

por que somos especializados
em narrativas em áudio?

tudo se resume a cinco compromissos

acreditamos muito no **poder das histórias contadas a partir do áudio** e temos a certeza que juntos podemos desenhar uma jornada incrível em 2021.

por isso, antes de seguirmos em qualquer parceria, gostaríamos de **contar rapidamente por que somos dedicados a produzir essas histórias:**

- 1.** produzimos podcasts para levar emoções genuínas e histórias reais às audiências de nossos clientes. Contamos com a ajuda deles para encontrar essas histórias.
- 2.** acreditamos, também, que essas histórias nascem de pessoas reais. **m**arcas são criadas a partir da manifestação dessas histórias na cultura de suas organizações. **o** som tem um potencial incrível para ligar esses pontos.
- 3.** **a**té por isso, sabemos que sem apuro técnico, os compromissos 1 e 2 não fazem sentido.
- 4.** **e**ntendemos que o sucesso de um podcast mora no encontro da recorrência com a intimidade auditiva. **j**unto com nossos clientes nos responsabilizamos por manter essa recorrência ao longo de 2021 e, assim fidelizar nossa audiência a partir de momentos únicos.
- 5.** **t**emos consciência de que o mundo contemporâneo vive através de suas pegadas digitais. **p**ara atingirmos nossos objetivos, precisamos planejar com base na visibilidade destes dados. **e**, com eles, construir narrativas alinhadas aos propósitos de seu segmento de atuação.

A man and a woman are sitting at a desk in a recording studio, both wearing large headphones and speaking into professional microphones. The man is on the left, looking towards the woman on the right. They appear to be in the middle of a recording session. The desk has a laptop, a cup of coffee, and some papers. The background is slightly blurred, showing a typical office or studio environment. The entire image has a warm, orange-toned overlay.

o que dá para fazer com podcasts?

formatos mais comuns

Existe certa polêmica em classificar podcast como um formato único ou um meio de distribuição. O consenso atual é que se tem **feed** é podcast.



Reunir um time de especialistas em um hangout ou em uma mesa, apertar o REC e seguir uma pauta. O papo corre solto. A edição refina os intervalos e acrescenta uma trilha. Interação com audiência passa por leitura de comentários e e-mails

Papo de Mesa

real ou virtual



O segredo aqui é a curadoria de temas interessantes em determinada vertical e a conexão entre eles. Requer pauta mais trabalhada e boa locução

Giro de Notícias

roteirizados

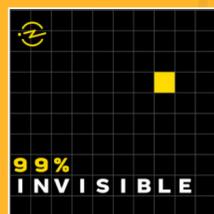
MENOS COMPLEXO DE PRODUZIR

Entrevista

one-to-one

Selecionar uma voz importante no segmento que se pretende cobrir, organizar uma pauta de perguntas e desdobrar o papo. O desafio é manter o ritmo.





Um bom texto, um bom roteiro e muitas horas de pesquisa. Esses dois últimos os maiores desafios de produção

Narrativo

Primeira pessoa



Documentários e investigações transcritas em experiências de áudio repletas de efeitos sonoros e clima de suspense. Meses de preparação, dias de edição etc

Storytelling

casos reais/true crime

Transcrição

Rádio ou TV que vira podcast

Com a chegada de grandes players da TV e Rádio no formato, programas começaram a chegar nos feeds. A dificuldade fica por conta do reaproveitamento



MAIS COMPLEXO DE PRODUZIR

qual o segredo da frequência de publicação?

