

ANATOMÍDIA

ABA Mídia Brasília- Abril de 2017
Audiência no Centro de Tudo



“ O universo se parece cada vez menos com uma máquina e cada vez mais a um sistema de pensamentos ”

James Jeans - 1930

“ Quanto mais **sinergia** houver nas diversas áreas da **agência maior a eficiência** ”
97%

Criação

Planejamento

Mídia

Atendimento

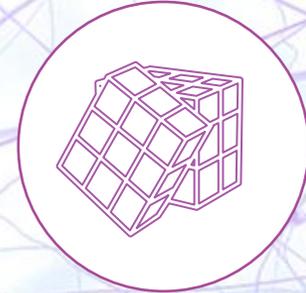
“ Estou pronto para
me **adaptar às**
mudanças do
nosso mercado
e modelos de
negócio ”
87%



Efeito
“SIG”



Concorrência
indireta



Novos modelos de
negócio



Cenário
econômico



“Tecnoestrutura”



Equação
qualidade



Atendimento



Planejamento & Criação

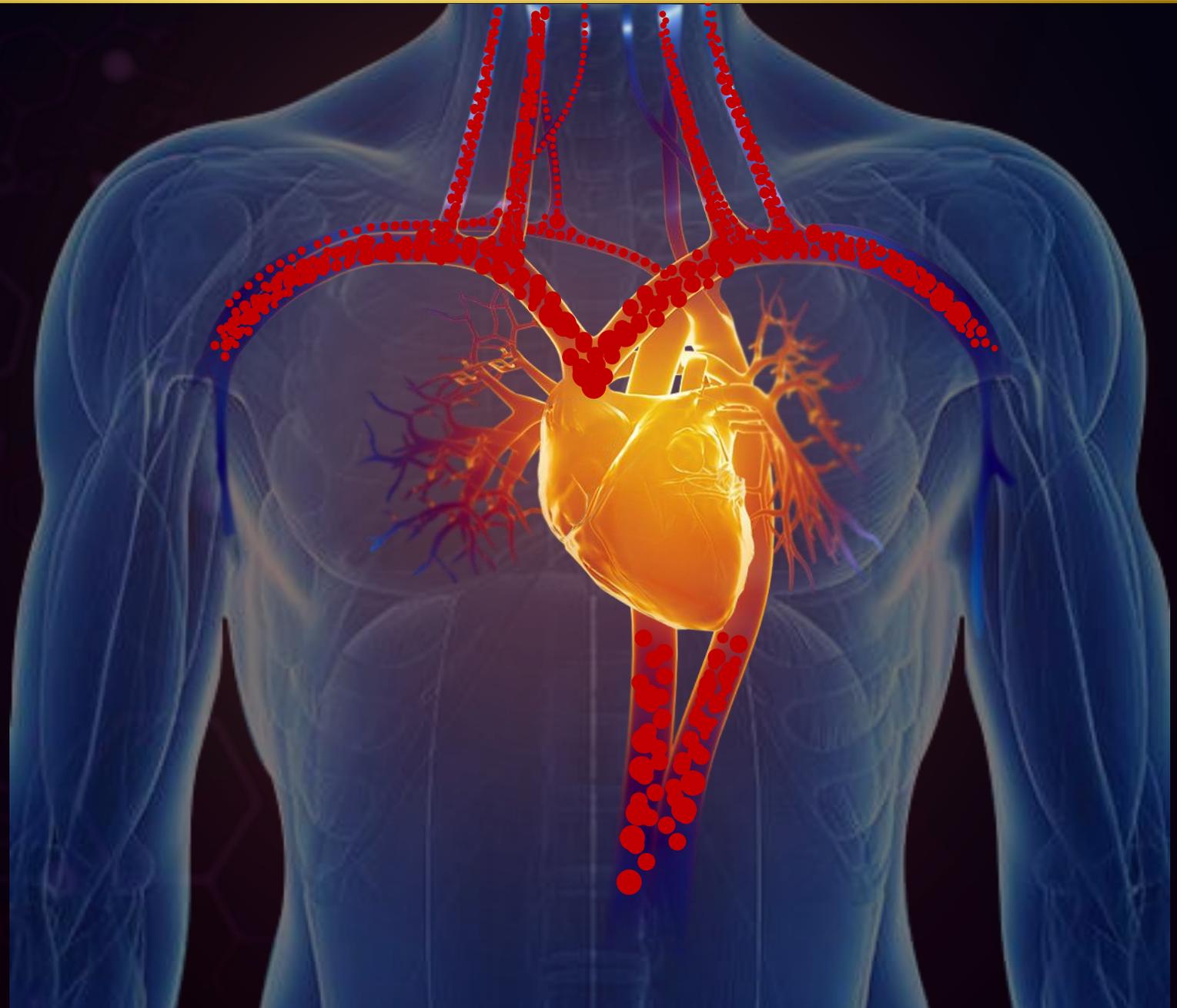


Mídia

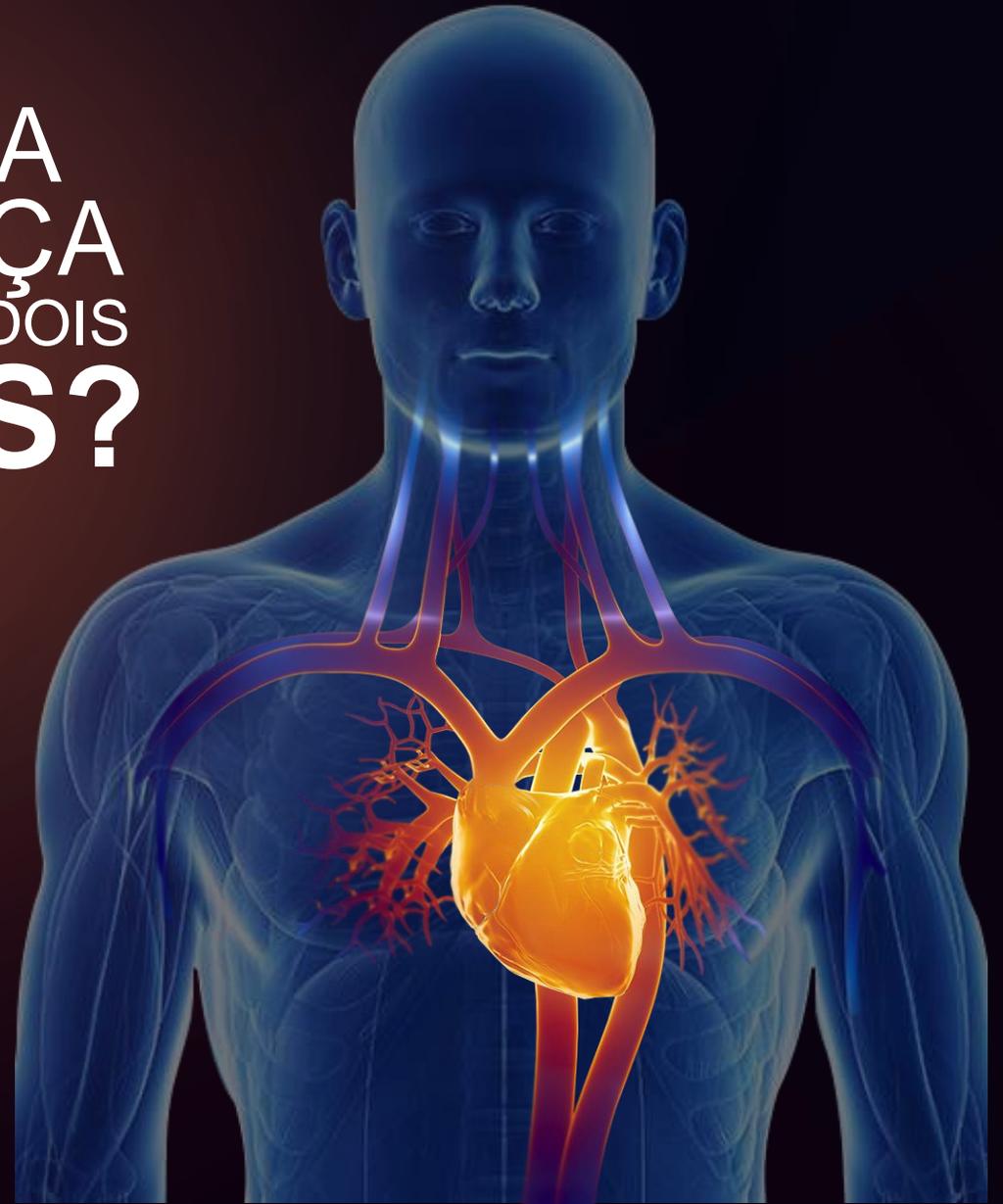
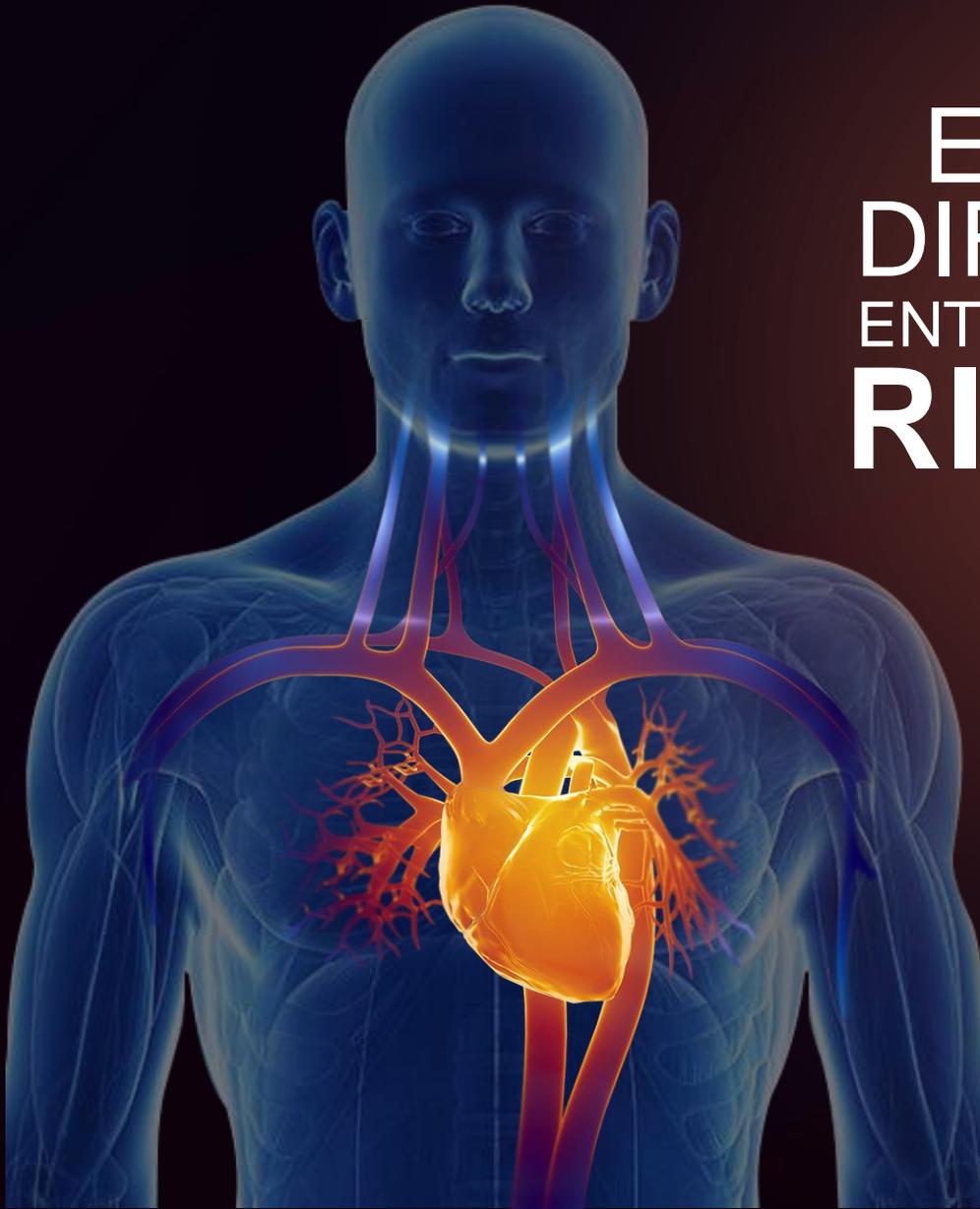
“ Enxergo a Mídia
como o coração de
uma campanha 86% ”

