

Twitter 2.0



#EstamosAqui



BABY 96
@marifraposo



**Já que o twitter não morreu venho
informar que encerro oficialmente
as atividades do meu koo**

10:34 PM • Nov 29, 2022



Alef Marques
@alefmarques9



**Ainda bem que o Twitter não morreu,
ou eu não ia mais ficar sabendo de
nada!**

11:28 AM • Nov 28, 2022



Marcinha
@tuttyfrutty



**Imagina ficar sem Twitter na Copa do
Mundo? Meu deus o que seria de mim!!!!**

8:45 PM • Nov 20, 2022



#EstáAcontecendo Copa do Mundo

71M

DE TWEETS SOBRE #QATAR2022 NO
BRASIL DESDE O INÍCIO DO MUNDIAL

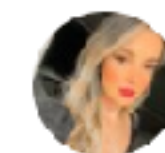
147B

DE IMPRESSÕES GLOBAIS EM CONVERSAS
SOBRE O MUNDIAL (DE 20/11 A 13/12)

36%

DE AUDIÊNCIA ATIVA NO BRASIL
TWEETOU SOBRE O MUNDIAL

Fonte: Dados internos Twitter Brasil, conversas sobre a Copa do Mundo 2022, entre 20 de novembro e 14 de dezembro.



stou cansada
@eustepholiveira

mais uma copa do mundo com um olho na tv e outro
no twitter
não vejo forma mais divertida de acompanhar os jogos

2:45 PM · 28 de nov de 2022



Elon Musk ✓
@elonmusk

O tráfego da Copa do Mundo atingiu quase 20.000
tweets por segundo hoje! Ótimo trabalho da equipe do
Twitter gerenciando o uso de registros.

[Traduzir Tweet](#)

4:51 PM · 23 de nov de 2022

23,1 mil Retweets 1.980 Tweets com comentário 357,4 mil Curtidas

#EstáAcontecendo Big Brother Brasil

29M

DE TWEETS SOBRE #BBB23 DESDE
O INÍCIO DO PROGRAMA EM 16/01



nervosas com vasco
@ly_carr



Pelamor de deus sem o
Twitter esse BBB não seria
NADA



#EstáAcontecendo

HBO Max Brasil @HBOMaxBR

Até o fim do universo e de volta. **#TheLastOfUs** estreia em 15 de janeiro na HBO Max.



15 DE JANEIRO | HBOmax

1:20 PM · 2 de nov de 2022

511 Retweets 372 Tweets com comentário 3.669 Curtidas

Boti Real Oficial @oBoticario · 8 de nov

Oficial

É HOJE! 🌑🌞

@papisa_ @jakelyne e @mariano_mem em um papo incrível aqui no Space para falar sobre o Eclipse Lunar, reencontros e muito mais.

Espero vocês!

#SintaOEclipse 🌑

O poder dos reencontros - Floratta Fleur D 'Éclipse

17,3 mil sintonizaram · 8 de nov · 1:07:45

▶ Reproduzir gravação

53 100 326

Zé Delivery @ZeDelivery

AMIGOS, TROQUEI DE TRABALHO:



10:36 PM · 16 de jan de 2023 · 3,1 mi Visualizações

3.127 Retweets 193 Tweets com comentário 26,9 mil Curtidas



Nossos objetivos são os mesmos

- Um ponto de encontro global, seguro e inclusivo
- Um ambiente confiável e **brand-safe** para as marcas
- Uma plataforma **confiável** e estável
- Compromisso com as **políticas** de moderação de conteúdo.

Mas a maneira de alcançá-los mudou

- Nossa **regras e políticas** estão evoluindo.
- Estamos **menores** e nos movemos **mais rápido**
- Estamos abraçando o **teste público**

Mudança para despriorização

- Nosso foco é reduzir a quantidade de vezes que condutas odiosas são vistas (impressões)
- Indústria continua priorizando o reach
- Impressões: métrica autorizada pelo GARM

