

CONHEÇA A JUJUBACODE S/A



RENATA BARREIROS - DESIGNER



[LINKEDIN.COM/IN/RENATABARREIROS/](https://www.linkedin.com/in/renatabarreiros/)



JULIO PAGANI - DESIGNER



[LINKEDIN.COM/IN/JUPAGANI/](https://www.linkedin.com/in/jupagani/)



DONOVAN TÁRSIS - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/DONOVAN-TARSIS/](https://www.linkedin.com/in/donovan-tarsis/)



LUCAS ROCHA - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/LUCAS-ROCHA-DA-SILVA-530618149/](https://www.linkedin.com/in/lucas-rocha-da-silva-530618149/)



MAIARA CRUZ - NEGÓCIOS



[LINKEDIN.COM/IN/MAIARA-FERREIRA-19A03014B/](https://www.linkedin.com/in/maiara-ferreira-19a03014b/)



CAIO MANFREDINI - NEGÓCIOS



[LINKEDIN.COM/IN/CAIO-MANFREDINI/](https://www.linkedin.com/in/caio-manfredini/)



ANNA GLICIA - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/ANNAGLICIAOLIVEIRA/](https://www.linkedin.com/in/annagliciao-liveira/)



RAFAEL CAVALCANTI - DEV

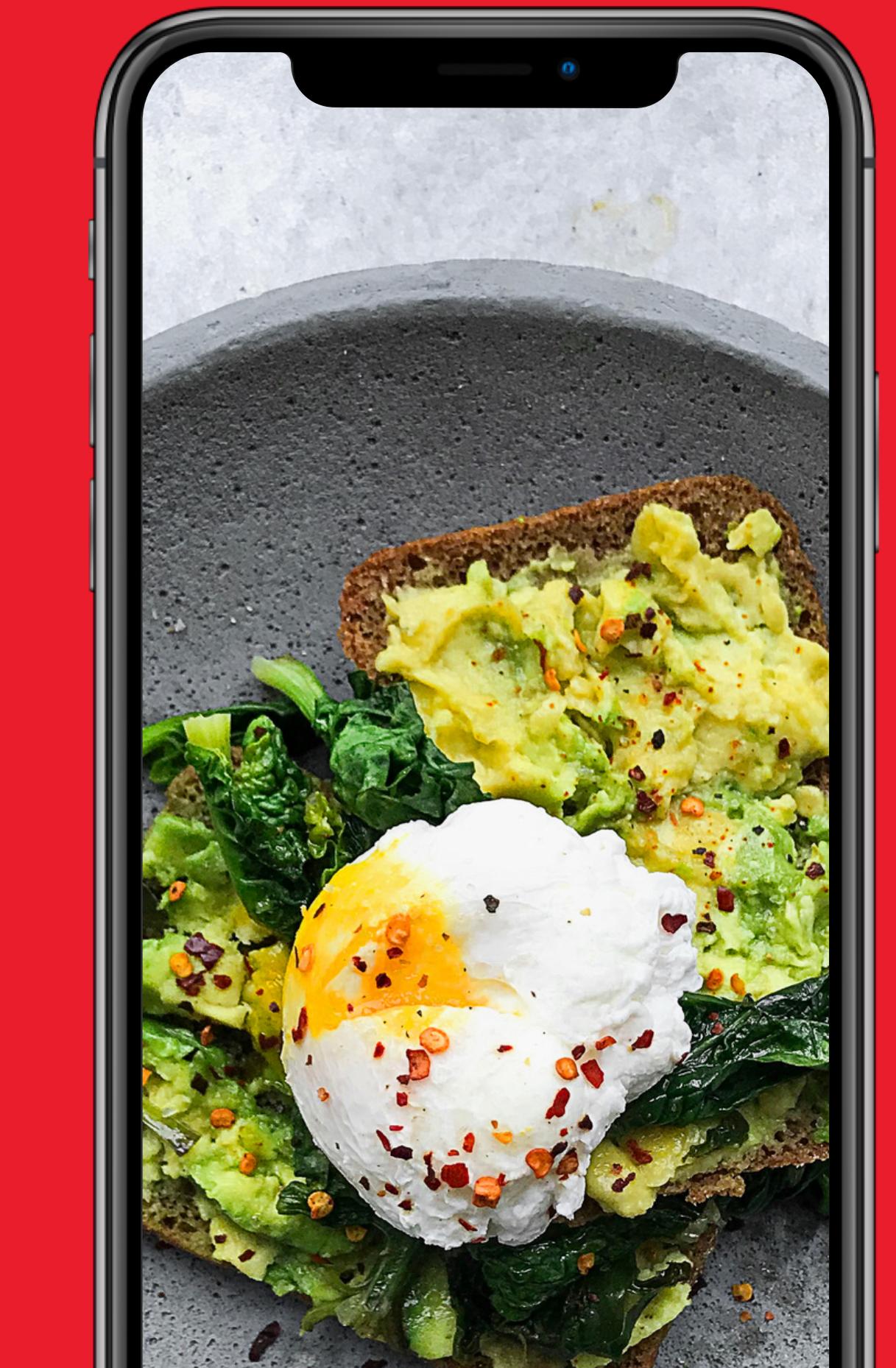


[LINKEDIN.COM/IN/RAFAEL-CAVALCANTEE/](https://www.linkedin.com/in/rafael-cavalcantee/)