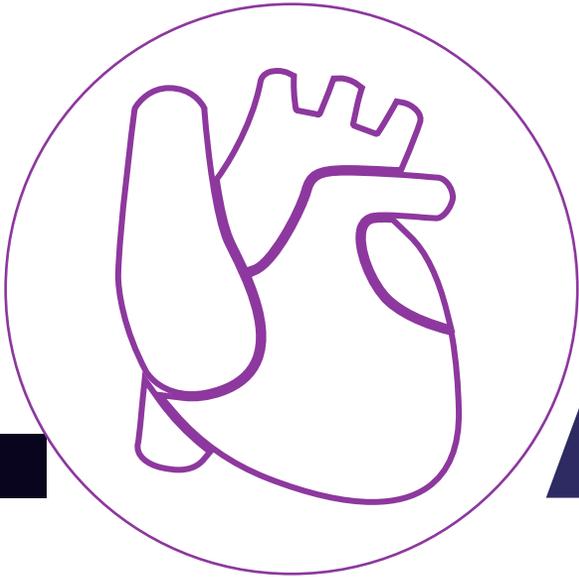


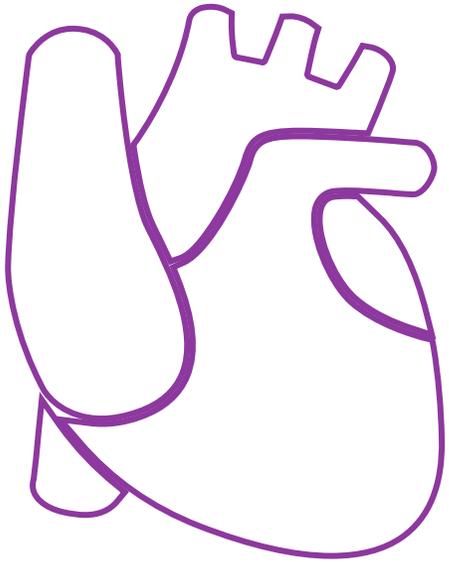
CONTEÚDO



E QUAL A
DIFERENÇA
ENTRE ESTES DOIS
RITMOS?



