



# PLAN & GO 2025

A Inteligência Artificial  
como estratégia de negócios



# Uma breve retrospectiva de

# 2024

## **2024: um ano de transformação**

Este ano tivemos grandes mudanças impulsionadas pelo crescimento contínuo da Inteligência Artificial (IA), que se consolidou como uma ferramenta essencial em vários setores, desde a automação de processos até a personalização de experiências de consumo.

## **Tecnologia e cultura**

2024 também foi um ano de grandes eventos culturais e esportivos, com destaque para as Olimpíadas. A tecnologia desempenhou um papel crucial nesses eventos, proporcionando experiências mais imersivas e acessíveis para espectadores ao redor do mundo.

## **Olhando para 2025**

As expectativas para 2025 são de avanços ainda mais significativos, impulsionados pela interseção entre tecnologia, cultura e esporte. As empresas que continuarem a alavancar essas tendências estão bem posicionadas para prosperar em um mercado cada vez mais dinâmico e interconectado.



Olhando para o

futuro

01

O cenário de  
consumo de 2025

02

Tendências de  
sucesso para 2025

O que você precisa saber  
para um 2025 de grandes  
oportunidades

01



O cenário  
de consumo  
de 2025

# O que esperar de 2025?

O cenário é otimista para uma melhor situação financeira para o próximo ano

# 85%

dos brasileiros afirmam que suas expectativas em relação à sua **situação financeira e a de sua família** em 2025 serão melhores do que em 2024<sup>1</sup>

Para o próximo ano, o planejamento dos consumidores brasileiros considera este top 5 de prioridades:



# Comece seu planejamento de 2025 pensando nas datas sazonais

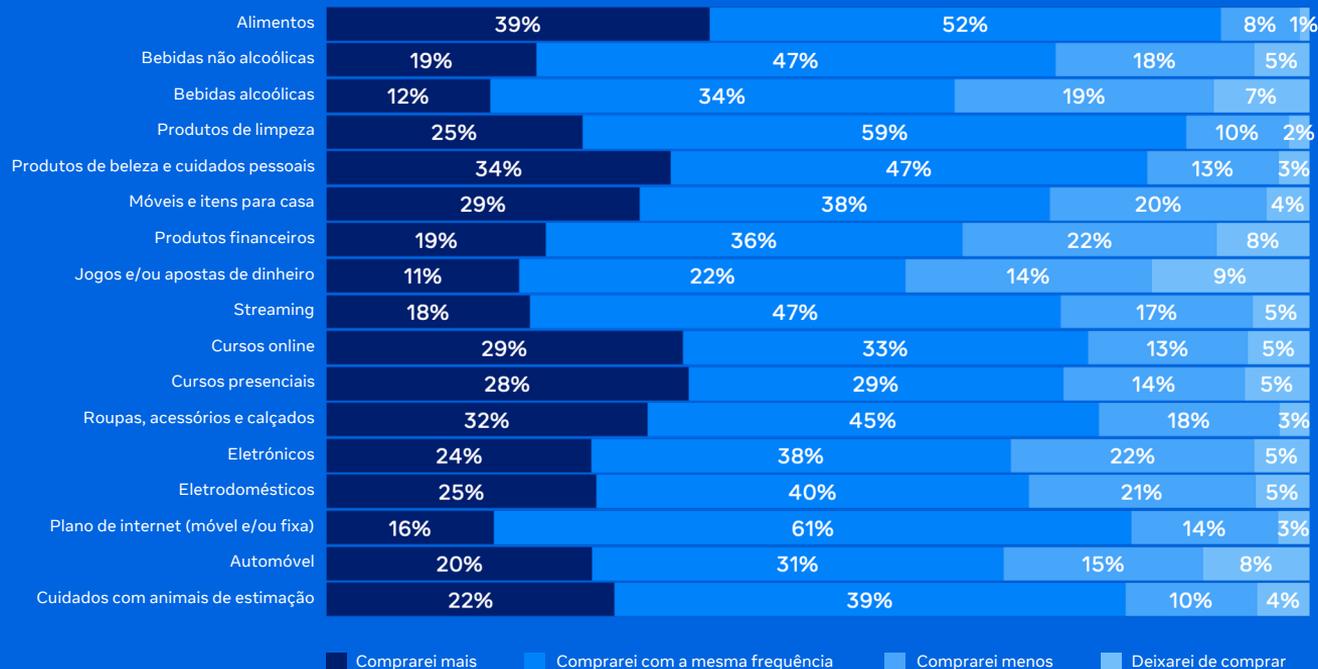
## Calendário de comemorações e datas sazonais de 2025:

JANEIRO	01 Ano-Novo			
FEVEREIRO	03 Volta às aulas			
MARÇO	04 Carnaval	08 Dia Internacional da Mulher	15 Dia do Consumidor	
ABRIL	20 Domingo de Páscoa	21 Segunda-feira de Páscoa   Dia de Tiradentes		
MAIO	01 Dia do Trabalhador	11 Dia das Mães		
JUNHO	12 Dia dos Namorados	19 Corpus Christi	24 Dia de São João (Festa Junina)	28 Dia do Orgulho LGBTQIA+
JULHO	30 Dia do Amigo			
AGOSTO	10 Dia dos Pais			
SETEMBRO	07 Dia da Independência	15 Dia do Cliente		
OUTUBRO	12 Nossa Senhora de Aparecida/ Dia das Crianças	31 Halloween		
NOVEMBRO	01 Temporada de casamentos   Dia de Todos os Santos	11 Dia dos Solteiros	20 Dia da Consciência Negra	28 Black Friday
DEZEMBRO	01 Liquidações de verão	25 Natal	26 Boxing Day	27 Término do Boxing Day

# Acompanhe os mercados em expansão

## As mudanças no comportamento e prioridades dos consumidores brasileiros

Na avaliação dos consumidores brasileiros, em média, eles comprarão produtos e contratarão serviços na mesma frequência que em 2024:



Fonte: Estudo "Expectativas 2025" da Nodus, estudo online comissionado pela Meta com 1.000 brasileiros 18+. Setembro de 2024.

