

OOH POR FACEBOOK E SNAPCHAT? VOCÊ FICARIA SURPRESO

Tradução livre do artigo de Kym Frank - President of Geopath (<https://geopath.org/>),
originally the Traffic Audit Bureau for Media Measurement

O texto original em inglês está disponível em
<http://www.adweek.com/contributor/kym-frank/>

O referido artigo está sendo publicado apenas para fins informativos e, em eventuais distribuições ou replicações com a mesma finalidade, cite a fonte original e o(s) autor(es)

A receita de publicidade OOH alcançou um índice histórico em 2016, um aumento de 3,1% em relação ao ano anterior, de acordo com a Associação de Publicidade Exterior da América

<http://www.adweek.com/creativity/hereare-years-4-best-out-homecampaignsjudged-obie-awards-170982/>

Recentemente, o setor de OOH tem sido reforçado por grandes investimentos de um setor que muitos não esperavam:

TECNOLOGIA

Na verdade, aproximadamente 25 por cento dos 100 maiores investimentos na categoria são empresas de tecnologia como Apple, Google, Snapchat e Facebook.

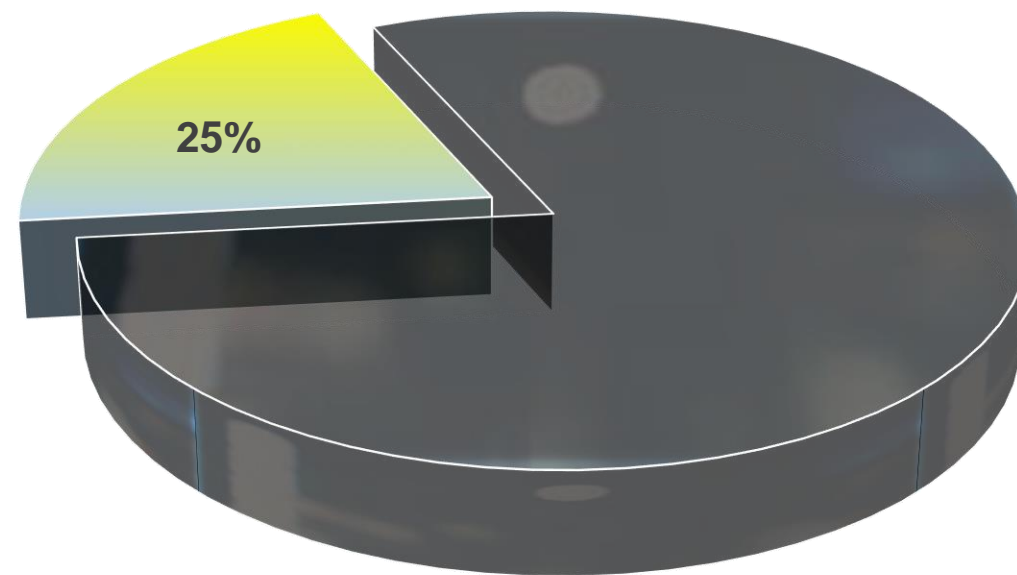
Para pessoas familiarizadas com a indústria, o crescimento do investimento neste setor não é surpreendente.

Toda a indústria de OOH está no meio de uma transformação emocionante, integrando novas tecnologias e alavancando dados que eram impossíveis no passado.

sepexsp

Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior
do Estado de São Paulo

INVESTIMENTOS TECNOLOGIA



Enquanto OOH é a forma mais antiga de publicidade, ela é tudo, menos tradicional.

A capacidade de acessar informações sobre o movimento das pessoas à medida que deslocam diariamente, habilita o OOH a aproveitar ao máximo todas as propagandas.

Na verdade, OOH é capaz de utilizar dados em condições equitativas com PC e mobiles.

Os dados de geolocalização estão sendo integrados no planejamento, medição e resultados da campanha de várias maneiras:

Orientação de público: OOH está indo muito além da demografia padrão. Através do uso de dados aproveitados a partir de dispositivos móveis, pesquisas e dados de compras, o setor é capaz de entender o que as pessoas estão comprando, os tipos de locais de varejo que estão visitando, os aplicativos móveis que estão instalando e o que eles gostam de fazer no seu tempo livre.

Tempo. Com dados sobrepostos de onde o consumidor se move ao longo do dia, permite que OOH atinja as pessoas certas no momento certo no local certo.

Otimização da mensagem: Ao entender mais sobre o tipo de pessoas que provavelmente passam por um anúncio, os anunciantes podem adequar melhor seus anúncios aos seus destinos.