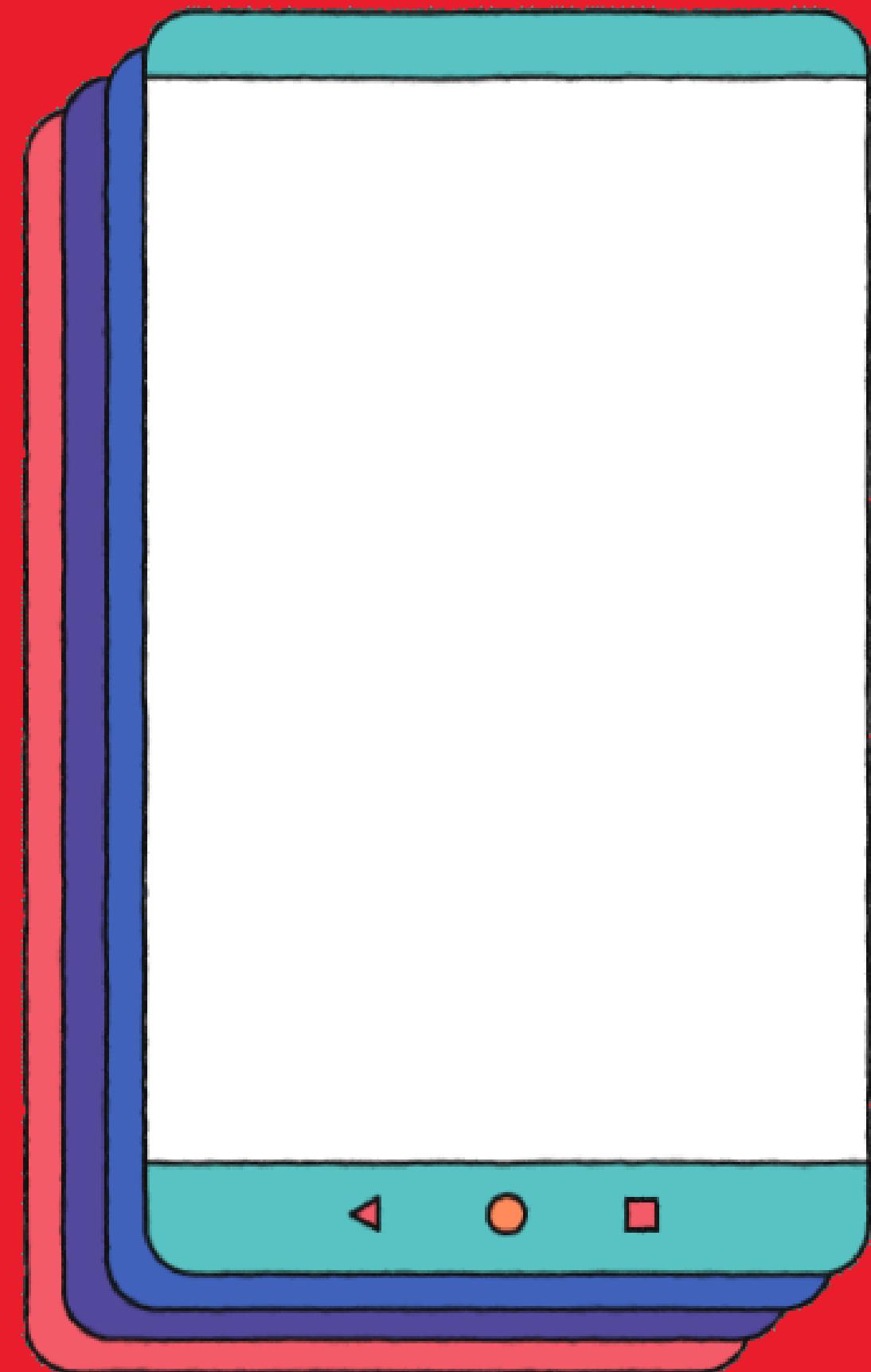
PITCH JUJUBACODE S/A

A SOLUÇÃO
DEFINITIVA PARA
BOMBAR O FEED
DO SEU APP DE
DELIVERY DE
COMIDA



**VOCÊ PRECISA
AUMENTAR O
ENGAJAMENTO DOS
USUÁRIOS NO SEU APP
DE DELIVERY DE COMIDA?**





TÁ PENSANDO
EM USAR UM
FEED DE
CONTEÚDO?

MAS O FEED ANDA MAIS PARADO
QUE A PAULISTA EM DIA DE CHUVA?



**HELLO PESSOALLLL
CHEGA DE SOFRER NÉ?**





New teachers

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium.

Awards for our students

At vero eos et accusamus et iusto dignissimos ducimus qui blanditiis voluptatum.

Highest grade average

Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam suscipit laboriosam.

**AGOSTO
/0025**

A SOLUÇÃO DEFINITIVA PARA O FEED DO SEU APP DE DELIVERY DE COMIDA

Tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis ad nostrudam exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolores ad utam in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla ad pariatur. Excepteur sint et occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia.

