

An aerial view of a city at night, featuring a complex highway interchange and numerous skyscrapers. Overlaid on the image is a network diagram consisting of teal location pins connected by thin white curved lines, representing geolocation data points across the urban landscape.

A GEOLOCALIZAÇÃO COMO FATOR RELEVANTE PARA O MEIO OOH

GEOLOCALIZAÇÃO



ESTÁ SEMPRE ASSOCIADA
AS NOVAS TECNOLOGIAS E
COMO OS DISPOSITIVOS
MÓVEIS IMPULSIONAM
ESSA ESTRATEGIA.

POREM EXISTE UM POTENCIAL
GIGANTESCO DE ESTRATÉGIA DE
GEOLOCALIZAÇÃO OFERECIDO
PELO

OOH



PORQUE
NÓS NASCEMOS
GEOLOCALIZADOS





A ELETROMIDIA
MOBILIZA

15

MILHÕES DE PESSOAS
DIARIAMENTE

MAS NOS DIAS DE
HOJE, SÓ ISSO
NÃO É
SUFICIENTE

eletromidia

JÁ QUE

- MAIOR OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS
- MAIOR JORNADA DO CONSUMIDOR
- MAIS CANAIS/MEIOS EM CONTATO
- MAIS INFORMAÇÃO DISPUTANDO A ATENÇÃO

PORTANTO:

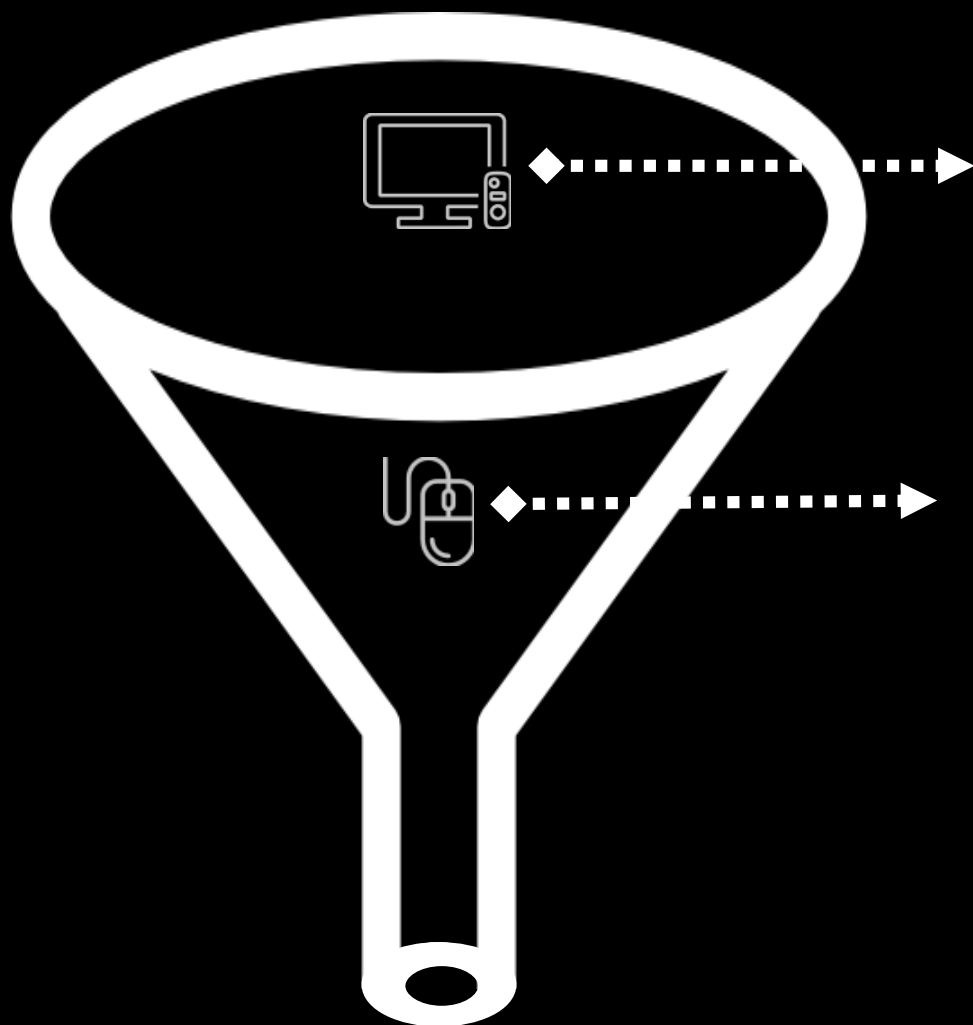
MASSA

*PRESENÇA NO AMBIENTE DE
CONVERSÃO DE VENDA*

*SEGMENTAÇÃO
PELO CONTEXTO*

*PROXIMIDADE
COM O PDV*

POSSIBILIDADE DE SEGMENTAÇÃO...