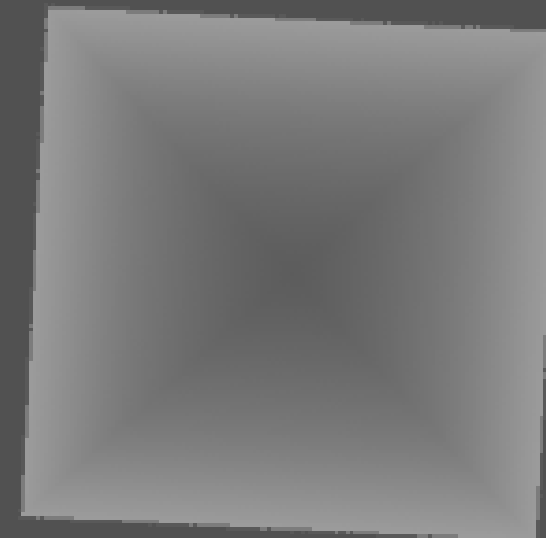
Com o crescimento de telas digitais em todo o ecossistema, os anunciantes estão desencadeando instantaneamente mudanças criativas nas mensagens com base em uma variedade de insumos, como consultas de pesquisa, clima, volume de tráfego e postagens da rede social.

Investimento: a indústria fez um investimento significativo no desenvolvimento de uma solução de investimento, granular e baseada em dados móveis através da Geopath.

Este investimento fornece as mesmas medidas que outros canais estão familiarizados como: impressões, alcance, frequência de mais de 1 milhão de engenhos nos EUA, fornecendo dados e horários, diários e semanais para mais de 6.000 diferentes alvos demográficos e comportamentais.

Atribuição: Utilizando informações captadas de um dispositivo, os anunciantes podem entender se um indivíduo foi exposto a uma mensagem de OOH que levou a um resultado desejado.

- O consumidor visitou um local de varejo?
- Fez alguma compra?
- Eles sintonizaram um programa de televisão pela primeira vez?
- Eles baixaram um aplicativo para celular? O anúncio fez o consumidor a mudar a percepção da marca?
- Todas essas questões agora podem ser respondidas em nome dos anunciantes OOH.



Redirecionamento móvel: a publicidade móvel e OOH estão trabalhando juntas de maneiras novas e excitantes. Os anunciantes são capazes de identificar dispositivos que foram expostos a OOH anúncios e, em seguida, retornar a esses dispositivos com anúncios móveis mais tarde ou ainda quando esses dispositivos móveis entram em locais desejados.

Embora muitos possam pensar que os anunciantes no setor de tecnologia são desenhados apenas para OOH digital, uma quantidade significativa de seu investimento é em OOH impressa.

A campanha "Shot on a iPhone" da Apple correu por todo o país com belas imagens estáticas tomadas pelas pessoas comuns. Snapchat executou uma campanha estática altamente impactante com o icônico fundo amarelo e Snapchat fantasma. O Twitter efetivamente colocou os hashtags ao lado de imagens de notícias reconhecidas no OOH inventário em todo o país, criando uma campanha capaz de contar uma história completamente sem palavras.



Se as peças de OOH são digitais ou impresso, o setor de tecnologia é atraído para o meio.

- É grande.
- É corajoso.
- É compulsório.

E quando bem feito, também pode ser uma obra de arte.

Sobre Kym Frank

Kym Frank é presidente da Geopath <https://geopath.org/> , originalmente o Traffic Audit Bureau for Media Measurement, uma organização sem fins lucrativos, regida por um conselho tripartite composto por anunciantes, agências e empresas de mídia.

- Sobre o Sepex SP
- Fundado em 1989, o SEPEX SP é a entidade representativa das empresas de publicidade exterior do estado de São Paulo e atua na defesa do meio e ordenação da mídia exterior objetivando a convivência harmoniosa com a população e respeito à paisagem urbana.
- Nossa missão é manter as empresas que atuam na área em constante evolução e profissionalismo, estabelecendo relações respeitosa junto aos municípios e preservando a ética e responsabilidade em respeito às leis vigentes.
- Saiba mais em www.sepexsp.com.br;
<https://www.facebook.com/sepexsp/>
- Ou, ainda, envie um e-mail para Wilson Nogueira –
diretoria@sepexsp.com.br e saiba porque somos muito mais que um sindicato.

The logo for Sepex SP features the word 'sepex' in white lowercase letters and 'sp' in red lowercase letters. The letters are stylized with rounded, modern fonts. A thin red horizontal line runs across the page below the logo.

sepex sp

Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior
do Estado de São Paulo

UM SINDICATO ALÉM DO SEU TEMPO

www.sepexsp.com.br

diretoria@sepexsp.com.br