

AGÊNCIA COLUCCI

O que é o
CLUBHOUSE

AC

AGÊNCIA COLUCCI

INTRODUÇÃO

Impulsionado por artistas e celebridades, fevereiro de 2021 ficou marcado pelo surgimento de uma nova rede social que permite conectar inúmeras pessoas em um grupo de bate-papo por voz. Com a popularidade crescendo cada vez mais, a rede foi capaz de atrair 2 milhões de usuários logo na primeira semana. Seu uso foi barrado na China.

Os famosos atraíram todo tipo de gente até a plataforma. Nomes como o do empresário Elon Musk, da cantora Anitta e da apresentadora Oprah já marcaram território por lá. Mas afinal, o que há de tão especial nesse aplicativo?

O que é o Clubhouse?

Desenvolvido pela Alpha Exploration Co., Clubhouse é uma plataforma **apenas de áudio** criada inteiramente por dois ex-funcionários de grandes marcas, Google e Pinterest, sendo estes respectivamente Rohan Seth e Paul Davison.

Com a ajuda de outros desenvolvedores, pessoas de áreas diversas interessadas nesse cantinho de bate-papo e gigantes do mercado de Bitcoin, o aplicativo tem como principal proposta reunir o máximo de pessoas que, por vez, podem conversar sobre quaisquer temas. Seu formato parece um daqueles programas de rádio onde todos conversam ao vivo, assim como também se assemelha um pouco ao famoso podcast.

Não há pressão alguma na hora de participar. Apenas encontre um nicho que seja do seu interesse e esteja lá para falar, escutar e ser escutado. O tópico fica a critério do anfitrião, isto é, do dono da sala, a pessoa que organiza e envia convites.

Há opções para sala fechada, tendo só quem o anfitrião permitir, assim como há outras opções também mais organizadas, com pessoas convidadas apresentando-se para uma multidão de pessoas.

O que estiver em alta, seja sobre arte, marketing, viagem, arte, cinema ou internet, pode ter certeza que já existirá uma sala esperando por você. Nos Estados Unidos, por exemplo, o aplicativo comportou uma sala para aproximadamente 10 mil pessoas ouvirem membros do elenco do Rei Leão protagonizarem a peça musical.

Essa troca criativa de conhecimento mostra a importância de uma rede social como essa para manter o contato crescente com cultura e entretenimento, alvos mais usados como válvula de escape nesta pandemia.

Como é o seu funcionamento?

A plataforma foi inicialmente lançada focando apenas em dispositivos iOS, da Apple. Ele é adquirido através da App Store. Além disso, sua limitação concede que apenas usuários já existentes possam permitir a chegada de convidados, enviando-lhes um link para cadastro. Isso é feito pois toda a agenda de contato salva no smartphone do usuário já existente é fornecida ao aplicativo, claro, respeitando a privacidade de tal.

Qualquer pessoa pode criar uma sala, podendo esta ser aberta, social ou fechada. Também há os clubes.

- Sala aberta: Qualquer outro usuário pode participar da conferência;
- Sala social: Apenas as pessoas que o anfitrião segue podem participar;
- Sala fechada: Somente convidados podem participar;
- Clubes: São feitos para ter membros e estes organizam conferências recorrentes sobre determinado assunto.

É possível seguir pessoas e clubes para ficar atento ao conteúdo que está sendo produzido a qualquer momento. Há um ícone de calendário justamente para o usuário ficar a par de tudo que está acontecendo. Todo o foco é direcionado em áudios, o que faz com que a plataforma tenha um visual limpo, direto e mais humanizado.

Como qualquer outra rede social, o Clubhouse tem acesso aos dados que você coloca na plataforma ao criar uma conta. A empresa explica que pode coletar informações pessoais lá inseridas, assim como mensagens enviadas, tudo para saber como o indivíduo reagiu ao serviço e também para trabalhar melhoras em cima desse detalhe.

Plataforma acessível ou ilimitada?

Até então, o aplicativo só estava disponível na App Store, ou seja, para usuários de iPhone (iOS) ou iPad (iPadOS). Mais de um ano após o lançamento, os testes para a versão em Android finalmente começaram, e uma versão beta para o sistema operacional do Google também.

Pouco se sabe sobre a previsão de lançamento de ambas as versões, mas algo é certo: a Alpha Exploration Co. tem a missão de alcançar um número maior de usuários, uma vez que outras plataformas já aderiram aos recursos de áudio em tempo recorde antes mesmo do Clubhouse passar a ser desenvolvido para dispositivos Android.

Nos tempos de hoje, tem sido difícil prender a atenção de mais e mais pessoas no meio digital. O aplicativo de vídeo Vine, por exemplo, foi comprado pelo Twitter e poucos são os que ainda se lembram dele.

Concorrência inesperada

O tempo de um ano foi suficiente para outros serviços também embarcarem no uso de salas de áudio. Estamos falando do Facebook, que ainda não foi divulgado; Instagram, com o recurso 'Salas Ao Vivo'; Twitter, como O 'Spaces'; Discord, Telegram e LinkedIn. Não ficando para trás, o Spotify também anunciou que pretende oferecer essa ideia aos seus usuários, comprando um aplicativo de salas de bate-papo com os mesmos recursos, só que ainda mais refinado. A companhia investiu fortemente em podcasts de 2020 para 2021, e é claro que ela não perderia a oportunidade de também se juntar para o modo ao vivo. Segundo fontes, acordos envolvendo esportes e programação cultural, além de música em si, foram feitos para aprimorar ainda mais o Spotify. O destino do Clubhouse ainda é incerto após tantos gigantes autônomos no mercado fazendo uso de sua função principal.