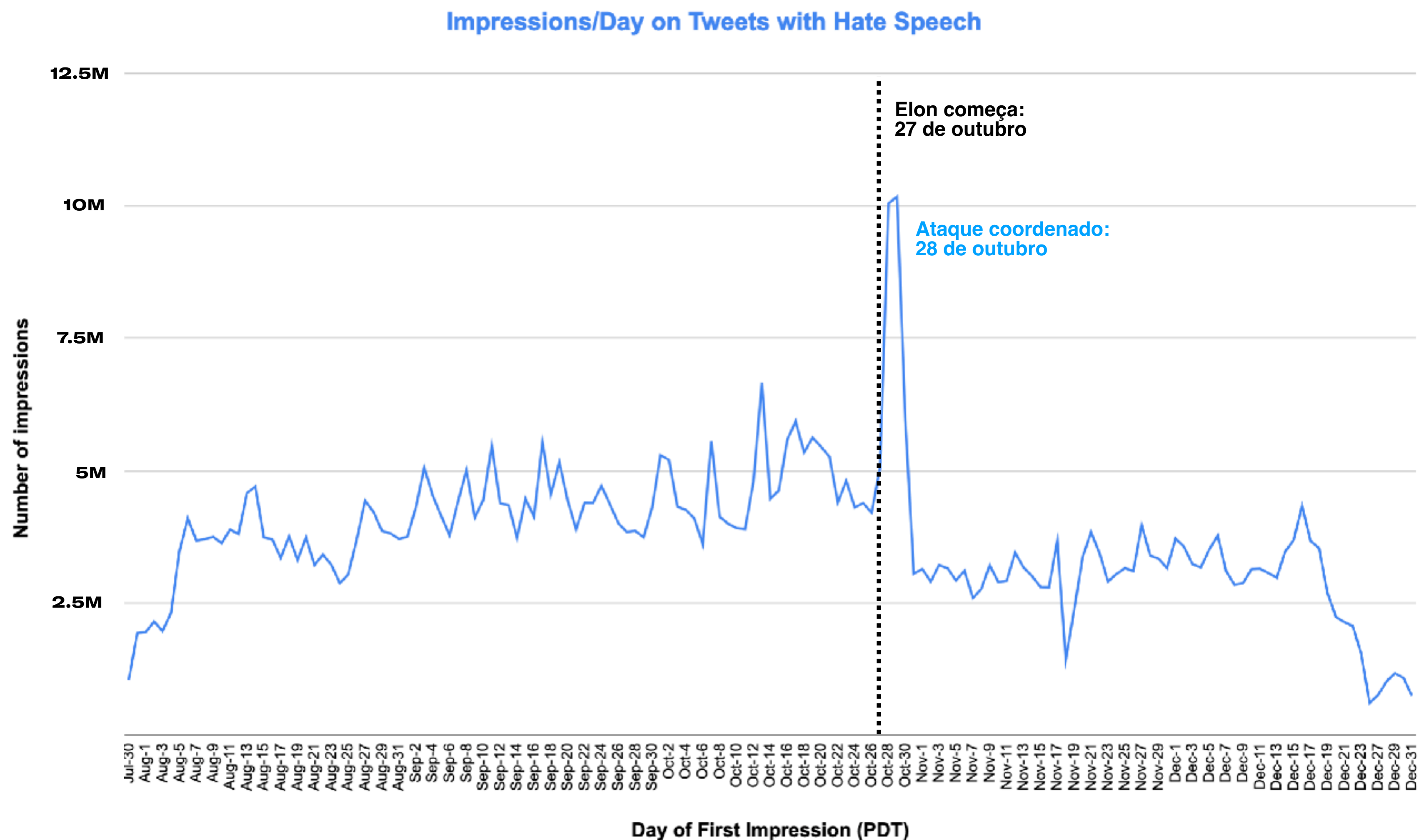


GARM Aggregated
Measurement Report

Volume 4 | November 2022



Após a aquisição, o discurso de ódio continua dentro da norma histórica





O número de usuários mensais acelerou em Q4 '22

531.7M

**Usuários mensais
(Total Twitter)**

17.8%

Crescimento YoY

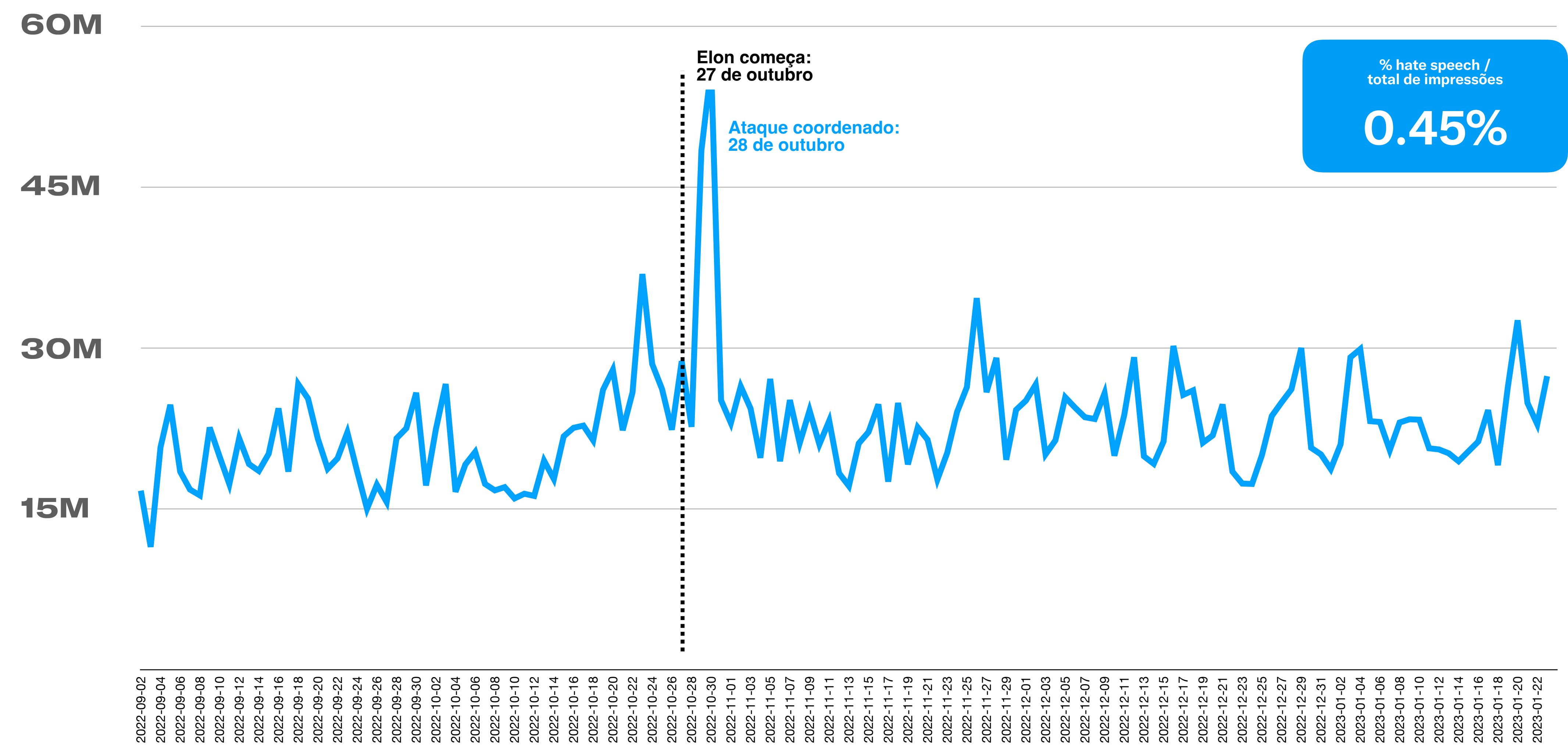
Fonte: Twitter Internal. Oct 1 – Dec 31, 2022 and 2021.
Averages of Monetizable Daily Active Users. Global



E no Brasil?

Quais os impactos da aquisição
na audiência Brasileira?

Os números do Brasil mostram a mesma tendência de queda global



Fonte: Twitter Internal, Volume of Total Impressions – By Surface (Aggregated), English tweets with 1+ Slur from curated list and Toxicity Score >= 0.91, July 30 ‘22 - Dec 31 ‘22



O número de usuários mensais no BR também aceleraram

26.8M

**Usuários mensais
(BR Q4'22)**

27.8%

Crescimento YoY

Fonte: Twitter Internal. Oct 1 – Dec 31, 2022 and 2021.
Averages of Monetizable Daily Active Users. US



E eles vão além da visualização e participam da conversa



46%

De usuários ativos
Tweetaram no Brasil em
novembro



1 em 3

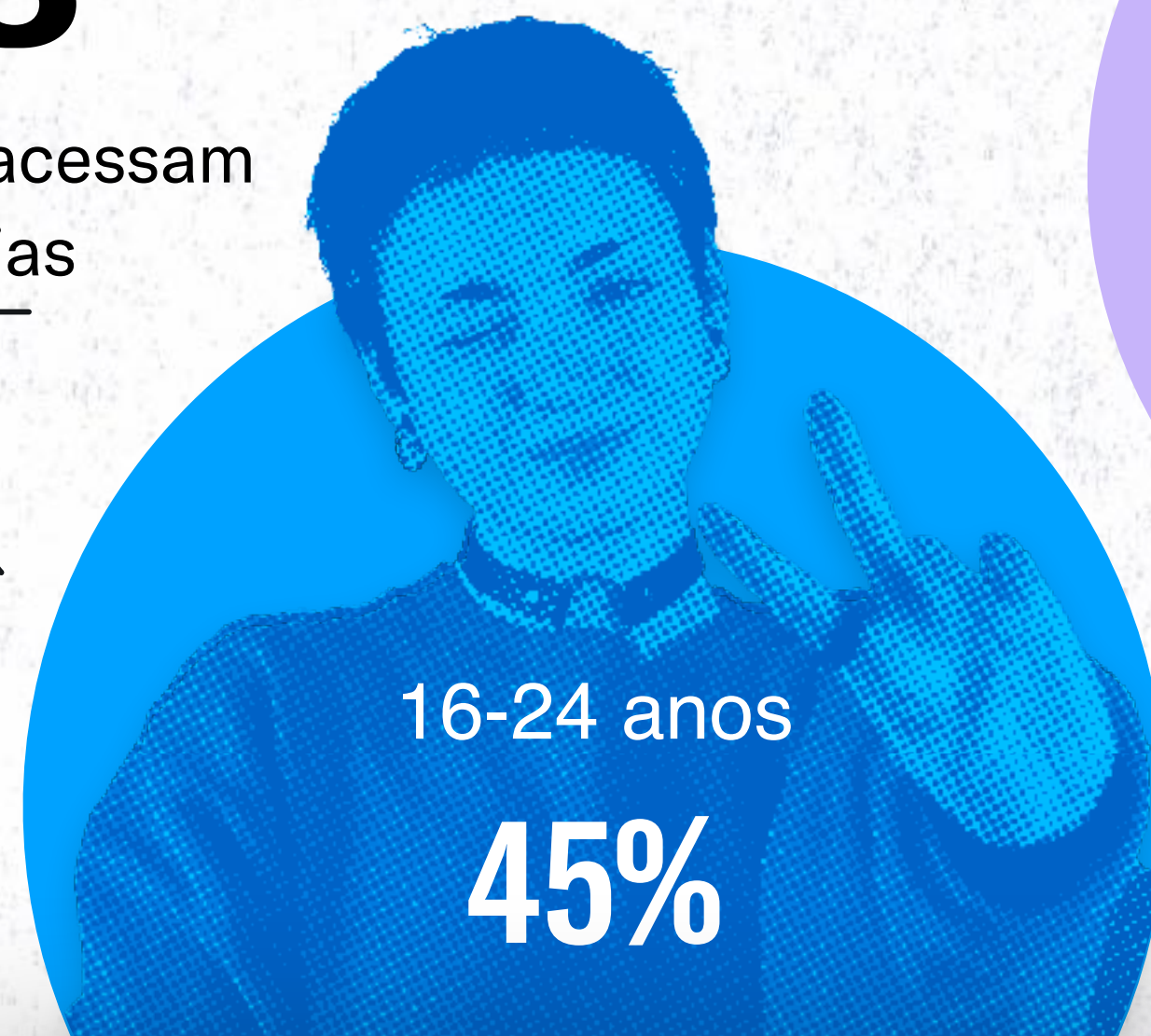
usuários ativos
engajaram com marcas
no Brasil em novembro



E a nossa audiência está mais jovem e engajada do que nunca

+67%

São heavy users de Twitter e acessam a plataforma todos os dias



+13 p.p na comparação YoY

As paixões dominam nossas conversas

86%
PAIXÕES

(Jogos, Estilo de Vida, Música,
Filmes, TV, Esportes)


14%
**NOTÍCIAS E
POLÍTICA**

Fonte: Dados internos do Twitter. Volume/impressões de Tweets de
1º a 30 de novembro de 2022. Brasil



E as conversas sobre **paixões** chamam atenção da timeline

86% das conversas de novembro divididas por share de impressões



Principais **paixões** em Novembro de 2022 por share de Impressões

#1

Entretenimento

#2

Esportes

#3

Futebol

#4

Música

#5

Gaming

#6

Serviços

#7

Saúde

No Twitter 2.0 continuamos entregando resultados positivos em todo funil de vendas

		Lift médio pós engajamento	Lift médio pós Video View
Awareness	➔	+12.1pp	+14.3pp
Consideração	➔	+8.9pp	+7.6pp
Intenção de compra	➔	+8.1pp	+2.7pp



2 |

O que vem por aí



Twitter 2.0

Confiança | Inovação | Identidade



Nós queremos que o Twitter seja a fonte
de informação mais precisa do mundo
e ponto de encontro global para todos.



