



Ações de Marketing utilizando os últimos filmes mais populares

Utilizando filmes em campanhas de marketing

- O Lançamento de um bom filme gera interesse e ocupam espaço nos assuntos daqueles que o assistem
- Aproveitar um assunto em alta gera engajamento e aproximação para com os clientes
- A Comida pode ser a melhor companheira para assistir um filme
- Associar o personagem mais popular do filme na sua campanha aumenta as chances de uma identificação do cliente

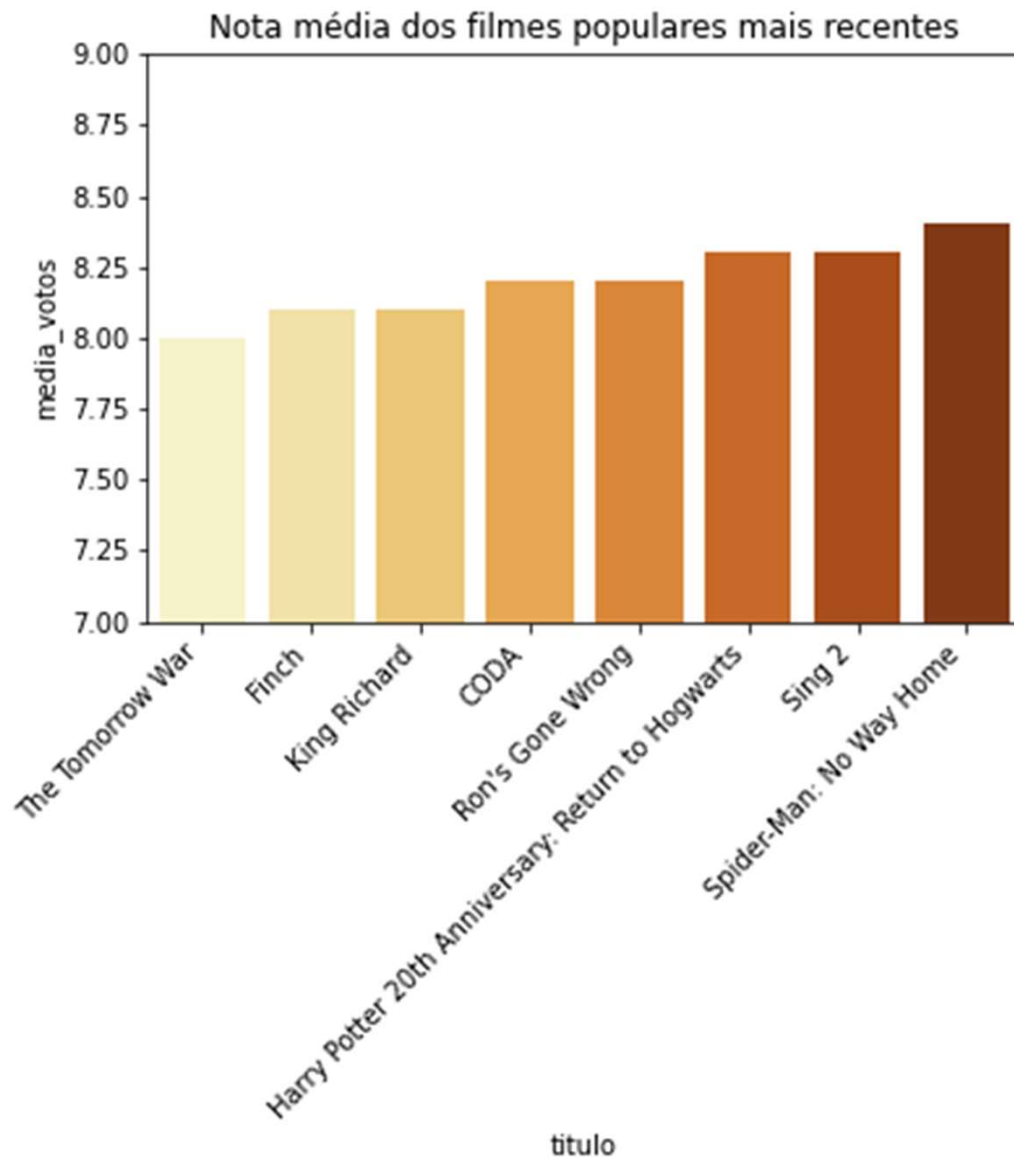
Primeira impressão dos dados

	titulo	lançamento	lingua	qt_votos	media_votos
4148	A Culpa é do Neymar	2015-07-01	pt	2	10.0
5695	Cristiano Ronaldo: Impossible to Ignore	2021-05-30	en	1	10.0
