

DIGITAL

INFLUENCERS



SUMÁRIO

1

PRIMEIRA ONDA - O MERCADO

2

SEGUNDA ONDA -
INFLUENCIADORES DIGITAIS -

3

TERCEIRA ONDA - OVERVIEW
- ASPECTOS JURÍDICOS

4

QUARTA ONDA - OS
WIPEOUTS JURÍDICOS

5

SAIDEIRA!

PRIMEIRA ONDA

O MERCADO

O MERCADO



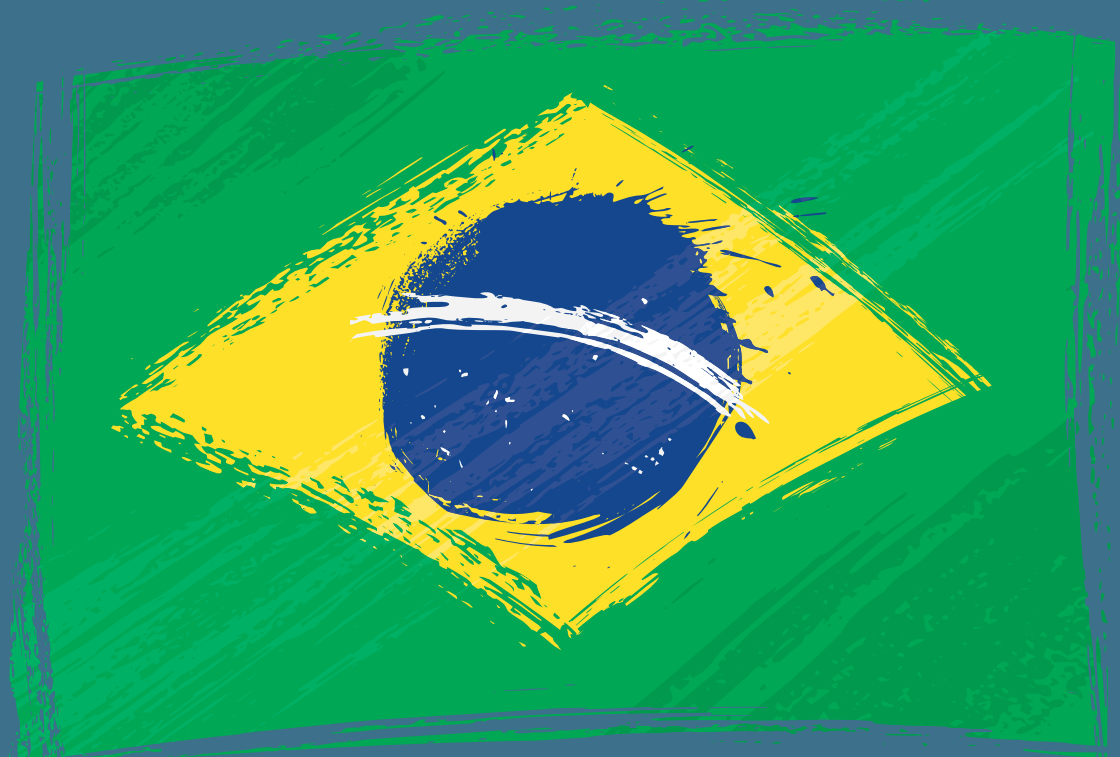
7 BILHÕES/ANO.