# Comunique-se através das plataformas da Meta

Em 2025, os brasileiros pretendem consumir:

**91%**

mais tempo ou com a mesma frequência que consumiram conteúdo nas **plataformas da Meta** em 2024

**70%**

mais tempo ou com a mesma frequência que consumiram conteúdo na **televisão (canais abertos e pagos/por assinatura)** em 2024



# O que vem na cabeça dos consumidores quando pensam na Meta?

Quando os consumidores pensam em **Meta**, elas pensam em...



Entretenimento



Comunicação



Influência



Indispensável

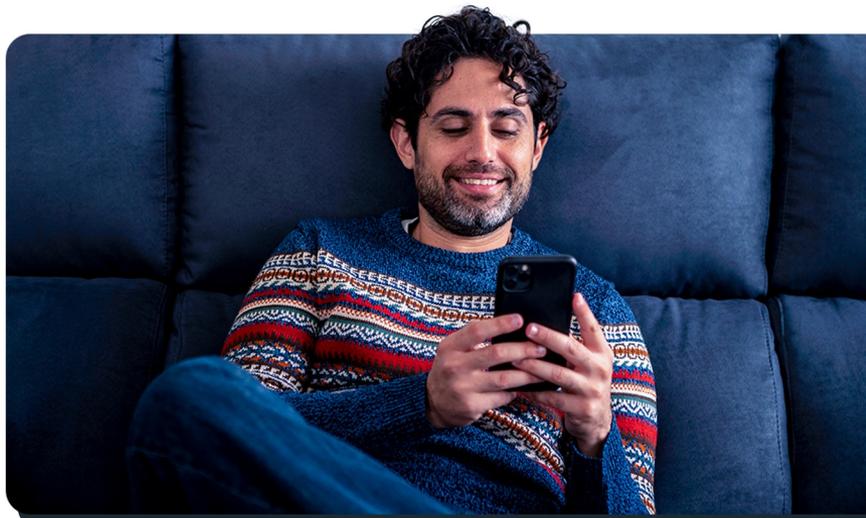


Informações



## YES YOLO, NO FOMO

Em 2025, com as plataformas Meta, você acompanha tudo ao mesmo tempo, e na palma da sua mão



2025 promete ser incrível, com eventos culturais e esportivos que vão capturar a atenção do mundo inteiro. Festivais musicais como Lollapalooza e The Town, além de campeonatos de futebol de grande prestígio, serão os pontos altos do ano.

Mas a festa não para por aí! A conexão através das redes sociais continuará a desempenhar um papel crucial na descoberta, pesquisa, influência e tomada de decisão dos consumidores. Em outras palavras: **o ambiente digital será o palco principal da festa.**

Então, prepare-se para uma jornada emocionante em 2025, cheia de música, esporte, tecnologia e diversão!

# YES YOLO, NO FOMO

## Festivais musicais e culturais criando conexões

Dentre os consumidores brasileiros:

**54%**

se interessam pelo **Rock in Rio**

**49%**

se interessam pelo **Carnaval (blocos de rua e festas fechadas)**

**46%**

se interessam pelo **Lollapalooza**

**40%**

se interessam pelo **The Town**

**66%** vs. 40% em TV aberta

dos consumidores brasileiros pretendem **acompanhar as notícias e as novidades** sobre festivais musicais e grandes eventos em 2025 nas **plataformas da Meta**

**47%** vs. 37% em TV aberta

dos consumidores brasileiros pretendem **acompanhar a transmissão dos festivais musicais e eventos** em 2025 nas **plataformas da Meta**

# YES YOLO, NO FOMO

## Reality shows na boca (e nas telas!) do povo



61%

dos consumidores brasileiros declaram que **se interessam e pretendem seguir reality shows** em 2025, tais como Big Brother Brasil, The Voice e Masterchef

63%

dos consumidores brasileiros acreditam que as **plataformas da Meta** ajudam a descobrir produtos relacionados a reality shows

49% vs. 36% em TV aberta

dos consumidores brasileiros pretendem **acompanhar as notícias e as novidades** sobre reality shows em 2025 nas **plataformas da Meta**

1 em cada 3

consumidores brasileiros pretendem **acompanhar a transmissão dos reality shows** em 2025 nas **plataformas da Meta**

# YES YOLO, NO FOMO

A maior parte dos brasileiros também pretende acompanhar campeonatos de futebol

67%

dos consumidores brasileiros declaram que se interessam e pretendem acompanhar campeonatos de futebol em 2025, tais como Copa do Brasil, Campeonato Brasileiro (Brasileirão), Libertadores da América e Champions League (UEFA)

61%

dos consumidores brasileiros acreditam que as plataformas da Meta ajudam a descobrir produtos relacionados a campeonatos de futebol