EN.  AGE



=

TEMPO
T

X

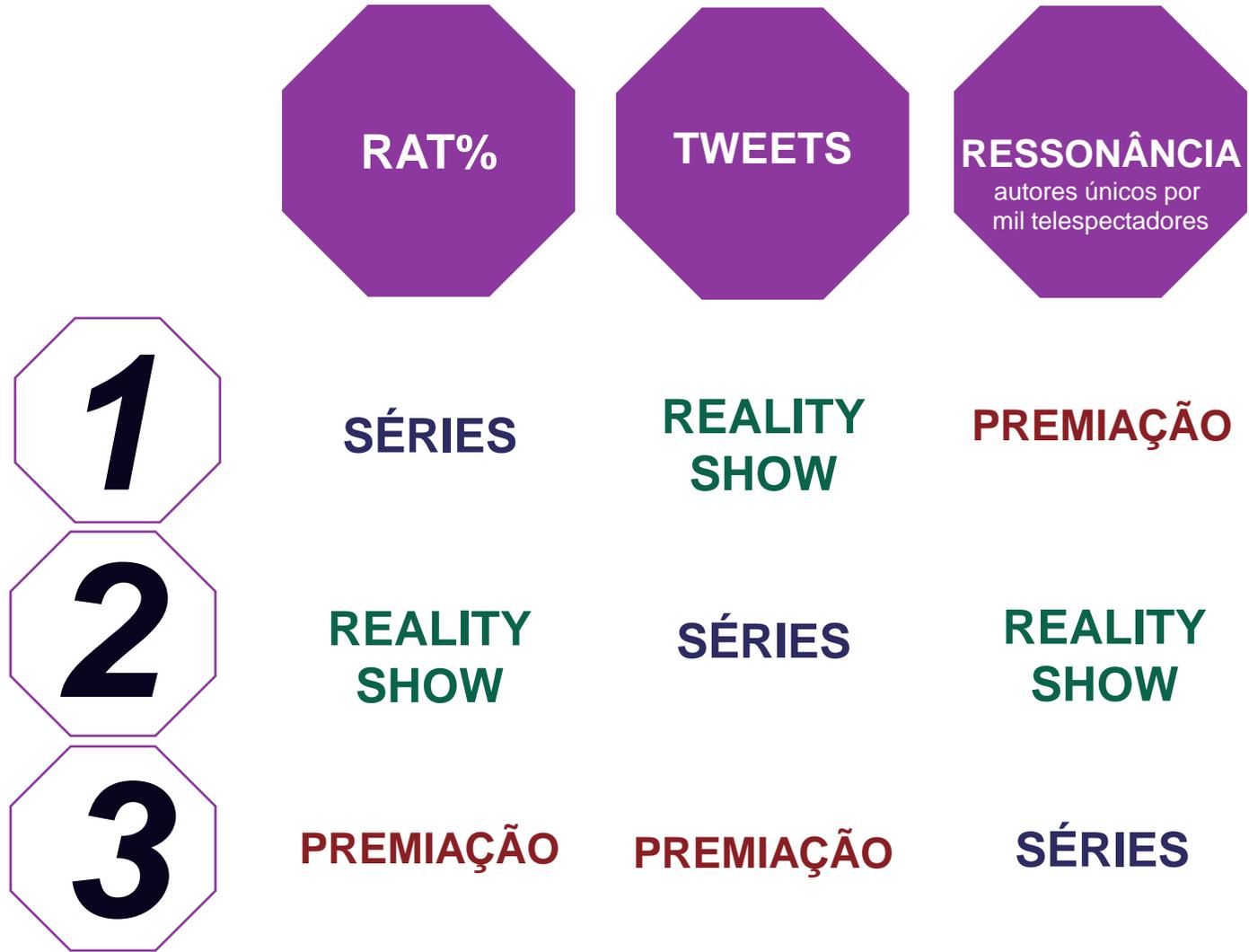
C
CONSOME
CURTE
COMENTA
COMPARTILHA
CONVENCE

Quanto mais telas, maior a exposição e a probabilidade de engajar

Tempo médio de consumo de mídias

	TOTAL	2 TELAS	3 TELAS	4 TELAS
	100%	32%	40%	8%
	100%	30%	24%	16%
	100%	25%	24%	14%
	100%	27%	24%	15%
	100%	39%	8%	1%
	8h11min	7h54min	8h44min	9h46min

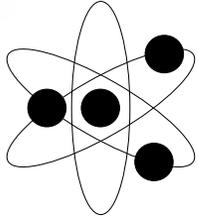
ENGAJAMENTO é complexo e multidimensional



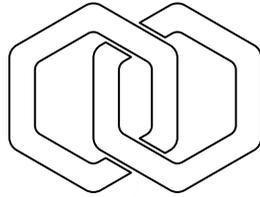


“Mídia programática já é uma **realidade** no meu dia-a-dia e me sinto completamente preparado para utilizá-la” 53%

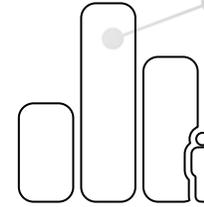
‘Vujja de’