**Criar um
ambiente civil e
seguro para as
marcas é o único
caminho para
que alcancemos
o sucesso**

“É importante que a plataforma seja neutra, e o mais inclusiva possível. É o único caminho para o sucesso.”

- Elon Musk

**Estamos
comprometidos
com a segurança
da sua marca**





Mais transparência e contexto sobre onde seu anúncio é servido

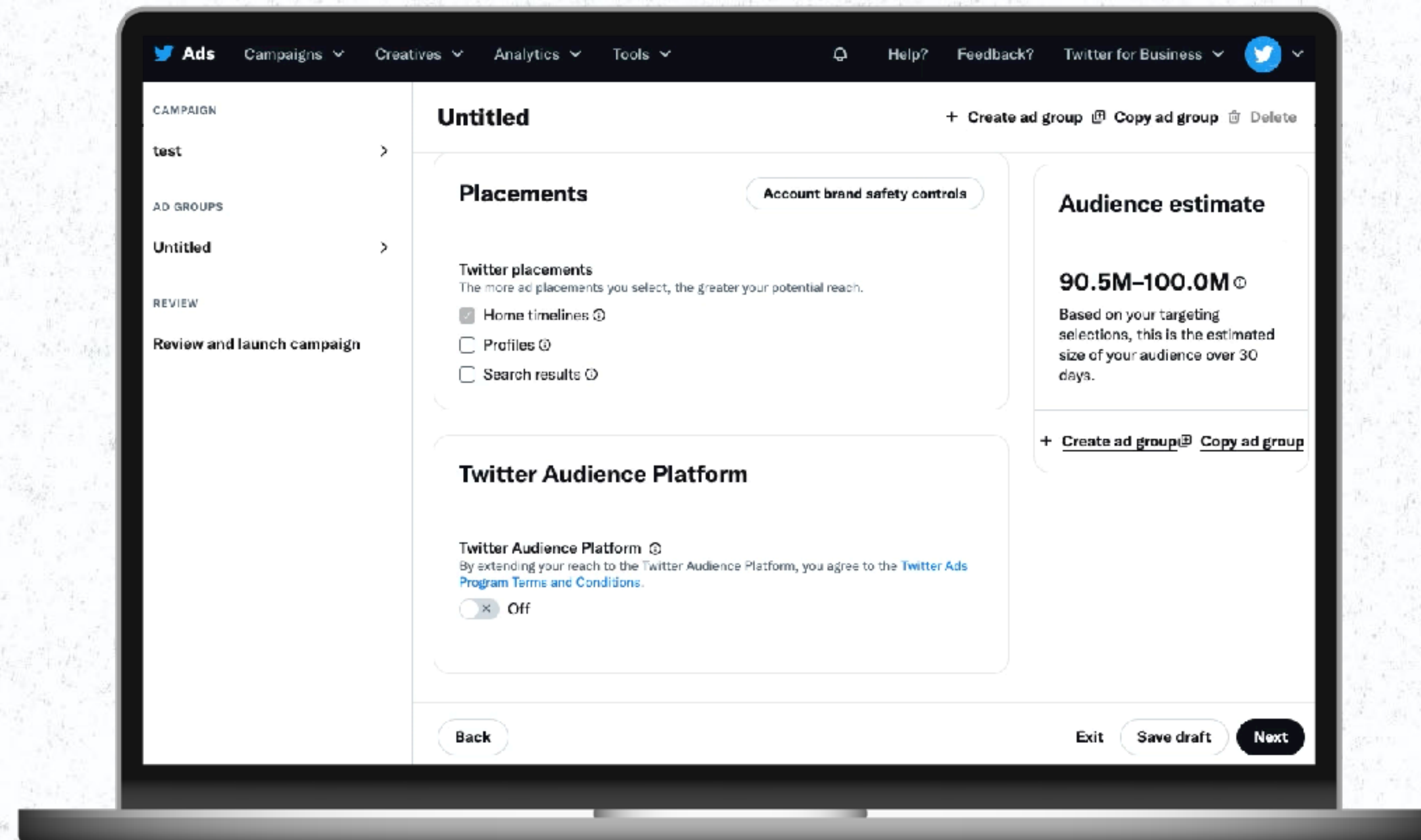
meio&mensagem

Twitter passa a oferecer nova ferramenta de brand safety às marcas

Criado em parceria com a DoubleVerify e Integral Ad Science, serviço permitirá uma análise das postagens anteriores e posteriores aos anúncios, a fim de detectar a presença de conteúdos inadequados

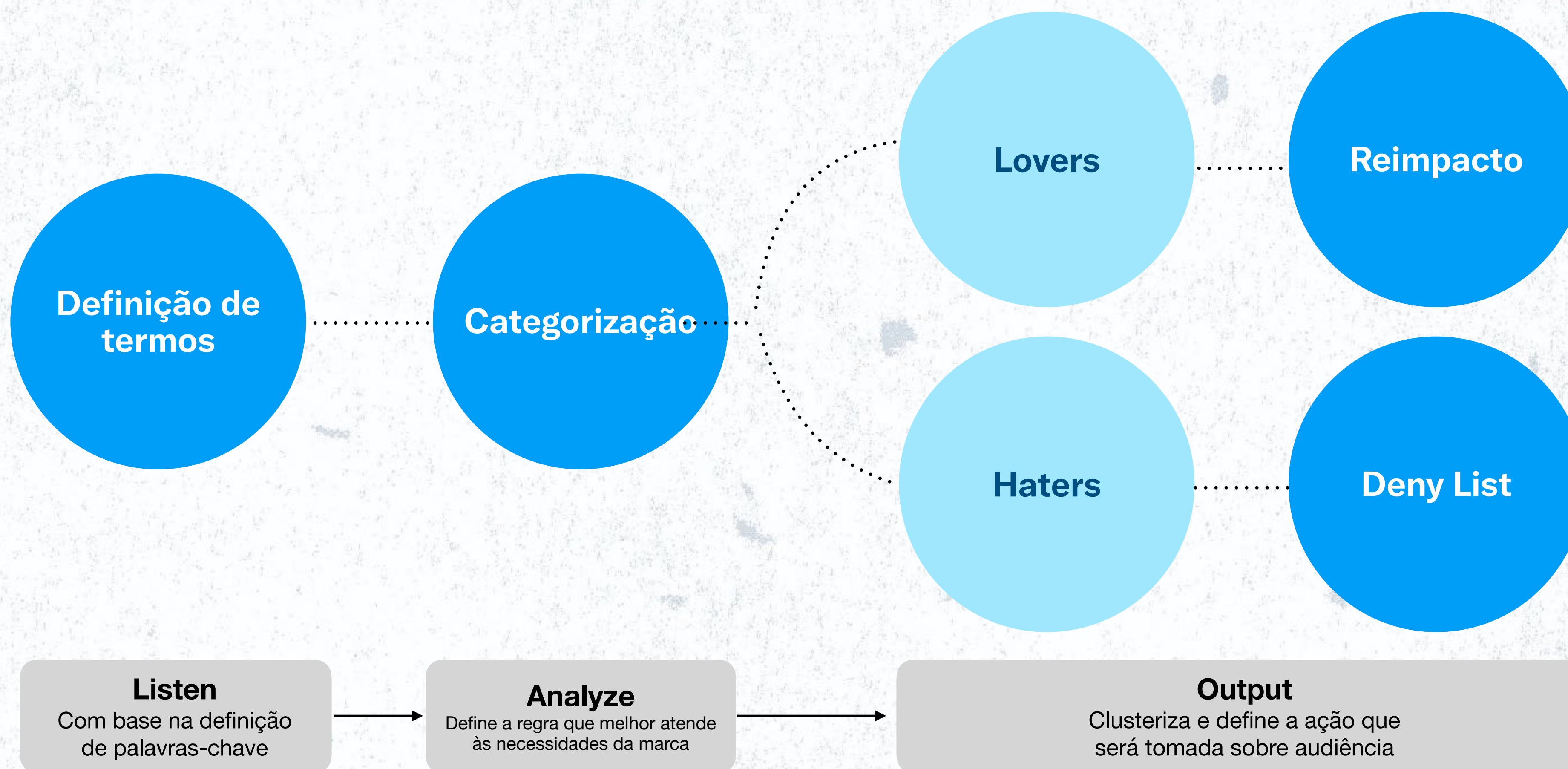


Controles de Adjacência para gerenciar onde os anúncios da sua marca são vistos





Swarm Dashboard para aprimorar seu listening e conhecer melhor sua audiência



Uma ferramenta para precisão: @NotasDaComunidade

- ✓ Quem colabora escreve e dá notas
- ✓ Os Tweets ganham perspectivas valorosas e diversas
- ✓ Aberto e transparente



