; no *e-commerce*, utilize palavras-chave sobre o evento, como cupons de desconto.

**História e curiosidades:** enquanto a Copa não chega, vale despertar o sentimento de nostalgia resgatando fatos históricos e curiosidades sobre o torneio dentro do conteúdo das redes sociais. Muitos usuários gostam de relembrar os jogos marcantes, os últimos campeões e até os fatos engraçados que aconteceram em outras edições. Use esse material para prender a atenção do público.

**Aproveite o cronograma dos jogos:** o perfil da empresa pode virar uma referência para os usuários ao perceberem que as publicações estão sempre antenadas com o cronograma do evento. Anuncie e relembre as datas das partidas, poste atualizações em tempo real, comemore os gols da seleção e faça um resumo pós-jogo para atrair mais seguidores.

**Inspire-se com o conteúdo de outras marcas em outras copas:** uma das estratégias comuns em qualquer segmento é observar a concorrência. Saber quais são as formas que os adversários estão conquistando novos clientes pode facilitar a vida na hora de traçar uma estratégia de comunicação. Por outro lado, também vale observar aquilo que a concorrência não está fazendo ou executando inadequadamente. Uma boa dica é mapear os comentários e observar o sentimento do público.

**Use a criatividade:** criar um filtro temático no Instagram, promover uma ação diferenciada em dias de jogos do Brasil, usar o meme do momento nas publicações da semana, lançar um cupom de desconto válido durante a Copa, criar uma *hashtag* para o produto ou para a empresa, incentivando os clientes a usarem nas publicações (ao usarem o produto ou quando estiverem no local, por exemplo), são algumas ideias criativas para adaptar ao negócio. **O mais importante é não deixar passar as oportunidades que o evento trará.**



# PONTOS DE ATENÇÃO:

## ESTRATÉGIA E DESEMPENHO

**Acompanhando as métricas de desempenho:** acompanhar os resultados é importante para monitorar o desempenho do seu marketing digital e saber se as suas estratégias para redes sociais estão atingindo os objetivos estabelecidos. Hoje em dia, todas as redes sociais possuem um *analytics*, ou seja, métricas universais como alcance, engajamento, crescimento e tráfego. É importante ressaltar que uma estratégia de redes sociais não tem retorno imediato, por isso, acompanhar os números pode ajudar o empreendedor a implementar melhorias e bater suas metas mais rápido.

**Planejando estratégias orgânicas e pagas:** o empreendedor deve saber que nem todas as postagens precisam ser impulsionadas, mas também não é possível crescer sem investir. Balancear postagens orgânicas com conteúdos pagos pode funcionar como uma poderosa estratégia para conquistar a atenção do cliente. Para começar, pague apenas por anúncios que realmente possam ajudar a empresa a atingir suas metas de negócio.



# AS PRINCIPAIS REDES SOCIAIS PARA O MARKETING

## FACEBOOK

Já foi a plataforma mais popular do Brasil e possibilita, além de grande alcance, grande interação com o público.

**116 milhões**  
de usuários

**53,6%**  
mulheres

**46,4%**  
homens

## INSTAGRAM

Rede social com força para ampliar o engajamento. É possível publicações em diversos formatos, como foto, vídeo, Stories, Reels e ao vivo.

**119,5 milhões**  
de usuários

**58,7%**  
mulheres

**41,3%**  
homens

## YOUTUBE

Plataforma de vídeos mais assistida do país. Ter uma estratégia pode ajudar a ganhar autoridade em um nicho de mercado e fortalecer a marca.

**138 milhões**  
de usuários

**52,3%**  
mulheres

**47,7%**  
homens

## LINKEDIN

É uma rede social que tem como foco os relacionamentos profissionais. Fundamental para criar *networking* e apresentar o portfólio da empresa.

**52 milhões**  
de usuários

**52,2%**  
homens

**47,8%**  
mulheres

## TIKTOK

Uma das redes sociais mais novas no país. Tem como característica os vídeos curtos e verticais. Muito consumida pelas gerações mais novas.

**74,07 milhões**  
de usuários

**63,4%**  
mulheres

**36,6%**  
homens

# DICAS E REGRAS

## PARA O MARKETING NA COPA

Existem regras claras sobre propriedade intelectual que devem ser respeitadas dentro da sua estratégia de marketing para a Copa do Mundo. Isso acontece porque o mundial é considerado um ativo intelectual da FIFA, a entidade máxima que regulamenta o futebol no mundo e a responsável pela realização do evento a cada quatro anos. Por isso, se a empresa não tem os direitos de uso, melhor não arriscar. Também não é prudente imprimir as imagens para colocar nos pôsteres de divulgação do bar que você administra.