TV SEGMENTAÇÕES:

- *DEMOGRÁFICO*
- *REGIÕES GEOGRÁFICAS*
- *TIPO DE PROGRAMA*
- *C P M*

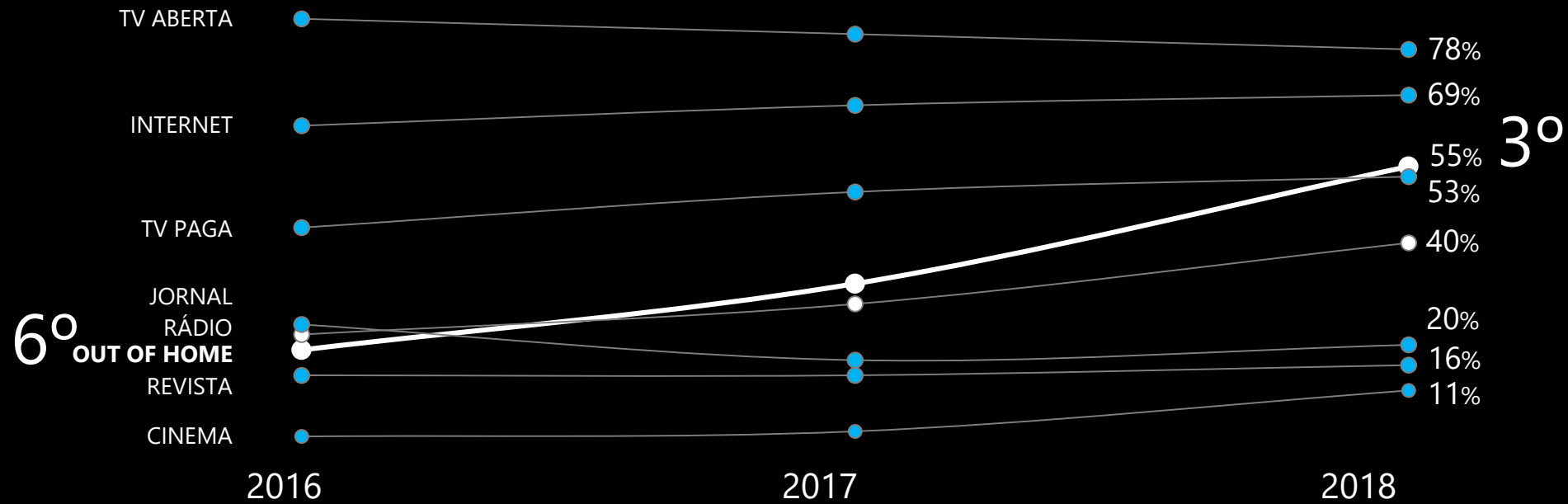
DIGITAL SEGMENTAÇÕES:

- *IDADE EXATA*
- *ENDEREÇO ESPECÍFICO (RAIO DE 1KM)*
- *RENDIA VIA SERASA*
- *INTERESSES ASSUNTOS ESPECÍFICOS*
- *HÁBITOS DE NAVEGAÇÃO*
- *COMPORTAMENTO DE COMPRA*
- *REGIÕES POR ONDE ESTÁ PASSANDO*
- *TIPO DE DEVICE QUE ACESSA INTERNET*
- *PRODUTOS QUE JÁ COMPROU OFFLINE.*

POREM O OOH ESTÁ ENTRE
OS MEIOS QUE OFERECEM
SEGMENTAÇÃO
MAIS RELEVANTE.



ISSO É UM DOS MOTIVOS PARA O OOH SER O
3º MEIO MAIS EFICIENTE
PARA ATENDER OS INTERESSES DOS ANUNCIANTES.



NÍVEIS DE SEGMENTAÇÃO

MERCADOS

- **SÃO PAULO**
- RIO DE JANEIRO
- SALVADOR
- BELO HORIZONTE
- CURITIBA
- PORTO ALEGRE
- FORTALEZA

ATIVOS

- **METRO SP**
- CPTM
- SHOPPING

DETALHAMENTO

85 ESTAÇÕES

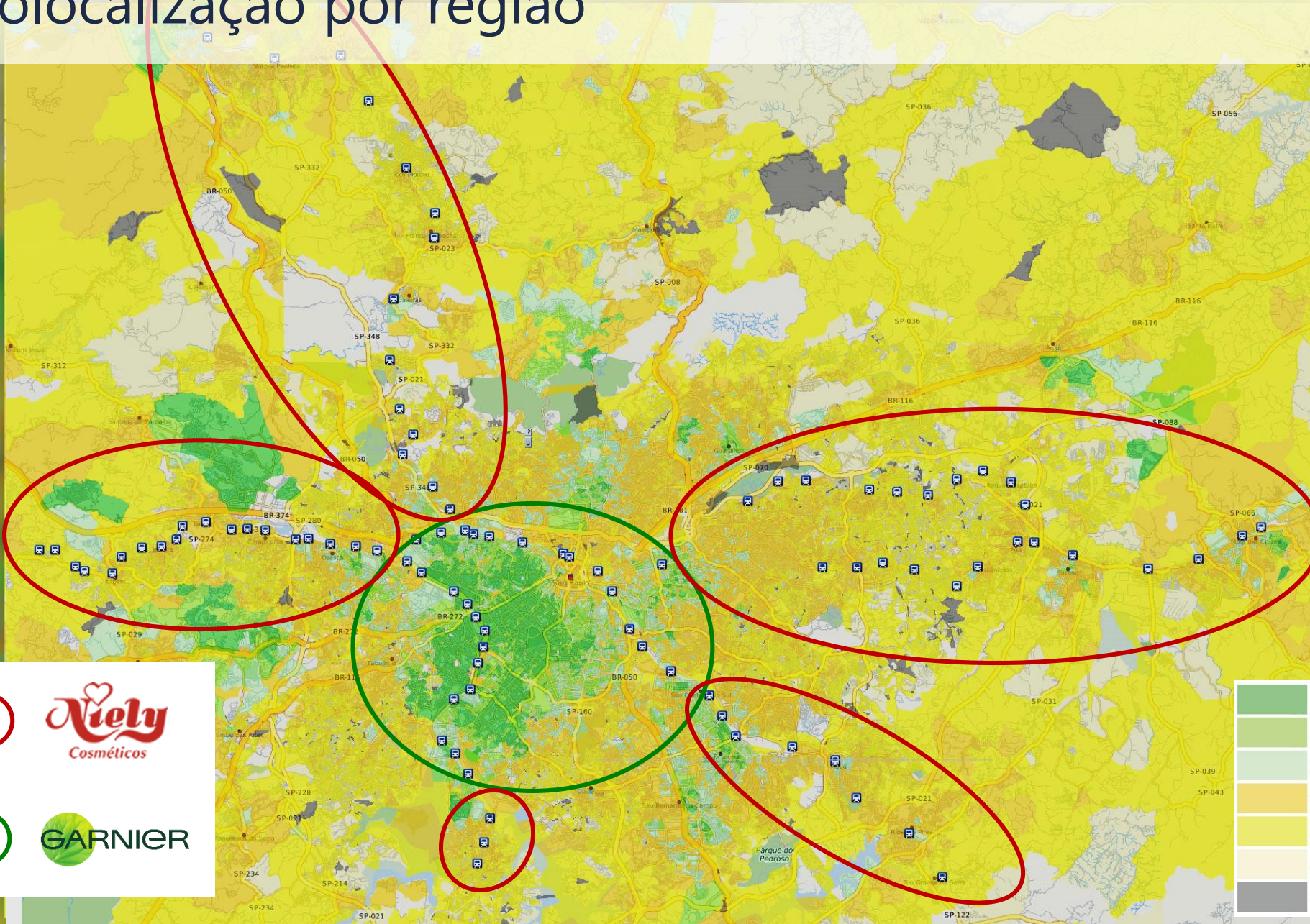
- LINHA 01-AZUL
- LINHA 02-VERDE
- LINHA 03-VERMELHA
- LINHA 04-AMARELA
- LINHA 05-LILÁS