Acelerando inovação

- **Rapidez**
- **Testes públicos**
- **Abertos a feedback**



Elon Musk 
@elonmusk



Por favor, observem que o Twitter vai fazer um monte de coisas idiotas nos próximos meses.

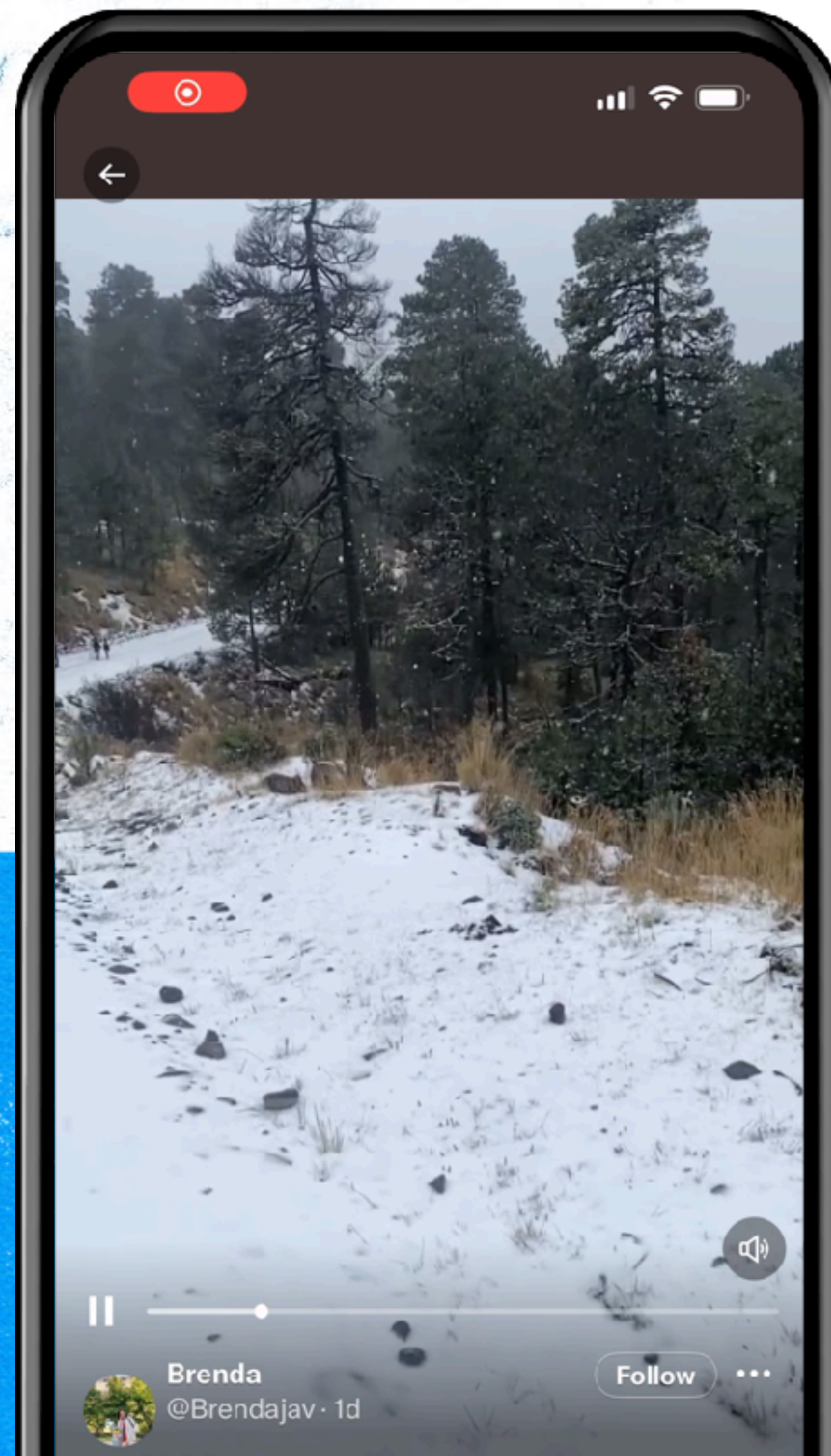
A gente vai manter o que funciona & mudar o que não funciona.