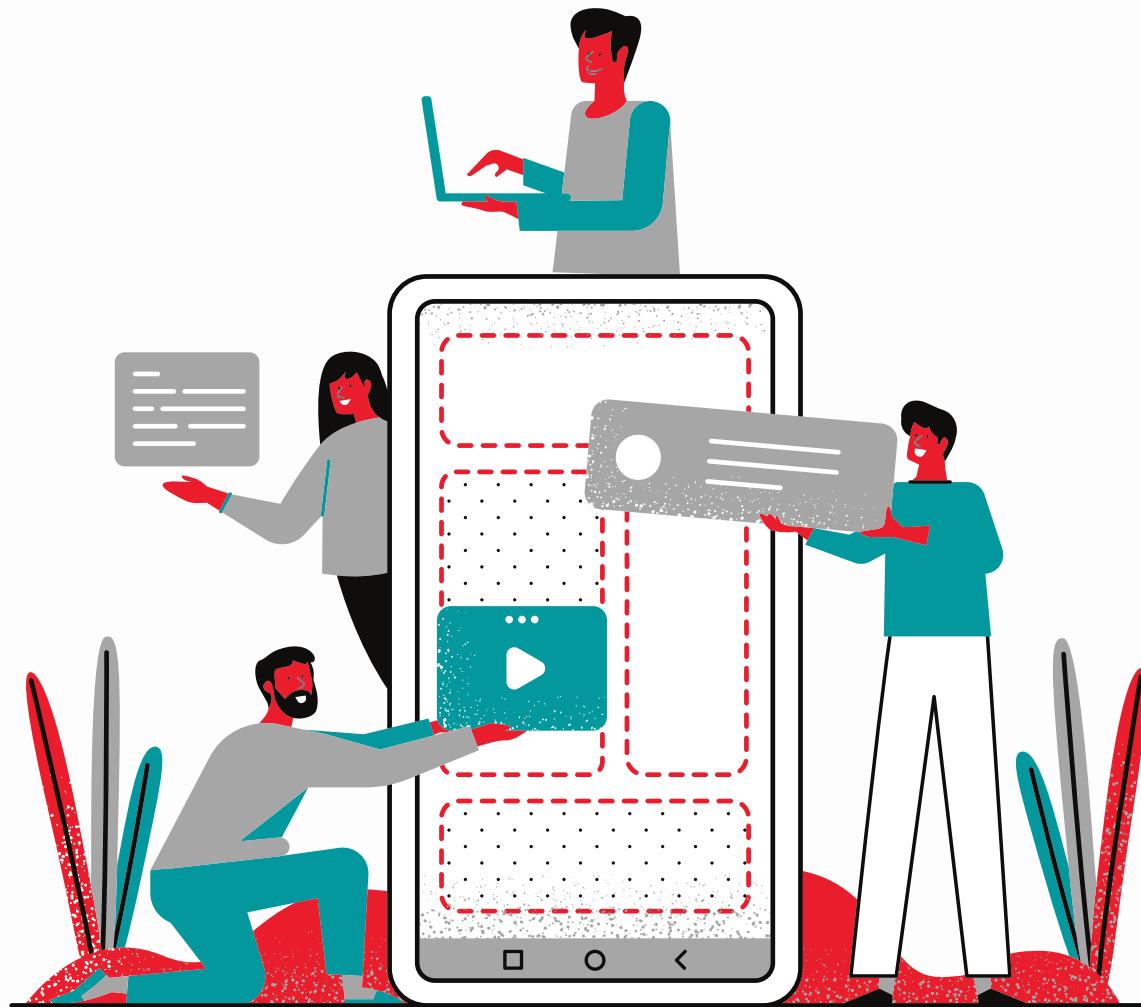


CHEGOU A SOLUÇÃO DA



JUJUBACODE S/A

**NOSSA SOLUÇÃO PARA
AUMENTAR O
ENGAJAMENTO DENTRO
DO SEU APP**



**E TRAZER CONTEÚDOS
RELEVANTES PARA O
SEU USUÁRIO AMADO,
CONSISTE EM 5 PASSOS
QUE VALEM MAIS QUE
OURO**

PASSO 1

FEED NO MEIO DAS LOJAS

4 FRENTE

1-Restaurantes bem avaliados

2-Promoções

3-Favoritos

4-Perto de mim

The image displays two side-by-side screenshots of a mobile application interface, likely for food delivery. Both screens show a 'Feed' section titled 'Lojas' (Stores) at the top. The time is 21:00 on both screens, and the battery level is approximately 40%.

Left Screen (Highlighted by a Red Box):

- Item 1:** Loja 1 - Localidade, ★ 4,8 - Lanches + 4 km, 30-40 min • R\$ 10,00. Includes a blue button: 'Cupom de R\$ 12 disponível' (Available coupon of R\$ 12).
- Item 2:** Loja 1 - Localidade, ★ 4,8 - Lanches + 4 km, 30-40 min • R\$ 10,00. Includes an orange button: 'Peça 5 vezes, ganhe R\$ 30' (Order 5 times, get R\$ 30 off).
- Item 3:** Loja 1 adicionou uma publicação. Status: Aberto agora.

Right Screen (Normal View):

- Item 1:** Loja 1 - Localidade, ★ 4,8 - Lanches + 4 km, 30-40 min • R\$ 10,00.
- Item 2:** Loja 1 - Localidade, ★ 4,8 - Lanches + 4 km, 30-40 min • R\$ 10,00.

Both Screens:

- A large image of a healthy salad bowl is centered on the screen, framed by a red border.
- At the bottom, there is a navigation bar with five icons: Inicio (Home), Busca (Search), Feed (highlighted with a red border), Pedidos (Orders), and Perfil (Profile).