2 CAMINHOS PARA GEOLOCALIZAÇÃO

1. TARGET: DEMOGRAFICO

OU SEJA, AS PESSOAS SÃO O REFERENCIAL PARA A
GEOLOCALIZAÇÃO

Ex.: Geolocalização por região



Área
Periférica



Niely
Cosméticos

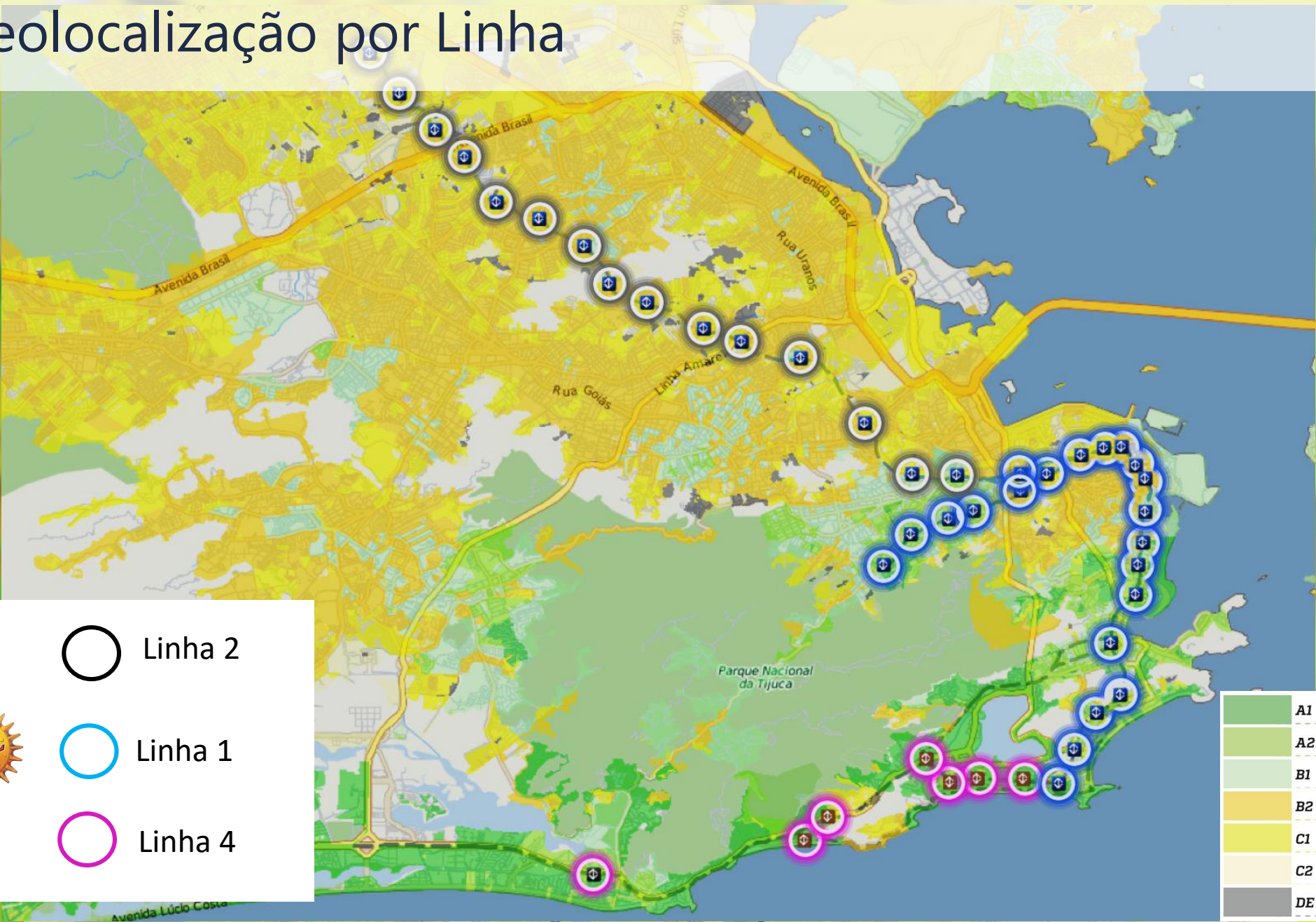
Área
Central



GARNIER

A1	(Acima de R\$ 19.016,00)
A2	(De R\$ 10.953,00 a R\$ 19.016,00)
B1	(De R\$ 6.490,00 a R\$ 10.953,00)
B2	(De R\$ 3.328,00 a 6.490,00)
C1	(De R\$ 1.896,00 a R\$ 3.328,00)
C2	(De R\$ 1.270,00 a R\$ 1.896,00)
DE	(Até R\$ 1.270,00)

