

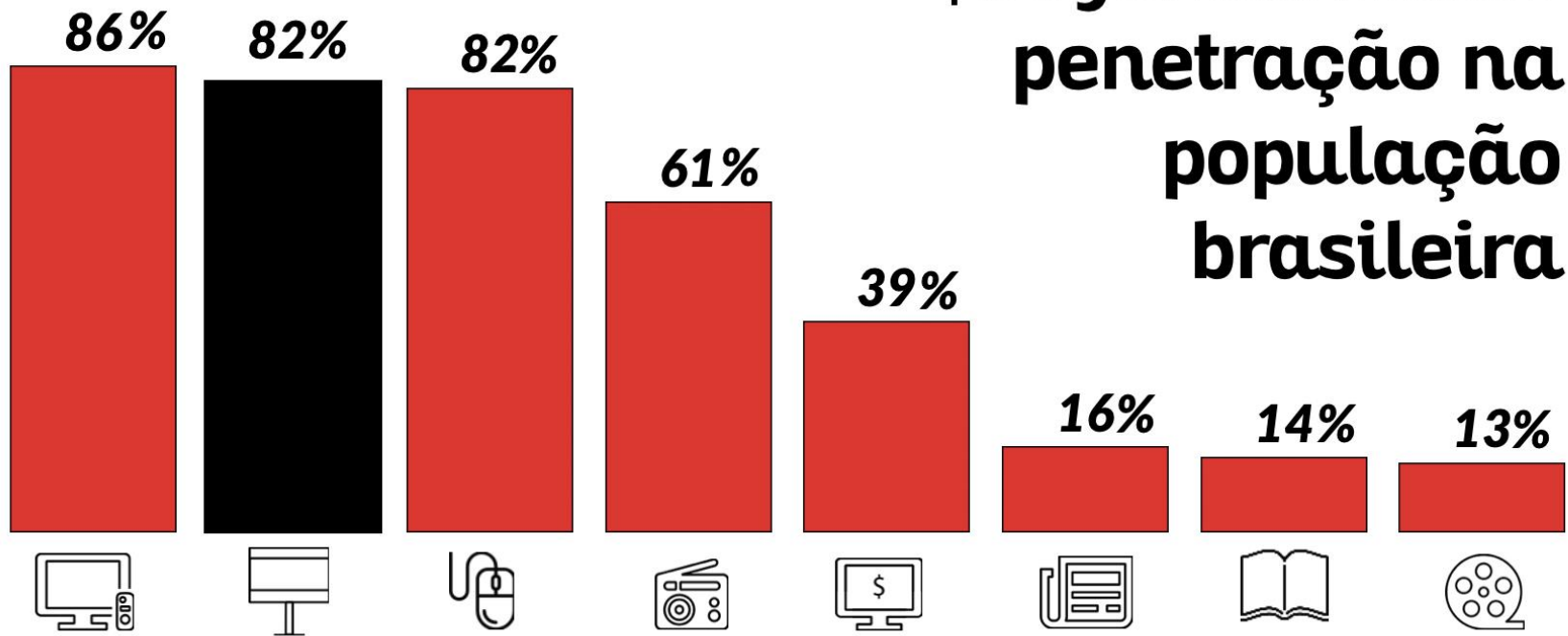
**A combinação eficaz e criativa
entre OOH e os demais meios**

eletromidia
REAL
INFLUENCERS

O hoje do OOH

eletromidia
REAL
INFLUENCERS

**| Segunda maior
penetração na
população
brasileira**



**Alta penetração,
significativa
complementariedade
com outros meios.**

Meio	Penetração		Incremento OOH		Penetração + OOH
TV Aberta	86%	+	10%	=	96%
Internet	81%	+	11%	=	92%
Rádio	63%	+	27%	=	90%
TV Paga	43%	+	43%	=	86%
Cinema	18%	+	62%	=	80%
Jornal	15%	+	66%	=	81%
Revista	10%	+	70%	=	80%

Acredite:



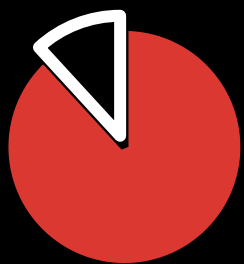
35%

das pessoas que andaram de metrô, não assistiram TV aberta ontem

Fonte: Ibope Choices | TGI BR 2018 | São Paulo e Rio de Janeiro | Utilizou trem (ult. 07 dias) - Utilizou metrô (ult. 07 dias) | Assistiu TV aberta ontem | Última vez que acessou internet (ontem)

eletromidia
REAL
INFLUENCERS

**Pessoas que andaram de metrô hoje,
e não consumiram o meio ontem:**



Revista
97%



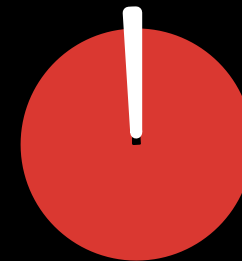
Pay TV
70%



Jornal
90%



Rádio
64%



Cinema
99%

6 Segmentações prioritárias com alta capacidade de oferta estruturada



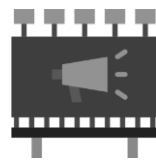
M. Urbano



Transporte



Aeroporto



G. Formatos



Estab. Com.



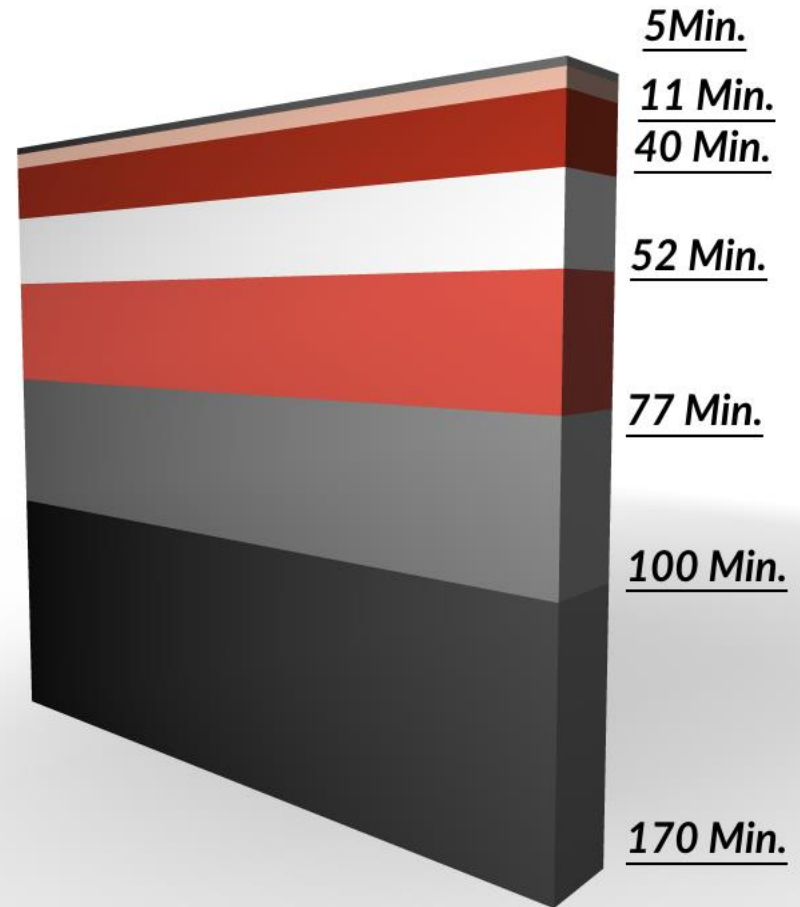
Edifícios

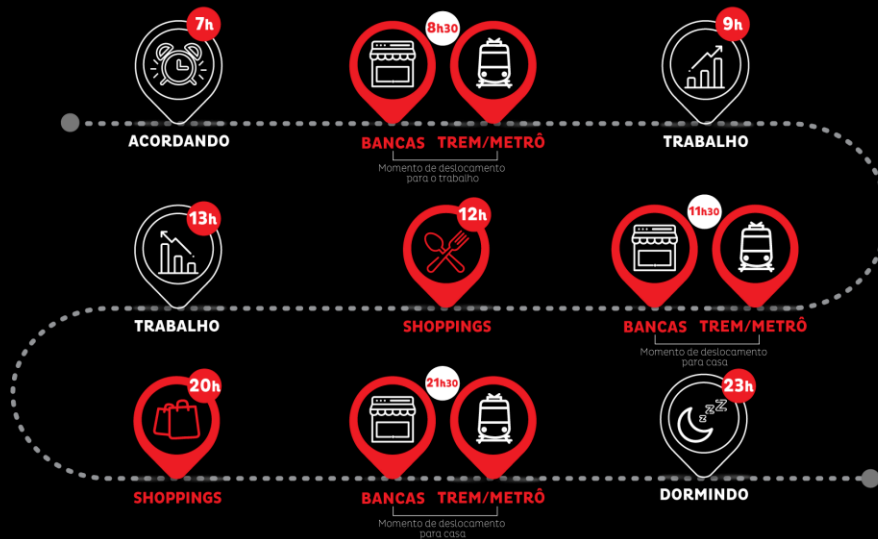
(*) Considerando a classificação do Ibope Monitor.