Quinzenal

Produção segura
de tração mais lenta

Semanal

Padrão do mercado,
que fideliza mais rápido

Diário

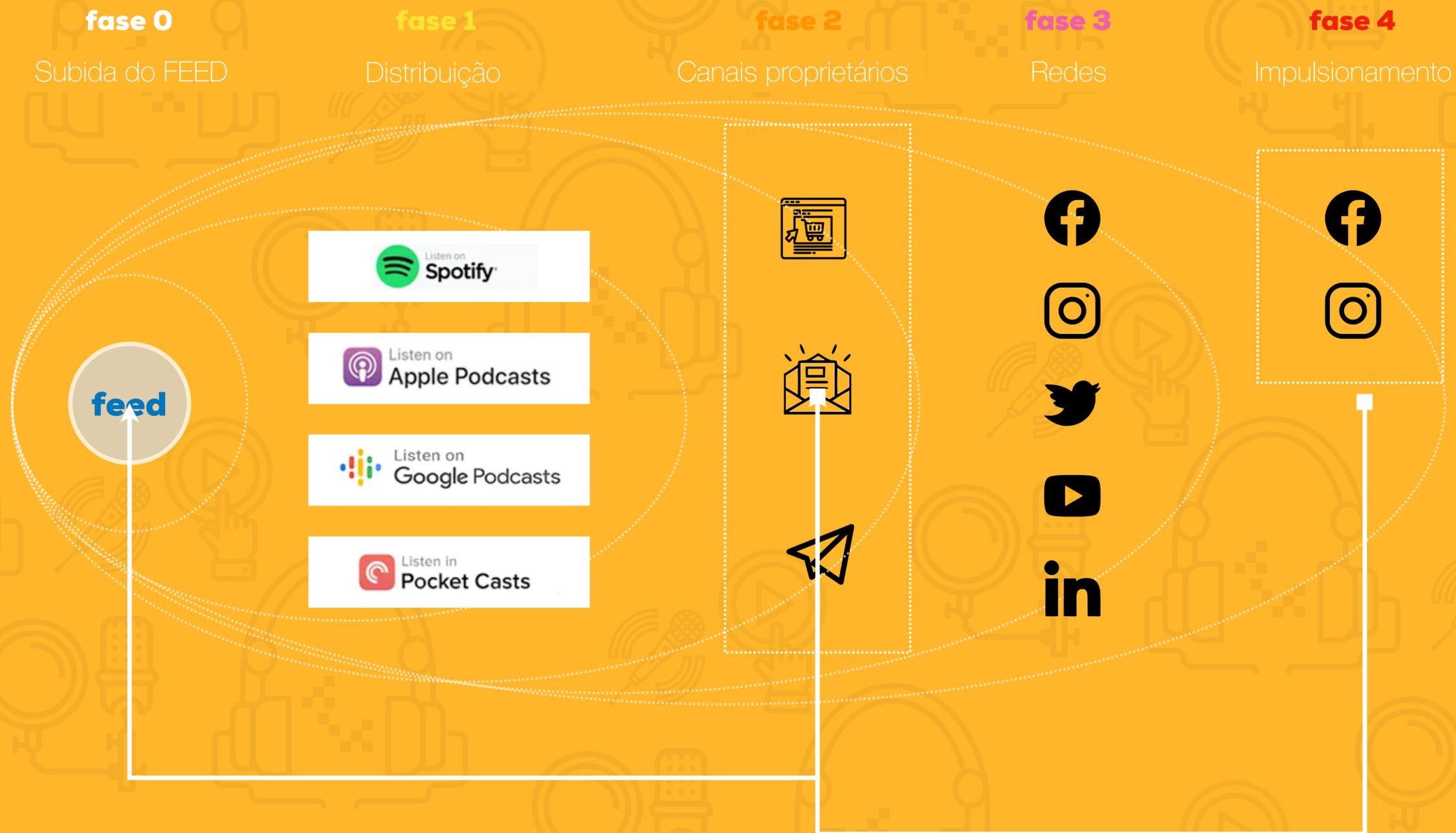
Desafio de produção,
mas com grande poder de tração

Projeto Especial

Início, meio e fim,
com maior apuro estético

como os podcasts chegam até os ouvintes?

Como aumentar as chances de ser ouvido em meio a tantos programas? Que técnicas utilizarmos para isso?



como medimos o sucesso?

Principais métricas para medição do aumento e retenção de audiências.

CLICOU NO PLAY

OUVIU 1 MINUTO

SEGUIU

CLICOU EM ASSINAR

Inicializações

Streamings

Ouvintes

Seguidores

2.934

inicializações ?

2.045

streamings ?

753

Ouvintes ?

383

seguidores ?

Investir em um início arrasador, o chamado "minuto de ouro"

Garantir a retenção nos primeiros 5 minutos, já trazendo o tema

Focar na captação de assinantes em todas as comunicações



o que os podcasts têm
feito com o mercado?

Todo mundo só fala de podcast

O mercado de Podcast está em amadurecimento. Uma pesquisa do IBOPE identificou que em 2019 no Brasil, 40% dos brasileiros das classes A, B e C já ouviram o formato podcast.

de nossa base de usuários ouviram algum Podcast pelo Spotify em Q3 de 2019

14%

em Q4 de 2019

16%

em Q1 de 2020

19%

200%

de aumento totalizado em horas dedicadas totais à escuta de Podcast

Em 2020 o mercado de Podcast deve amadurecer e **movimentar mais de US\$ 1 bilhão globalmente**, de acordo com as previsões de tecnologia, mídia e telecomunicações da consultoria Deloitte para 2020.