Ex.: Geolocalização por Linha



Kaiser



Linha 2

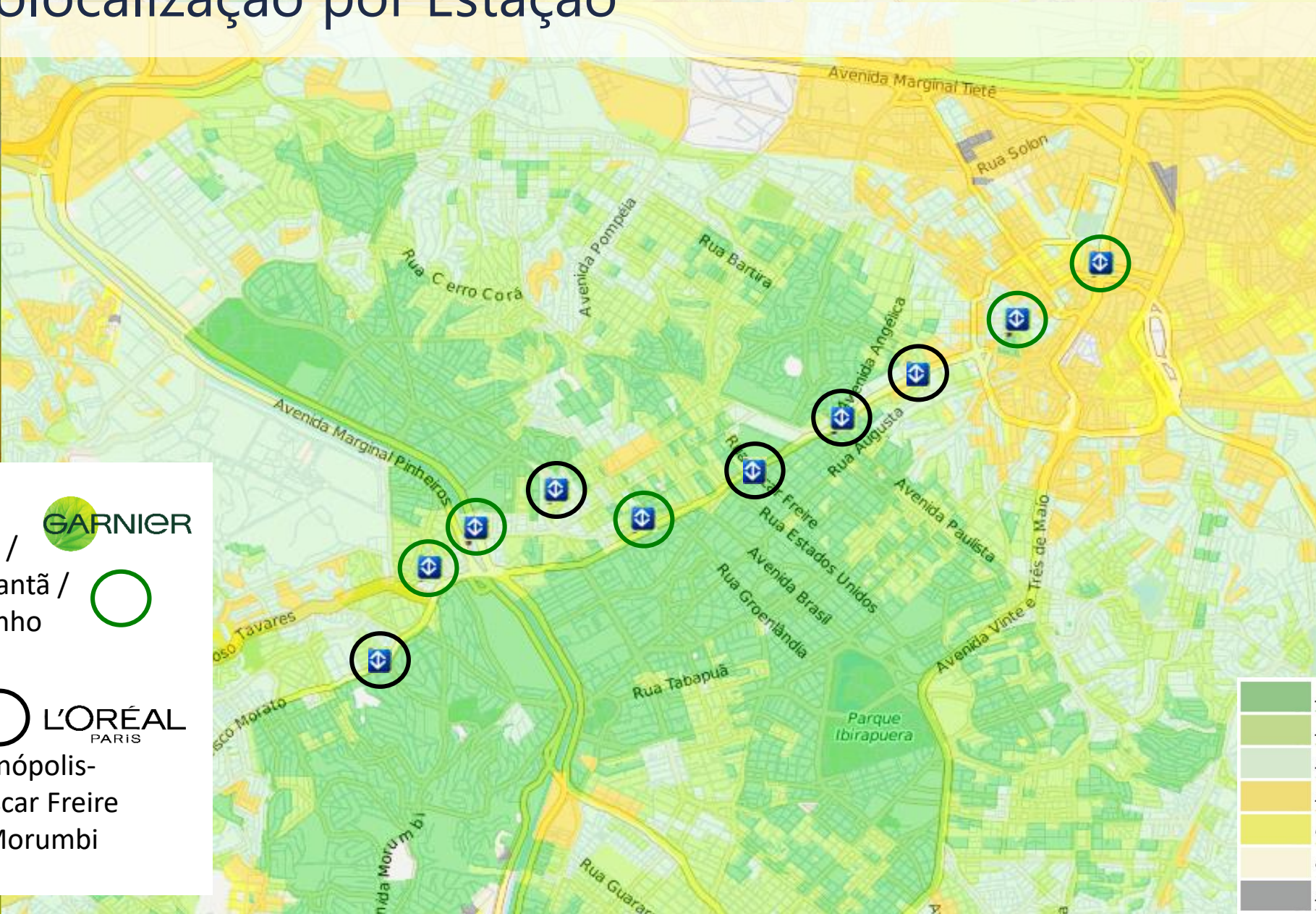


Linha 1



Linha 4

Ex.: Geolocalização por Estação



Estações

Republica / Luz /

Pinheiros / Butantã /

Fradique Coutinho



Estações

Paulista / Higienópolis-

Mackenzie / Oscar Freire

/ Faria Lima / Morumbi



2 CAMINHOS PARA GEOLOCALIZAÇÃO

1. TARGET: DEMOGRAFICO