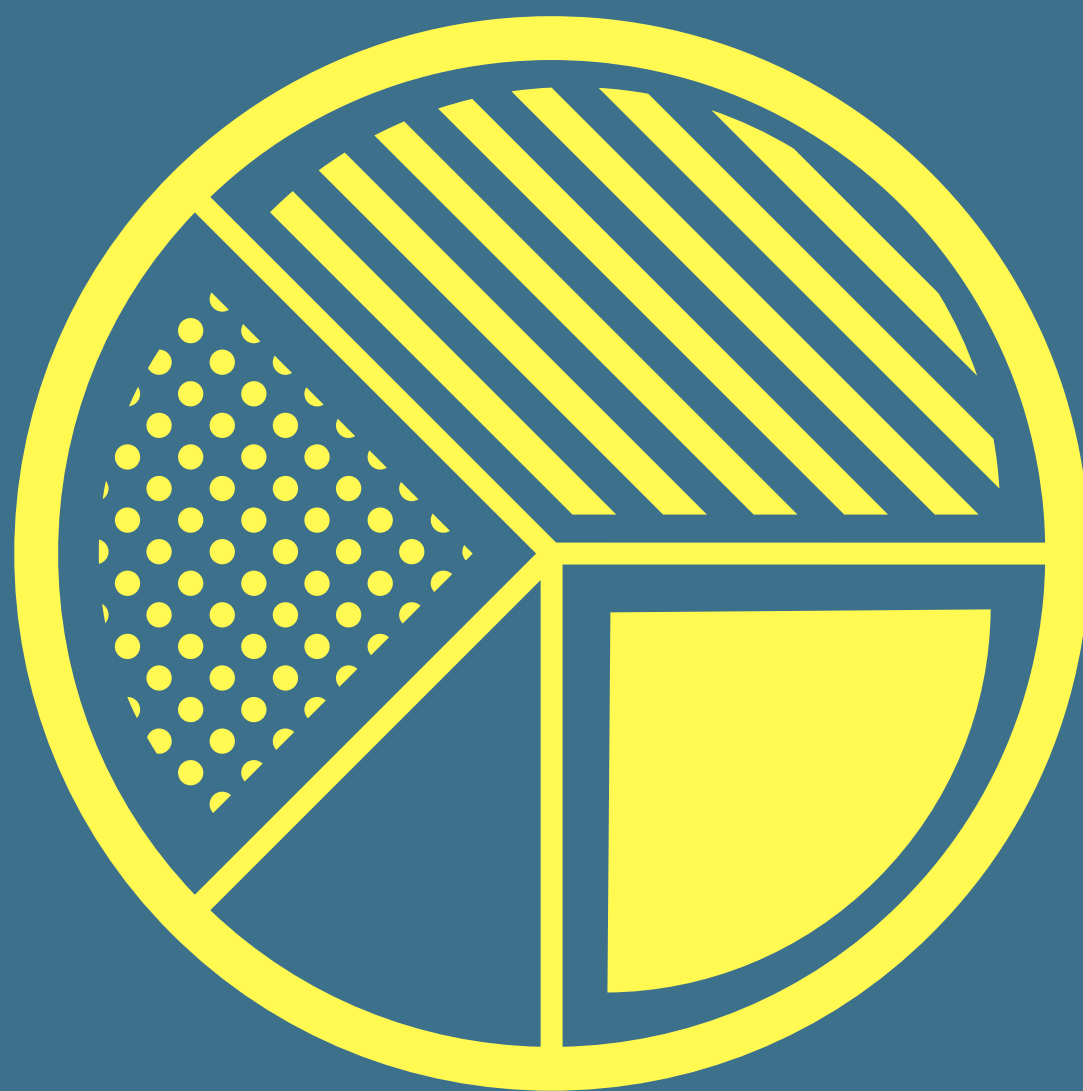
**2,5 MILHÕES DE
SURFISTAS.**



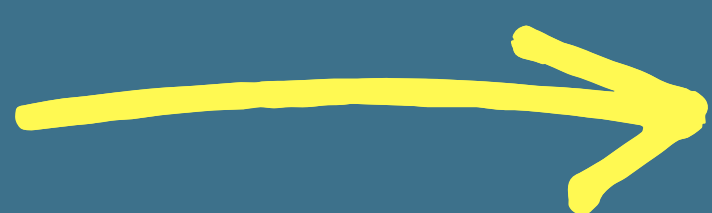
**TERCEIRO MAIOR
MERCADO MUNDIAL.**



O MERCADO



**79% ACESSA INTERNET
DIARIAMENTE.**



**99% PERTENCEM ÀS
CLASSES "A" E "B"**



**R\$ 2.500 A R\$
5.000/ANO EM
PRODUTOS**



SEGUNDA ONDA

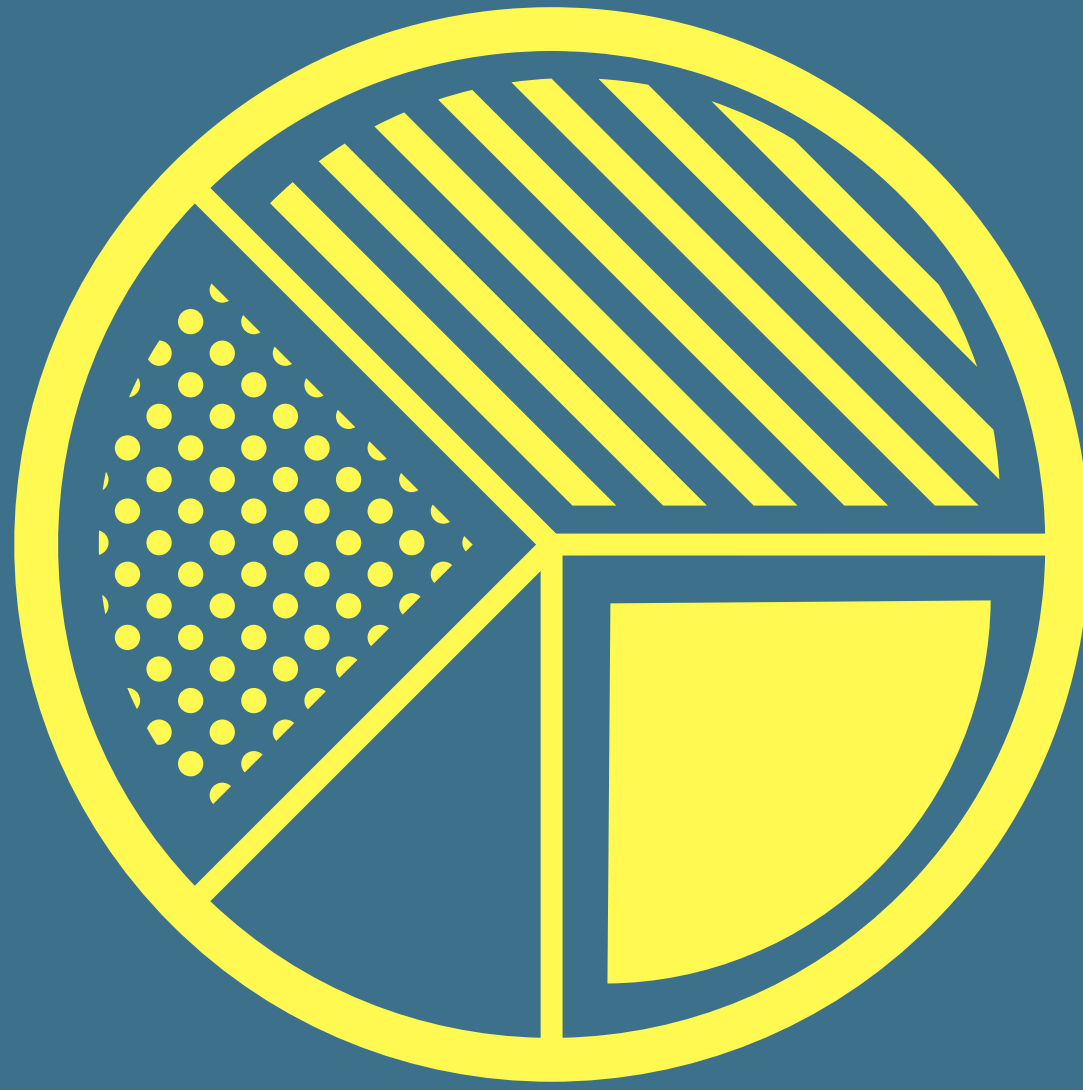
**DIGITAL
INFLUENCERS**

“
UTILIZAM DA REDE
SOCIAL PARA
EXPRESSAR ANÁLISES
E
INFLUENCIAR A
OPINIÃO DE OUTROS
INDIVÍDUOS
”

LUANA OTONI DE PAULA ANDRÉ



DIGITAL INFLUENCERS



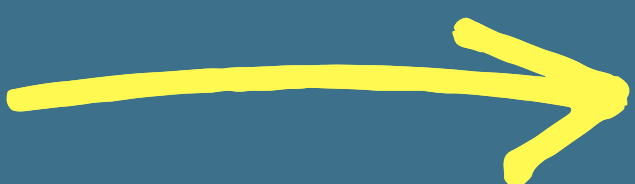
**76% COMPRAM APÓS
INDICAÇÃO DO
INFLUENCER.**



NICHOS DE MERCADO



POTENCIAIS CLIENTES



GERAÇÃO DE IMPACTO

“

A FORÇA DE VENDAS
MAIS PODEROSA PARA
FAZER UM NEGÓCIO
DECOLAR NÃO É FEITA
DE VENDEDORES. É
FEITA DE
INFLUENCIADORES

”

