

# AUDITORIA DE MÍDIA OUT OF HOME



# Conteúdo

## **SOBRE O IVC**

Resumo

Produtos

## **AUDITORIA DE OOH**

O Projeto

Auditoria de Inventário

Auditoria de Campanha



# Sobre o IVC - Resumo



## IVC Brasil faz parte do IFABC (Composto por 38 países), inclusive do board

- ✓ Formação tripartite (anunciantes, agências e veículos);
- ✓ Incentivar a participação ativa de todos os membros - tripartites;
- ✓ Operar sem fins lucrativos;
- ✓ Ter Estatutos de Normas Técnicas;
- ✓ Possuir termos e definições padronizadas para relatórios;
- ✓ Realizar auditoria independente, gerando dados regularmente.



## Credibilidade (+ 50 anos)

- ✓ 55 anos auditando jornais e revistas, e nos últimos anos novas categorias (Eventos, OOH, etc);
- ✓ Métodos de aferição padronizados e normatizados;
- ✓ Participação ativa de agências, anunciantes e veículos (Conselho, comitês, etc);
- ✓ + 400 associados;
- ✓ + 230 agências associadas;
- ✓ Maior segurança para o investimento.

# Produtos

## Auditoria

### - Impresso

- Jornais e Revistas
- Controladas e Gratuitas

### - Digital

- Web Sites (Web Analytics)
- Campanhas (Ad Server)
- Apps e Streaming (em teste)
- Ad Block

### - Eventos

### - OOH

- Inventário
- Campanha

## Informação

- iMediaPlanner
- iMediaMap
- iMediaReport
- Banco de Dados

## VEÍCULOS

PRECISAM AUDITAR  
SEUS NÚMEROS PARA AGÊNCIAS  
E ANUNCIANTES



## AGÊNCIAS

PRECISAM COMPROVAR SEUS  
PLANOS E INVESTIMENTOS  
EM MÍDIA



# MÍDIA OUT OF HOME AUDITORIA DE INVENTÁRIO



# O Projeto

- ✓ Breve histórico
  
- ✓ Objetivo
  
- ✓ Metodologia em linhas gerais
  - Auditoria de inventário
  - Auditoria de campanha

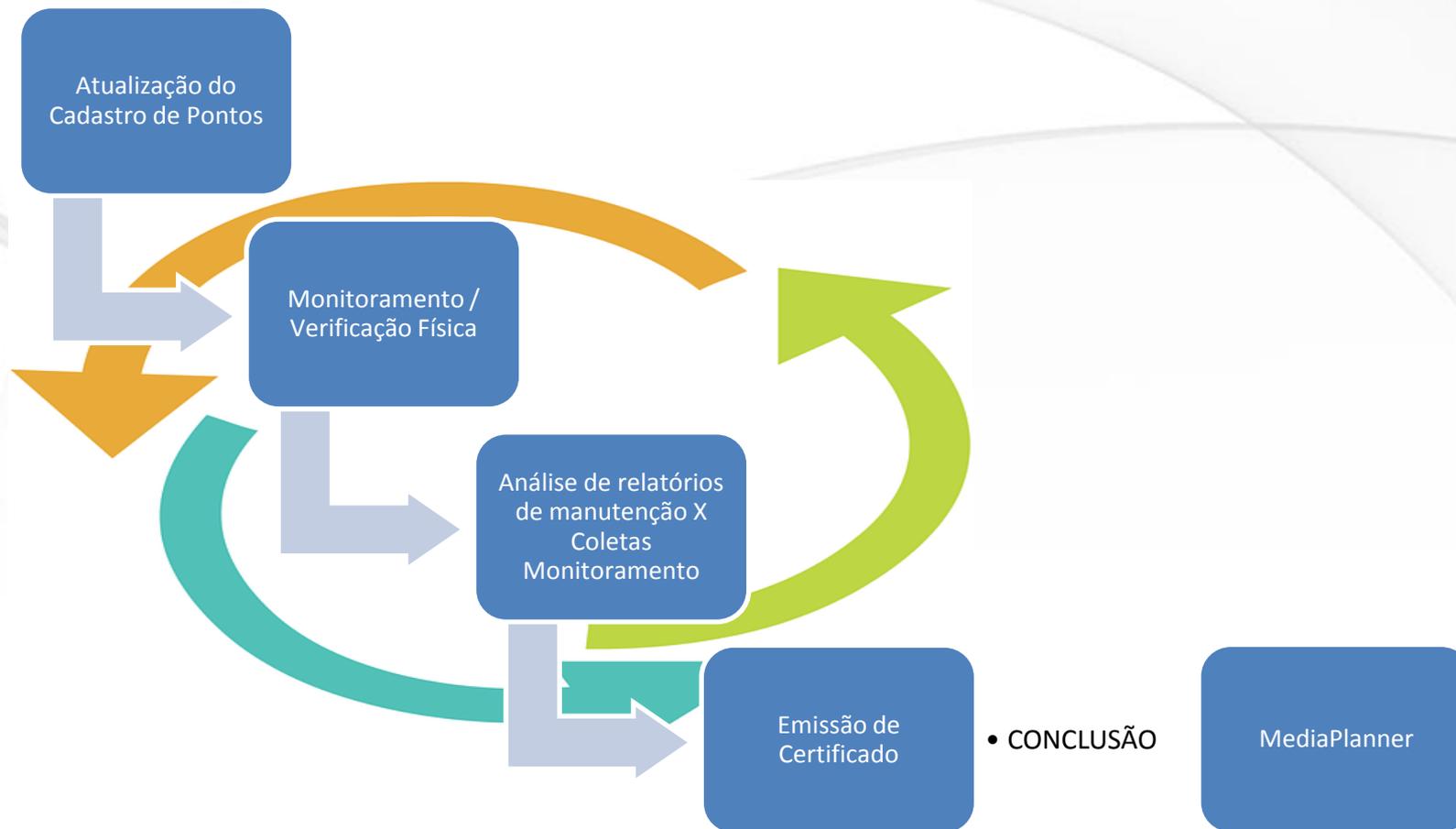
# Objetivo

**OBJETIVO:** auditoria dos diversos tipos de mídia OOH que assegura a existência dos pontos para a veiculação de publicidade.