40% vs. 41% em TV aberta

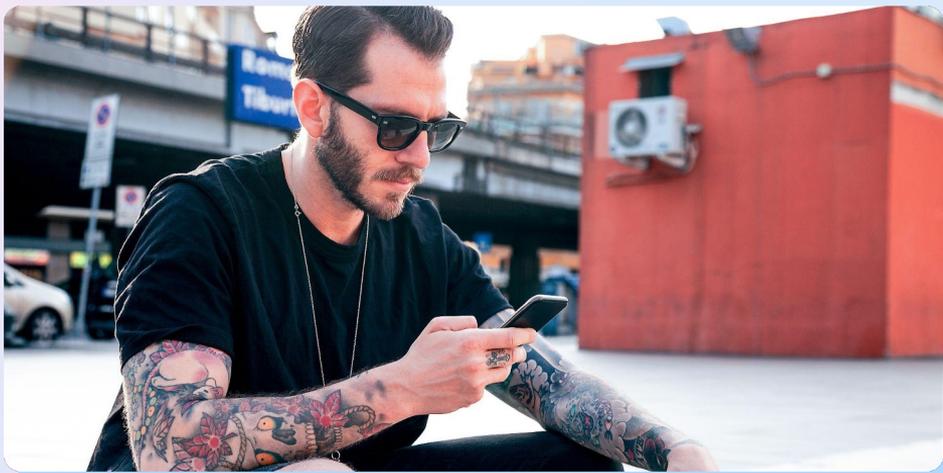
dos consumidores brasileiros pretendem acompanhar as notícias e as novidades sobre campeonatos de futebol em 2025 nas plataformas da Meta

1 em cada 4

consumidores brasileiros pretendem acompanhar a transmissão dos campeonatos de futebol em 2025 nas plataformas da Meta

# Pertinho da vibe de marcas e eventos: Videos curtos do Instagram e Facebook fortalecem as conexões

Na avaliação dos consumidores brasileiros, em média, eles comprarão produtos e contratarão serviços na mesma frequência que em 2025:



**68%** acreditam que o Facebook e o Instagram permitem conhecer os artistas que estão bombando

**67%** acreditam que o Facebook e o Instagram ajudam a descobrir novas marcas com que se identificam

**62%** acreditam que o Facebook e o Instagram permitem que se aproximem mais das marcas patrocinadoras de eventos

# Personalização é a chave: Os brasileiros querem receber dicas e promoções nos Reels

Dentre os consumidores brasileiros entrevistados:



**61%**

gostam de receber **ofertas personalizadas** nos Reels do Facebook e do Instagram com base nas suas pesquisas anteriores

**61%**

acreditam que assistir às **promoções no Facebook e no Instagram** os ajuda na **tomada de decisão** para a compra de produtos

**60%**

dizem entrar em perfis do Instagram e do Facebook para encontrar **dicas e informações sobre os eventos**

**58%**

compraram um **produto ou contrataram um serviço** depois de assistir a um Reels no Facebook ou no Instagram

# WhatsApp e IA: Para viver a vida festiva de forma cômoda, conectada e segura

Dentre os consumidores brasileiros entrevistados:



**74%**

declararam que o **WhatsApp** parece um meio de contato **seguro** de comunicação

**73%**

esperam uma resposta mais rápida das empresas através do **WhatsApp** do que de outros métodos de comunicação

**67%**

acreditam que compras via **WhatsApp** ou redes sociais tornam a vida mais **cômoda**

**62%**

afirmam que o **uso da Inteligência Artificial** irá melhorar suas experiências de compras em 2025



02

Tendências  
de sucesso  
para 2025

A man with a beard and short dark hair is looking down at a smartphone he is holding in his hands. He is wearing a light blue button-down shirt over a white t-shirt. The background is a blurred outdoor setting with a blue sky and some architectural lines.

# Olhando Olhando para o futuro

## Tendências 2025

- 1. O consumidor hiperconectado**  
Usando múltiplos canais conectados que configuram as jornadas de compras omnicanais.
- 2. A ascensão crescente da IA**  
Explorando a próxima onda de inovações em IA e seus impactos
- 3. Conexões mais genuínas e duradouras**  
Fortalecendo vínculos autênticos entre pessoas e marcas

01

## O consumidor hiperconectado

Omnicanalidade e as novas jornadas de compras



# Os brasileiros buscam por uma experiência de compra conveniente e, cada vez mais, querem tomar decisões rápidas de forma autônoma

Entre os consumidores brasileiros:

**80%**

consideram a **conveniência** um critério importante na hora da tomada de decisão de onde comprar

**64%**

armazenam **informações pessoais em sites e apps** para registrar o seu histórico de compras, visando conveniência e praticidade em oportunidades futuras

Fonte: "Estudo de Compras do Consumidor Moderno" da Kantar, pesquisa encomendada pela Meta com a participação de 2.535 consumidores, com idades entre 18 e 64 anos, no Brasil. Outubro de 2023.



Online e offline se complementam,  
criando uma jornada de compra com  
menos barreiras, mais satisfação e  
fidelização dos clientes

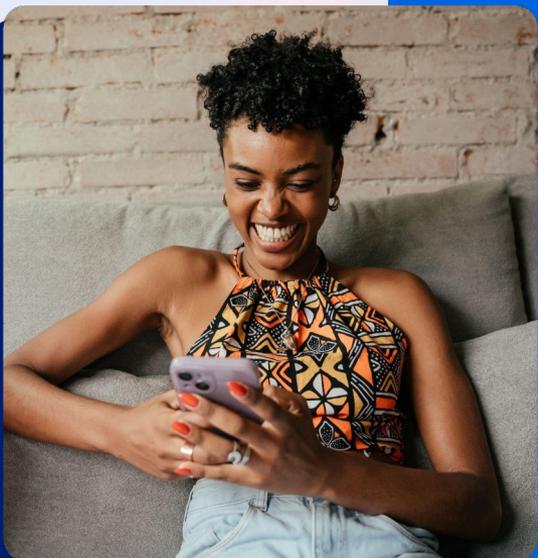
No Brasil,

**1 em cada 3  
compradores**

realiza webrooming, ou seja, pesquisa  
online antes de comprar na loja



Fonte: "Estudo de compras do consumidor" da Kantar (pesquisa online encomendada pela Meta com 2.535 consumidores, com idades entre 18 e 64 anos, no Brasil), setembro/outubro de 2023.