30%

de crescimento do mercado de podcast, comparado ao crescimento geral da mídia e do entretenimento de apenas 4%

**O Podcast
está
superando
seu status
de “nichô”**

Fonte: Spotify

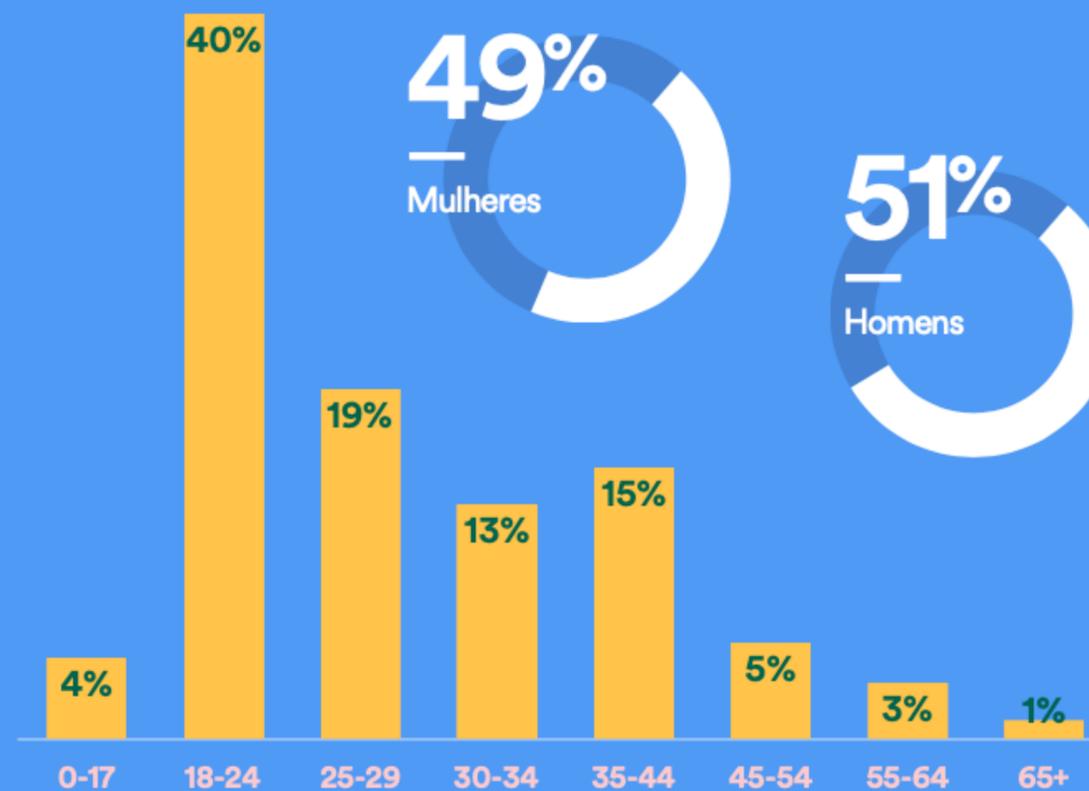
Quem são os ouvintes de Podcast?

