

sublets

<p>Como as principais marcas de apostas estão usando o Twitter no Bra sil?</p><p>No mundos das redes sociais, twittar é uma forma 💻 popula r de se conectar e se engajar com as marcas. Isso é especialmente verdade p ara as marcas de apostas no 💻 Brasil. Acompanhem as principais marcas de apostas nacionais no Twitter para ver como elas estão se conectando com seus fãs 💻 e clientes. Para esse estudo, utilizamos as palavras-c have: "bet nacional" e "twitter".</p><p>Curiosamente, palavras associadas à antecipação, confian ça e alegria foram 💻 amplamente utilizadas em tweets de muitas das principais marcas de apostas. É interessante ressaltar que as palavras uti lizadas em twitts 💻 do</p><p>William Hill</p><p>tinham menor associação emocional se comparadas às outra s marcas de apostas, que aparentemente utilizam um linguajar mais emocional.</p><p></p><p>Métodos e 💻 Dados</p><p>Este estudo baseou-se em uma abordagem de amostragem com palavras-chave e foi conduzido coletando dados de tweets públicos do Twitter. 💻 Utilizamos uma abordagem sistemática para coletar tweets que incluçam as pa lavras-chave bet nacional , bem como mencionassem as principais marcas de € 187; apostas no mercado brasileiro. O período de coleta dos dados foi de s ete dias, totalizando 3.649 tweets.</p><p>Descobertas</p><p>As marcas de apostas 💻 parecem estar cada vez mais participati vas e se conectando ao seu público-alvo por meio do Twitter. Utilizam palav ras carregadas de 💻 emoções e tentam se envolver nos temas po pulares para {k0} audiência.</p><p>A</p><p>confiança</p><p>(emojis de mãos dados, parabéns) foi popular entre os tweets, 💻 demonstrando a forma como as marcas de apostas utilizam plataformas sociais para construir uma conexão mais pessoal com {k0} audiência.</p><p></p><p>A</p><p>alegria</p><p>(emojis 💻 de fogo de artifício, vidro cheio) também esteve presente em muitos tweets, vinculando momentos felizes, conquistas e parc erias.</p><p>A</p><p>antecipação</p><p>(emojis de contagem 💻 regressiva) pode ter ajudado a alavancar o engajamento, fazendo com que mais usuários buscassem as marcas de aposta