### **PALAVRAS DE USO EXCLUSIVO DA FIFA OU SEUS PATROCINADORES**

*Copa do Mundo da FIFA Catar 2022*

*Copa do Mundo*

*Copa 2022*

*Catar 2022*

*FIFA*

Note que a palavra “Copa”, sozinha, pode ser usada em informes publicitários, mas se houver o ano na sequência já é considerada propriedade intelectual e, portanto, passível de licenciamento. O mesmo vale para imagens, que são de uso exclusivo da FIFA ou de seus patrocinadores, tais como:

### **IMAGENS DE USO EXCLUSIVO DA FIFA OU DE SEUS PATROCINADORES**

*Emblema oficial da Copa do Mundo*

*Pôster oficial*

*Mascote*

*Troféu*

*Tabela oficial de jogos*

*Identidade visual das competições*

Cabe ressaltar, no entanto, que todas as palavras e *designs* da FIFA podem ser utilizados livremente para fins editoriais de materiais jornalísticos. O que é vetado é inseri-los em um contexto publicitário de não patrocinadores. Essa infração pode levar a empresa a ser acionada pela FIFA na justiça e comprometer suas finanças em um eventual processo.

## **CUIDADO: PATROCINADORES DO EVENTO**

O empreendedor precisa ficar atento também ao conhecido “Marketing de emboscada”, ou seja, quem não for patrocinador da FIFA não pode realizar ações promocionais vinculadas ao campeonato. A organização entende que ao fazer algum tipo de ação, como sorteio de itens para comemorar a Copa do Mundo, por exemplo, a empresa pode se beneficiar da visibilidade do evento para atrair atenção para si própria. Em suma, é como se a FIFA fizesse todo o trabalho para organizar a Copa e a empresa utilizasse a popularidade do evento em benefício próprio.

É claro que isso não impede a elaboração de promoções em dias de jogo do Brasil, mas tentar vincular as marcas próprias da Copa do Mundo pode trazer problemas, ou seja, é bom evitar. A regra também vale para falar da seleção brasileira. A palavra “seleção” sozinha não tem nenhum direito autoral envolvido, porém a CBF considera propriedade intelectual o termo Seleção Brasileira. Sendo assim, é importante também evitar. Usar o emblema da CBF e de patrocinadores também é vetado. **Recomenda-se, portanto, que o empreendedor fique bastante atento ao fazer peças virtuais, folders, réplicas de camisas e outros produtos comemorativos para esta data.**

## **ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR SEU ALCANCE NAS REDES**

Nem sempre as métricas das redes sociais vão apresentar um excelente desempenho no início. Por isso, é importante analisar os resultados constantemente para ajustar a estratégia, se for preciso, e agir o quanto antes para garantir seus objetivos.

## CONFIRA DICAS PARA AUMENTAR O ALCANCE NAS PLATAFORMAS:

- **Pensar em conteúdo relevante para o público:** conteúdo é a alma das redes sociais. É com ele que os usuários interagem e buscam entretenimento e informação relevante. Pensar estrategicamente é fundamental para entregar o melhor conteúdo e cativar a audiência.

Algumas redes sociais possuem foco em fotos ou vídeos, outras ainda podem ter textos e conteúdos. O importante é estar adequado à plataforma e, sobretudo, com o que o público espera. Crie material que seja interessante e relevante, que dialogue com o público-alvo em uma linguagem direta e capaz de persuadir o consumidor a lembrar-se da marca.

- **Evitar vídeos e fotos de má qualidade:** as redes sociais são extremamente visuais, então quanto mais imagens e vídeos forem publicados, maior será a interação e o engajamento dos usuários. Mas qualidade é um ponto fundamental. Atente-se à escolha de fotos e vídeos para a publicação, inclusive investindo em empresas ou profissionais especializados, caso a empresa tenha dinheiro para isso. Caso não haja recursos, o empreendedor pode recorrer aos bancos de imagens da internet e programas gratuitos, como o Canva, em que é possível usar designs pré-elaborados.

Também é importante buscar vídeos e fotos compatíveis com sua persona, uma vez que a identificação ajuda a conquistar o consumidor.

- **Dar atenção aos clientes e seguidores:** uma das formas mais efetivas para aumentar as vendas e ter clientes fidelizados na internet é dar atenção devida a eles. Redes sociais são vias de mão dupla.