3565	Cristiano Ronaldo: The One and Only	2020-01-01	en	2	10.0
795	Spider-Man PS5 :The Movie	NaN	en	1	10.0
8241	Karamora	2021-09-23	ru	1	10.0
...
2887	DRagON BALL P2 2wice dropda bbeet	2008-07-01	en	2	1.5
4328	My Father's Other Family	2021-04-18	en	2	1.5
3804	Harry Potter: Different Perspective	2021-08-10	en	2	1.5
1161	Porno Emperor	1971-05-02	fr	2	1.3
1426	The Black Phone	2022-01-28	en	1	1.0

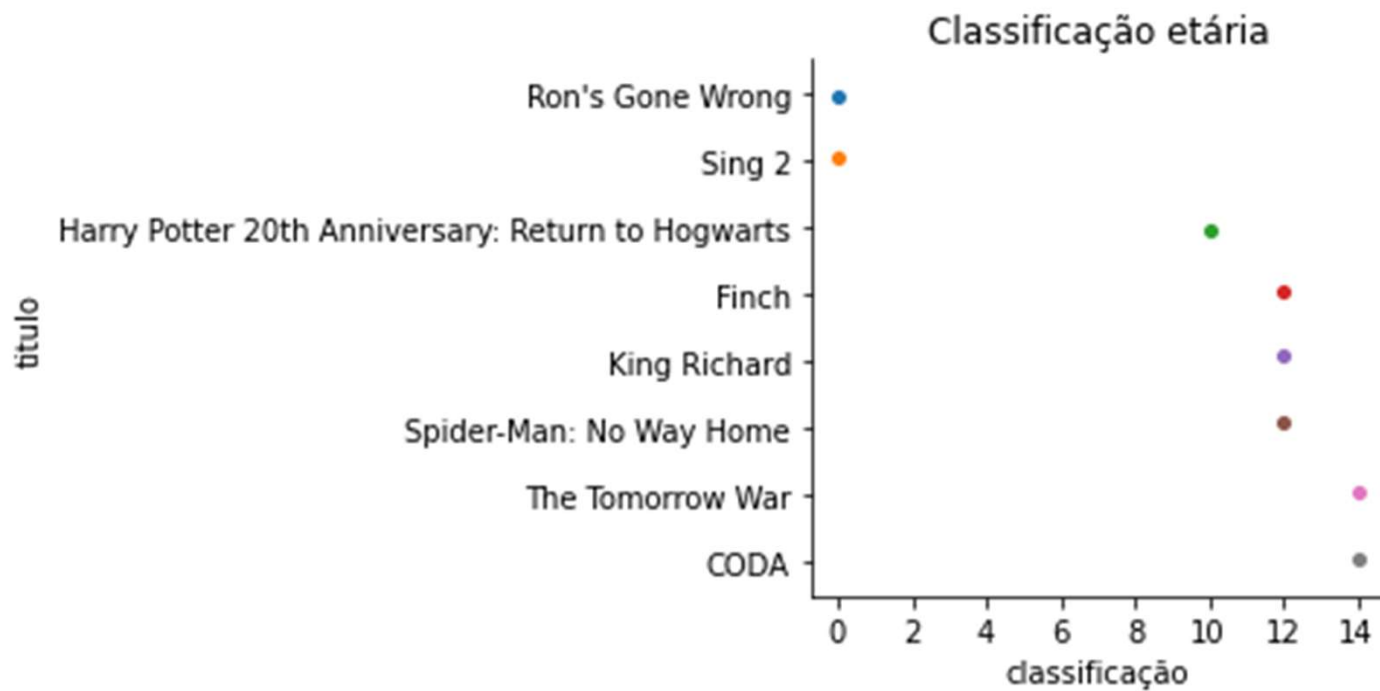
- O primeiro fato que chama atenção é que os filmes com notas muito altas ou muito baixas possuem uma quantidade muito baixa de votos
- Também é possível observar que existem filmes bastante antigos nos dados como 1971 e até 1878 (Sallie Gardner at a Gallop)