OU SEJA, AS PESSOAS SÃO O REFERENCIAL PARA A GEOLOCALIZAÇÃO

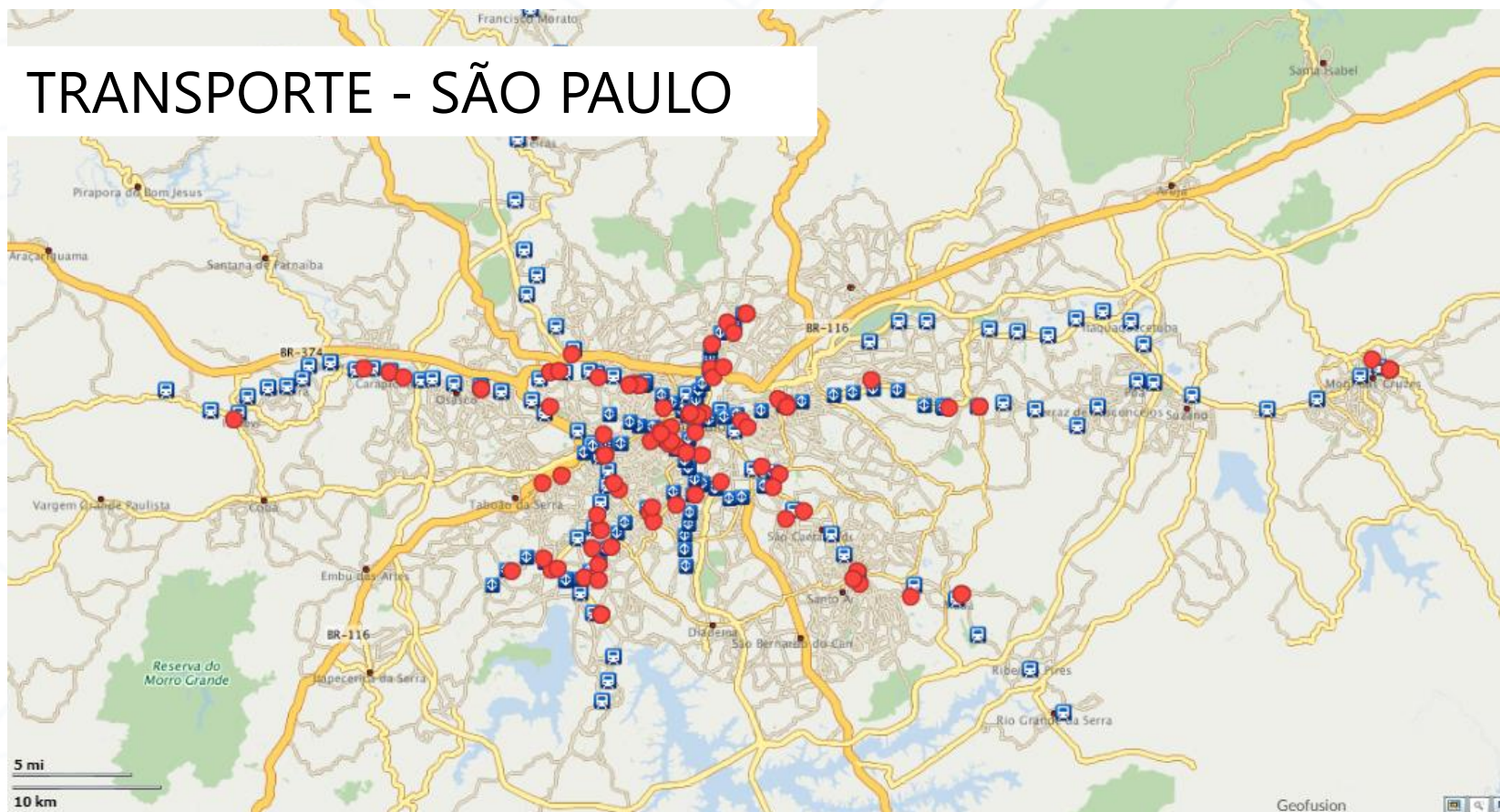
2. PELOS POLOS DE INTERESSE

ALGUM PONTO FÍSICO VIRA O REFERENCIAL DA GEOLOCALIZAÇÃO

MAPEAMENTO DE LOJAS BURGER KING

COBERTURA DA PLATAFORMA DE TRANSPORTE SP

TRANSPORTE - SÃO PAULO



Cobertura de:

92

Lojas Burger King*

(58 lojas cobertas pelo metrô e 48 pelo trem)