O que o diferencia de outros aplicativos?

Dois fatores importantes impulsionaram o crescimento latente do aplicativo de um ano para cá: o momento onde todos devem estar reclusos em suas casas, e o famoso hacking de crescimento, ou melhor chamado, **Growth Hacking**. A definição para esse método consiste em diversas estratégias e realização de experimentos para verificar validades, falhas e possíveis brechas onde falta algo. Todo esse **marketing orientado a experimentos**, expressão usada por Sean Ellis, criador do conceito, foi implantado por donos de startups que atraíram usuários e conseguiram downloads logo no começo do Clubhouse.

Tratando-se desse método, podemos resumi-lo em partes fundamentais:

- **Objetivo:** definir com clareza qual é o objetivo do growth hacking. Parece bobo, mas definir objetivos auxilia na hora de tomar os próximos passos;
- **Hipótese:** usar o **know-how** para elaborar possíveis próximos passos. Know-how nada mais é do que um conjunto de técnicas e práticas em um determinado assunto ou atividade;
- **Experimentos:** ao realizar testes, o desenvolvedor analisa quais hipóteses mais valem a pena investir ou não;
- **Ferramentas:** automação e analytics são importantes no que se refere ao uso de dados, análises e raciocínio para uma tomada de decisão.

Com incontáveis colaboradores e milionários por trás dessa grande ideia, alguns dos sócios da empresa também atraíram artistas, criadores de conteúdo e muitos nomes do entretenimento cultural, chegando a cogitar a possibilidade de pagar criadores apenas para que disseminem o conteúdo que os mesmos produzem, igual ocorre no TikTok e no SnapChat.

Segundo a Forbes, a empresa foi avaliada em US\$ 100 milhões logo nos primeiros meses de uso. É sabido que exatamente 5 mil usuários beta da plataforma puderam acompanhar o crescimento do Clubhouse, claro, tendo usuários com mais potencial relatando passo a passo da experiência que estavam tendo.

Contudo, diferente de todas as outras redes sociais, o Clubhouse não possui uma linha do tempo, da mesma forma que nada é armazenado. Parece estranho, mas dá a sensação de que você precisa urgentemente participar de alguma conferência, caso contrário, perderá. Esse diferencial baseia-se na ideia de FOMO, isto é, Fear of missing out, traduzindo para o português: medo de estar perdendo algo. Escolher alguma sala é realmente um desafio. O que é falado ali só pode ser divulgado com permissão.

Como posso usá-lo a favor do meu produto?

O estilo mais humanizado que a plataforma oferece gera um senso de proximidade muito grande que, querendo ou não, causa um impacto em todos os ouvintes. O aplicativo em si não contém a opção de mudar o perfil para o de uma marca, como no Instagram, por exemplo, mas isso não impede que um influencer de elite ou um representante divulgue seu serviço. Puxe assunto, convide outros grandes nomes para debates sadios e conscientes, onde todos os tipos de nichos podem se sentir representados ali.

Especialistas em Marketing Digital apontam que o Clubhouse pode ser uma boa ideia para projetos iniciais, chamados de **awareness**, isto é, a consciência do público em relação à marca. É a maneira como os consumidores reconhecem e se lembram de determinada empresa. Assim, acaba sendo necessário que a empresa seja identificada pelo maior número de pessoas possível, mas também que ocorra uma admiração por tudo que ela representa, e principalmente, pela sua funcionalidade. Como exemplo disso, podemos falar de Bombril, que é uma marca de lã de aço; Cotonete, que nada mais é do que haste flexível; o próprio Miojo, que na verdade é macarrão instantâneo. Viu só? Todas essas marcas existem e estão no mercado há tempos. E o Clubhouse parece perfeito para iniciar um bate-papo sobre algo que vem sendo planejado. A necessidade de interação mundial vem acompanhada com o consumismo crescente.

Para seu uso, seguem algumas dicas de como preparar-se para começar a usar o Clubhouse como plataforma de divulgação:

- Antes de mais nada, mantenha valorizada a ideia de conexões reais de pessoa para pessoa, afinal, esse é o intuito do aplicativo;
- Certifique-se que seu influenciador saiba sustentar uma conversa longa a respeito da marca. Seus ouvintes precisam ser cativados;
- Crie hipóteses por cima do que provavelmente atrairia o público ao seu debate, claro, respeitando as normas do aplicativo.

Conclusão

Agora a Alpha Exploration Co. possui um desafio pela frente: superar as expectativas esperadas e também alcançar um número máximo de usuários através do Android. Será que ela ficará para trás ou poderá superar toda a concorrência dos gigantes?

Em uma época onde muitos se sentem isolados, reunir-se com outras pessoas pode ser uma maneira divertida de passar o tempo.

Obrigado!
Agência Colucci

Precisa de ajuda para implementar sua estratégia de Marketing Digital?

Nós da Agência Colucci temos como principal objetivo ajudar você a alcançar seus objetivos no mundo do marketing digital, precisando mudar o rosto de sua empresa ou mesmo ampliar sua presença online?

Entre em contato com nossa equipe:
contato@agenciacolucci.com.br

Ficou com dúvidas?

Acesse nosso site www.agenciacolucci.com.br para mais informações.