Quem publica espera interação e também precisa responder aos usuários para cativá-los. É fundamental analisar o comportamento dos usuários e perceber padrões que possam indicar qual o melhor vocabulário para interagir com eles em cada postagem. O retorno sobre determinado assunto é a oportunidade para aprimorar sua relação com o consumidor e ficar mais próximo das vendas.

- **Patrocinar postagens:** o alcance orgânico, ou seja, sem impulsionamento pago, é limitado.

As redes sociais entregam conteúdo somente para uma parcela do público, e para atingir mais pessoas é importante patrocinar postagens, ou seja, investir. Colocar uma quantia no orçamento mensal da empresa para esta estratégia pode ajudar a conquistar novos clientes. Além disso, é possível também atuar com parceiros.

Escolher influenciadores que correspondam ao perfil da empresa e patrocinar postagens, os famosos publiposts, pode ser uma forma eficiente de ter mais alcance e credibilidade. Microinfluenciadores da sua região podem cobrar valores mais baixos pelo patrocínio e ter resultados mais adequados para a realidade do seu negócio.

# FONTES DE APOIO:

[Já é Copa do Mundo! Mundial deve movimentar R\\$ 20 bilhões na economia do país.](#) Brasil Econômico. 2018.

[Marketing digital na Copa do Mundo: estratégias para marcar gols.](#) iAgente. 2018.

[“Melhor Copa do Mundo da História” teve audiência recorde em 2018, diz FIFA.](#) Extra. 2018.

[Métricas e monitoramento de redes sociais: por que é importante acompanhar os indicadores nesses canais?.](#) MLabs. 2018.

[Nem todo chute é gol! Aprenda como fazer marketing na “Copa do Mundo”.](#) Sensorial BR. 2018.

[Os números por trás da Copa do Mundo.](#) Empresômetro. 2018.

[Venda de cerveja em supermercados sobe até 50% em dia de jogo do Brasil.](#) Folha de S.Paulo. 2018.

[Veja como a Copa do Mundo influencia na economia brasileira.](#) Reclame Aqui. 2018. Virgínia Luiza Alves.

[12 dicas para destacar sua empresa nas redes sociais.](#) Sebrae-RS. 2018.

[10 coisas para não fazer nas redes sociais da sua empresa.](#) Rsamurai. 2020. Camila Casarotto.

[Marketing nas redes sociais: como alcançar os melhores resultados em cada rede.](#) Rock Content. 2020.

[Como melhorar as redes sociais da sua empresa sem gastar nada.](#) Echosis. 2020.

[Estratégia de marketing digital orgânica ou paga? Qual é a melhor?](#) Consultor Marketing. 2020.

[Quais são as regras de marketing para a Copa do Mundo?](#) Profissas. 2020.

[Como colocar em prática o Marketing de Indicação por meio das redes sociais.](#) Rodrigo Noll. 2021. Alexandre Loures e Flávio Castro.

[Qatar 2022 – o jogo das marcas começou.](#) Exame. 2022. Bruno Andrade.

[Copa do Mundo 2022: Brasil pode perder até R\\$ 85 bilhões com jogos da seleção em dias úteis.](#) Money Times. 2022. Camilla de Oliveira.

[O guia completo para lucrar com a Copa do Mundo no e-commerce.](#) Olist. 2022.

[Copa do Mundo deve gerar “boom” de ações comerciais e de marketing.](#) Exame. 2022.

[Copa do Mundo vai impactar 81% dos pequenos negócios paulistas, mostra pesquisa.](#) Diário do Litoral. 2022. Gabriel Jareta.

[Copa do Mundo 2022: 7 dicas para pequenos negócios venderem mais no evento.](#) Exame. 2022. Lucas Meireles.

[Copa do Mundo 2022: o que esperar da economia.](#) Capital Econômico. 2022.

[Official documents.](#) FIFA. 2022. Rakky Curvelo.

[Como criar uma estratégia de marketing nas redes sociais em 10 passos.](#) Hubspot. Acesso em 2022.

**Analista:** César Rosati

**Produto:** Relatório de Inteligência

**Segmento:** Multissetorial

**Período de pesquisa:** 26 de julho a 3 de agosto de 2022 | Sebrae-SP



© Créditos: SEBRAE/SP | © Adaptação: SEBRAE/ES - 2022



Acesse o site [es.sebrae.com.br](https://es.sebrae.com.br)  
e acompanhe nossas redes sociais.



@sebraees



@sebrae.es



@sebrae-es



@sebraeespiritoso



**0800 570 0800**

ATENDIMENTO 24 HORAS