PASSO 2

FEED DESTACADO NA
PÁGINA HOME

BORA
DESPERTAR A
ATENÇÃO DO
USUÁRIO

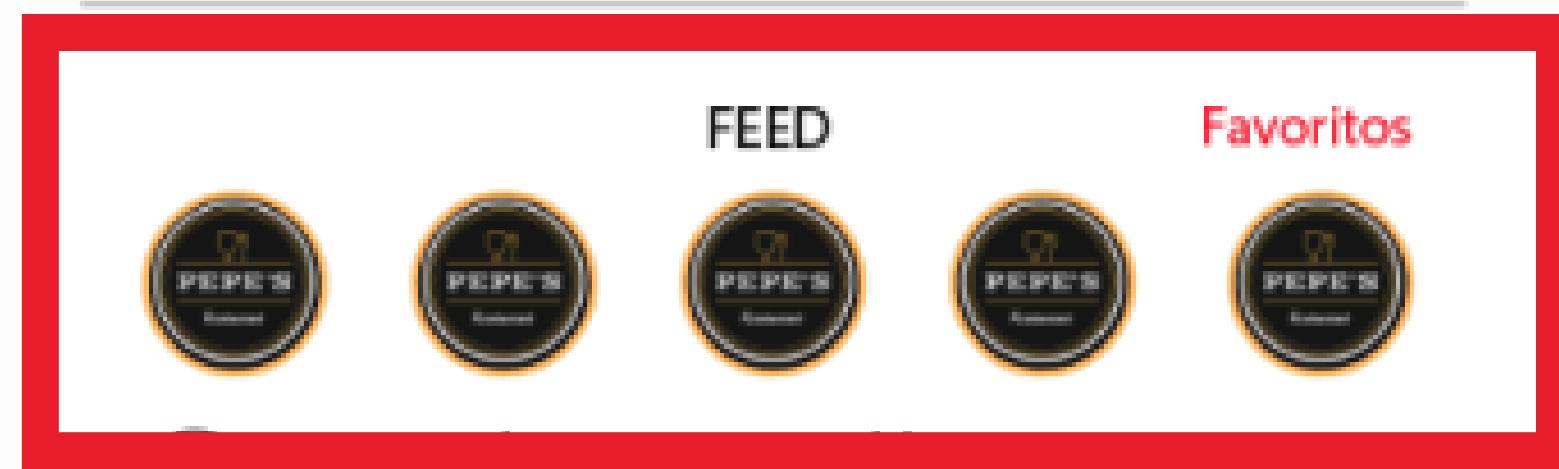


PASSO 3

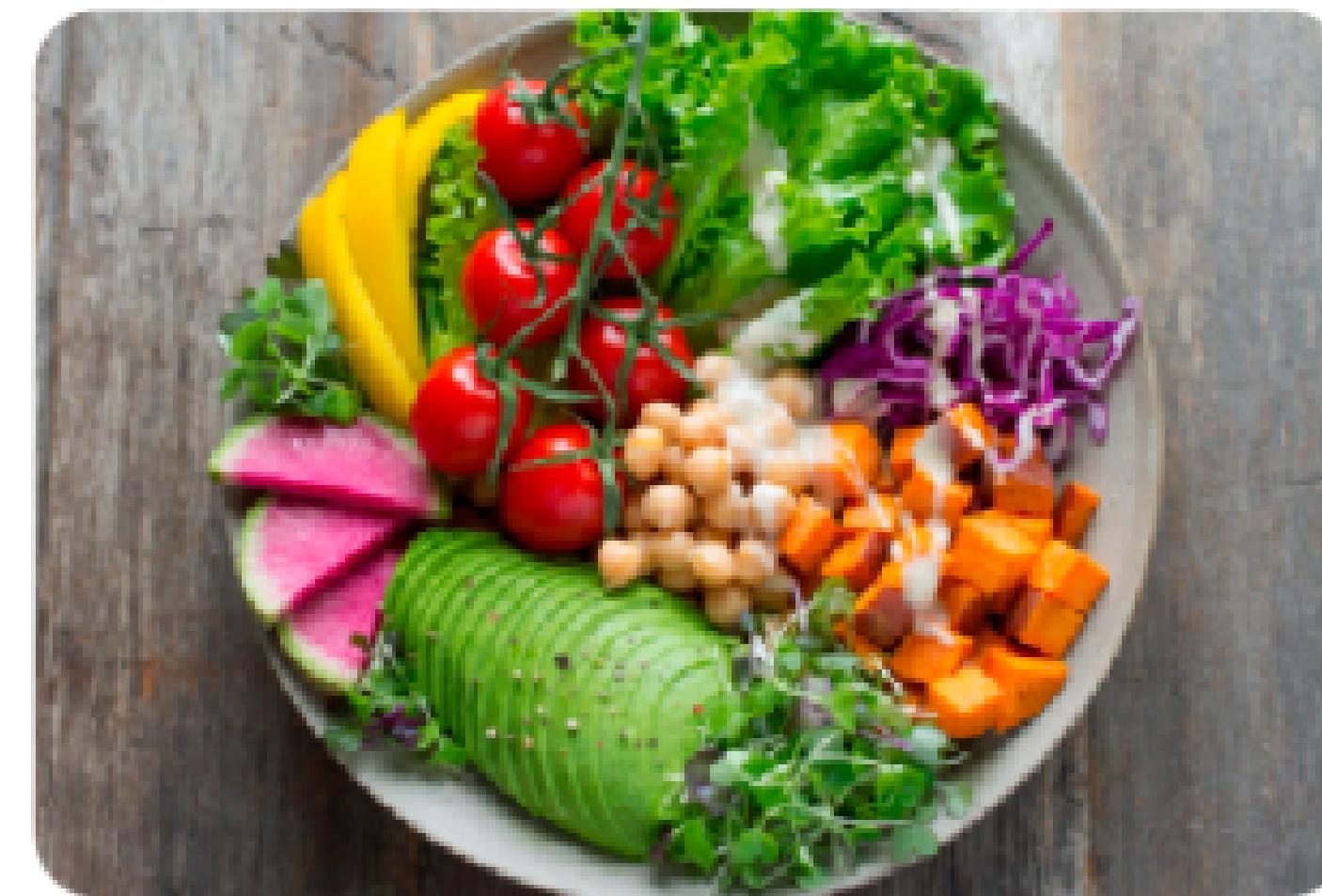
STORIES
INSTANTÂNEOS NO
FEED DO APP



21:00 • 4G 11



■ Aberto agora



Faça seu pedido e curta com estilo.