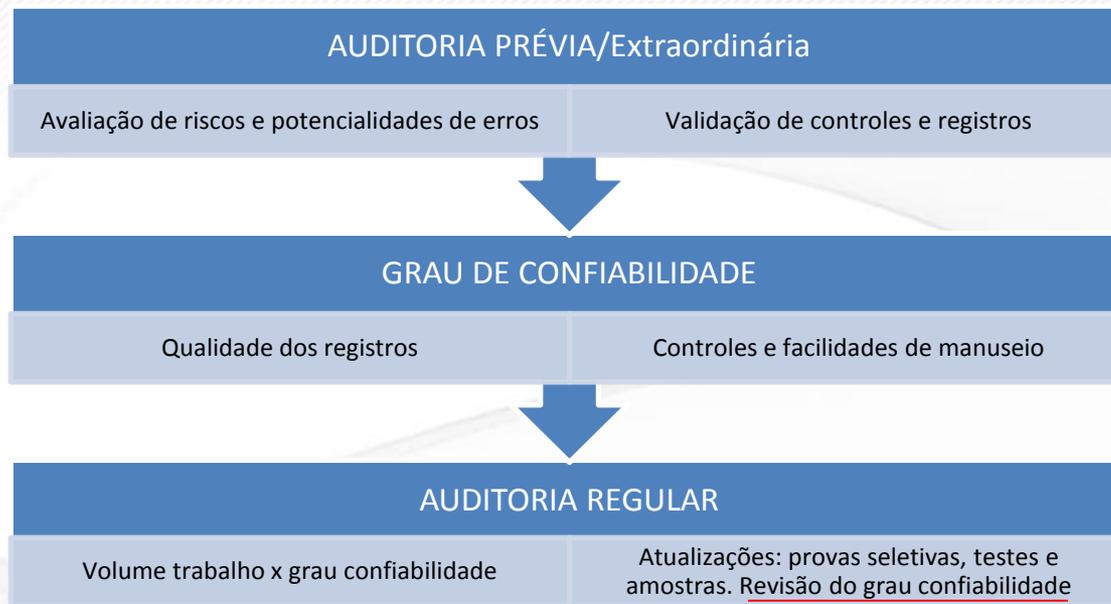
# Metodologia da Auditoria OOH (Auditorias Ordinárias - Como ficam)

Principais pontos da auditoria regular (Ordinária , mensal):

## INVENTÁRIO



# Metodologia da Auditoria OOH (Resumo da metodologia)



## AUDITORIA PRÉVIA/EXTRAORDINÁRIA

- Novo filiado;
- Inclusão de novas praças e/ou franqueados;
- Inclusão de novos setores de atuação;
- Alteração nos sistemas de controle e/ou operação;
- Divergências detectadas nos cruzamentos, sem justificativas (Impacto no grau de confiabilidade).

**CONSUMO DE HS + DESPESAS**

## AUDITORIA ORDINÁRIA

- Atualização de pontos já existentes;
- Inclusão de pontos em setores ou praças já auditadas.

**CONSUMO MÉDIO DE HS (PRÉ DEFINIDO)**

# Metodologia da Auditoria OOH (Resumo das auditorias)

## AUDITORIA PRÉVIA/EXTRAORDINÁRIA

### CADASTRO DE PONTOS

- Carga inicial feita a partir de arquivo disponibilizado pelo associado, no layout definido pelo IVC.

### CONTROLE DE ATIVOS

- Registros contábeis, NFs de aquisição, licitações, contratos de uso de espaço e despesas com pontos (locação de espaço, contas de consumo, etc).

### MANUTENÇÃO

- Contratos de prestação serviços e comprovação de despesas.

## INSPEÇÕES FÍSICAS

> Escala  
Inclusão/validação

< Escala  
Atualização/Manutenção

## AUDITORIA REGULAR

### CADASTRO DE PONTOS

- Atualização feita pelo Associado.