30

Tempo médio de consumo

- REVISTA
- JORNAL
- DESKTOP
- RADIO
- OOH
- MOBILE
- TV

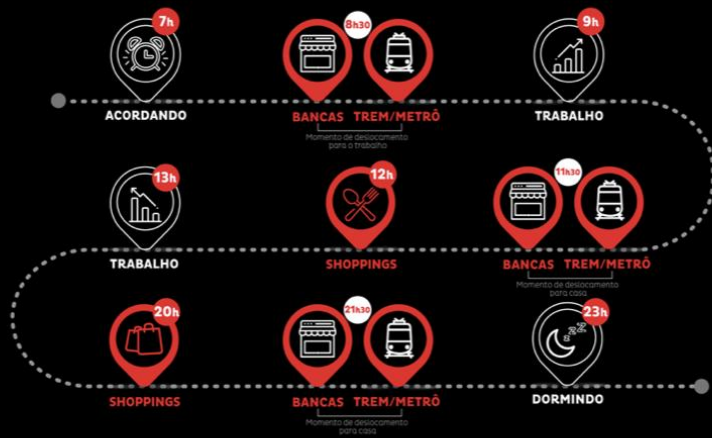




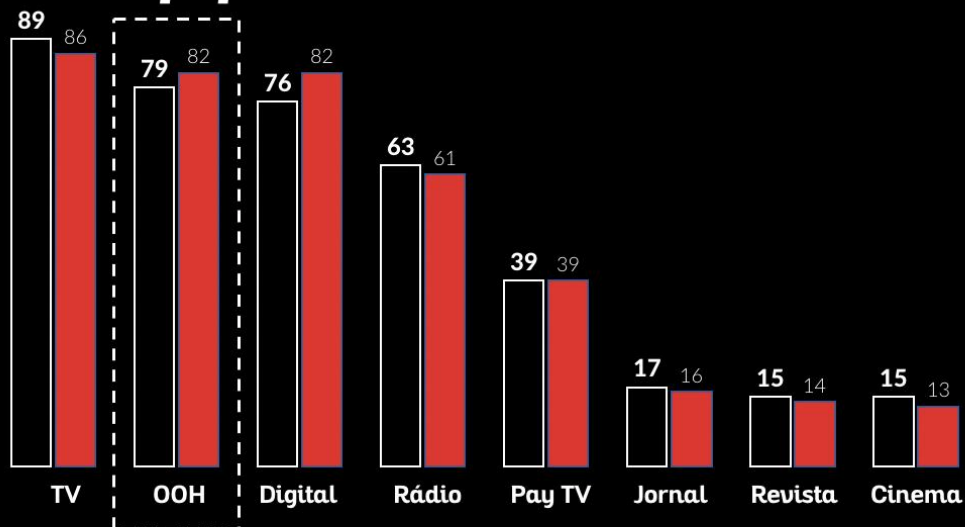
OOH: Pensado para acompanhar a jornada diária do consumidor

eletromidia
REAL
INFLUENCERS

Mesma dinâmica...