MAURÍCIO BENVENUTTI



TERCEIRA ONDA

**OVERVIEW -
ASPECTOS
JURÍDICOS**

ASPECTOS JURÍDICOS

PRODUCTO

SEGUIDORES



NEGÓCIOS

CLIENTES



USO DE IMAGEM



USO DE VOZ



**PROPRIEDADE
INTELLECTUAL**



MÉTRICAS

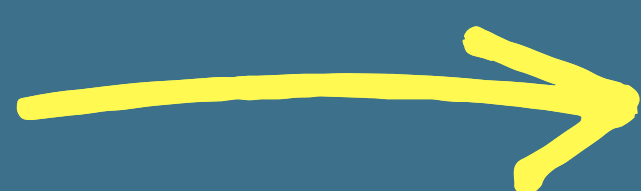


CONFIDENCIALIDADE

QUARTA ONDA

**WIPEOUTS
JURÍDICOS**

PUXE O BICO



INFORMALIDADE



**PROPAGANDA
ENGANOSA**



**POSICIONAMENTOS
PESSOAIS E POLÍTICOS**

DROPE COM CAUTELA



**PUBLICIDADE COM OU
PARA MENORES**



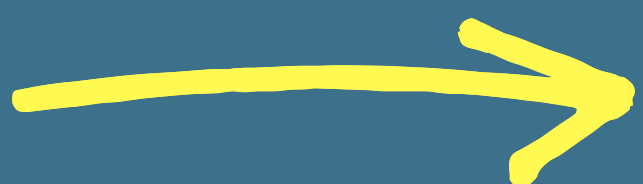
DADOS PESSOAIS



DIREITOS AUTORAIS



TRIBUTAÇÃO



CONFIDENCIALIDADE

**CONTATOS COM OS DIGITAL
INFLUENCERS SÃO FEITOS POR
REDE SOCIAL, WHATSAPP,
TELEFONE OU E-MAIL**

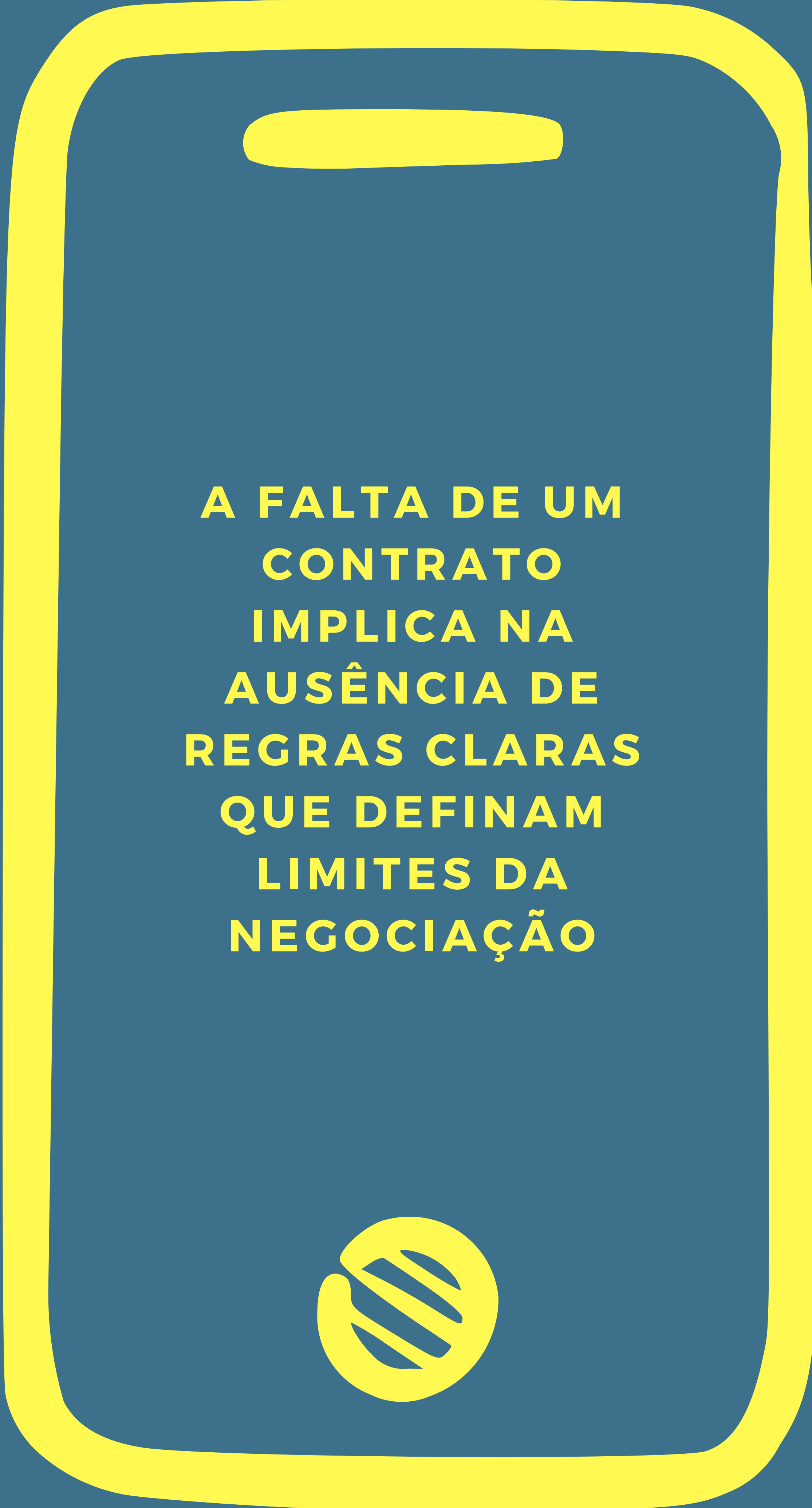


**É IMPORTANTE QUE O DIGITAL
INFLUENCER CELEBRE
CONTRATOS ESTABELECENDO
OS DIREITOS E OBRIGAÇÕES
DAS PARTES, QUESTÕES
RELATIVAS AO USO DE IMAGEM,
VOZ, PROPRIEDADE
INTELECTUAL.**