40%

dos usuários do Spotify free
declararam terem ouvido
Podcast no último mês

dos usuários
millennials ouvem
podcasts pelo menos
uma vez por semana

49%

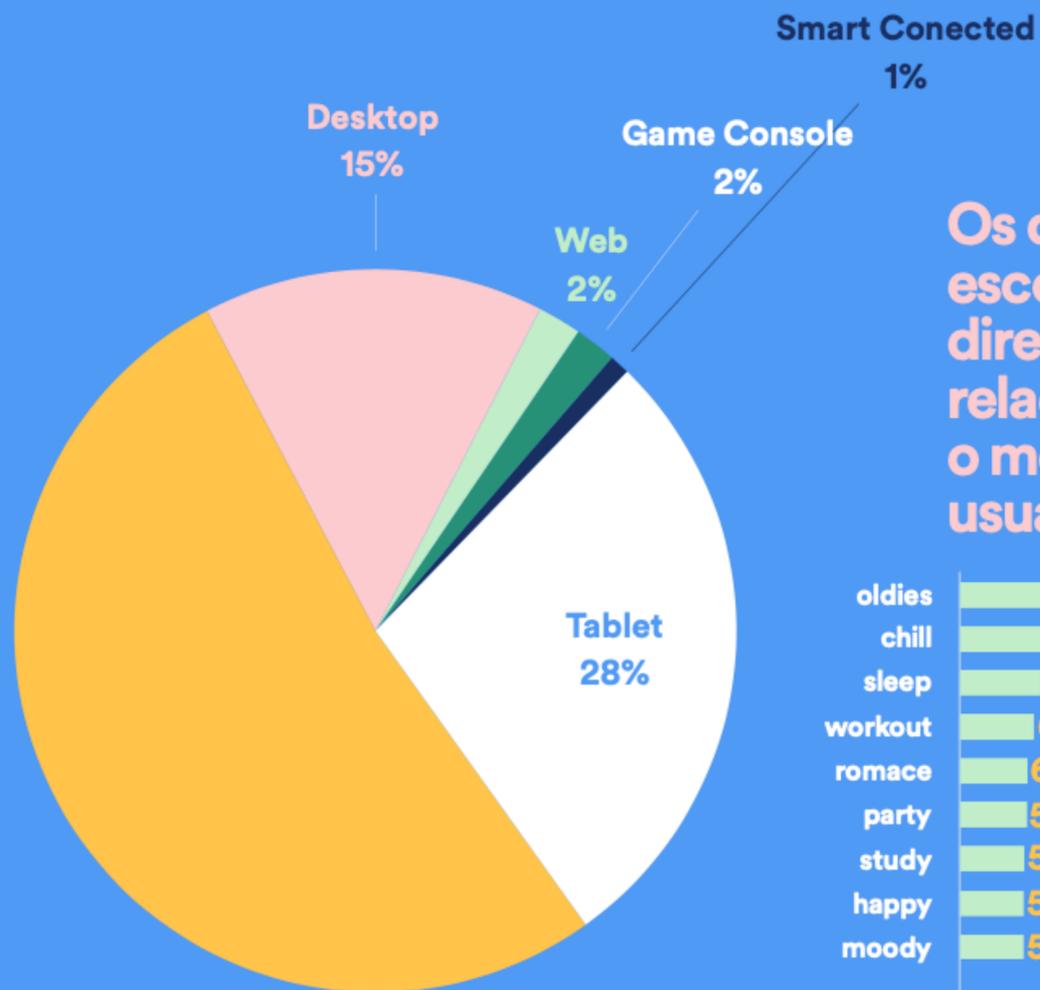


Fonte: Spotify

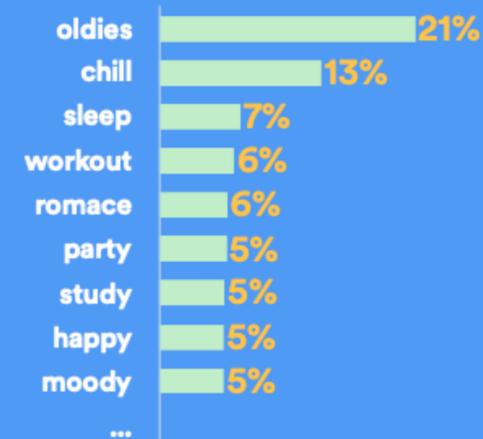
Onde eles escutam Podcasts?

52%

Para fazer streaming, os ouvintes de e podcasts utilizam mais o **mobile**

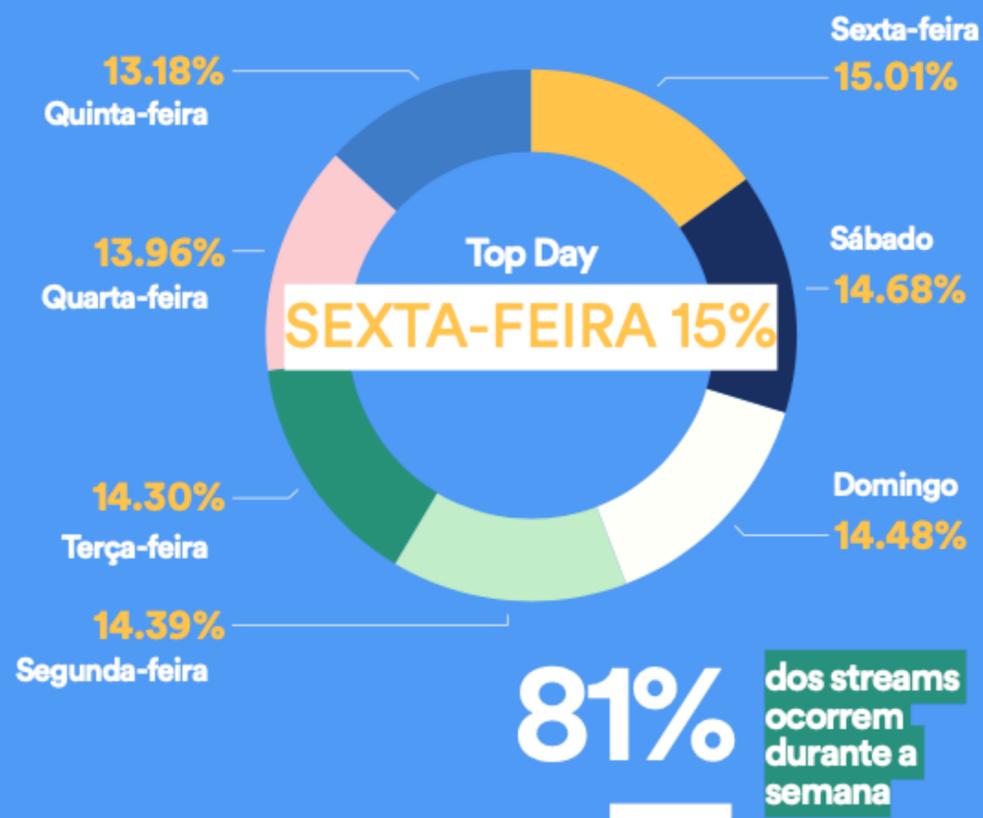


Os devices escolhidos estão diretamente relacionados com o momento do usuário Spotify



