

NEGÓCIOS DIGITAIS E A MÍDIA EXTERIOR



POR TRÁS DA ESTRATÉGIA

O outdoor se apresenta como um canal capaz de criar uma presença mais tangível e corporal aos olhos dos consumidores, com alto nível de penetração. Especialmente, para empresas que tem a maior parte ou toda a sua atuação no meio digital.



Fluxo semanal: 475.526

A mídia exterior é a principal porta de entrada para outros canais. Um estudo divulgado pela OUTFRONT e pela Environics Research, descobriu que quase metade (49%) dos canadenses expostos a mídia OOH acessam a Internet em busca de mais informações.



Fluxo semanal: 447.008



Por muito tempo, a percepção era de que a publicidade fora de casa promovia apenas o conhecimento geral da marca para os anunciantes. Agora, o OOH é um iniciador no ciclo de vida do cliente, incentivando o público a agir online.

Fluxo semanal: 378.395



Fluxo semanal: 512.555

OS NÚMEROS NÃO MENTEM

Em outro estudo, publicado pela Deloitte, foi constatado que no Brasil, cada real investido em publicidade gerou R\$8,45 para a economia brasileira. Não à toa, esses números vem acompanhados de um crescimento no investimento em OOH. De acordo com dados do CENP-Meios, em 2018, 8,4% de todo o investimento em mídia era destinado ao outdoor, em 2022 o meio já representa 10,9% do montante.



Fluxo semanal: 353.721

Players como TikTok, Netflix, Uber, Amazon e iFood sabem que investir em outdoor, potencializa os resultados de qualquer campanha. **Você vai ficar de fora?**



✉ alinhares@outdoor-ba.com.br

☎ (71) 3235-6934

🌐 www.alinhares.com.br

📷📘 @alinharesoutdoor

📍 Rua Pedro Gama, nº74 – Federação