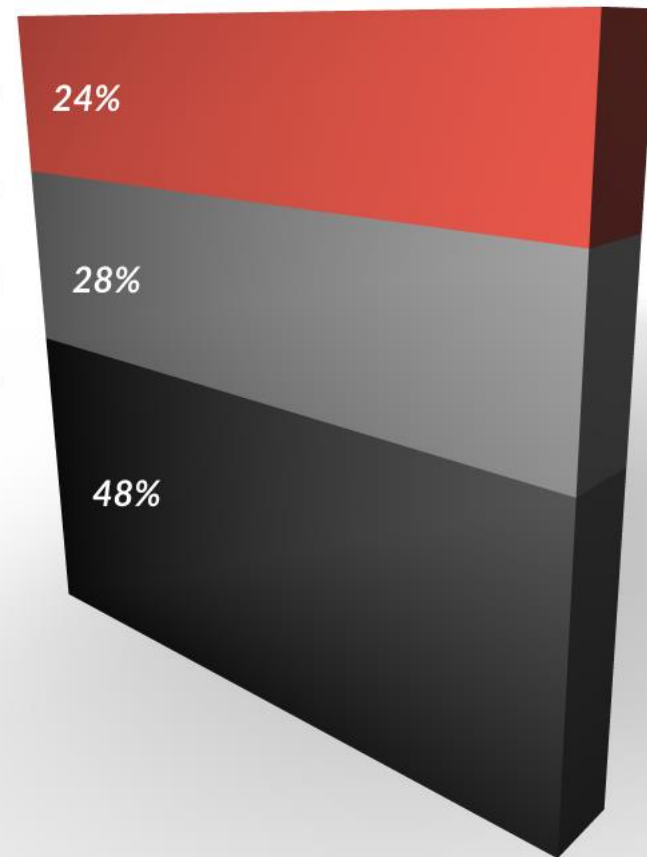
3 p.p



Como as marcas mais eficientes estão usando o OOH no mundo

Fonte: <http://reamp.com.br/blog/2018/08/a-forca-da-midia-out-of-home/>

■ BRAND ■ SALES ■ BOTH



Forbes

O OOH entrega
quatro vezes mais
atividade por dólar
investido

nielsen

• • • • •
À cada dólar investido
em mídia OOH, gerou-se
US\$. 5,97 de lucro
para as marcas

eletromidia
REAL
INFLUENCERS



Credibilidade

60% dos millennials apontam o OOH como uma mídia que passa credibilidade,



Facebook Publishes New Report on the Benefits of Combining Facebook and Outdoor Advertising

By [Andrew Hutchinson](#)