Filtros aplicados

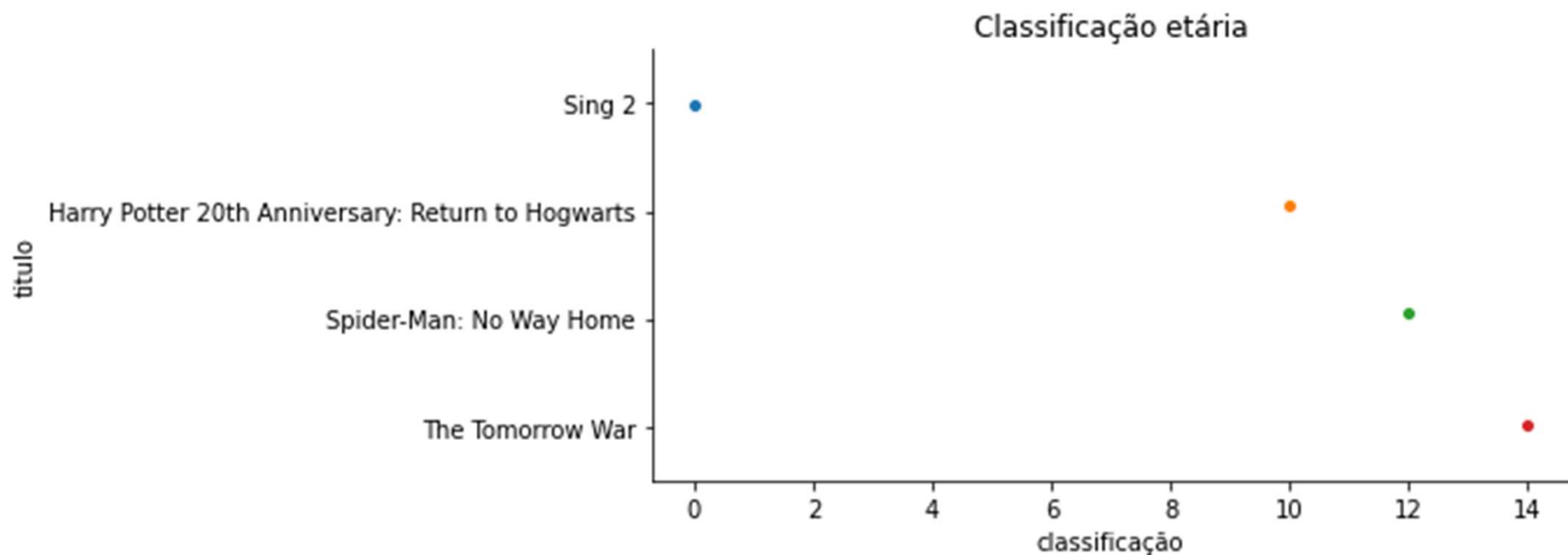
- Foi decidido usar filmes recentes que ainda estão frescos na memória de quem assistiu para aproveitar o “*hype*”
- A nota de corte foi estipulada em 8 para aproveitar os filmes que foram melhor avaliados pelo público
- Foi necessário estabelecer uma quantidade mínima de votos para validar a nota de um filme, não adianta um filme ter nota 10.0 e apenas 2 votos (Exemplo: A culpa é do Neymar). Sendo assim, a mediana da quantidade de votos, 446, foi pega como quantidade mínima de votos