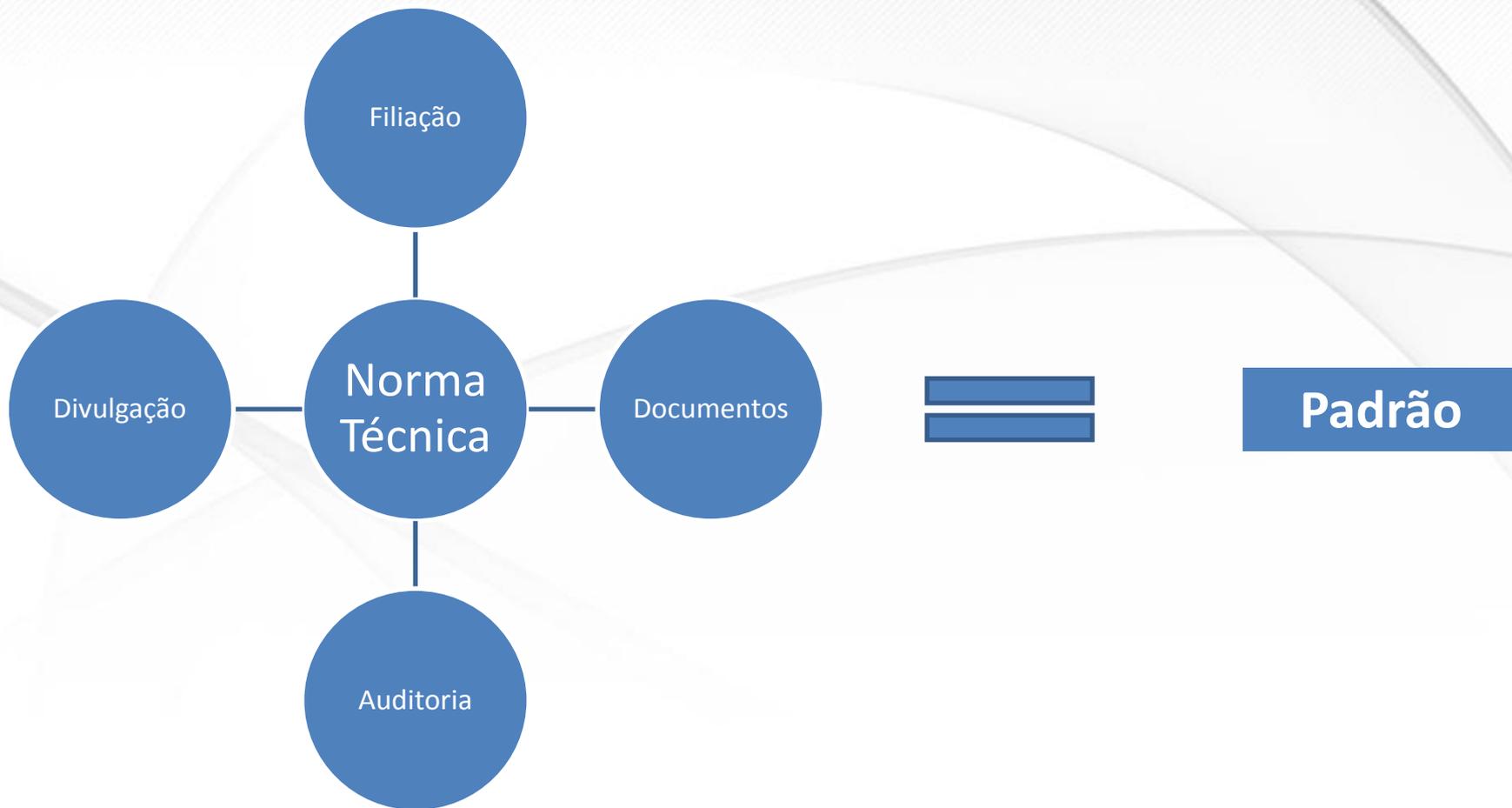
### CONTROLE DE ATIVOS

- Apenas referente a inclusões realizadas no período.

### MANUTENÇÃO

- OS's e relatórios de controle.

# Normas Técnicas



- **DADOS PARA DIVULGAÇÃO**
  - CERTIFICADO
  - MEDIA PLANNER
- **INSPEÇÕES FÍSICAS**
  - OOH GO

Agora o IVC audita out of home.  
Clique aqui e saiba mais.



[CONHEÇA O IVC](#)

**IVC** *new!*

[VALORES E ASSOCIE-SE](#)

Imagem ilustrativa

# Dados para Divulgação



## MEDIAPLANNER

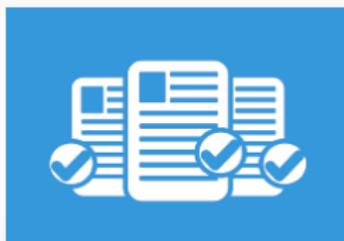
Simule as principais métricas da sua campanha agora.

JORNAIS  
REVISTAS  
CONTROLADAS  
GRATUITOS  
WEB SITES  
OUT OF HOME

## TOTALVIEW

A maneira mais fácil de medir a audiência multi-plataforma.

TOTALVIEW



## CERTIFICADOS

Certificados de auditoria

AUDITORIA DE GRATUITOS  
AUDITORIA DE OUT OF HOME  
AUDITORIA WEB SITES



Imagem ilustrativa

# Dados para Divulgação

## CERTIFICADOS

### Certificados de Mídia Out of Home

Veículos:

▾ BUSCAR

Carrega+

Clear Channel

Elemídia

Eletromídia

Fluxo Mídia

Grupo Coruja

OS



São Paulo

Cerqueira César

Imagem ilustrativa

# Dados para Divulgação



## CERTIFICADO DE DISPONIBILIDADE DE MÍDIA OUT OF HOME

PERÍODO DE REFERÊNCIA

VEÍCULO

CATEGORIA  
OUT OF HOME

### 1 - POSICIONAMENTO DA INSTALAÇÃO IDENTIFICADA, POR REGIÃO

SETORES	DISTRIBUIÇÃO - PONTOS DE INSTALAÇÃO					FORMA DE EXIBIÇÃO	
	QUANTIDADE DE PONTOS POR REGIÃO					Digital	Estático
	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste		
Mobiliário Urbano	-	-	1.063	1.415	-	100	2.378
<b>Total Pontos</b>	-	-	<b>1.063</b>	<b>1.415</b>	-	<b>100</b>	<b>2.378</b>
<b>Total Telas / Faces</b>	-	-	<b>1.973</b>	<b>2.673</b>	-	<b>200</b>	<b>4.446</b>
<b>Total (Mês Anterior) - Pontos</b>	-	-	<b>1.058</b>	<b>1.415</b>	-	<b>100</b>	<b>2.373</b>
<b>Total (Mês Anterior) - Telas / Faces</b>	-	-	<b>1.961</b>	<b>2.673</b>	-	<b>200</b>	<b>4.434</b>

#### Método de Veiculação

- Exibição de publicidade através de mobiliário urbano.

#### Esclarecimentos Gerais

Foram considerados no certificado, os pontos que apresentaram ao menos 1 registro de atividade no mês. A quantidade de telas representa a capacidade de exibição.

- Mídia Digital Out of Home de acordo com definições internacionais, pode ser dividida em três segmentos:

1-Alto Impacto: Enormes monitores de LCD disponíveis em diferentes locais ao ar livre e que atinge pedestres e pessoas em trânsito.