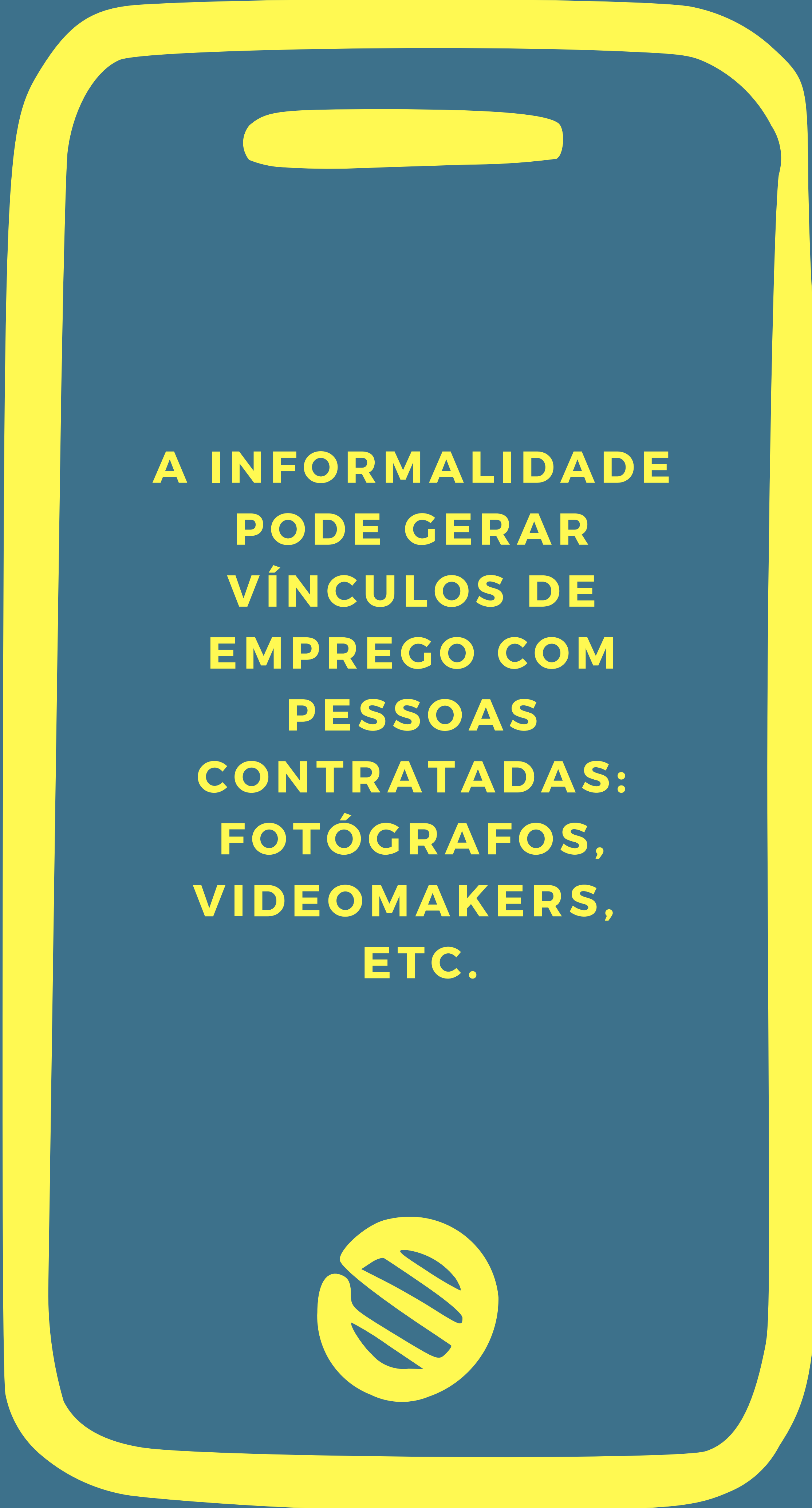
SAIDEIRA






**A FALTA DE UM
CONTRATO
IMPLICA NA
AUSÊNCIA DE
REGRAS CLARAS
QUE DEFINAM
LIMITES DA
NEGOCIAÇÃO**




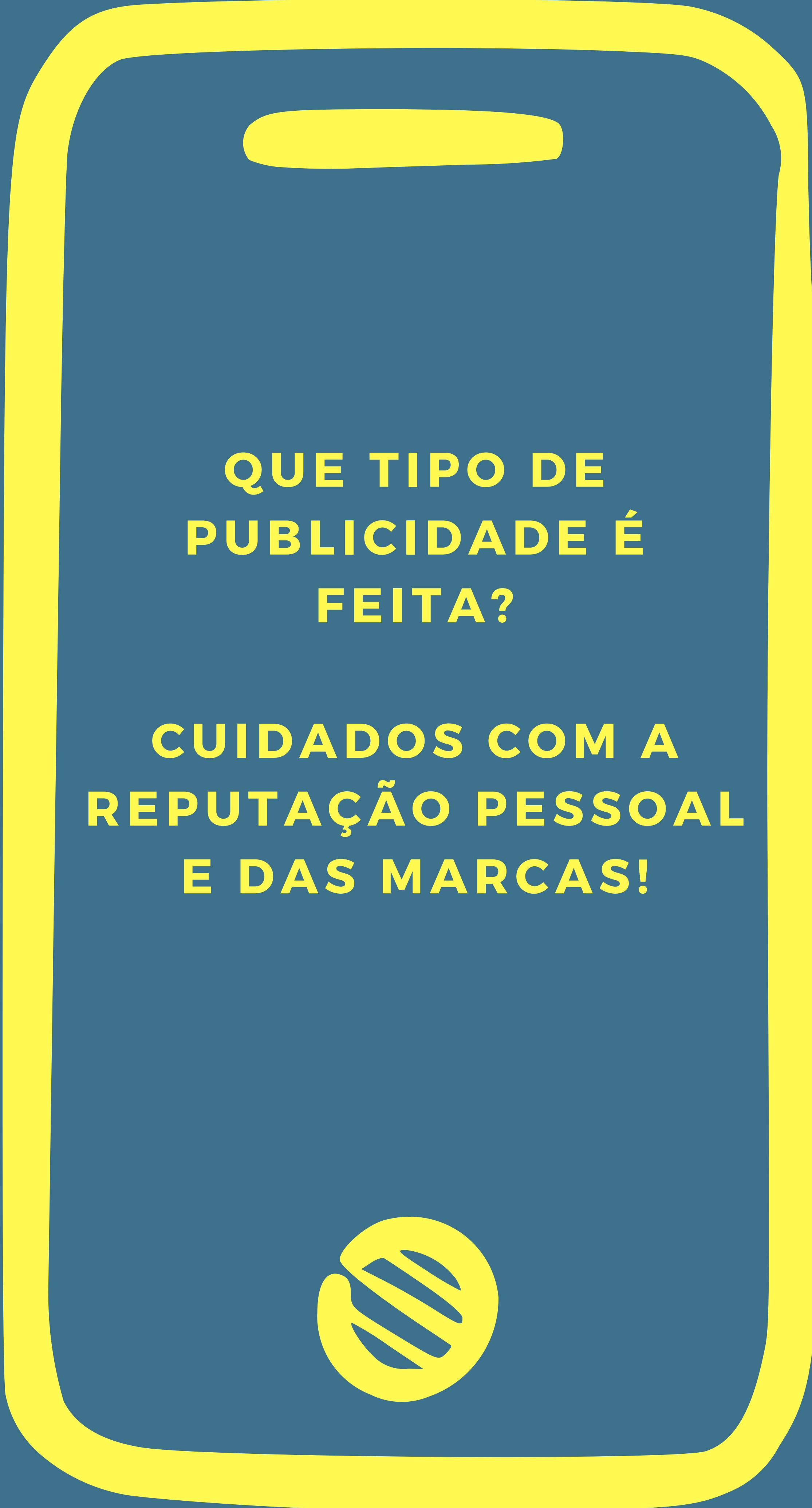