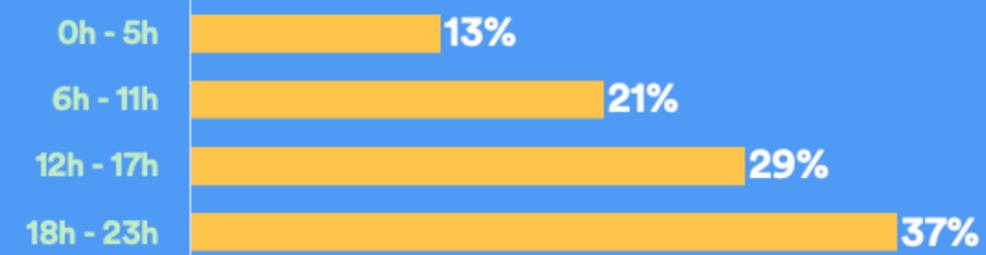
Fonte: Spotify

Quando eles escutam Podcasts?



51%

dos ouvintes de podcast no Brasil ouvem todos os dias



Fonte: Spotify

O que pensam os ouvintes de Podcast?

Podcasters são influenciadores mais:

autênticos

52%

dos ouvintes de Podcast confiam mais na publicidade se o apresentador do podcast endossar a marca

75%

concordam que podcasts são uma ótima maneira de aprender coisas novas

81%

dos ouvintes afirmaram ter tomado algum tipo de ação após ouvir um anúncio em áudio durante um podcast