**1 em cada 5**  
consumidores  
brasileiros declaram  
que fazem jornadas de  
compras omnichannel

## Por uma jornada conectada: omnicanalidade é a solução

Dentre os consumidores brasileiros entrevistados:

**67%**

Pesquisam e compram online

**12%**

Pesquisam e compram em loja física

**9%**

Pesquisam online e compram em loja física

**6%**

Pesquisam e compram online, porém retiram em loja física

**6%**

Pesquisam em loja física e compram online

# As redes sociais estão criando descobertas online que impulsionam os comportamentos de compra

Entre os consumidores brasileiros entrevistados:

**70%**

estão mais propensos a procurar novas marcas online em vez de nas lojas físicas

**65%**

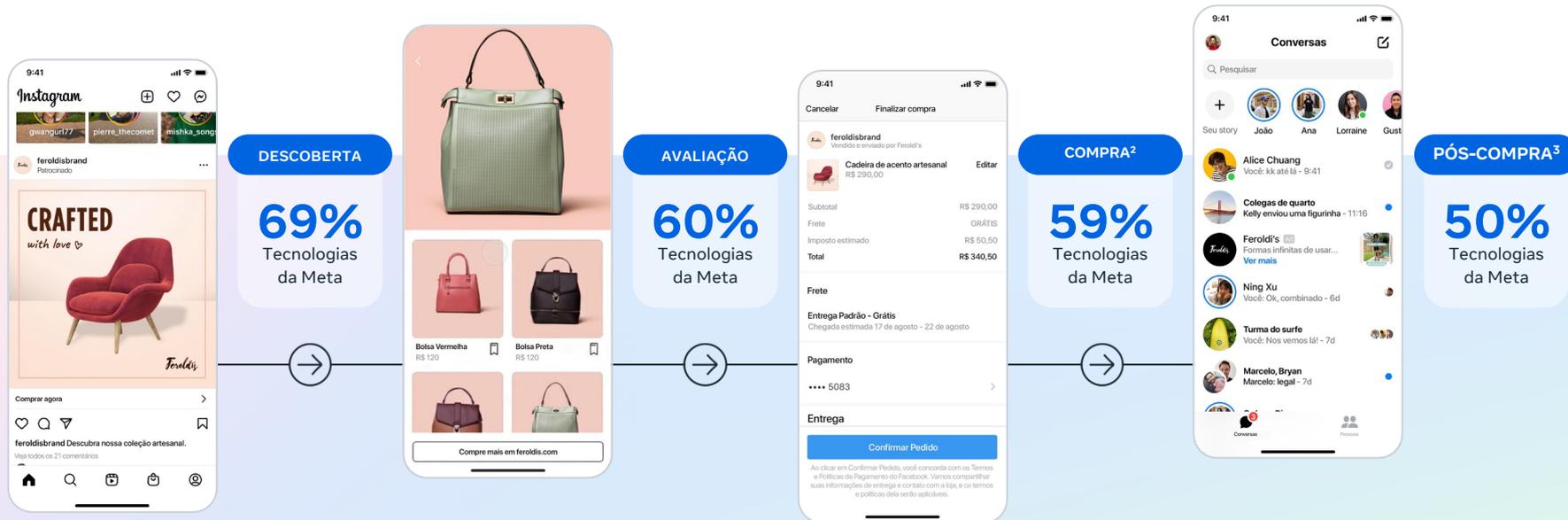
descobrem produtos no dispositivo móvel



Há **2.1x** maior probabilidade de descoberta de produtos online do que na televisão

# As tecnologias da Meta se tornaram mais importantes em todas as etapas da jornada de compra (mesmo omnichannel)

Sites/Apps online<sup>1</sup> que desempenham um papel na:



1. Entre os consumidores online. 2. Viram os produtos que compraram. 3. Mantêm-se conectados com a marca após a compra. Fonte: "Estudo de Compras do Consumidor Moderno" da Kantar, pesquisa encomendada pela Meta com a participação de 2.535 consumidores, com idades entre 18 e 64 anos, no Brasil. Outubro de 2023.

# Isso acontece, em parte, por conta do Meta Advantage

A IA da Meta ajuda a melhorar o desempenho de anúncios de forma automatizada, permitindo que os profissionais de marketing façam mais com seu tempo e recursos, focando na omnicanalidade da jornada de compras.



## Melhore o desempenho

O Meta Advantage usa a IA para conectar automaticamente suas ofertas aos clientes com maior probabilidade de agir para ajudar você a maximizar o ROI



## Maximize os recursos

O Meta Advantage trabalha para sua empresa 24 horas por dia, 7 dias por semana, para que você nunca perca a chance de se conectar ou converter pelo menor preço possível



## Conquiste mais

O Meta Advantage libera você para se concentrar em um trabalho mais estratégico e criativo



## CAMPANHAS DE COMPRAS ADVANTAGE+

# 32%

de aumento no retorno sobre o investimento em publicidade<sup>1</sup>

## CAMPANHAS DE APP ADVANTAGE+

# 9%

de melhoria no custo por ação<sup>2</sup>

## CRATIVO ADVANTAGE+

# 14%

de aumento nas compras incrementais por dólar gasto<sup>3</sup>

Fontes: 1. Estudo interno da Meta sobre campanhas de compras Advantage+ com 31 anunciantes da América do Norte, APAC, EMEA e LATAM, de julho a setembro de 2022. 2. Meta-análise estatística de 16 estudos A/B em todo o mundo em que se compararam campanhas de anúncios de app manuais com Campanhas de App Advantage+ (antes conhecidas como campanhas de anúncio de app automatizadas) da SKAdNetwork no setor de jogos durante setembro e dezembro de 2021. O custo por ação é o custo por conversão de compra otimizada. A confiança de resultados melhores para CPI e CPA foi de 88% e 89%, respectivamente. 3. Os resultados da análise se baseiam em 2 semanas de dados experimentais com 118 mil anunciantes em todo o mundo no 3.º trimestre de 2022, em que os anúncios incluídos usaram cliques em link, conversões externas e otimizações de visualização da página de destino. Os resultados foram estatisticamente significativos. Para controlar os outliers, as contagens de conversão de usuário têm um limite de cinco para qualquer campanha.