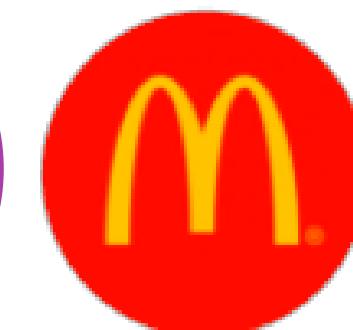
PASSO 4

**TRANSFORMAR A
CATEGORIA
FAMOSOS NO SEU
APP EM STORIES
INSTANTÂNEOS**

Famosos no iFood



Famosos
no iSee



Mcdonald's



Ragazzo!



Subway



Início



Busca



Feed



Pedidos



Perfil

PASSO 5

**INCENTIVAR OS
RESTAURANTES E
LOJAS PARCEIRAS A
CRIAR CONTEÚDO,
FORNECENDO UM
RELATÓRIO DE
TENDÊNCIAS**



**QUER UM EXEMPLO DE
QUEM FAZ ISSO?**

COM O RELATÓRIO, OS FOTÓGRAFOS DA PLATAFORMA FOCAM EM TIRAR FOTOS RELEVANTES

E QUE
REALMENTE
SERÃO VENDIDAS
NAQUELE
PERÍODO

shutterstock®



A lista de conteúdo

Nosso guia mensal com os conteúdos mais procurados

Mais pedidas em setembro

Descubra a Lista de conteúdo: nosso guia de itens que as pessoas pesquisarão. Para esta edição especial de setembro, buscamos conteúdo relacionado à vida LGBTQIA+, incluindo grupos, famílias, negócios e pessoas trans. O ideal é que seu conteúdo inclua indivíduos de diversas etnias, gêneros, idades, habilidades e tipos corporais, bem como indivíduos LGBTQIA+ e não binários. Conteúdos com rostos que possam ser reconhecidos devem incluir autorizações dos modelos, além de autorizações de propriedade de locais identificáveis.

Grupos LGBTQIA+

- Buscamos imagens e vídeos com grupos de pessoas LGBTQIA+ em todos os aspectos da vida. - Alguns exemplos são aulas em grupo, exercícios físicos ou grupos reunidos em bares, restaurantes, cafeterias e outros espaços públicos.
- Tire fotos retratando positividade e confiança. - Retreite amigos LGBTQIA+ interagindo com colegas de classe em escolas e universidades.



**PORQUE VOCÊ NÃO FAZ O
MESMO?**

**SEUS RESTAURANTES E LOJAS PARCEIRAS
SÃO A BASE DO SEU NEGÓCIO**



FOQUE NELES

EXEMPLO

QUE TAL EM
NOVEMBRO SOLTAR
UM RELATÓRIO COM
AS TENDÊNCIAS DE
COMIDA PARA O MÊS
DE DEZEMBRO?



**AGORA QUER
UM CONSELHO?**

**UM APP DA
CONCORRÊNCIA
ACABOU DE LIGAR AQUI
E AMOU A NOSSA IDEIA**

NÓS NÃO TRABALHAMOS COM
NOMES, MAS A EMPRESA
COMEÇA NO
U E TERMINA COM **EATS**

ENTÃO JÁ SABE NÉ?

PARA DE SOFRER

**ABRA JÁ O PROTÓTIPO PELO
QR CODE E CONHEÇA A NOSSA
IDEIA**



CONHEÇA A JUJUBACODE S/A



RENATA BARREIROS - DESIGNER



[LINKEDIN.COM/IN/RENATABARREIROS/](https://www.linkedin.com/in/renatabarreiros/)



JULIO PAGANI - DESIGNER



[LINKEDIN.COM/IN/JUPAGANI/](https://www.linkedin.com/in/jupagani/)



DONOVAN TÁRSIS - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/DONOVAN-TARSIS/](https://www.linkedin.com/in/donovan-tarsis/)



LUCAS ROCHA - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/LUCAS-ROCHA-DA-SILVA-530618149/](https://www.linkedin.com/in/lucas-rocha-da-silva-530618149/)



MAIARA CRUZ - NEGÓCIOS



[LINKEDIN.COM/IN/MAIARA-FERREIRA-19A03014B/](https://www.linkedin.com/in/maiara-ferreira-19a03014b/)



CAIO MANFREDINI - NEGÓCIOS



[LINKEDIN.COM/IN/CAIO-MANFREDINI/](https://www.linkedin.com/in/caio-manfredini/)



ANNA GLICIA - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/ANNAGLICIAOLIVEIRA/](https://www.linkedin.com/in/annagliciao-liveira/)



RAFAEL CAVALCANTI - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/RAFAEL-CAVALCANTEE/](https://www.linkedin.com/in/rafael-cavalcantee/)



**E VOCÊ PENSOU QUE TINHA
ACABADO?**

NÃO ACABOU NÃO

**EU SEI QUE VOCÊ FICOU
CURIOSO PARA SABER COMO
CHEGAMOS NESSA SOLUÇÃO**

**E ESTOU AQUI PARA TE
CONTAR**

PRIMEIRO: BRAINSTORMING

Matriz CSD

Certezas

Conteúdo de usuários "normais" são mais relevantes do que os influenciadores digitais.
Fonte: PDF disponibilizado pelo IFOOD.
Julio Pagan Filho