*Considerado raio de 1km de cada estação

* Número sem sobreposição

ESSA REFERENCIA FÍSICA TAMBÉM PODE SER EM RELAÇÃO A CONCORRÊNCIA



EXEMPLO DE MAPEAMENTO DA CONCORRÊNCIA NA LINHA LILÁS



ESTAÇÃO DE METRÔ
LINHA LILÁS



INSTITUIÇÕES
CONCORRENTES
* Unidades com sobreposição

2 **ESPM**

3  Estácio

2 **FMU**

1  Senac

2  Universidade Anhembi Morumbi
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITY

1  UNICALO
CENTRO UNIVERSITÁRIO ITALIANO BRASILEIRO

1  UNINOVE
Universidade Novo de Julho

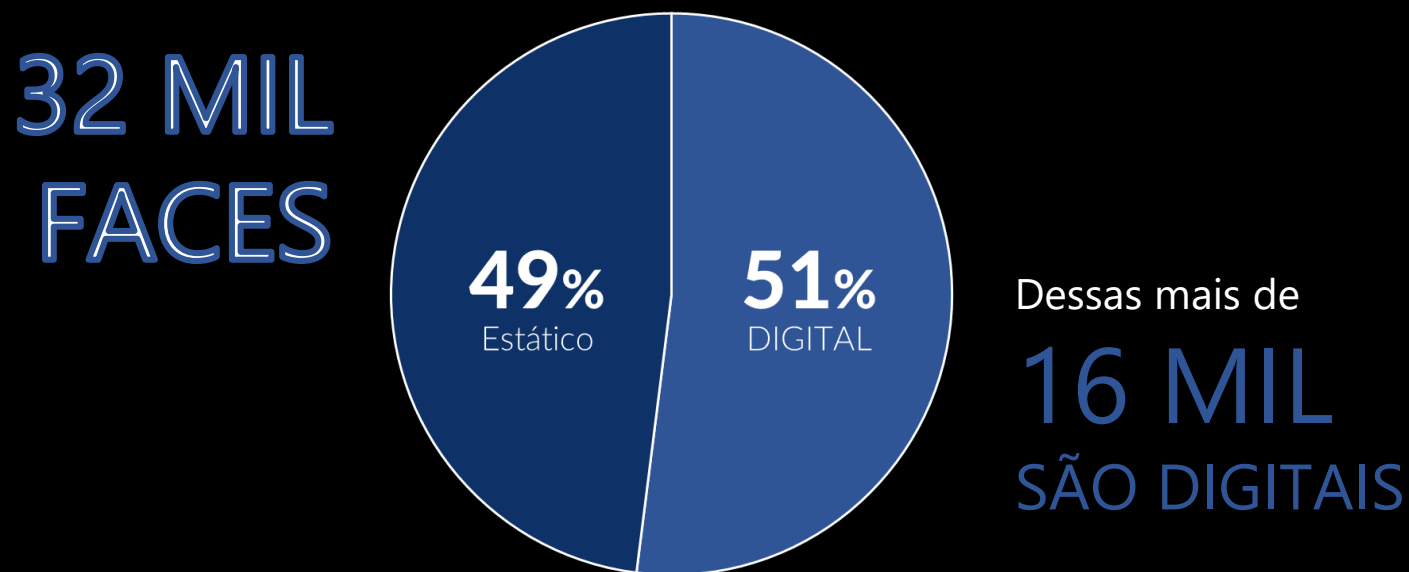
2  UNIP
UNIVERSIDADE PAULISTA

2  UNISA
Universidade Santo Amaro

A TECNOLOGIA

É HOJE UMA GRANDE ALIADA NO AVANÇO DESSE TEMA

- TECNOLOGIA APLICADA AO HARDWARE
DIGITALIZAÇÃO DE INVENTÁRIO



A TECNOLOGIA

É HOJE UMA GRANDE ALIADA NO AVANÇO DESSE TEMA

- **MOBILE**

ENRIQUECIMENTO DE DADOS DE COMPORTAMENTO, DE FLUXO, ETC.



CASE FABER CASTELL

LINHA 3 - VERMELHA



LINHA 4 - AMARELA

NOVO ECOLAPIS DE COR SUPER SOFT

FABER-CASTELL



CASE NEXTEL

MENSAGEM GEOLOCALIZADA COM BASE EM COMPO



CASE LOLLAPALOOZA

OBRIGADO!

Gustavo Silva
gustavo.silva@eletromidia.com.br