8:44 • 09/11/2022



Mais maneiras para as pessoas participarem

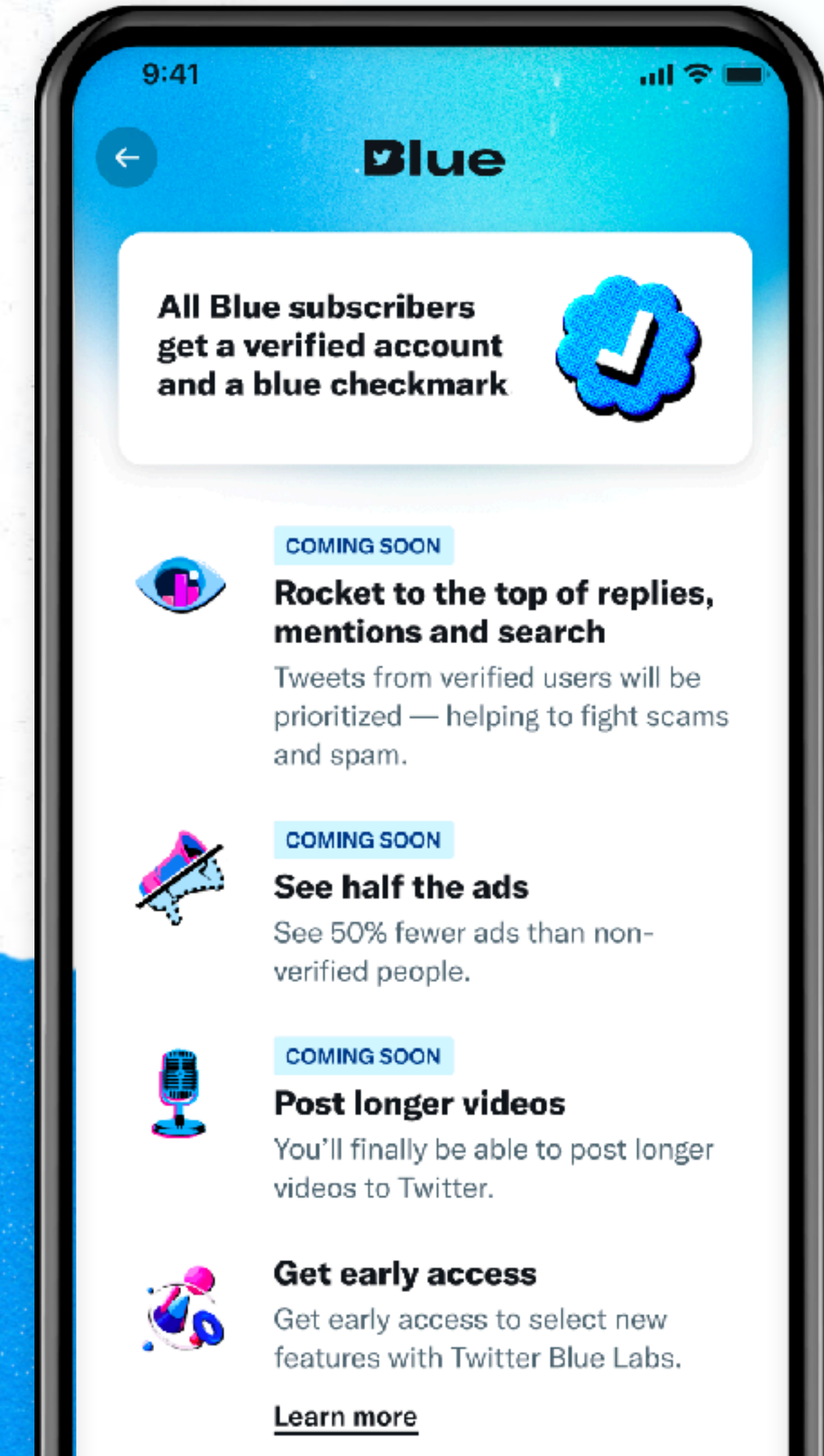
Vídeo mais imersivo



Tweet longo

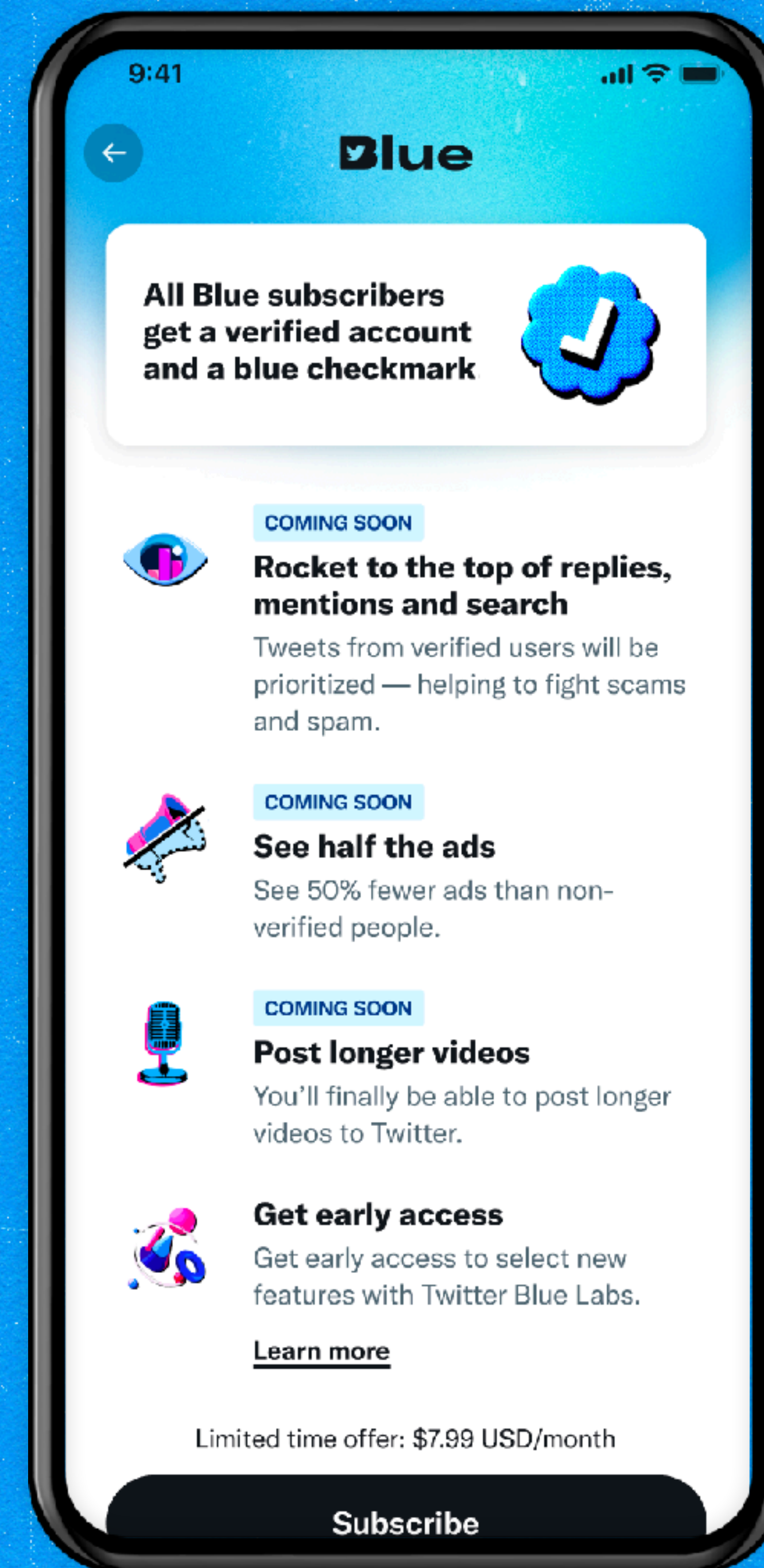


Assinatura



Twitter Blue

- Vídeos em 1080p
- Modo Leitura
- Edição de Tweets
- Novas defesas de personificação



Identidade no Twitter



Pessoas



Marcas



Governo

MKBHD

QUALITY TECH VIDEOS



Follow

Marques Brownlee 

@MKBHD

Web Video Producer | ∞ | Pro Ultimate Frisbee Player |
Host of [@WVFRM](#) [@TheStudio](#)

A gift for you.
A gift to give.
On us.



Follow

Verizon 

@verizon

From can't-misses to must-shares, Verizon is
[#TheNetworkAmericaReliesOn](#)

THE WHITE HOUSE
WASHINGTON
WH.GOV



Follow

The White House 

@WhiteHouse

 United States government organization

Welcome to the Biden-Harris White House! Tweets may be archived: <http://whitehouse.gov/privacy>



3 |

O futuro dos anúncios no @Twitter



Nossa ambição

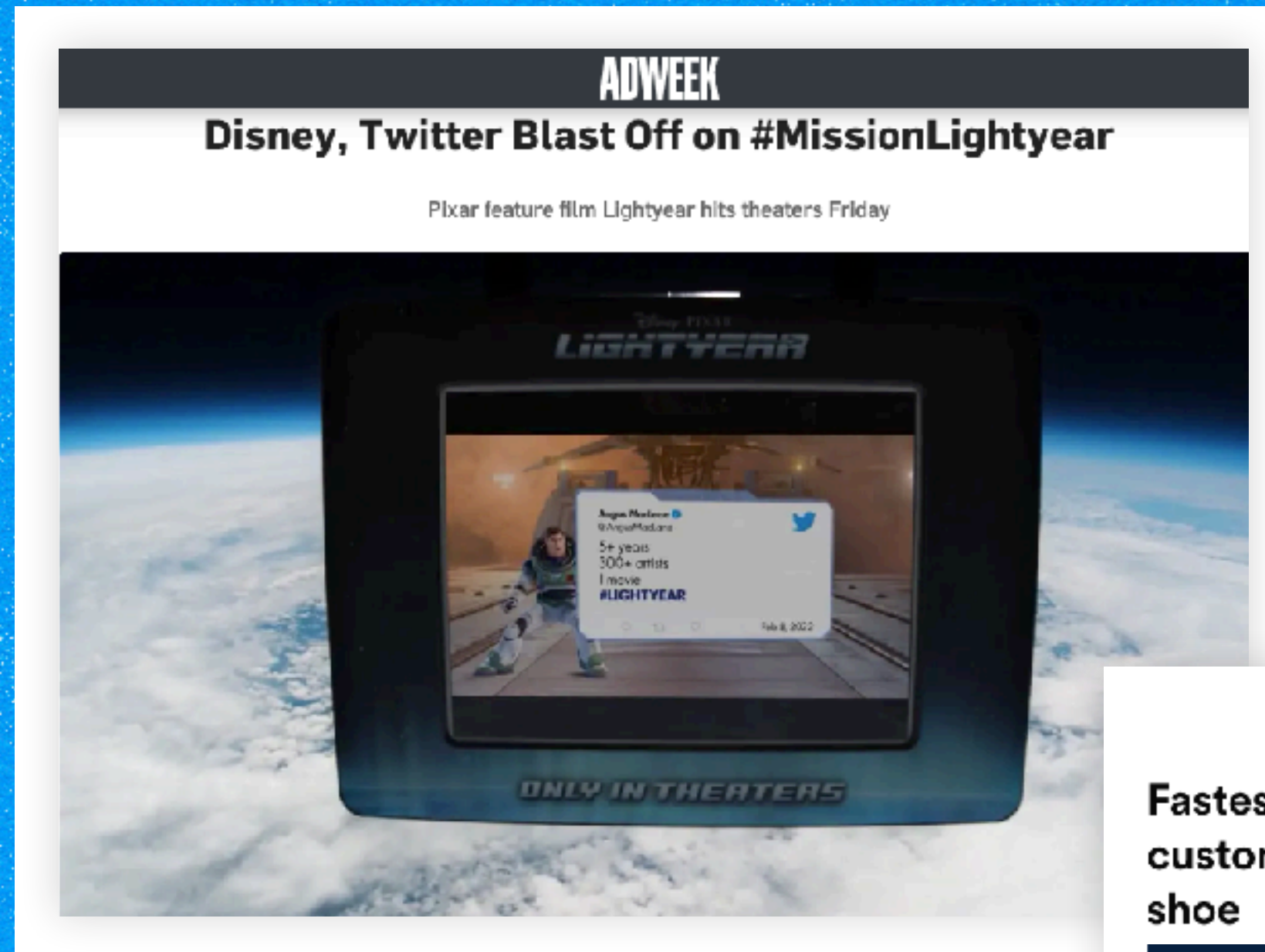
**Ser a plataforma de publicidade mais
respeitada do mundo, que fortalece sua
marca e cresce seu negócio.**