2-Ponto de venda: Monitores instalados em pontos de venda como supermercados, lojas, restaurantes e Shopping Centers.

3-Audiência Cativa: Comunicação exibida em um local específico, com targets definidos, onde consumidor está disponível e inclui ônibus, metro, trem, elevador, aeroporto, maternidade, etc.

- No quadro 2- Análise das instalações verificadas, o termo "restrito" refere-se a pontos localizados em ambientes internos de estabelecimentos e o termo "aberto" faz referência a ambientes externos, sem a possibilidade de delimitação de espaço.

Imagem e números ilustrativos

# Dados para Divulgação



VEÍCULO:  PERÍODO DE REFERÊNCIA:  CATEGORIA: **OUT OF HOME**

## 2 - ANÁLISE DE INSTALAÇÕES VERIFICADAS

Ponto	Endereço	Qtde Telas / Faces	Detalhe Equipamento	Região	Bairro	Forma de Exibição	Características do Ambiente				Dias/Semana	Horário	%
							Aberto	Restrito	Audiência	Tipo			
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 02	2	ABRIGO	SUL	SÃO CONRADO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 03	2	ABRIGO	SUL	SÃO CONRADO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 04	2	ABRIGO	SUL	SÃO CONRADO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 05	2	ABRIGO	SUL	SÃO CONRADO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 06	2	ABRIGO	SUL	LAGOA	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 07	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 08	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 09	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 10	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 11	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 12	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 13	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 14	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 15	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 16	2	ABRIGO	CENTRO	CENTRO	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 17	2	ABRIGO	SUL	LEBLON	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%
MOBILIÁRIO URBANO	Rua X, 18	2	ABRIGO	SUL	LEBLON	ESTÁTICO	✓	-	AUDIÊNCIA CATIVA	VIA PÚBLICA	DOM. À SEG.	24 horas	0,10%

Imagem e números ilustrativos

# Dados para Divulgação



## MEDIAPLANNER

Simule as principais métricas da sua campanha agora.

JORNAIS

REVISTAS

CONTROLADAS

GRATUITOS

WEB SITES

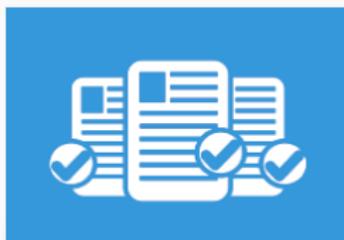
OUT OF HOME



## TOTALVIEW

A maneira mais fácil de medir a audiência multi-plataforma.

TOTALVIEW



## CERTIFICADOS

Certificados de auditoria

AUDITORIA DE GRATUITOS

AUDITORIA DE OUT OF HOME

AUDITORIA WEB SITES

Imagem ilustrativa

## Mídia Out Of Home

< 01/07/2017 ~ 31/07/2017 >

FILTRADO POR

Período

< July 2017 >

Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Total Geral

EXPORTAR

Setores Tipos de Ambiente Mídias

Setores	Quantidade de pontos	Telas/Faces
Aeroportos	6	216
Elevadores	3.203	12.513
Estabelecimentos Comerciais	999	5.184
Grandes Formatos	20	20
Mobiliário Urbano	5.104	9.609
Total	10.027	40.408

Imagem e números ilustrativos

## Dados Filtrados - Lista de Veículos

< 01/07/2017 ~ 31/07/2017 >

▼ FILTRADO POR

Setor ▼

- Selecione Todos
- Aeroportos
- Elevadores
- Estabelecimentos Comerciais
- Grandes Formatos
- Mobiliário Urbano
- Transportes
- Outros

Tipo de Ambiente ▼

- Selecione Todos
- Academias
- Aeroportos
- Agência de Publicidade
- Bares e Restaurantes

### Lista de Veículos

DETAHES

EXPORTAR



Mostrar 25 registros

Buscar:

<input type="checkbox"/> Todos	Veículos	Qtde. de Pontos	Qtde. de Telas/Faces
<input type="checkbox"/>	Carrega+	112	2.178
<input type="checkbox"/>	Clear Channel	2.508	4.700
<input type="checkbox"/>	Elemidia	3.593	14.049
<input type="checkbox"/>	Eletromídia *	446	12.136
<input type="checkbox"/>	Fluxo Mídia	9	110
<input type="checkbox"/>	Hello Mídia	233	1.042
<input type="checkbox"/>	Indoormídia	6	216
<input type="checkbox"/>	On+Bus	500	500
<input type="checkbox"/>	Otima - RJ Porto Maravilha *	84	164
<input type="checkbox"/>	Otima - SP	2.496	4.577
<input type="checkbox"/>	TV Minuto Brasília	40	736

\* possui pontos/locais agregados

Mostrando 1 até 11 de 11 registros

Anterior

1

Próximo

Imagem e números ilustrativos

## Dados Filtrados - Lista de Veículos

◀ 01/07/2017 ~ 31/07/2017 ▶

▼ FILTRADO POR

Setor ▼

- Selecione Todos
- Aeroportos
- Elevadores
- Estabelecimentos Comerciais
- Grandes Formatos
- Mobiliário Urbano
- Transportes
- Outros

Tipo de Ambiente ▼

- Selecione Todos
- Academias
- Aeroportos
- Agência de Publicidade
- Bares e Restaurantes

A lista de veículos foi modificada, clique "  DETALHES " novamente.