"O formato dos Stories, que torna parte da tela intima e desaparece após um período de 24h, é ideal para quem busca engajar com conteúdos reais"
Fonte: Postgrain
Julio Pagan Filho

"Os conteúdos interativos apresentam taxas de engajamento muito maiores do que os estáticos, já que facilitam e motivam a participação do usuário."
Fonte: Rockcontent
Julio Pagan Filho

Suposições

Sobre Instagram:
O público jovem, 69% preferem ver stories do que o feed.
Fonte:
<https://blog.opinionbox.com.br/estudo-instagram/>
Julio Pagan Filho

De acordo com a pesquisa, as pessoas atribuem aos Stories conteúdos mais motivadores e criativos, restando cerca de 54% do público que busca por conteúdos autênticos. Sem falar que, para várias pessoas no mundo, o Instagram Stories ajuda a manter a autenticidade na comunicação entre amigos e famílias.

Enquanto, gifs, bolões de perguntas, hashtags, desafios, contagens regressivas, instas... Todos esses são exemplos de funcionalidades excelentes para engajar a audiência e aumentar a satisfação dela em relação à experiência.

Dúvidas

Stories é mais relevante que um feed normal?
Julio Pagan Filho

Se o restaurante fizesse lives dos pratos sendo preparados, teria engajamento?

Vídeos geram maior engajamento.
Julio Pagan Filho

O que torna uma avaliação relevante para você?

Novas lives

Stories com tempo relativo ao horário de funcionamento do estabelecimento, teria mais consumo e engajamento?