**Os anúncios
devem
melhorar a
experiência
do usuário no
Twitter**

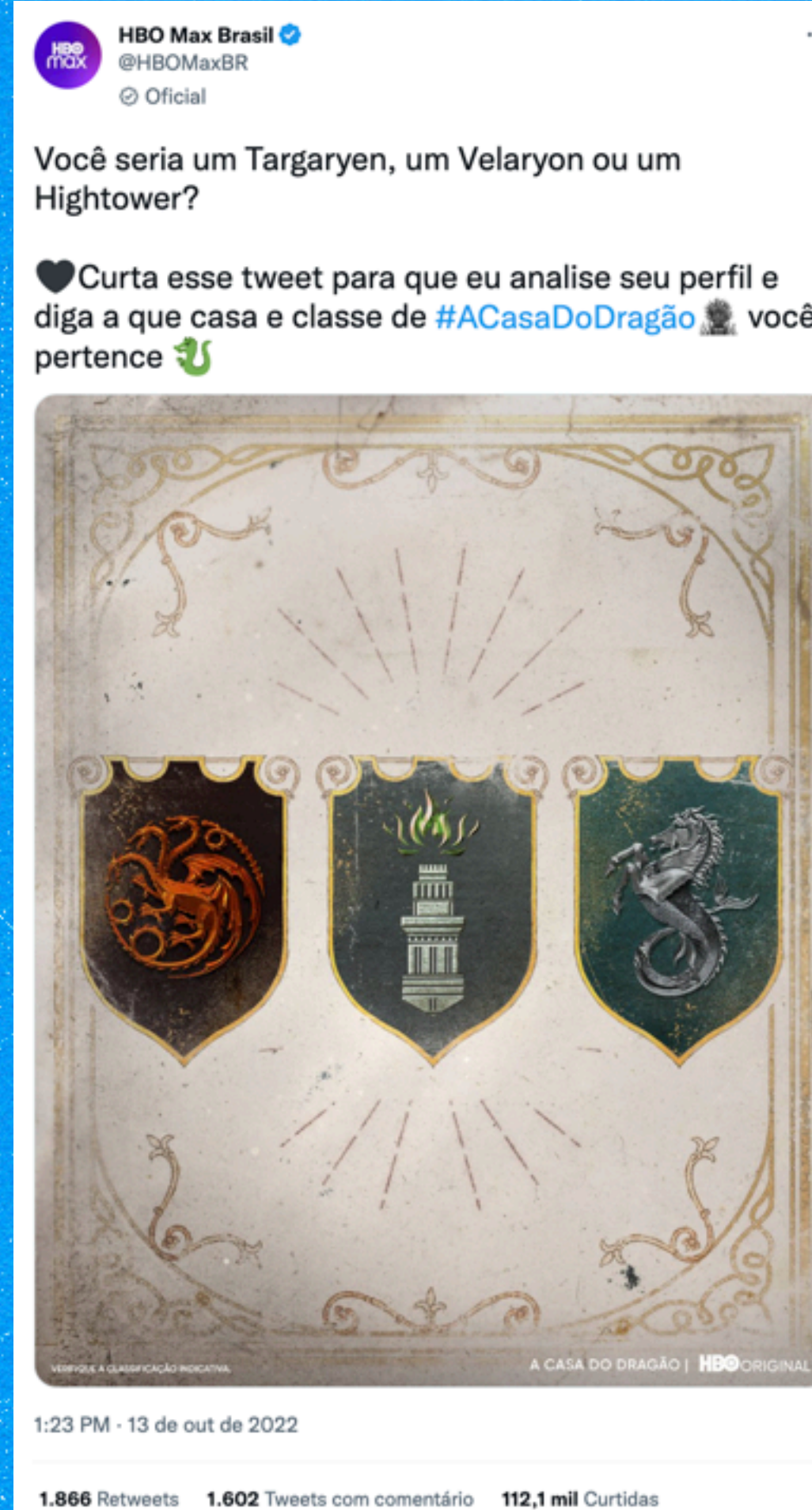
**Entretenimento
Utilidade
Performance**