MEDIÇÃO HÍBRIDA



FUSÃO



BIG DATA

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

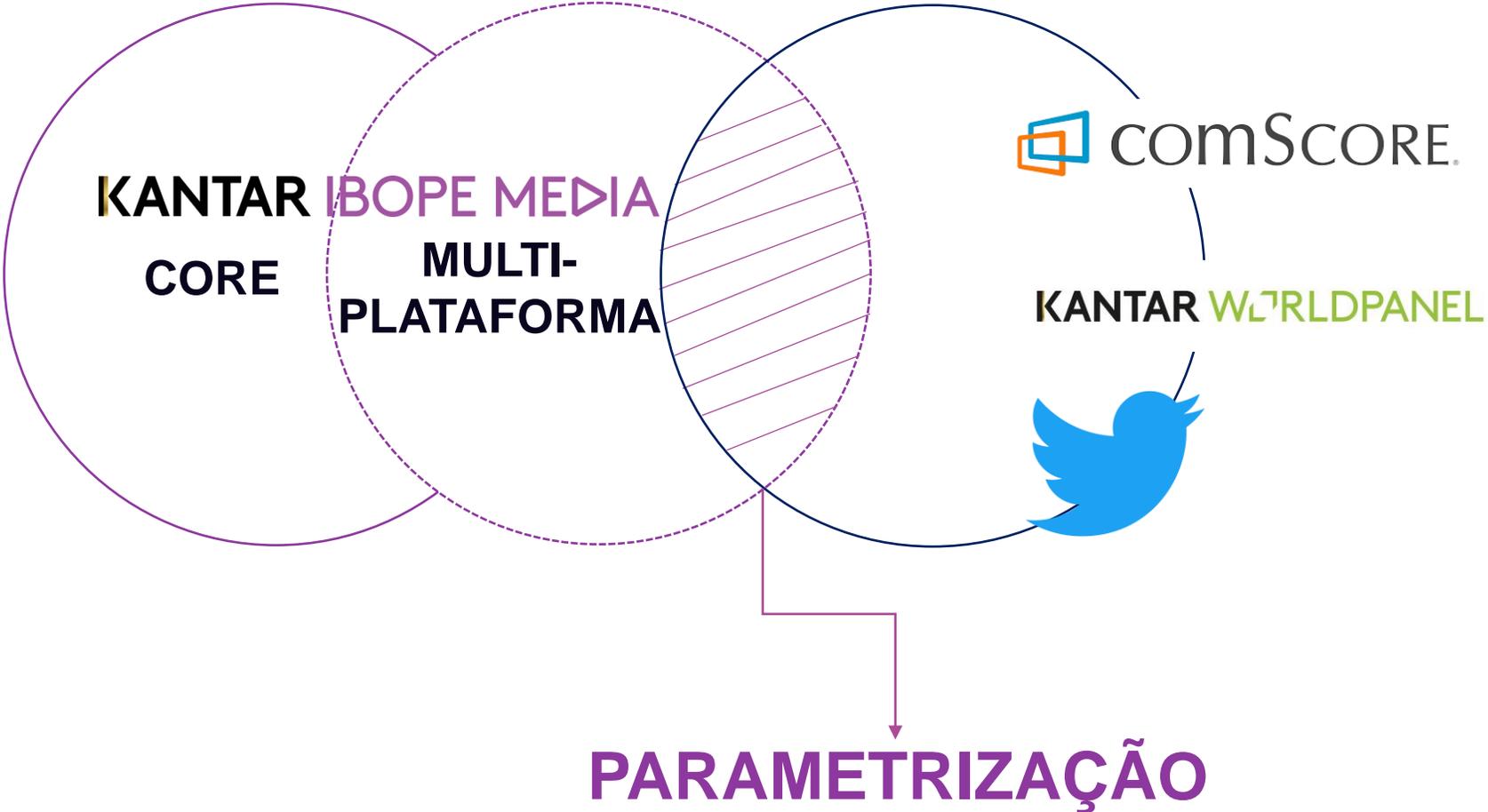
00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100

00110
010100
11100



“O MERCADO ESTÁ **PREPARADO PARA**
ABSORVER AS **NOVAS** METODOLOGIAS” **47%**



Excelência

Experiência

Liderança

Aumento constante nos indicadores de qualidade
ABAP Redes

“

**Confio mais em informações de Institutos de Pesquisa
que são monitorados por auditorias externas 78%**

”

“ Independentemente das ferramentas disponíveis, a **experiência e know-how** do profissional de Mídia são fundamentais para o sucesso de um planejamento ”

“Gostaria de ter mais
TEMPO disponível”
91%

OBRIGADO!

arthur.neto@kantaribopemedia.com



Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media é a divisão latino-americana da Kantar Media, líder global em inteligência de mídia. A empresa oferece as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão.

Parte do grupo Kantar - braço do Grupo WPP responsável pela gestão de informação - a Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

Acesse www.kantaribopemedia.com para mais informações.

Sobre a Kantar Media

A Kantar Media é líder global em inteligência de mídia, fornecendo aos clientes dados que precisam para tomar decisões informadas sobre todos os aspectos da medição, monitoramento e planejamento de mídia. Parte da Kantar, braço da WPP de gestão de investimentos de dados, a Kantar Media fornece informações abrangentes e precisas sobre o consumo, desempenho e investimento em mídia.

Para mais informações, visite o site www.kantarmedia.com

Discussão com Moderadores