### Lista de Veículos

 DETALHES

EXPORTAR



Mostrar  registros

Buscar:

<input type="checkbox"/>	Veículos		Qtde. de Pontos 	Qtde. de Telas/Faces 
<input type="checkbox"/>	Carrega+		112	2.178
<input checked="" type="checkbox"/>	Clear Channel		2.508	4.700
<input type="checkbox"/>	Elemidia		3.593	14.049
<input type="checkbox"/>	Eletromídia *		446	12.136
<input type="checkbox"/>	Fluxo Mídia		9	110
<input type="checkbox"/>	Hello Mídia		233	1.042
<input type="checkbox"/>	Indoormídia		6	216
<input type="checkbox"/>	On+Bus		500	500
<input type="checkbox"/>	Otima - RJ Porto Maravilha *		84	164
<input type="checkbox"/>	Otima - SP		2.496	4.577
<input type="checkbox"/>	TV Minuto Brasília		40	736

\* possui pontos/locais agregados

Mostrando 1 até 11 de 11 registros

Anterior

1

Próximo

Imagem e números ilustrativos

# MEDIAPLANNER OOH

Mídia

- Selecione Todos
- Abrigo para ponto de ônibus
- Abrigo para ponto de ônibus/Scrolling
- Abrigo para ponto de táxis
- Adesivo de Esteira

Geolocalização

- Estado
- Cidade

Audiência

- Selecione Todos
- Alto Impacto
- Audiência Cativa
- Ponto de Venda

Digital

- Digital

Setores

Setores	Qtde. de Pontos	%	Qtde. de Telas/Faces	%
Aeroportos	6	100,00	216	100,00
Elevadores	3.203	100,00	12.513	100,00
Estabelecimentos Comerciais	999	100,00	5.184	100,00
Grandes Formatos	20	100,00	20	100,00
Mobiliário Urbano	5.104	100,00	9.609	100,00
Total	10.027	100,00	40.408	100,00

Total de 1 Veículo(s) Filtrado(s) e Selecionado(s)

EXPORTAR

Setores

Setores	Qtde. de Pontos	%	Qtde. de Telas/Faces	%
Mobiliário Urbano	2.508	49,14	4.700	48,91

Imagem e números ilustrativos

WWW.IVC.ORG.BR

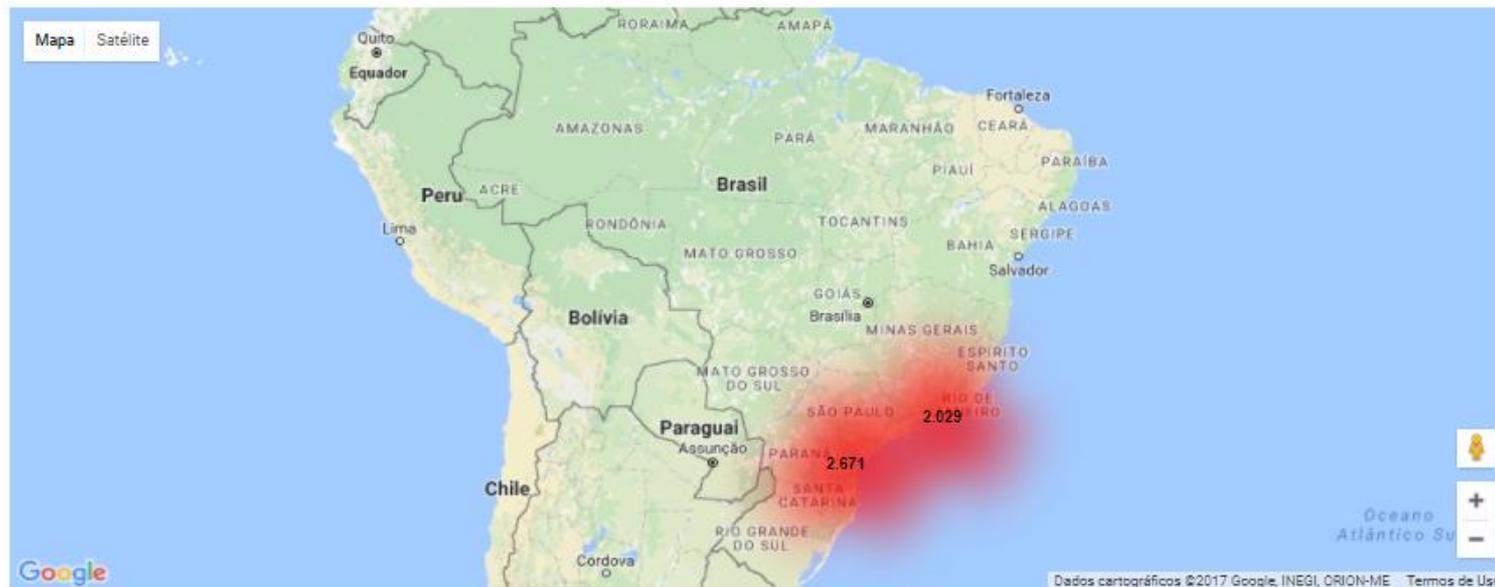
# MEDIAPLANNER OOH

## Mapa de Calor

Setores:

Tipos de Ambiente:

Mídias:



2015 © Todos direitos reservados [Política de Privacidade](#) | [Termos de Serviço](#)

Imagem e números ilustrativos

[WWW.IVC.ORG.BR](http://WWW.IVC.ORG.BR)

Instituto  
Verificador de  
Comunicação

# MEDIAPLANNER OOH

## Mapa de Calor

Setores:

Tipos de Ambiente:

Mídias:



2015 © Todos direitos reservados [Política de Privacidade](#) | [Termos de Serviço](#)

Imagem e números ilustrativos

[WWW.IVC.ORG.BR](http://WWW.IVC.ORG.BR)

