

BLACK FRIDAY

UM SHOW DE INSIGHTS PARA SUA MARCA VENDER MAIS

A **OOH** traz o protagonismo das ruas,
que é onde a vida acontece. A **JCDecaux** acompanha a retomada
do consumo represado, lotando lojas e shoppings.

É a vida de volta lá fora e com vocês.

O consumidor voltou

ansioso para comprar e reconectar-se com o mundo.





- Tendência global da volta ao consumo.
- Grandes fluxos de filas em shoppings centers e lojas de rua.
- Recorde de vendas em certas categorias.

Fonte: Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers), Folha de São Paulo

JCDecaux

Com o avanço vacinal

os consumidores já voltam com segurança as ruas.

A retomada da audiência está em aceleração rápida.
A JCDecaux vem acompanhando essa tendência e o número estão cada vez melhores.

+85%

do fluxo de pessoas já deverão estar de volta as suas rotinas nas ruas, metrô e aeroportos.



Projeção com base no histórico de crescimento dos últimos meses + retomada da economia, comercio e afins.
Fontes: MapaOOH+Hands (Ruas SP), GRU Airport, Inframérica, e Metrô de São Paulo | 2020 e 2021

JCDecaux

“Um nova realidade de compras está presente no dia a dia do consumidor e o crescimento exponencial do e-commerce durante a pandemia no Brasil demonstrou que “todo dia é **Black Friday**.”

Em 2020, a data superou
todas as expectativas comerciais.

8%
o incremento do ticket médio do consumo versus o anos de 2019

15%
a mais de pedidos gerados em comparação ao ano anterior.

25% foi o crescimento de **vendas totais** em relação ao ano de 2019.



JCDecaux

Fonte: Ebit|Nielsen

O ano do varejo e retomada

Resultados de **Black Friday** já no 1º semestre.

O e-commerce brasileiro registrou aumento de **72,2%** na comparação com 2020.

Vendas do comércio físico crescem **10,1**% no 1º semestre.

Março de 2021 foi o mês com maior **volume de vendas** da história do comércio eletrônico no país.



JCDecaux

Fonte: **relatório da NeoTrust, Serasa Experian**

O que esperar de 2021

Na mais aguardada Black Friday do momento

“Segundo especialistas, as tendências de aumento de consumo devem crescer ainda mais na Black Friday deste ano, marcada pela retomada do varejo e as expectativas quanto à vacinação contra a covid-19.”

Revista Época

SUA MARCA JÁ ESTÁ PREPARADA PARA AS VENDAS DO BLACK FRIDAY?



JCDecaux

A proposta da **JCDecaux** é tornar sua marca presente durante um dos momentos mais importantes para o calendário comercial e assim propor soluções customizadas em OOH.

Planeje o Digital com VIOOH

Para potencializar suas vendas com mais dados.

A **JCDecaux** oferece também soluções customizadas a partir da necessidade de comunicação da sua marca nesse Black Friday, usando para isso a inteligência de dados e métricas do VIOOH.

A plataforma de planejamento e otimização em OOH que permite às agências e anunciantes definirem as melhores estratégias, buscando eficiência.

VIOOH
*disponível no **MUB** de **SP** e **RIO***

Dados cedidos como **CPM, GRP** e **TRP** são apresentados na plataforma, auxiliando seus KPI's de planejamento de mídia.

VANTAGENS EXCLUSIVAS

- Planejamento com base em audiência
- Segmentação por targets e perfis sociodemográficos
- Geolocalização das campanhas por bairros, endereços e regiões
- Programação com proximidade a pontos de interesse: shoppings e lojas
- Maximização de resultados a partir do budget do anunciante

Exiba “Smart” no Digital

Flexibilidade para exibição segmentada e pontual.

COMO FUNCIONA?

TARGET
Defina o período de veiculação: uma semana, um dia, uma hora.

ANALISE
Receba os impactos e alcance do plano com base no briefing da campanha.

TESTE
Valide a visibilidade das artes nas ruas, metrô e aeroporto com o time de experts em criação para DOOH.

GO LIVE
Inicie, pause ou substitua os criativos em até 2 horas, de acordo com a necessidade da marca.

MENSURE
A partir dos resultados da ação, faça os ajustes necessários e programe a próxima veiculação.

Campanhas promocionais veiculadas em períodos estratégicos para o cliente em dias, locais ou horários específicos e possibilidade de troca de criativos em tempo real

Ex.: veiculação de ofertas apenas no dia do Black Friday.



JCDecaux

Estenda com Digital

A **JCDecaux** tem o maior inventário do DOOH.

Campanhas digitas podem ser muito mais efetivas se unificadas como **Mobile Extended.**

QRCodes, **Hashtags** e até o **Second Screen** são soluções para aumentar a conversa das marcas com seus consumidores, seja para realizar o “tracking” ou engajá-los ainda mais em suas plataformas ou e-commerces. Estas ferramentas estão disponíveis para incremento nos roteiros de mídia.