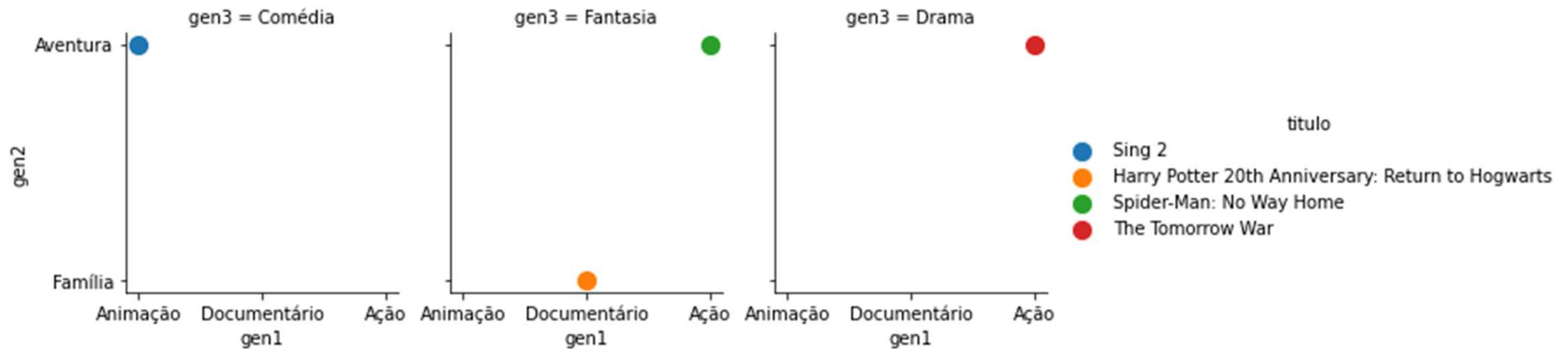
- Após aplicação dos filtros ficamos com 8 filmes
- Todas as notas se encontram no intervalo [8, 8.4]



- Temos mais de um filme abrangendo a mesma faixa etária
- Como todos os filmes estão na média de notas desejadas vamos selecionar aqueles que tiveram uma maior quantidade de votos, logo um maior impacto e alcance
- Teremos então 1 filme por faixa etária para trabalhar

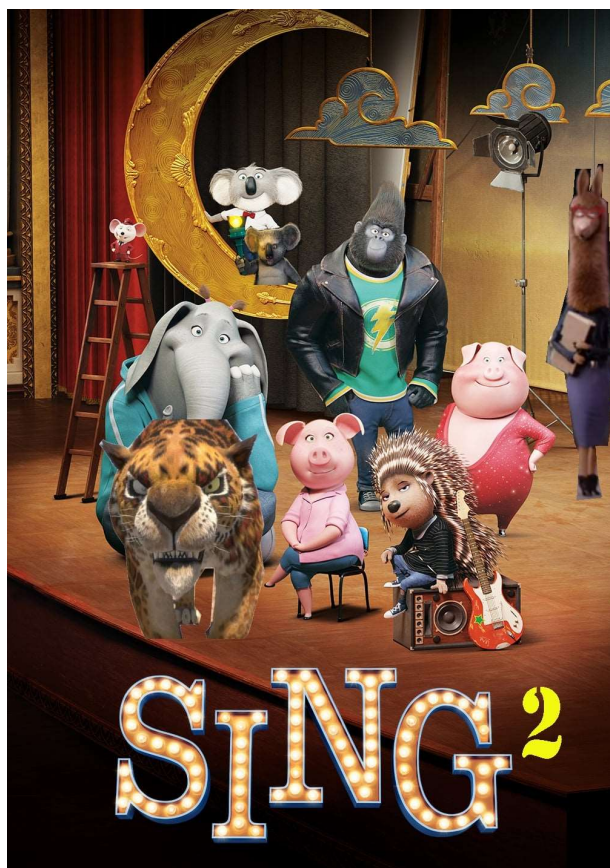


- Agora que terminamos de filtrar e temos os filmes escolhidos vamos entender o comportamento deles



- Temos a Aventura como característica marcante dos filmes populares
- Referência a jornadas, desafios e aventuras serão bem recebidas

Sing 2



- Uma pesquisa da Nutri Brasil Infância II mostra que 30% das Crianças comem Doces todos os dias entre outros dados acerca do consumo de açúcar por crianças
- Impulsionar os Doces pode ser uma estratégia
- Referencia a frases do filme ou a canto num geral