# Campanhas que aproveitaram o potencial de alcance massivo da Meta demonstraram resultados superiores

## OMNICHANNEL:

MAIOR ALCANCE = MAIOR EFICÁCIA

O ROAS da Meta é:

**5%** melhor  
que o da televisão

**90%** melhor  
que outras plataformas de vídeo online

Aumentar o alcance melhora tanto a  
eficiência quanto o retorno financeiro:

Retorno sobre o gasto com anúncio (ROAS):

**123%** maior

**14%** mais eficácia  
em conversão de impressões em vendas comparado  
às campanhas de menor alcance

02

## A continuação da ascensão da IA

Explorando a próxima onda de  
inovações em IA e seus impactos



# A IA e a automação continuarão a ser essenciais para o seu sucesso na publicidade

Os profissionais de marketing já estão aproveitando a IA para serem mais eficazes, maximizar resultados e economizar tempo:

DE

PARA

Otimizações de campanha diárias

Otimizações automáticas ao longo do tempo

Selecionar manualmente posicionamentos e destinos

A IA determina o posicionamento para maximizar as chances de conversão

Criativo de tamanho único

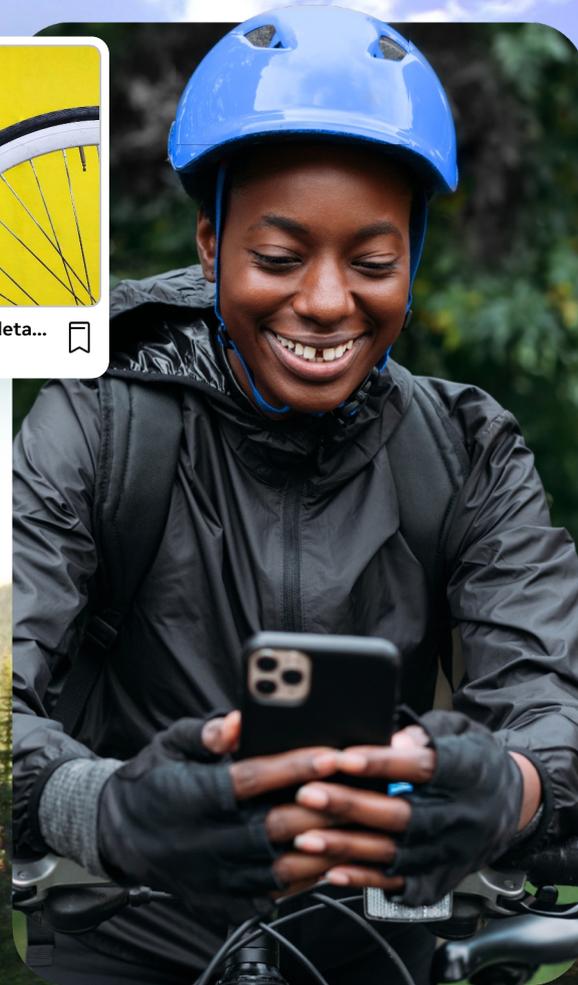
A IA generativa desenvolve diversos criativos dinamicamente para atrair vários públicos

Escolher manualmente segmentos e comportamentos de público

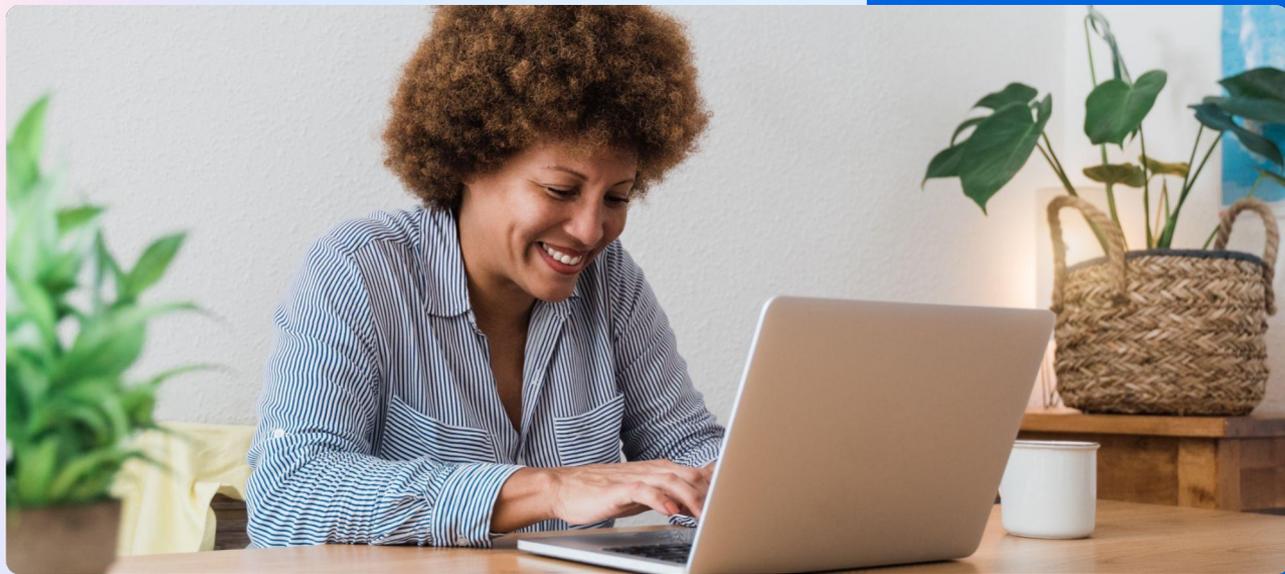
A IA se expande para alcançar o público com maior probabilidade de comprar



Pneus para bicicleta...  
US\$35,00



A Meta há muito tempo  
já faz uso de automação



para ajudar as empresas a obter maior desempenho, proporcionando experiências significativas e personalizadas aos clientes.