Pesquisar um produto na internet



Conectar-se a uma marca nas mídias sociais

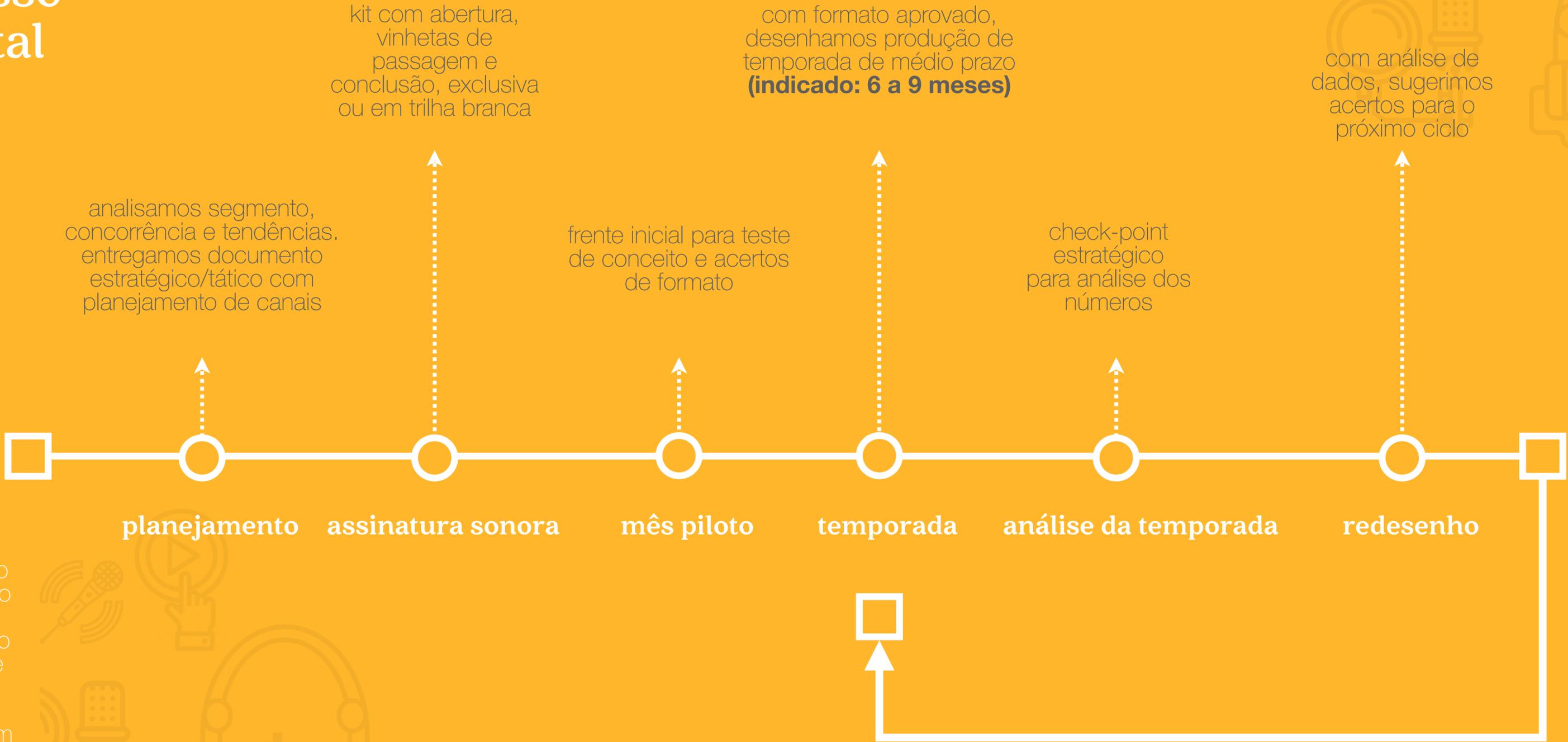


Falar sobre uma marca com outras pessoas

A hand holding a microphone against a blurred background of bookshelves, with the text "nossa forma de trabalhar" overlaid.

nossa forma de trabalhar

acreditamos em um processo incremental



histórias de sucesso têm um ritmo próprio para acontecerem, para entrarem para o imaginário popular e nele reverberar.

por isso, criamos um processo de trabalho para acertar aos poucos para acertar sempre.

A professional podcasting studio setup is shown, featuring two large condenser microphones on boom arms, a computer monitor, a keyboard, and several pairs of headphones on a desk. The entire scene is overlaid with a semi-transparent orange filter.

qual é a nossa abordagem comercial
para projetos de podcasts

a cada fase, aprofundamos nossa relação comercial

ATIVACÃO

Planejamento do Programa

Nome, quadros, tom de voz, pauta inicial e planejamento de redes sociais

Temporada teste

Até 4 programas de 30min, com metas alinhadas antes de irem ao ar.

CONTRATO TEMPORADA

Primeira Temporada

Publicação sem interrupções entre 6 e 9 meses, com acompanhamento semanal de métricas e relatórios

Re-PROJETO

Nova Temporada

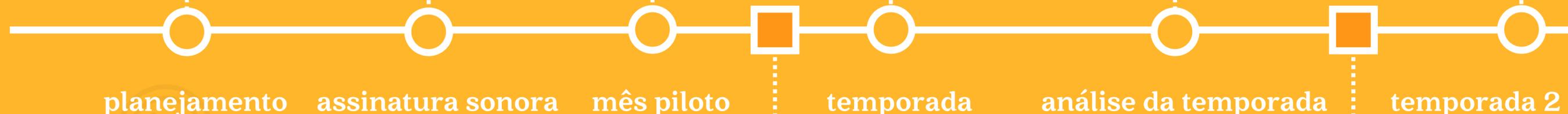
Projeto ajustado entra em mais um ciclo

Sound Design

Kit com abertura, vinhetas de passagem e conclusão, exclusiva ou em trilha branca

Relatório de conclusão de temporada

Consolidado da jornada contratada com lições aprendidas e próximos passos



planejamento

assinatura sonora

mês piloto

temporada

análise da temporada

temporada 2

análise de metas

O estabelecimento das metas pode variar, principalmente com a existência ou não de verba de mídia

aplicação de aprendizado

Nova rodada de planejamento com aplicação de lições aprendidas para acertos de rota, criação de novos programas e reavaliação da parceria

se um podcast é um projeto de médio-longo prazo, nossa relação comercial pode seguir o mesmo ritmo.

sua marca vai investir de acordo com as metas que atingirmos juntos.

a cada fase,
aprofundamos
nossa relação
comercial

ATIVACÃO

Planejamento do Programa

Nome, quadros, tom de voz, pauta inicial e planejamento de redes sociais

Sound Design

Kit com abertura, vinhetas de passagem e conclusão, exclusiva ou em trilha branca

Temporada teste

Até 4 programas de 30min, com metas alinhadas antes de irem ao ar.

CONTRATO TEMPORADA

Primeira Temporada

Publicação sem interrupções entre 6 e 9 meses, com acompanhamento semanal de métricas e relatórios

Relatório de conclusão de temporada

Consolidado da jornada contratada com lições aprendidas e próximos passos

Re-Projeto

Aplicação de aprendizados

Nova rodada de planejamento com aplicação de lições aprendidas para acertos de rota, criação de novos programas e reavaliação da parceria

Investimento único

50% início do planejamento +
50% entrega da temporada teste

Fee mensal

Todo dia 5 após primeiro fluxo mensal

Investimento único

50% início do planejamento +
50% entrega do novo desenho de produção

se um podcast é um projeto de médio-longo prazo, nossa relação comercial pode seguir o mesmo ritmo.

sua marca vai investir de acordo com as metas que atingirmos juntos.



nossos podcasts

Bioparque do Rio

A jornada de animais e seus criadores nos ajudam a desenhar a nova fase desse importante espaço carioca.