Publicidade como entretenimento



The McSpicy burger has caused quite the stir on Twitter

Publicidade como entretenimento

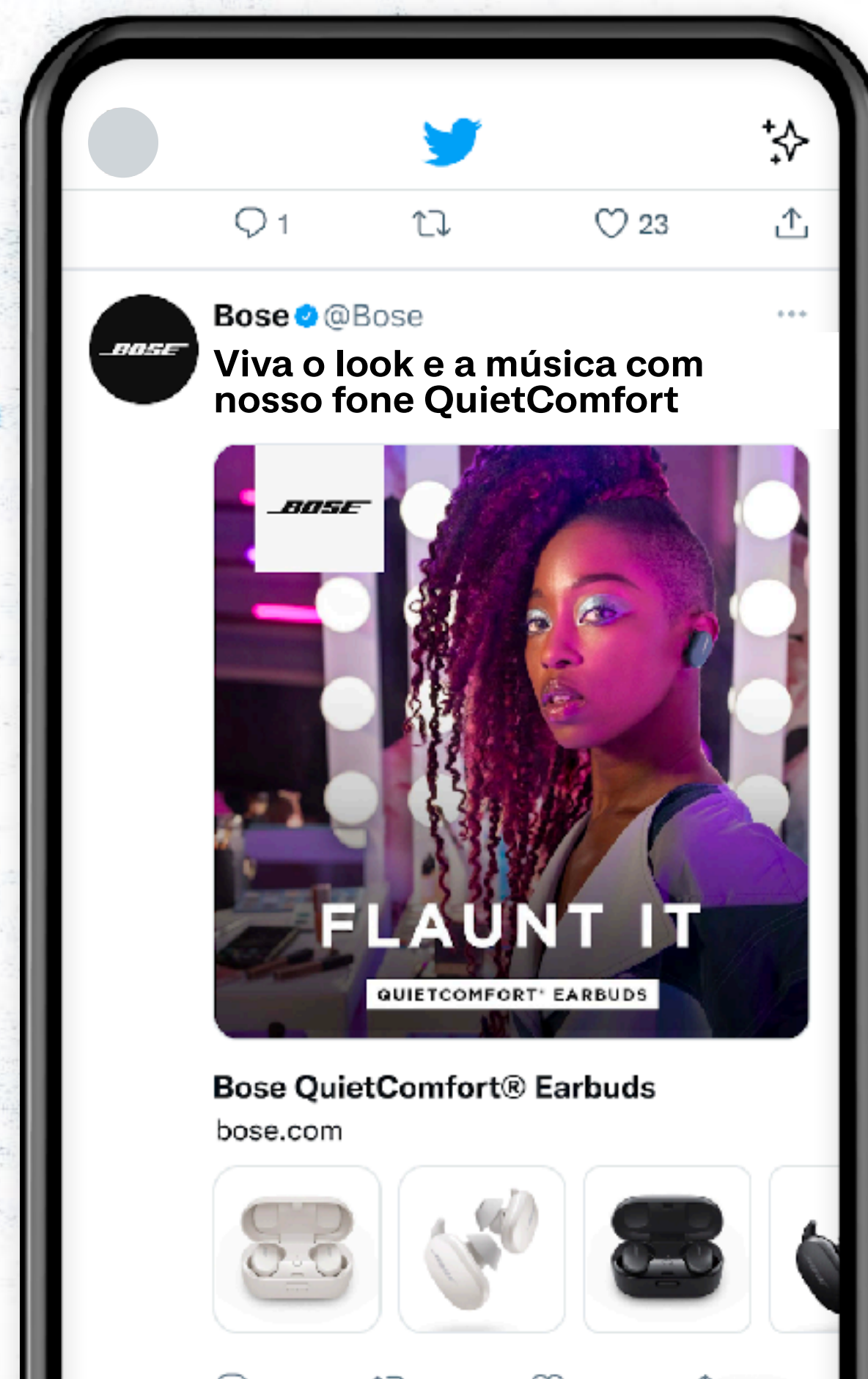


Publicidade com utilidade

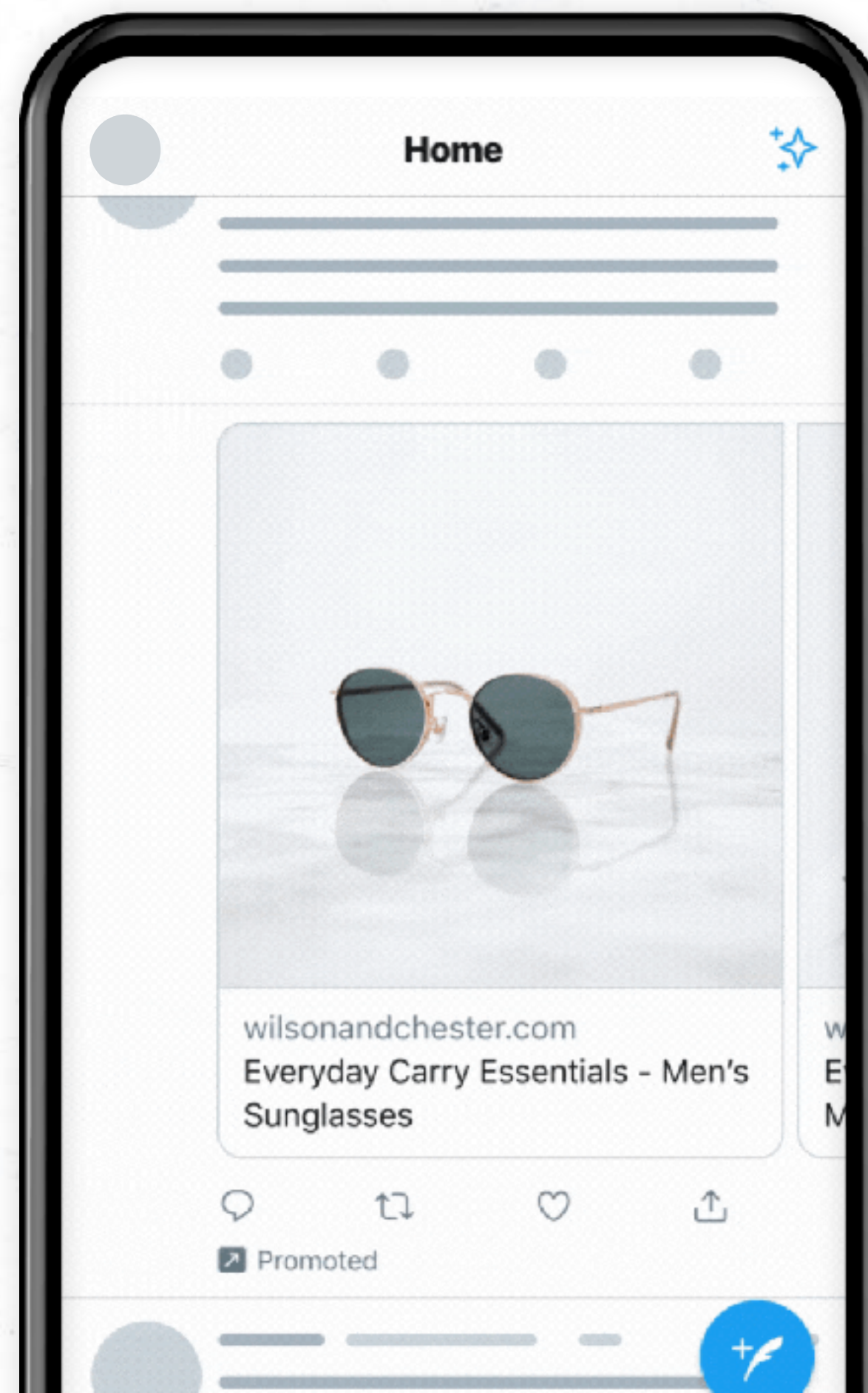


Anúncios de Performance: novas soluções pra fundo de funil

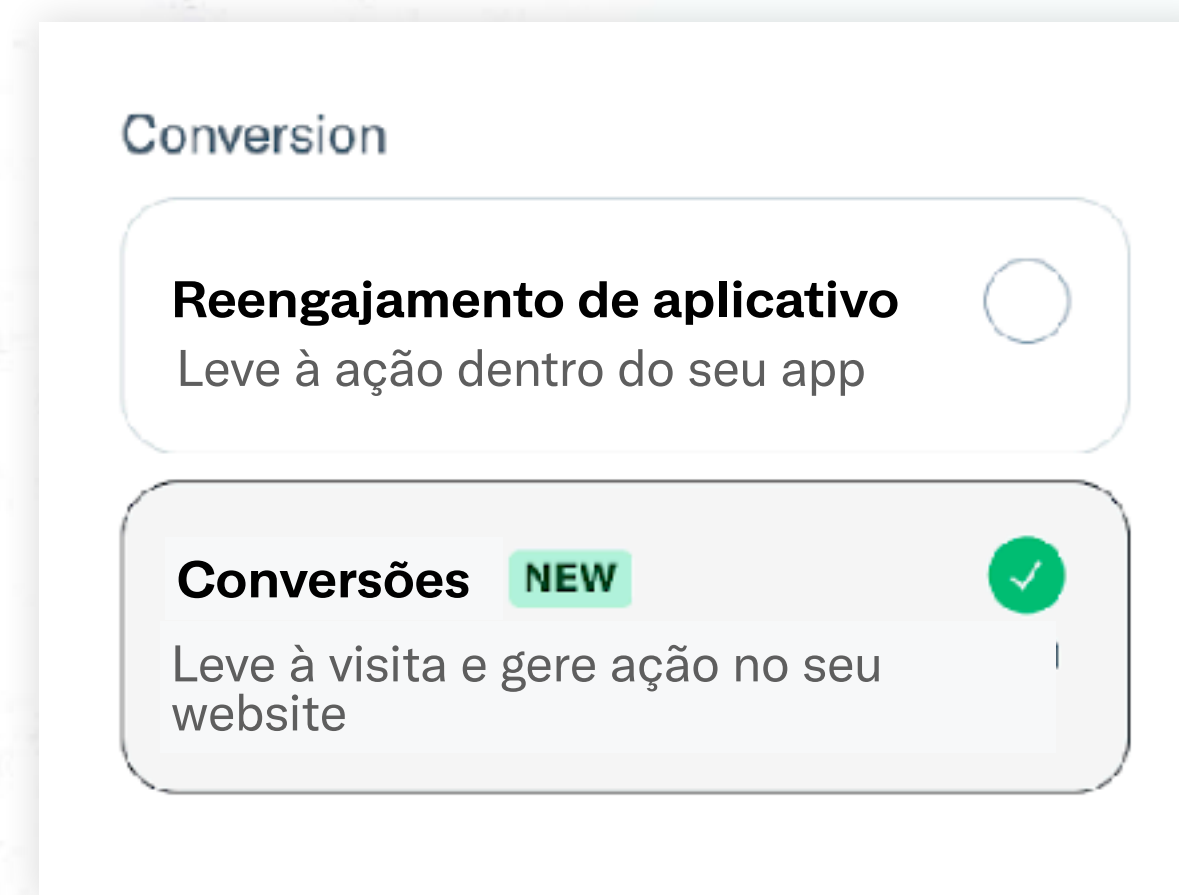
Anúncios de Coleção



Anúncios Dinâmicos



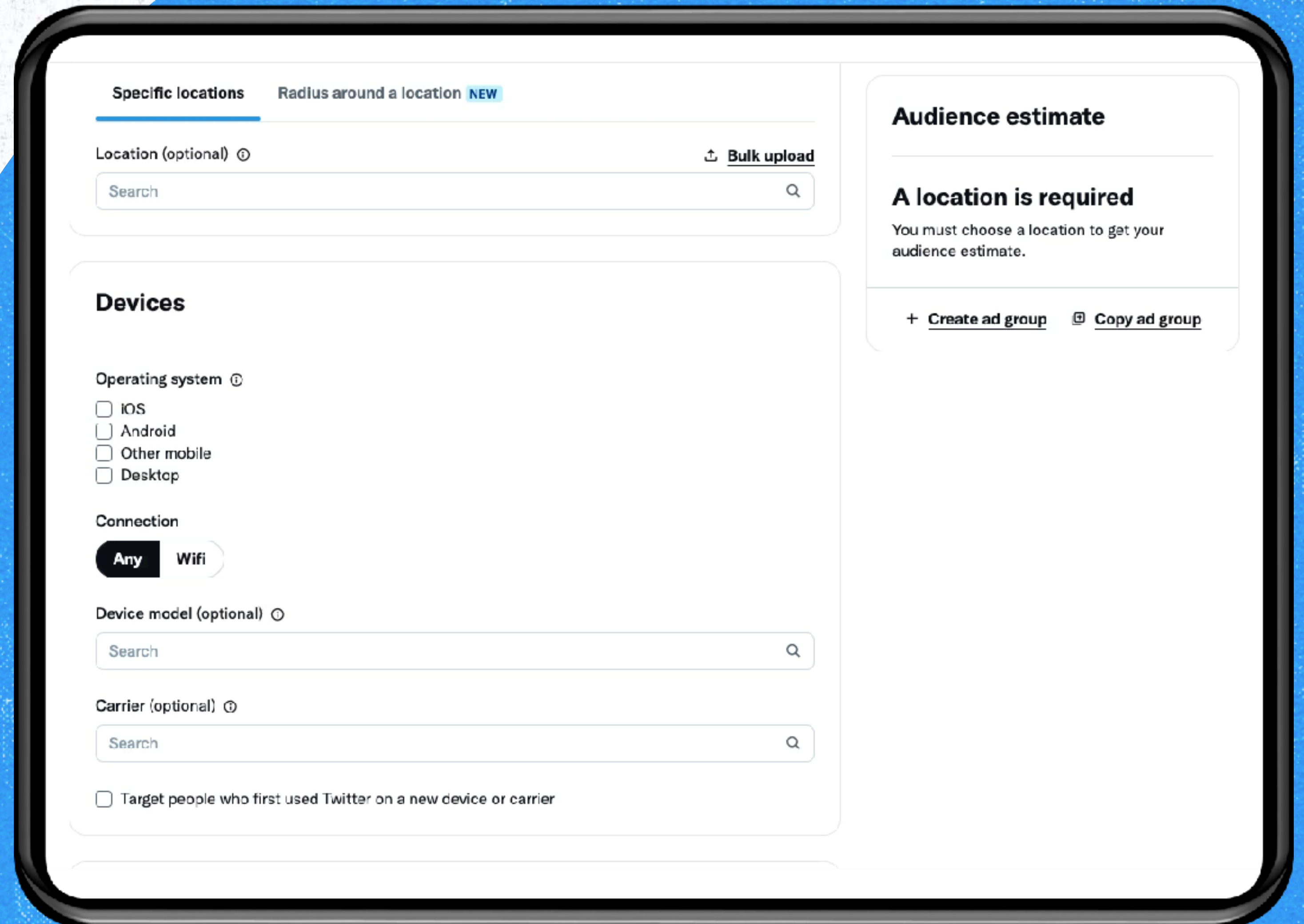
Otimização de Conversão de Website





Apresentando

Radius Targeting



The screenshot displays the Twitter Radius Targeting interface. At the top, there are two tabs: "Specific locations" and "Radius around a location NEW". The "Radius around a location" tab is selected. Below the tabs, there is a "Location (optional)" label with an information icon, a search bar with the placeholder text "Search", and a "Bulk upload" link with an upload icon. To the right of the search bar is a magnifying glass icon. Below the location section is a "Devices" section. It includes an "Operating system" label with an information icon, followed by four checkboxes: "iOS", "Android", "Other mobile", and "Desktop". Below this is a "Connection" section with two buttons: "Any" (selected) and "Wifi". Further down is a "Device model (optional)" label with an information icon, a search bar with the placeholder text "Search", and a magnifying