Instituto  
Verificador de  
Comunicação **IVC**

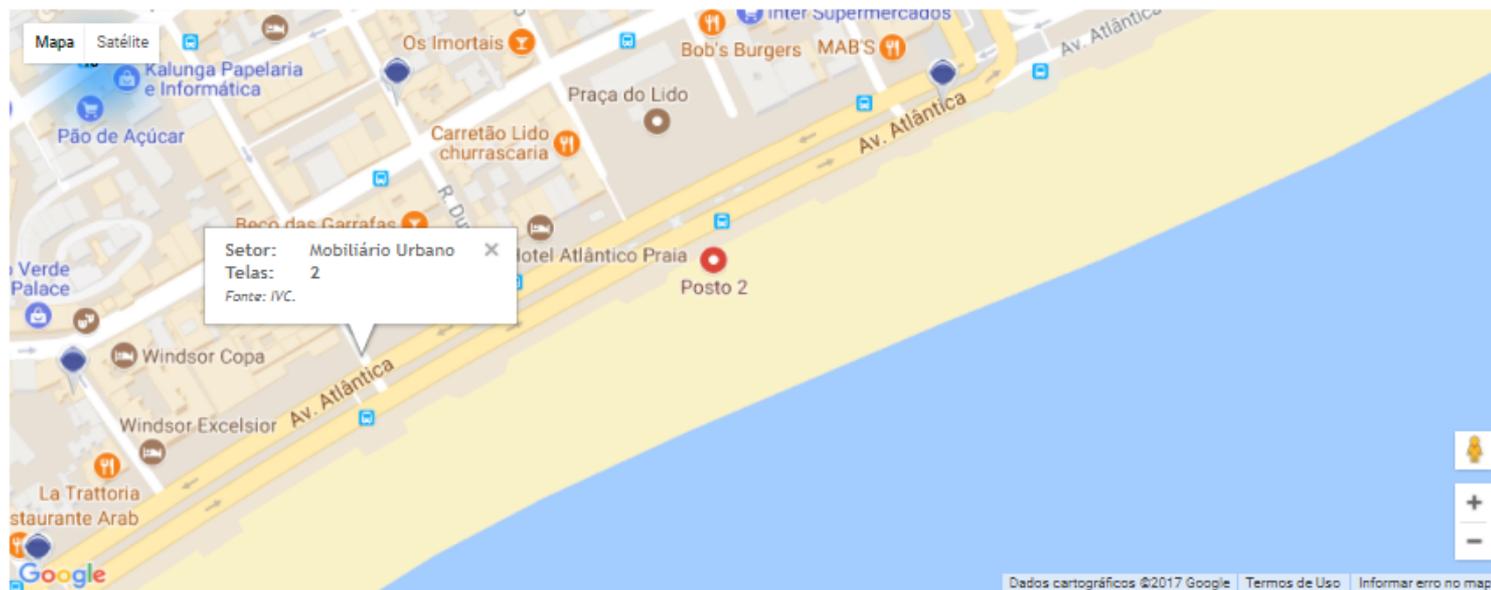
# MEDIAPLANNER OOH

## Mapa de Calor

Setores:

Tipos de Ambiente:

Mídias:



2015 © Todos direitos reservados [Política de Privacidade](#) | [Termos de Serviço](#)

Imagem e números ilustrativos

[WWW.IVC.ORG.BR](http://WWW.IVC.ORG.BR)

Instituto  
Verificador de  
Comunicação **IVC**

# MEDIAPLANNER OOH

## Mapa de Calor

Setores:

Tipos de Ambiente:

Mídias:



2015 © Todos direitos reservados [Política de Privacidade](#) | [Termos de Serviço](#)

Imagem ilustrativa

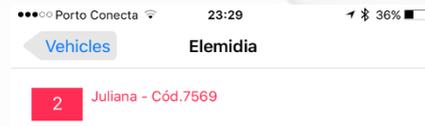
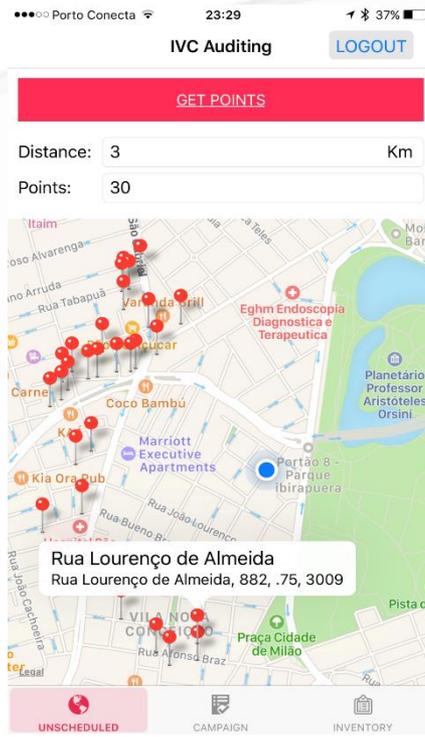
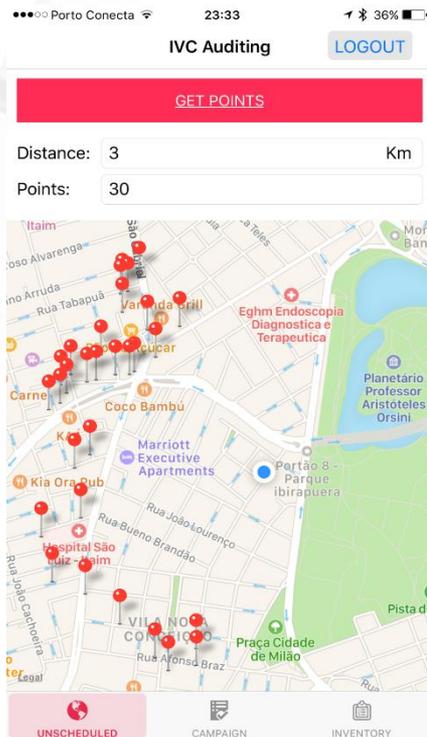
WWW.IVC.ORG