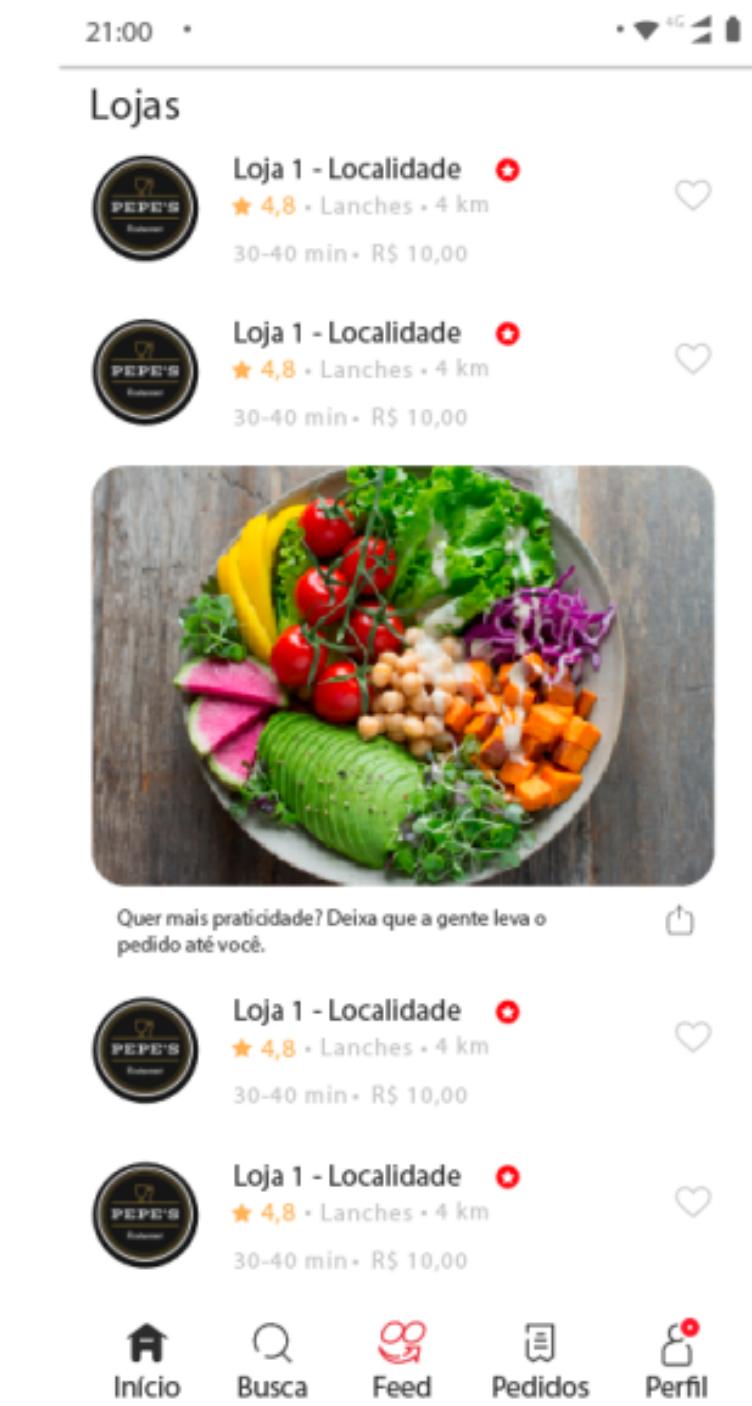
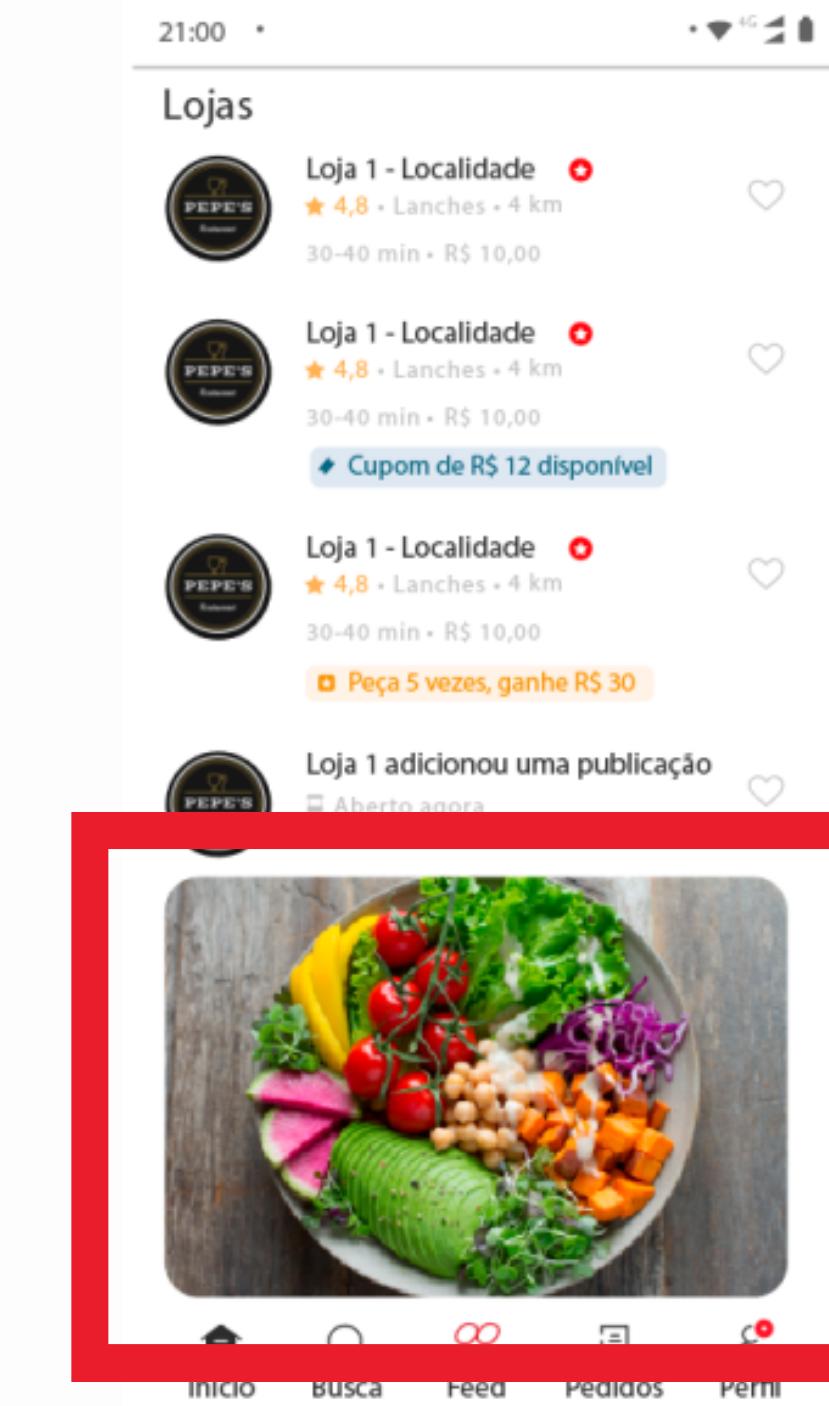
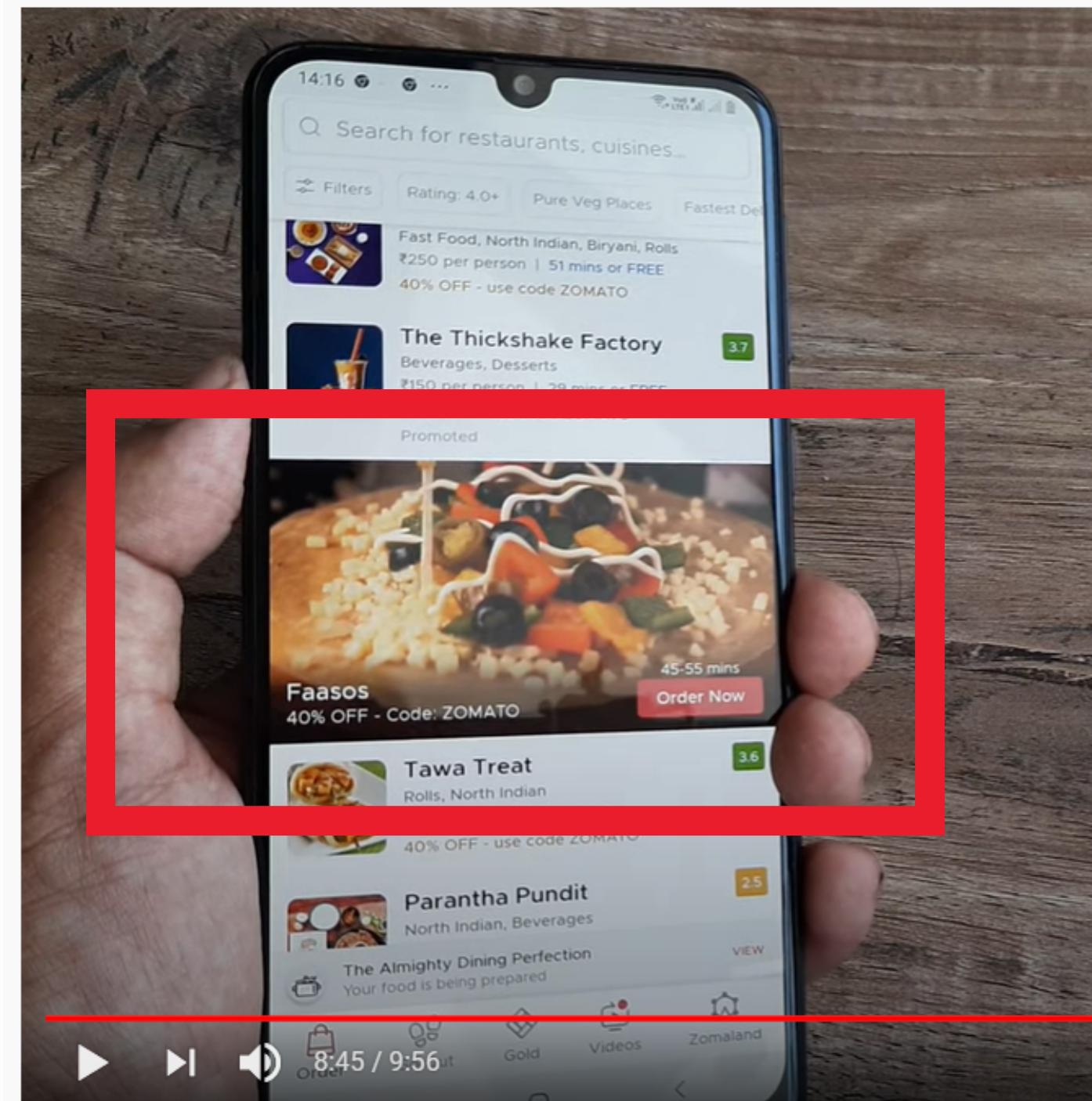
Novas lives