glass icon. Below that is a "Carrier (optional)" label with an information icon, a search bar with the placeholder text "Search", and a magnifying glass icon. At the bottom of the "Devices" section is a checkbox labeled "Target people who first used Twitter on a new device or carrier". To the right of the "Devices" section is an "Audience estimate" section. It contains the heading "A location is required" and the text "You must choose a location to get your audience estimate." At the bottom of this section are two links: "+ Create ad group" and "Copy ad group".

Specific locations **Radius around a location NEW**

Location (optional) ⓘ [Bulk upload](#)

Search 🔍

Devices

Operating system ⓘ

☐ iOS
☐ Android
☐ Other mobile
☐ Desktop

Connection

Any Wifi

Device model (optional) ⓘ

Search 🔍

Carrier (optional) ⓘ

Search 🔍

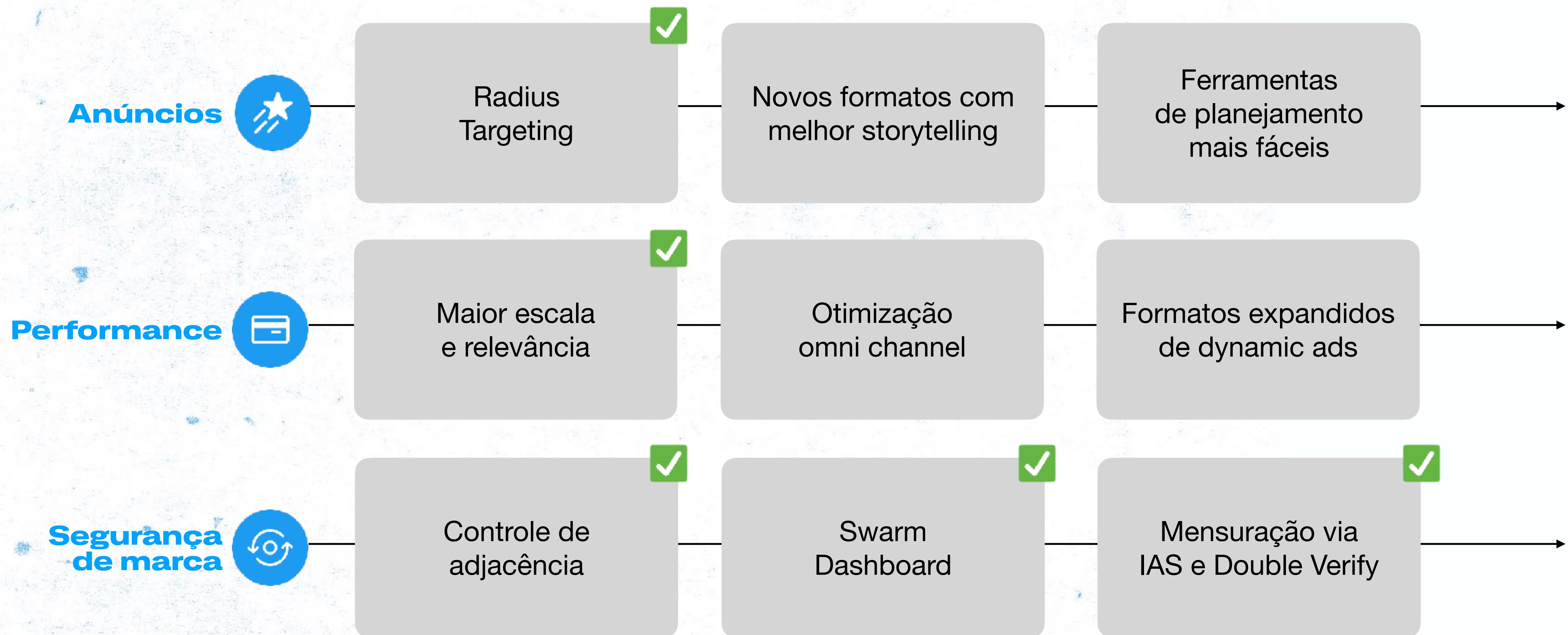
☐ Target people who first used Twitter on a new device or carrier

Audience estimate

A location is required
You must choose a location to get your audience estimate.

+ [Create ad group](#) [Copy ad group](#)

Destakes do caminho que temos adiante





Takeaways

- 01 | A plataforma está estável, crescendo e saudável**
- 02 | Estamos construindo o Twitter 2.0 de maneira rápida e pública**
- 03 | Estamos comprometidos com o crescimento e a saúde da sua marca**

Obrigadx