Comemoração de 20 anos de Harry Potter: De volta a Hogwarts



- Apesar de ser um Documentário, Harry Potter tem um apelo nostálgico e constantemente relevante
- Tem potencial de alcançar varias faixas etárias uma vez que a franquia tem 20 anos de existência
- Em Abril será lançado um novo filme do universo o que pode potencializar o marketing
- Referências a feitiços do universo ou as 4 casas podem chamar atenção

Homem-Aranha: Sem volta para casa



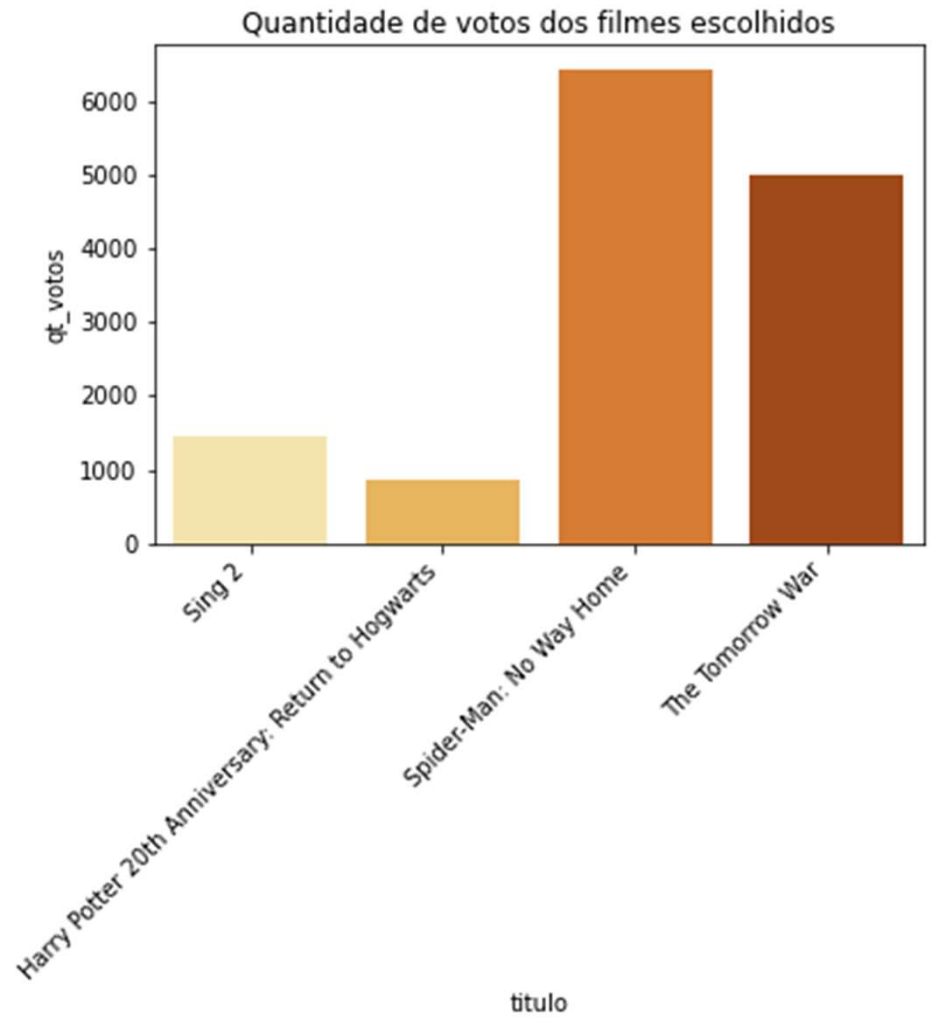
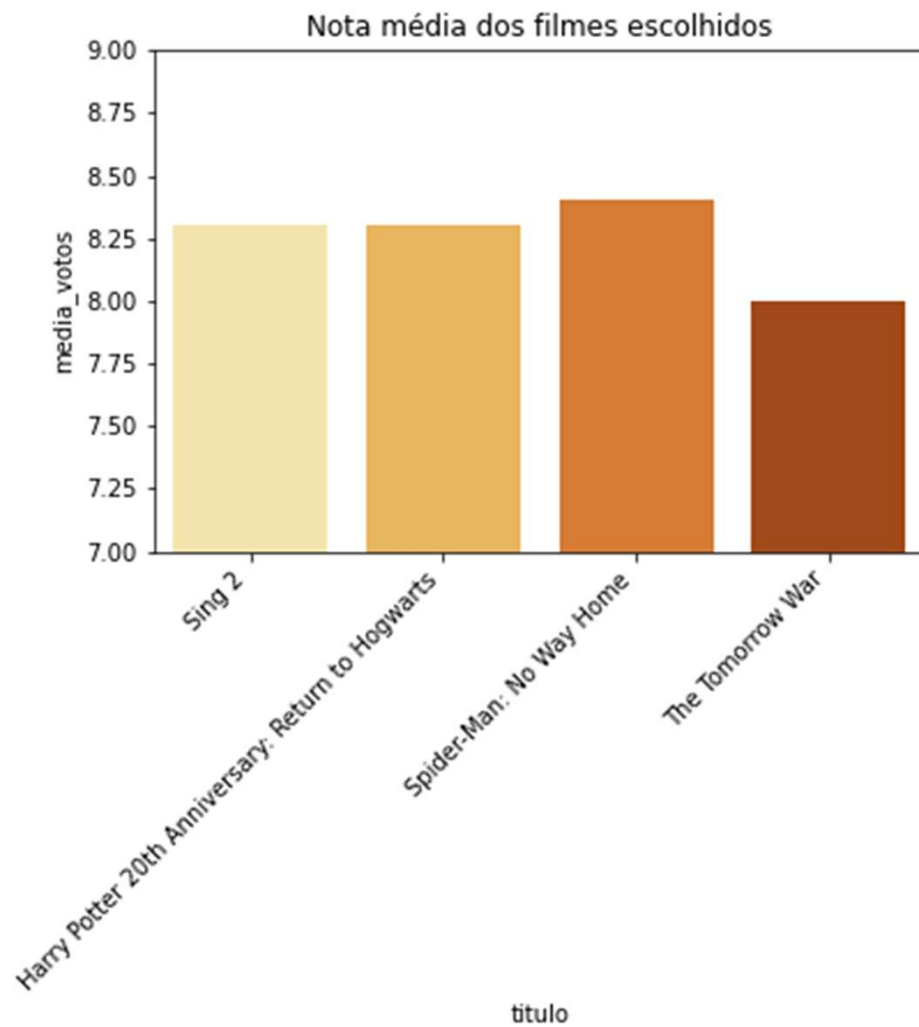
- Mesmo com as restrições aos cinemas causada pela pandemia alcançou a sexta maior bilheteria da história do cinema
- Possibilidade de alcançar vários públicos já que o Homem-Aranha já conta com fãs desde as HQs, filmes antigos até a inserção no universo Marvel
- Em Maio será lançado um novo filme do universo protagonizando um personagem que foi relevante no filme do Homem-Aranha, Dr. Estranho
- Referências aranhas, multiverso e ao Homem-Aranha em si

