



1ª PESQUISA NACIONAL SOBRE O IMPACTO DE RP NO MERCADO DE INOVAÇÃO

outubro 2023



contexto

as relações públicas são uma **importante ferramenta** para o crescimento de empresas da nova economia, capaz de gerar mudanças significativas na percepção de uma marca pelo mercado e **construir reputação através de conhecimento e credibilização**.

porém, não vemos essa estratégia sendo amplamente utilizada por empresas em estágios iniciais, diferente de empresas sólidas e mais maduras, com anos de mercado.

XXXXX

portanto, a pergunta que a MOTIM tratou de responder é:
como democratizar o acesso a essa importante ferramenta de comunicação?





foi partindo do princípio que executivos de marketing e comunicação de startups e scale-ups não **investem em RP com a devida proporção**, que criamos a 1ª Pesquisa Nacional Sobre o Impacto das Relações Públicas no Mercado de Inovação.

esse tipo de empresa costuma ser orientada para uma comunicação de performance, prezando por resultados numéricos e de curto prazo, e acaba por **negligenciar a oportunidade que um bom trabalho de PR pode trazer para o negócio**.

nossa hipótese era **provar que grandes empresas do mercado de inovação veem valor nesse investimento**, e mostrar para as empresas menores que elas estão fechando os olhos para **algo que pode mudar o jogo**.



**mas,
como?**

metodologia

desenvolvemos um questionário com **28 questões** que buscavam saber qual o entendimento e nível de maturidade das empresas de inovação, no que diz respeito às relações públicas.

entrevistamos **100 tomadores de decisão das empresas de tecnologia e inovação de maior destaque no cenário brasileiro**, nomes como Amazon, SoftBank, Samsung, Motorola e iFood.

objetivo

tínhamos o objetivo de analisar a motivação do uso das RP no processo de desenvolvimento de marcas e do crescimento dos negócios, assim como os desafios e necessidades dos gestores diretos dessas estratégias na busca pela **máxima extração de valor dessa ferramenta de comunicação tão importante**.





o produto das respostas se transformou em um verdadeiro guia para ilustrar como as RP se comportam em grandes empresas.



- quem é o responsável pelas estratégias de relações públicas de cada tipo de empresa;
- qual é a formatação de equipe interna ou estilo de fornecedor escolhido;
- que tipo de metrificação do sucesso desse projeto é usado;
- qual é o stack de ferramentas de comunicação que compõe a estratégia de relações públicas;
- quanto do budget geral de marketing ou comunicação é aplicado especificamente na vertical de PR;
- quais são os objetivos que essas estratégias busca atingir;
- e também qual é a perspectiva para o ano de 2024 sobre investimento e objetivos.



os resultados da pesquisa foram extremamente relevantes e corroboram para a hipótese inicial proposta pela MOTIM.

96%

dos respondentes acreditam que com **relações públicas sólidas** há mais chances de **sobreviver aos períodos de crise**.

58%

das empresas acreditam que com uma reputação sólida é possível **investir menos em mídia paga** para continuar crescendo.

98%

das marcas vão **aumentar ou manter os investimentos** em relações públicas no ano seguinte.

90%

usam a assessoria de imprensa como principal ferramenta de RP, enquanto **72%** usam eventos, **48%** apostam em liderança inspiradora e **57%** em ações com influenciadores

95%

dos respondentes apostam em RP para **aumentar awareness**, enquanto que **84%** utilizam para credibilizar a marca. **67%** apostam para aquisição de novos clientes e **48%** para credibilizar porta-vozes.

lançamento



o resultado da pesquisa foi lançado em primeira mão para os clientes da MOTIM, no evento Clube de Estratégia, a fim de estreitar relacionamentos e empoderá-los com **dados exclusivos e muito ricos para seus negócios.**





com dados tão ricos disponíveis para todo um ecossistema de inovação brasileiro, era hora de mais gente ficar sabendo das tendências sobre **relações públicas através da imprensa**.

nossa estratégia foi dividir a narrativa em 3 diferentes fases:

**veículos
massivos**

**veículos de
marketing e
comunicação**

**veículos
do setor
de startups**

resultados

40

resultados, sendo 6
em veículos top tier

alcance:

120 mil
pessoas

ad value:

R\$ **655.000**



o relatório foi baixado mais de 12 mil vezes por agências de relações públicas,
fundadores de startups e gestores de comunicação Brasil a fora.

exame.



Home > Tecnologia

Porta-vozes na mira: 63% dos líderes de empresa trabalham a própria imagem

Pesquisa ouviu companhias do setor de inovação como Amazon, SoftBank, Samsung, Motorola, iFood e Loft

propmark
Fundado em 1965, online desde 1998



Pesquisa da Motim apontou que 95% das marcas de inovação estão em busca de visibilidade



meio&mensagem

Com investimentos em reputação crescendo, diversidade de ferramentas ...



Silas Colombo
CCO e fundador da Motim

Com investimentos em reputação crescendo, diversidade de ferramentas de comunicação viram trunfo

A concepção equivocada, por exemplo, de que um único profissional pode dominar todas as nuances do setor é uma ideia que precisa ser superada

meio&mensagem

Marketing

Pesquisa aponta crescimento em investimentos em RP para 2024

O relatório organizado pela Motim ouviu uma centena de startups para entender qual a preocupação dos negócios com a comunicação e marketing





esses resultados comprovam que conseguimos democratizar e **gerar entendimento sobre essa conversa**, aumentando o interesse sobre as relações públicas, principalmente como uma **ferramenta importante para o ecossistema de inovação**.

como percebemos que o relatório conseguiu ser um forte aliado na tomada de decisões pelo seu **teor de ineditismo**, sendo responsável por responder perguntas cabais, identificamos a oportunidade de tornar esse estudo **recorrente e bi-anual** para continuar norteando o mercado a estruturar iniciativas e **projetos de relações públicas cada vez mais estratégicos**.



MOTIM

a primeira aceleradora de reputação e gestora de posicionamento do mundo.