Como parte da estratégia de lançamento do novo BioParque do Rio (antigo Zoo), preparamos uma temporada inicial com cinco episódios contando as jornadas paralelas de animais com longa história e sua equipe de criadores.

PODCAST EPISODE
#2 - Tim e Bocão, finalmente juntos!
Podcast do BioParque do Rio

Jun 2020 · 22 min

PODCAST EPISODE
#3 - Gabi é nota 10!
Podcast do BioParque do Rio

Jun 2020 · 28 min

PODCAST EPISODE
#6 - Vem conhecer a Imersão Tropical e a Vila dos Répteis - BioParque do Rio
Podcast do BioParque do Rio

Feb 19 · 42 min

PODCAST EPISODE
#4 - Rubi, Esmeralda e o bem mais precioso
Podcast do BioParque do Rio

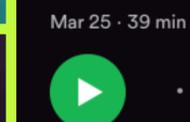
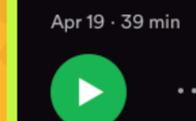
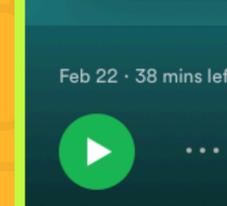
Jun 2020 · 16 min

Ouçã Outra Coisa

Os bastidores da produção dos mais relevantes produtos digitais do Brasil, para clientes como Google, Coca-Cola e Rock in Rio



O escritório de design de produtos digitais Outra Coisa criou um projeto de conteúdo com podcasts, artigos e ações em redes sociais, abrindo os bastidores de sua metodologia de trabalho e criação de aplicativos, hubs de conteúdo e projetos de educação. Fomos contratados para ajudar a planejar o projeto e produzir a temporada que em 2021 está em curso.



Meoo Caminho

E se você pudesse conversar com pessoas que mudaram a sua forma de viver? Como seria?



Para responder a esta questão da Localiza, a maior locadora de veículos da América Latina criou um podcast. O projeto fez parte do lançamento do serviço de assinatura de carros.

Fomos responsáveis pelo planejamento, desenho de produção e direção criativa do projeto, em parceria com o Grupo Dreamers.



PODCAST EPISODE
#7 - A nova viagem do novo normal com Paulo Del Valle e Raíra Venturieri
Meoo Caminho

Feb 26 · 31 min

▶ ...



PODCAST EPISODE
#11 - Como Desenhei o Meoo Caminho: Nova Prosperidade com Nina Silva e Camila Farani.
Meoo Caminho

Mar 26 · 56 min

▶ ...



PODCAST EPISODE
#8 - Consumo que não nos consome com Michel Alcoforado e Dani Ribeiro
Meoo Caminho

Mar 5 · 42 min

▶ ...



PODCAST EPISODE
#5 - Posse x Acesso, para onde vamos? Com Ronaldo Lemos
Meoo Caminho

Feb 5 · 60 min

▶ ...

DeCasaPod

Como acelerar a transformação digital de um dos maiores grupos de comunicação do país em plena pandemia?