Instituto  
Verificador de  
Comunicação **IVC**



## IVC Auditoria

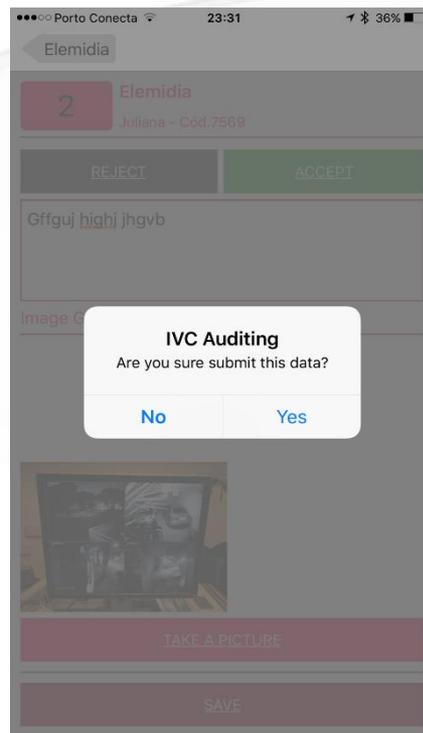
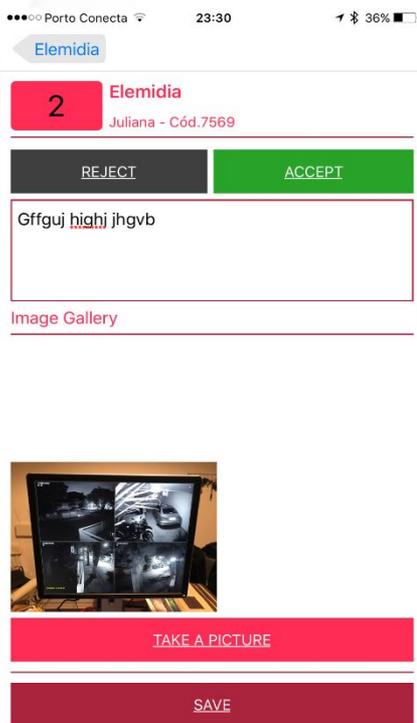
APPLE STORE e GOOGLE PLAY





## IVC Auditoria

Apple Store and Google Play



- Passou testes da Apple Store e Google Play
- Não acessa a Biblioteca de fotos (privacy)
- Reporta distancia do ponto
- Registra horário e sequência
- Rotas otimizadas

- ❖ Automatizado = ganhos de produtividade
- ❖ Permite terceiros cadastrados reportar ocorrências - Croudsourcing
- ❖ Geo-localização de fotos
- ❖ Log de evidências em caso de necessidade

# MÍDIA OUT OF HOME AUDITORIA DE CAMPANHA



# AUDITORIA DE CAMPANHA - OBJETIVO

**OBJETIVO:** auditoria da veiculação de publicidade, assegurando a exibição nos pontos contratados para uma determinada campanha. Eliminando o checking fotográfico mantendo a segurança do investimento publicitário e simplificando o controle do anunciante (SECOM).

# Metodologia da Auditoria OOH (Campanha - definições e premissas)

- Abordagem documental e inspeções físicas aleatórias.
- Não é “Auditoria de Instalação”: é assegurado que o ponto de OOH esteja ativo e operante durante todo o período de veiculação da campanha.

## **PREMISSAS:**

### **Empresa Auditada:**

- Ser filiado do IVC na categoria de OOH na praça onde será veiculada a campanha;
- Ter, no mínimo, um certificado aprovado e divulgado com o inventário ativo na praça em questão.

### **Contratante:**

- Empresa auditada;
- Anunciante, comprovadamente proprietário da marca, produto ou assunto alvo da campanha;
- Agência de Propaganda ou prestadores de serviço, desde que comprove que a contratação compõe o escopo do serviço prestado para o anunciante.



# Metodologia da Auditoria OOH (Campanha - definições e premissas)

## **PREMISSAS:**

### **Quanto à solicitação:**

- ✓ A campanha tem que ser comunicada com antecedência, antes de seu início;
- ✓ Fornecer ao IVC as informações necessárias para configuração da campanha;
- ✓ Por definição metodológica, NÃO serão aceitas campanhas em andamento ou finalizadas, mesmo no formato digital.

### **Produto:**

O relatório auditorial da campanha de OOH será “ad hoc”, sem divulgação no web site do IVC, sendo os resultados disponibilizados apenas para o contratante, e também para o veículo, por abordarem questões estratégicas da campanha.



# Metodologia da Auditoria OOH (Campanha - fluxo para produção do relatório)

## VALIDAÇÕES DOCUMENTAIS

Digital

Pedido de inserção da campanha

Material publicitário com a campanha

Programação de inserção

Logs de veiculação

Estático

Protocolo de recebimento ou nota saída (Material publicitário)