A Guerra do Amanhã



- O filme trás uma abordagem um pouco mais madura em comparação com os anteriores
- Tema futurista e alienígena
- Quase $\frac{1}{4}$ dos brasileiros acreditam que Aliens estão disfarçados entre nós
- Mesmo entre os que não acreditam em Aliens, o tema é popular e constantemente usado em estampas e memes

Escolha final



Homem-Aranha: Sem volta para casa



- Por possuir a maior média e a maior quantidade de votos entre os 4 filmes, Homem-Aranha: Sem volta para casa seria a principal escolha para protagonizar uma campanha de marketing atualmente

Referências externas

- <https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/saude-e-bem-estar/filhos/criancas-consomem-70-da-quantidade-de-acucar-recomendada-nos-lanches/>
- <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/06/30/como-harry-potter-conseguiu-se-manter-relevante-e-continuar-vendendo.html>
- <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI132813-17770,00-QUASE+DOS+BRASILEIROS+ACREDITA+QUE+ETS+ESTAO+DISFARCADOS+ENTRE+NOS.html>
- <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n183866/homem-aranha-sem-volta-para-casa-bilheteria.html>
- <https://www.facilitamovel.com.br/noticia.html?id=329&Como-o-cinema-pode-inspirar-suas-acoes-de-marketing.htm>