**E agora,  
com a  
ajuda da IA,**

isso pode ser feito  
com eficiência,  
profundidade  
e precisão nunca  
antes possíveis.



## Usar a IA para personalização é a chave para o sucesso

**68%**

dos consumidores brasileiros  
gostam de receber **ofertas  
personalizadas** a partir  
do histórico de pesquisas  
e compras anteriores

**67%**

dos consumidores brasileiros  
**já compraram produtos ou  
serviços que viram em ofertas  
personalizadas** a partir dos  
seus históricos de pesquisas  
e compras anteriores

# Personalização na hora da compra: alcance com eficiência os clientes quando e onde eles fazem compras

## Integre a API de Conversões:

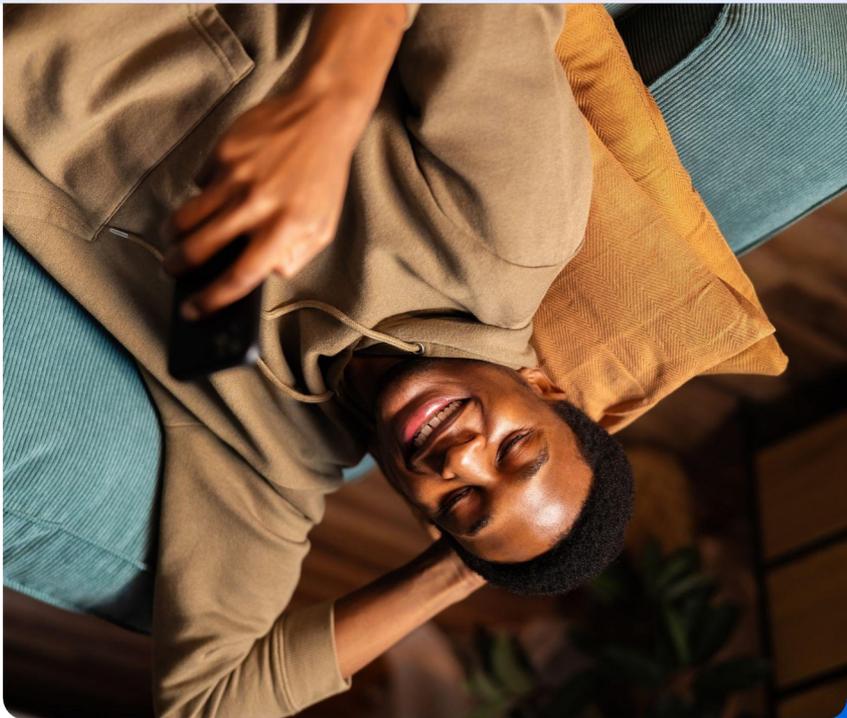
A API de Conversões é uma ferramenta para empresas que cria uma conexão direta entre os seus dados de marketing e as tecnologias da Meta. Ela permite que você entenda melhor como seus anúncios estão gerando resultados reais em todas as plataformas e canais.

Assim, é possível otimizar campanhas para alcançar os clientes de forma mais eficiente, independentemente de onde eles estejam fazendo compras.



Os anunciantes que implementam a API de Conversões observaram uma melhoria significativa na performance da publicidade, de cerca de **13% no custo por resultado**

# Conversas personalizadas multiplicam a conversão



Mensageria já é prática de aproximação e consideração com as marcas, e é uma oportunidade decisiva para direcionar às compras dos consumidores

**85%** dos consumidores brasileiros **conversam** com empresas e lojas por **aplicativos de mensagem**

Dentre eles, **91%** dos consumidores brasileiros já conversam com empresas e lojas pelo **WhatsApp**

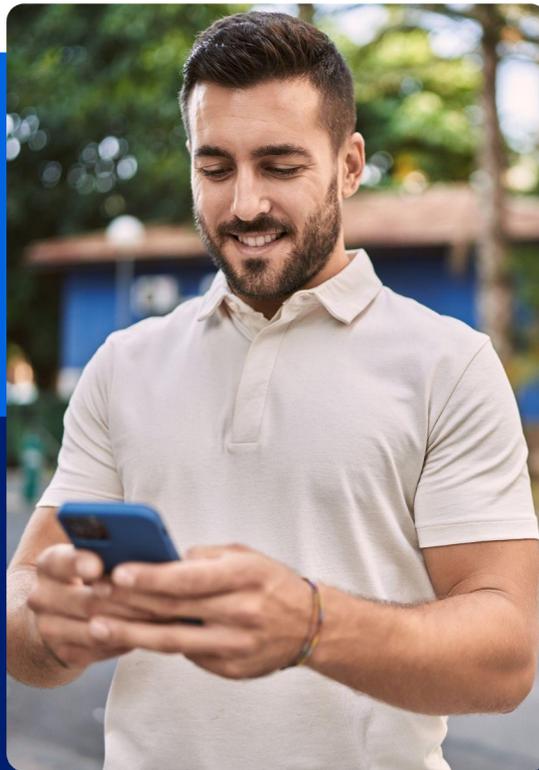
# Aproximando consumidores e marcas com o WhatsApp