Controle de postagem/veiculação

## VALIDAÇÕES POR MONITORAMENTO

Digital

Monitoramento sistema

Estático

Registros de manutenção

Inspeções Físicas

Relatório da Campanha

## RESUMO DO RELATÓRIO DE CAMPANHA - OOH

PERÍODO: 01/01/2017 ~ 15/01/2017

IVC Brasil  
Auditoria de Campanha

IVC Brasil

Duração de 15 dias

2 pontos | 2 telas/faces

Inserções realizadas: 30 estáticas



AUDITADO  
Por: Renato Novelli

### MOBILIÁRIO URBANO

TELAS/FACES	
DIGITAL	ESTÁTICO
0	2
TOTAL 2	

PERÍODO	
DIGITAL	ESTÁTICO
0	30
TOTAL 30	

PREVISTO	
DIGITAL	ESTÁTICO
0	0
TOTAL 0	

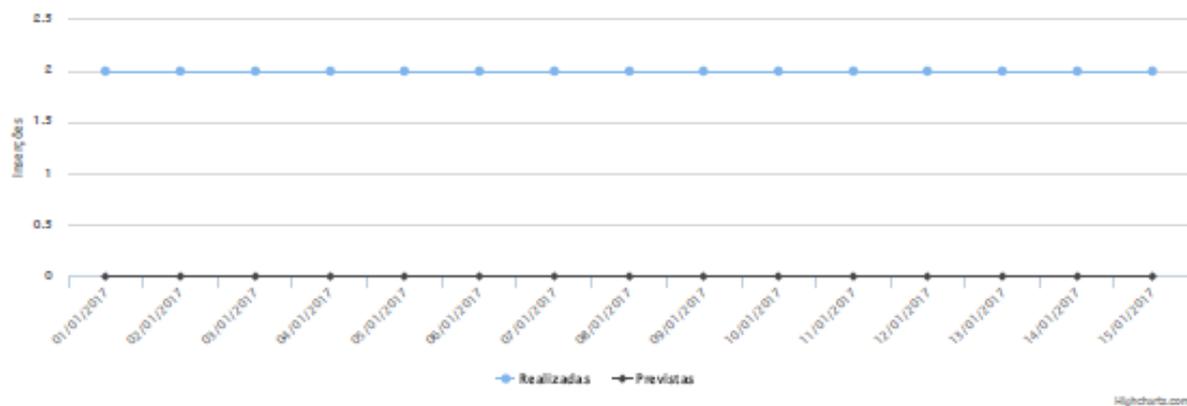
ENTREGA	
DIGITAL	ESTÁTICO
0	30
ENTREGA 0,00%	

### OBSERVAÇÕES

Este relatório é apenas demonstrativo.

## RESUMO DO RELATÓRIO DE CAMPANHA - OOH

### INSERÇÕES POR DIA



Dias	Telas Previstas	Telas Realizadas	Inserções Previstas	Inserções Realizadas
01/01/2017	2	2	0	2
02/01/2017	2	2	0	2
03/01/2017	2	2	0	2
04/01/2017	2	2	0	2
05/01/2017	2	2	0	2
06/01/2017	2	2	0	2
07/01/2017	2	2	0	2
08/01/2017	2	2	0	2
09/01/2017	2	2	0	2
10/01/2017	2	2	0	2
11/01/2017	2	2	0	2

## RESUMO DO RELATÓRIO DE CAMPANHA - OOH

### CIDADE(S) DE VEICULAÇÃO



## RESUMO DO RELATÓRIO DE CAMPANHA - OOH

### OCORRÊNCIAS POR CIDADE

#### São Paulo - SP

Mídia	Ocorrências	Percentual
Abrigo para ponto de ônibus	2	6.67%

## RELATÓRIO DE CAMPANHA - OOH



Alameda Santos, 200 cj 72

São Paulo - SP

11 3287-0028 / 11 3287-0042

ivcbrasil.org.br

ANUNCIANTE:

IVC Brasil

TÍTULO:

Campanha IVC

PERÍODO:

01/01/2017 à 15/01/2017

AGÊNCIA:

Agência IVC

### DETALHES

Campanha demonstração de relatório

### VEÍCULO

IVC Brasil

Instituto Verificador de Comunicação

Alameda Santos, 200

São Paulo-SP

## CONSIDERAÇÕES

### VALIDAÇÕES DOCUMENTAIS

- Nos trabalhos realizados foram verificados pedidos de Inserção, programações de utilização de pontos, registros de chegada de material publicitário e registros de manutenção dos pontos

### VALIDAÇÕES MONITORAMENTO

- Nos trabalhos realizados foram acompanhados registros de manutenção abertos, acompanhamento de estoque de material publicitário em galpão e inspeções físicas de pontos

## ESCLARECIMENTOS GERAIS

### ESCLARECIMENTOS

1. Examinamos os registros de programação de inserção de mídia, postagem e manutenção de equipamentos do período de 01/01/2017 à 15/01/2017.
2. Nossos exames foram conduzidos de acordo com as normas técnicas do IVC e compreenderam, entre outros procedimentos:
  - (a) a análise dos controles internos da programação, postagem e manutenção dos pontos;
  - (b) verificações físicas.

## OCORRÊNCIAS ENCONTRADAS

### RELATOS

IVC\_Centro Estático - Cód.3 - São Paulo - SP

- No dia 02/01/2017: Tela quebrada
- No dia 06/01/2017: Sem iluminação

## DETALHAMENTO DO INVENTÁRIO

DESCRIÇÃO	CÓDIGO	SETOR	CIDADE	TELAS/FACES	PREVISTAS	REALIZADAS
IVC_Centro Estático - Cód.3	3	Mobiliário Urbano	São Paulo - SP	1	0	15
IVC_Paulista Estático - Cód.2	2	Mobiliário Urbano	São Paulo - SP	1	0	15

 Ponto com ocorrência

# Metodologia da Auditoria OOH (Conclusões finais)

- ✓ **Metodologia mais abrangente**, assegurando inventário, e de maneira opcional a veiculação.
- ✓ Auditoria de campanha com acompanhamento do início ao fim (deixa de auditar apenas a instalação e/ou desinstalação; ou amostra de exibição). Qualidade com baixo custo.
- ✓ Os entregáveis são produtos finalizados, ou seja, não demandam esforços internos da equipe de cada exibidora (Esforço interno = + CUSTO), anunciante ou agência.
- ✓ Mesmo abrangendo a campanha do início ao fim, a tendência é que o relatório esteja disponível em curto espaço de tempo.
  
- ✓ Auditoria de Inventário + Media Planner = Planejamento Preciso
- ✓ Auditoria de Campanha = Segurança de investimento
- ✓ Expansão nível regional e global
- ✓ OOH GO = croudsourcing e produtividade



# Obrigado



[www.ivcbrasil.org.br](http://www.ivcbrasil.org.br)

Twitter: [@ivcbrasil](https://twitter.com/ivcbrasil)

Facebook: [IVC Brasil](https://www.facebook.com/IVCBrasil)

**Pedro Silva**

Presidente Executivo

[pedrosilva@ivc.org.br](mailto:pedrosilva@ivc.org.br)

**Marco Souza**

Gerente de Auditoria e Projetos de Mídia

[marco@ivc.org.br](mailto:marco@ivc.org.br)