Feed organizado por categorias é mais relevante?

Novas lives

O que também, além da comida, chama atenção para o consumo de

SEGUNDO: BENCHMARKING



TERCEIRO: PESQUISA FORMS

O que é relevante para você ao realizar um pedido em um aplicativo de Delivery?

MAIS DE 80% DISSE O VALOR DO PRODUTO

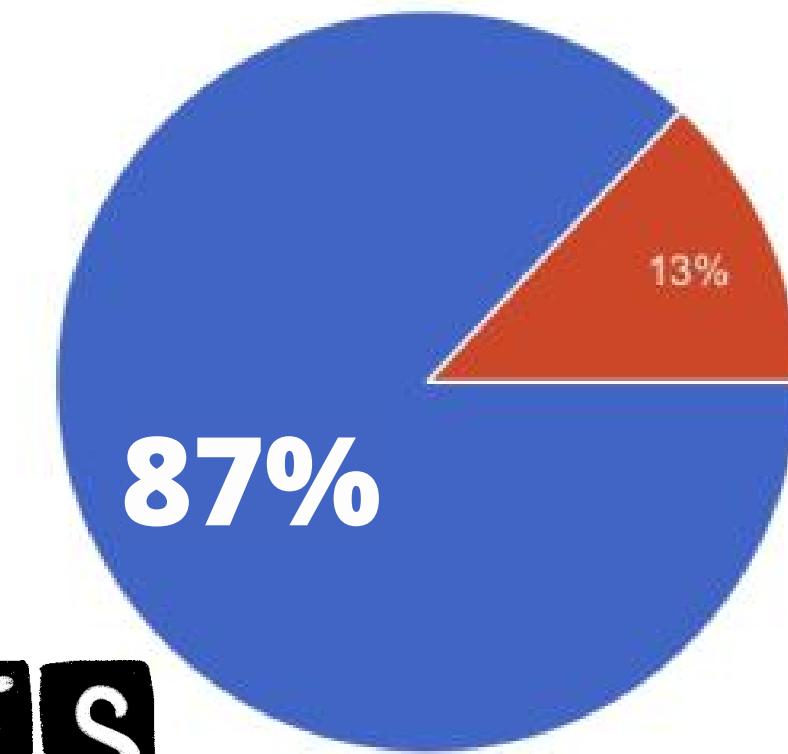


E 50% DISSE QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO A AVALIAÇÃO DO RESTAURANTE



Você já comprou alguma comida baseado em alguma publicação nas redes sociais?

46 respostas



● Sim, já comprei.
● Não, nunca.

CONHEÇA A JUJUBACODE S/A



RENATA BARREIROS - DESIGNER



[LINKEDIN.COM/IN/RENATABARREIROS/](https://www.linkedin.com/in/renatabarreiros/)



JULIO PAGANI - DESIGNER



[LINKEDIN.COM/IN/JUPAGANI/](https://www.linkedin.com/in/jupagani/)



DONOVAN TÁRSIS - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/DONOVAN-TARSIS/](https://www.linkedin.com/in/donovan-tarsis/)



LUCAS ROCHA - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/LUCAS-ROCHA-DA-SILVA-530618149/](https://www.linkedin.com/in/lucas-rocha-da-silva-530618149/)



MAIARA CRUZ - NEGÓCIOS



[LINKEDIN.COM/IN/MAIARA-FERREIRA-19A03014B/](https://www.linkedin.com/in/maiara-ferreira-19a03014b/)



CAIO MANFREDINI - NEGÓCIOS



[LINKEDIN.COM/IN/CAIO-MANFREDINI/](https://www.linkedin.com/in/caio-manfredini/)



ANNA GLICIA - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/ANNAGLICIAOLIVEIRA/](https://www.linkedin.com/in/annagliciao-liveira/)



RAFAEL CAVALCANTI - DEV



[LINKEDIN.COM/IN/RAFAEL-CAVALCANTEE/](https://www.linkedin.com/in/rafael-cavalcantee/)



PENSOU EM SOLUÇÃO



JUJUBACODE S/A