**A INFORMALIDADE
PODE GERAR
VÍNCULOS DE
EMPREGO COM
PESSOAS
CONTRATADAS:
FOTÓGRAFOS,
VIDEOMAKERS,
ETC.**



**QUANDO OS
MENORES SÃO
INFLUENCERS:
EXISTEM REGRAS QUE
PRECISAM SER
OBSERVADAS, AINDA
QUE OS PAIS
AUTORIZEM**

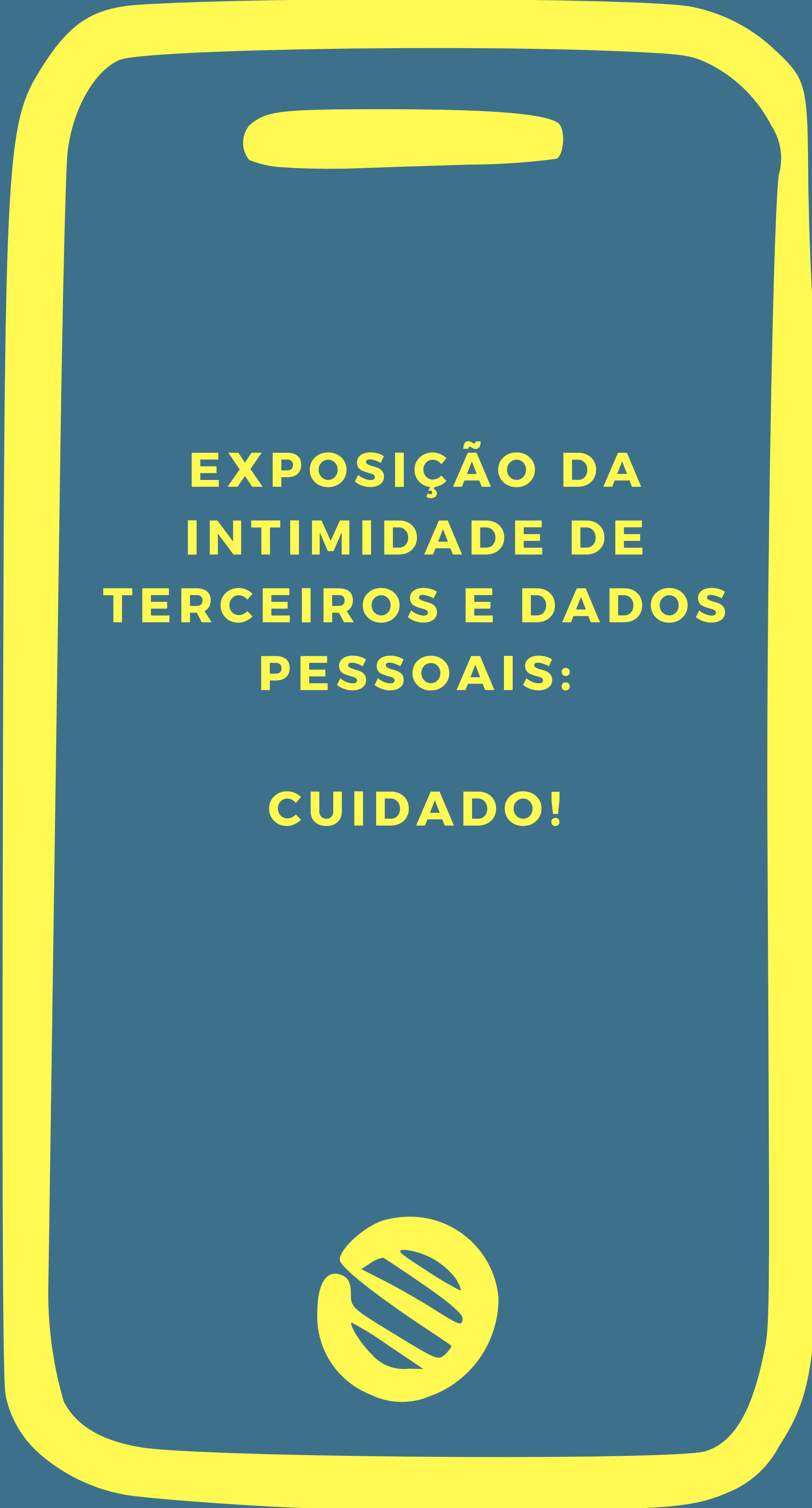




**QUE TIPO DE
PUBLICIDADE É
FEITA?**

**CUIDADOS COM A
REPUTAÇÃO PESSOAL
E DAS MARCAS!**

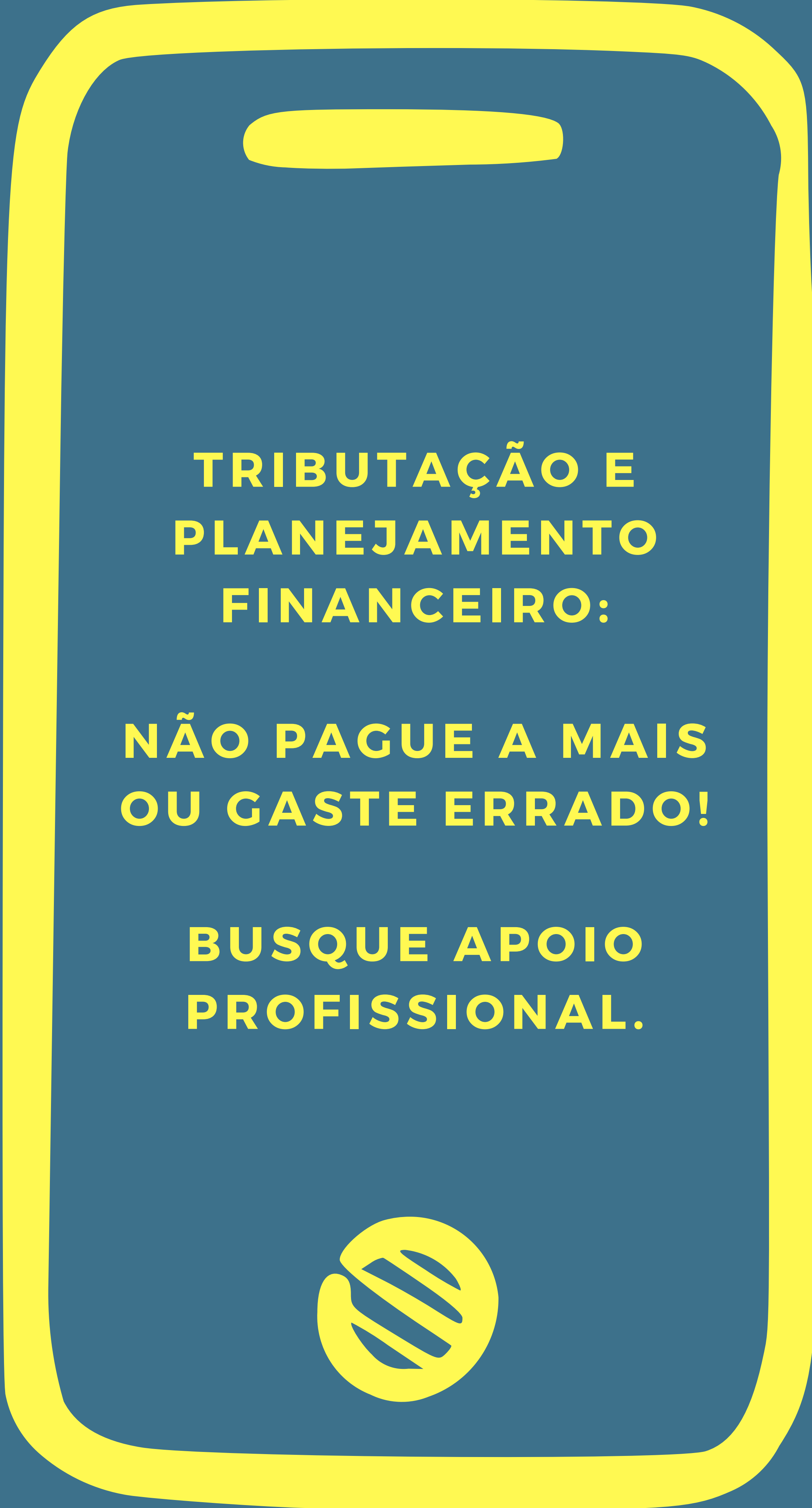




**EXPOSIÇÃO DA
INTIMIDADE DE
TERCEIROS E DADOS
PESSOAIS:**

CUIDADO!





**TRIBUTAÇÃO E
PLANEJAMENTO
FINANCEIRO:**

**NÃO PAGUE A MAIS
OU GASTE ERRADO!**

**BUSQUE APOIO
PROFISSIONAL.**



Yoloha

DESENVOLVIDO E EDITADO POR:

@RAFAHUI

@ANDREARRUE