**78%**

dos consumidores brasileiros entrevistados declararam que já **interagiram com comércios ou empresas** de serviços através do **WhatsApp**

**74%**

dos consumidores brasileiros afirmam que já receberam uma **mensagem personalizada** de um estabelecimento comercial que já conheciam pelo **WhatsApp**



**74%**

dos consumidores brasileiros dizem que já **conversaram com bots** (respostas automáticas) no **WhatsApp** de um estabelecimento comercial

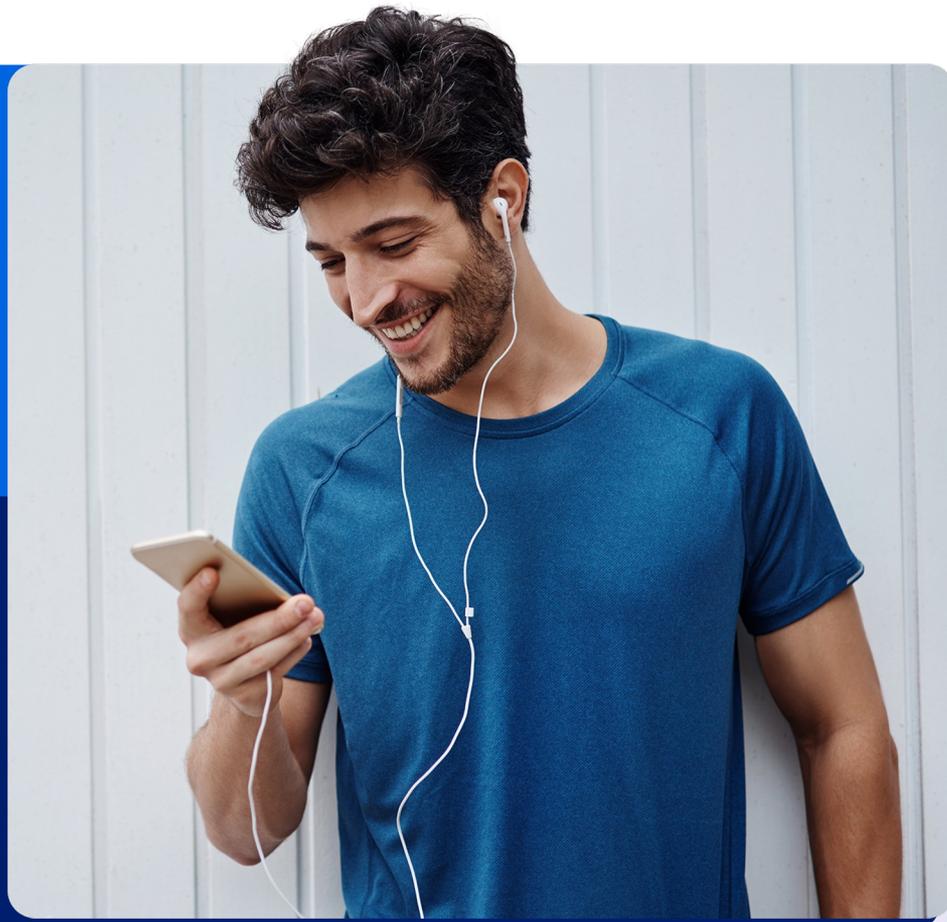
**69%**

dos consumidores brasileiros já receberam uma **mensagem personalizada** de um estabelecimento comercial que ainda não conheciam pelo **WhatsApp**

03

## A importância das conexões genuínas

Fortalecendo vínculos autênticos  
entre pessoas e marcas



# Creators criam conexões genuínas



entre negócios e consumidores

# A influência dos creators: conteúdo criativo, branding assertivo e performance de marca



78%

seguem e/ou consomem conteúdo de criadores de conteúdo declararam que já **compraram algum produto** com base nas recomendações de um criador de conteúdo

Fonte: Estudo "Expectativas 2025" da Nodus, estudo online comissionado pela Meta com 1.000 brasileiros 18+. Setembro de 2024.

Os consumidores brasileiros afirmam que:

**65%**

as **publis** (conteúdos pagos em parceria com alguma marca) são muito interessantes para descobrir novos produtos e marcas

**65%** vs. 41% em TV aberta

tem vontade de saber mais sobre o produto/serviço divulgado, depois de ver uma publi (conteúdo pago em parceria com alguma marca)

**65%**

têm mais vontade de comprar o produto e/ou serviço divulgado depois de ver uma publi

# #Publi: a forma mais eficiente de personalizar e humanizar um anúncio

Conteúdos patrocinados (publis) com criadores/influenciadores impactam mais na decisão de compra dos consumidores:



Fonte: Estudo "Expectativas 2025" da Nodus, estudo online comissionado pela Meta com 1.000 brasileiros 18+. Setembro de 2024.



# É decisivo: o poder das redes sociais no momento de compra é mais marcante do que na televisão

Para a tomada de decisão, os consumidores brasileiros declaram que os seguintes canais têm papel decisivo:



**93%**

Redes sociais

**75%**

Televisão aberta  
ou por assinatura

# Ao compararmos outras plataformas que combinam entretenimento com potencial de mídia, as plataformas da Meta apresentam um desempenho superior em termos de alcance, precisão e lucratividade

Por exemplo, ao analisarmos o principal canal de TV no Brasil:



**100%**

Estados com acesso aos aplicativos Meta<sup>1</sup>

**R\$ 9k**

Custo por ponto de audiência<sup>1</sup>

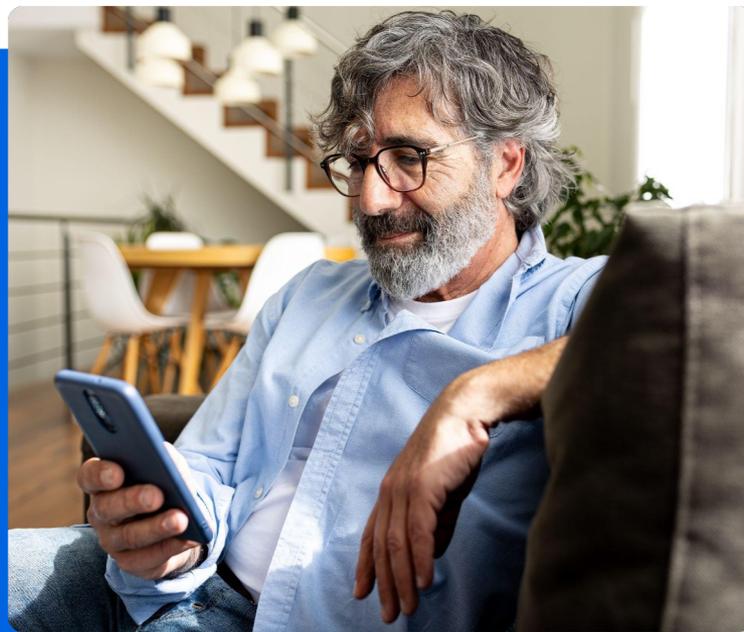


**98%**

Estados com acesso ao canal de TV<sup>2</sup>

**R\$ 60k**

Custo por ponto de audiência<sup>4</sup>



O VALOR ÚNICO DA META

# Captamos a atenção e a convertemos em ação



Alcance  
inigualável



Soluções de vídeo  
que impulsionam  
o desempenho



IA que  
gera ROI



Segurança da marca impulsionada  
por investimentos em IA



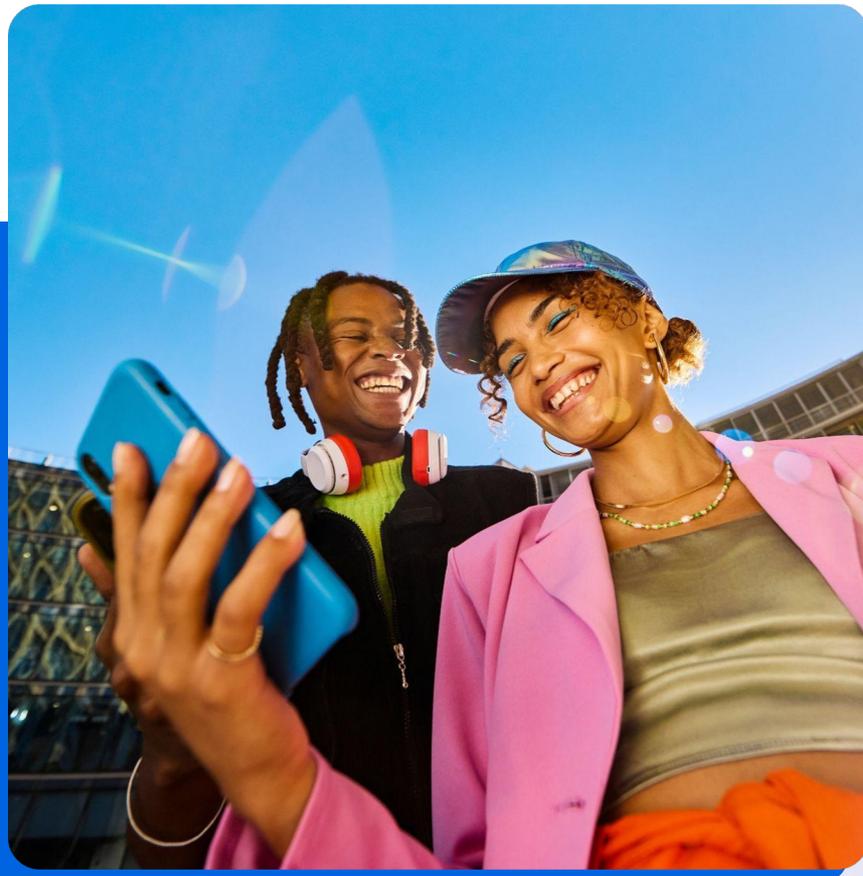
Criadores de  
conteúdo que  
despertam  
identificação

# Amplie seus resultados transformando atenção em ação com Reels



## Maximize seus resultados com Reels

Os Reels do Instagram são uma maneira eficaz de capturar a atenção dos consumidores e transformá-la em ações. Com sua natureza visual e envolvente, os Reels permitem que as marcas criem conteúdo atraente e relevante que induza os consumidores a interagir e se envolver com a sua marca.



# Mas afinal,



o que esperar de

2025?

**Neste cenário**, em que as conexões irão moldar escolhas e experiências, a Meta continua sendo o seu parceiro primordial para um ano que transcenderá fronteiras, unindo criatividade, dados e a arte de compreender o consumidor em uma sinfonia de impacto e personalização.



**Vamos juntos  
transformar todas  
as previsões de  
sucesso para 2025  
em realidade**

# O futuro é com a Meta

Como a Meta pode ajudar a solucionar seus desafios na jornada de vendas para 2025?

Ao definir as estratégias, recomendamos algumas das nossas soluções.

Atraia mais clientes com soluções fáceis e eficazes



- API de Conversões
- ASC

Melhore o ROI com automação e inteligência. Fácil de usar e bom para os seus negócios



- Clique para o WhatsApp
- ASC
- Target Frequency

Aumente a visibilidade e o reconhecimento da sua marca, alcançando mais pessoas e causando uma impressão duradoura



- Reels PC
- Creators Market Place
- Place Partnership Ads

Fale diretamente com seus clientes, onde quer que eles estejam



- WhatsApp
- Reels PC
- Campanhas de retargeting utilizando ASC