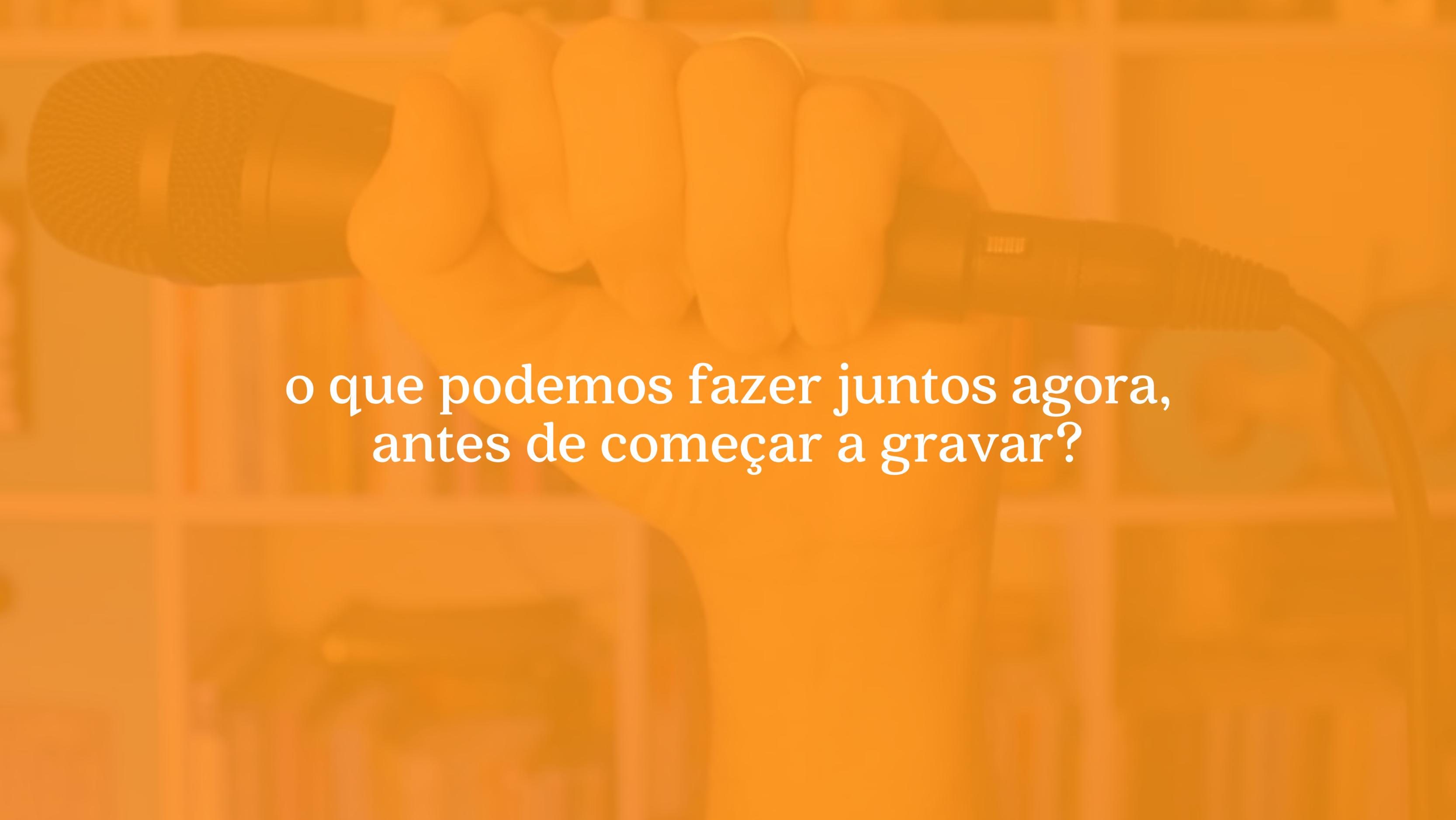


Em março de 2020, mais de 700 profissionais do grupo Dreamers começaram a trabalhar de casa. Como forma de integração e alinhamento de informações, o DeCasaPod é um podcast que dá voz a lideranças do grupo, para falar de dentro da Pandemia mas não só sobre ela.

#1 - Jorge Rosolino, CFO do Grupo Dreamers em: pessoas, negócios e oportunidades
DeCasaPod
Sep 2020 · 23 min

#3 - Papo com Luiz Telles: storytelling e a figura do criador no novo normal
DeCasaPod
Oct 2020 · 48 mins left

#5 - Entretenimento como linguagem e seu futuro no mundo das marcas, com Ana Deccache, Head da Fun
DeCasaPod
2020 · 26 mins left

A hand is shown holding a black microphone, with the fingers wrapped around its handle. The background is a solid, warm orange color. The text is centered in the lower half of the image.

o que podemos fazer juntos agora,
antes de começar a gravar?

O que podemos fazer juntos agora, antes de começar a gravar?



Que tal contar com metodologia ágil e a experiência de mais de 250 programas lançados?

Você já deve ter notado que mais e mais pessoas estão chegando ao **mundo dos podcasts** e contando com um engajamento e conversão muito maiores do que em outras plataformas. Será que dá para criar um **podcast para empresas** com a mesma energia e popularidade?

Sim, caro que dá. Por isso, a **contemconteudo.com** preparou um novo produto digital que reúne metodologia, equipamentos e equipe para colocar a sua empresa nesse novo mundo de forma ágil e com custos competitivos.

Por que criar um podcast para sua empresa hoje mesmo?

Os podcasts estão ganhando destaque nas estratégias de diversas marcas por fatores bem específicos. Eles têm custo-benefício imbatível, flexibilidade de produção e de distribuição e engajamento muito maior do que outros formatos.

Em levantamento recente, o IBOPE levantou que 50 milhões de brasileiros afirmam já ter ouvido um episódio de podcast nos últimos anos. E mais:

63%

das ouvintes afirmam que já compraram produtos

58%

das ouvintes afirmou que tem mais atenção de

30%

é o crescimento mensal da audiência nacional

contemconteudo.com/podcasts

Produto digital da contemconteudo.com que reúne metodologia, equipamentos e equipe para colocar a sua empresa nesse novo mundo de forma ágil e com custos competitivos.



@contem_conteudo_com



@contem_conteudo



[21 98646 3467](tel:21986463467)



[Direto WPP](https://api.whatsapp.com/send?phone=21986463467)



mauro@contemconteudo.com

1. Você envia o seu briefing agora

2. Pode entrar em contato para analisarmos juntos a sua necessidade