Published Aug. 27, 2019

Versatilidade

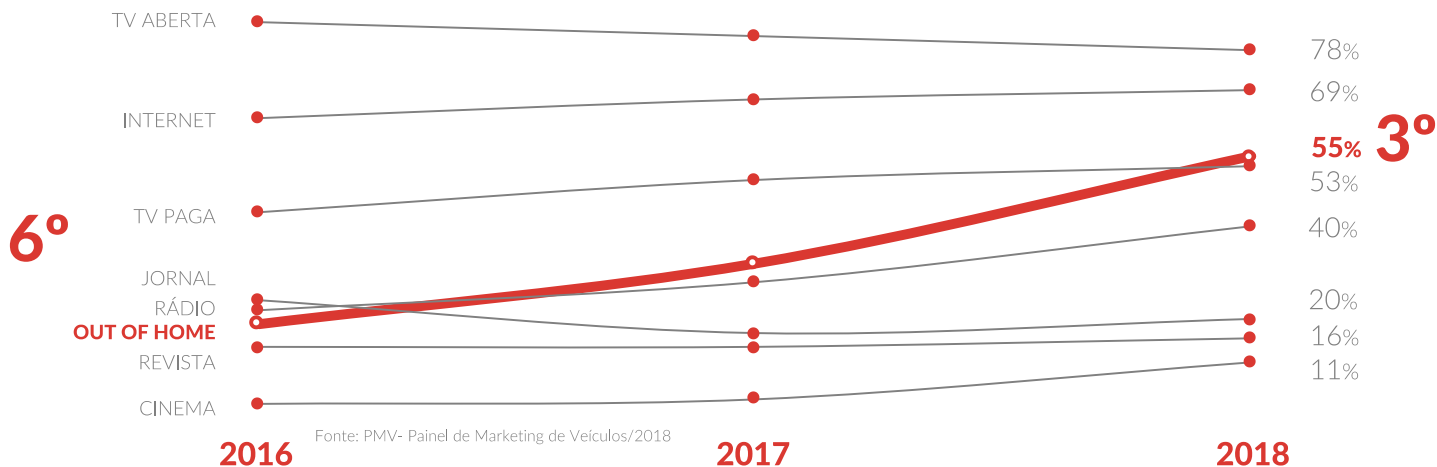


Infinitas possibilidades de segmentação

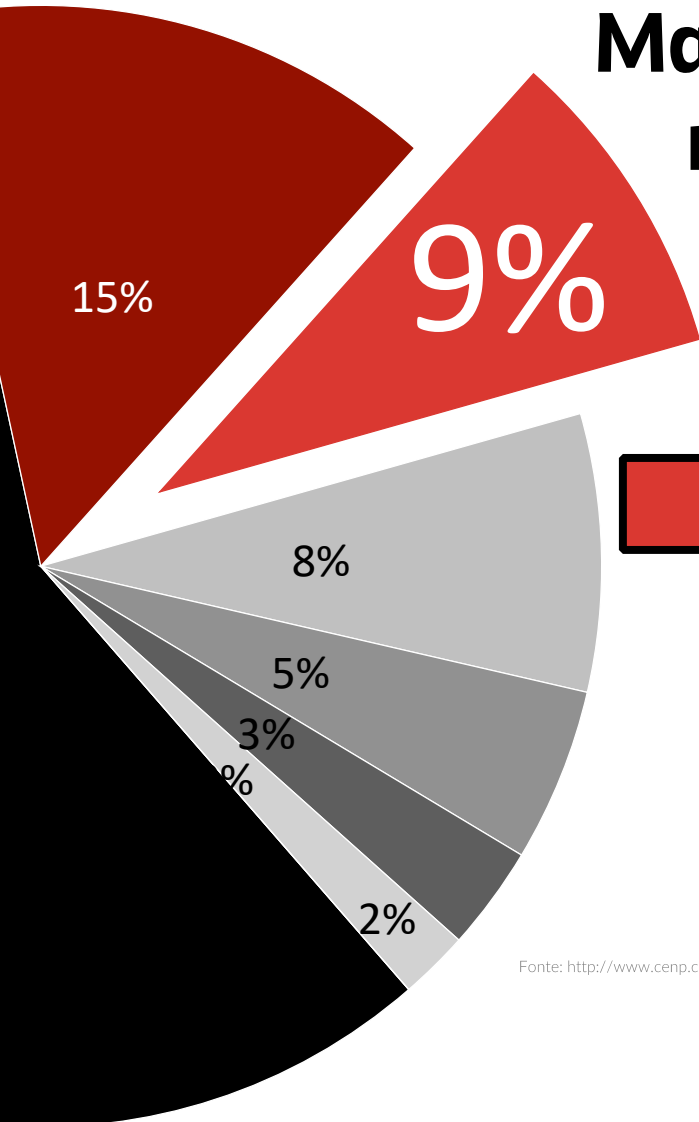
Baixo custo de Produção

Troca online de material

Maior percepção de valor e ganho de relevância das estratégias de mídia



Maior representatividade no mix de investimento



MEIOS	SHARE
TV ABERTA	58,3%
INTERNET	14,6%
OOH	8,6%
TV PAGA	7,2%
RÁDIO	5,1%
JORNAL	3,1%
REVISTA	2,1%
CINEMA	0,3%

1°
2°
3°

Criatividade
Integração
Conectividade
Experiência

Criatividade

Atributos naturais do meio:

**Maior
liberdade
criativa**

**Capacidade de
individualizar
ou escalar
projetos**

**Maior
interação do
público, vida
real**

**Impacto real
na jornada
diária das
pessoas**

Integração | Conectividade

Mobile como principal aliado:



Experiência

Serviço

Hoje, os equipamentos de OOH não são apenas exibidores de mídia, eles cumprem um importante papel na infra-estrutura de serviços dos grandes centros. Seja acesso à internet, uma estrutura para proteção do sol e da chuva, ou até mesmo os bancos...



Experiência



Entretenimento

*Marcas e pessoas juntas, definindo o quê, como e quando consumir.
Atividades que tiram as pessoas do cotidiano caótico e no mesmo ambiente proporcionam experiências que envolvem e aproximam as pessoas das marcas. Isso passa também por conteúdo.....*

QUAL?

**A combinação eficaz e criativa
entre OOH e os demais meios**

eletromidia
REAL
INFLUENCERS

QUAL? | O objetivo do plano de mídia |

eletromidia
REAL
INFLUENCERS

Somos
 **REAL**
INFLUENCERS

Obrigado.