OOH 4X mais eficaz

na condução para online

Um estudo divulgado pela Nielsen mostra que OOH é o meio off-line mais eficaz para impulsionar a atividade on-line.

O estudo revela que o meio oferece quatro vezes mais atividade online por dólar gasto em publicidade do que TV, rádio e mídia impressa.

Nielsen | OOH Online Activation Survey 2017.

JCDecaux



A mídia OOH pode amplificar

o resultados e aumentar a efetividade de campanhas digitais.

Campanhas digitais combinadas a mídia OOH resultam em:

+80% SEARCH

+56%	+41%	+31%	+32%
SOCIAL MEDIA	LIKEABILITY	BRAND LIFT	AWARENESS

Fonte: Ebit / O Globo / ABComm / SPCRapport, em parceria com IPA Databank, agosto de 2018.

JCDecaux



5 passos para o sucesso

do OOH para impulsionar as vendas da sua marca.

01

DADOS TRAZEM MAIS ALCANCE

Dados e tecnologia aumentam o alcance do OOH, fornece essencialmente uma maneira para as marcas criarem consciência em massa com CPM’s comparativamente baixos.

02

AUMENTO DE VISITAS ONLINE

Pesquisas recentes reforçam a eficácia do OOH no ecossistema da mídia digital. campanhas OOH impulsionam a pesquisa online e a atividade de mídia social mais do que outras mídias tradicionais.

03

OOH COMO MELHOR PARCEIRO PARA O DIGITAL

as empresas digitais têm repetidamente confiado no OOH para ampliar seu apelo, impulsionar novos comportamentos e construir suas marcas no domínio público.

04

OMNICHANNEL – ALCANCE, ENVOLVIMENTO E INFLUÊNCIA

Usando planejamento e compra baseados em dados inteligentes, o OOH pode eliminar o ruído, chamando a atenção dos consumidores para buscar marcas relevantes por meio do mobile.

05

OOH ESTÁ NO CERNE DA MUDANÇA

A combinação holística de OOH e móvel pode ajudar as marcas a se concentrar nos KPI’s de negócios e otimizar o mix de mídia para entregar resultados excepcionais.

JCDecaux

O papel do Out of Home

Como agente transformador no funil de vendas.



Reforço de **complementariedade das mensagens** exibidas em outros meios, aumentando o **índice de lembrança** das campanhas.	**awareness**	**Participação orgânica** na rotina dos consumidores sem a divisão de atenção das multi-telas e a possibilidade de dar “skip" nas mensagens.
Possibilidade de divulgação de benefícios e atributos em contextos adequados à proposta de marcas e produtos.	**consideração**	**Presença ativa** e **frequência** na jornada durante os momentos de busca de marcas e produtos e avaliação de alternativas.
Ampliação dos resultados de campanhas digitais, **impulsionando a busca** pelas marcas no ambiente virtual.	**conversão**	Possibilidade de **integração** entre campanhas Out of Home e estratégias digitais/mobile para **estratégias drive-to-store** em lojas físicas ou virtuais.

JCDecaux

Fique Atento!

O cenário atual está em constante mudança.

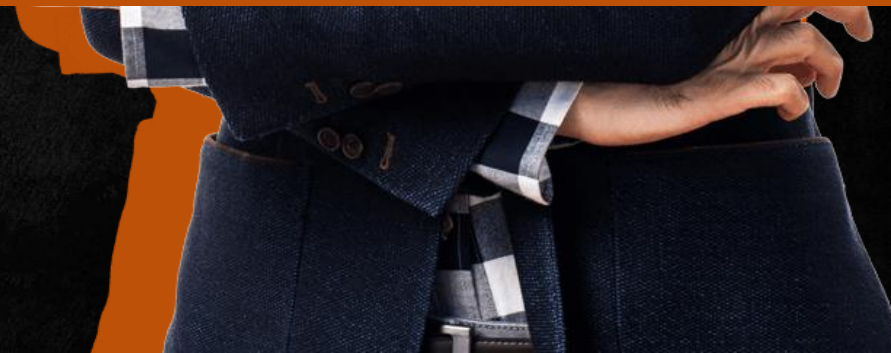
Por conta do consumo represado, espera-se um boom de vendas nos próximos meses.

Dados são as métricas mais confiáveis e assertivas em um momento de dúvida de onde anunciar.

A palavra do momento é **Phigital** e as marcas precisam se posicionar em ambos os ambientes.



A JCDecaux possui soluções para ajudar a sua marca nestes momentos.



Para as marcas que buscam nessa data gerar experiência
e mídia espontânea, uma série de ideias de ativações exclusivas.

OOH2DIGITAL

PROJETO

LIVE SHOP

VISITE WWW

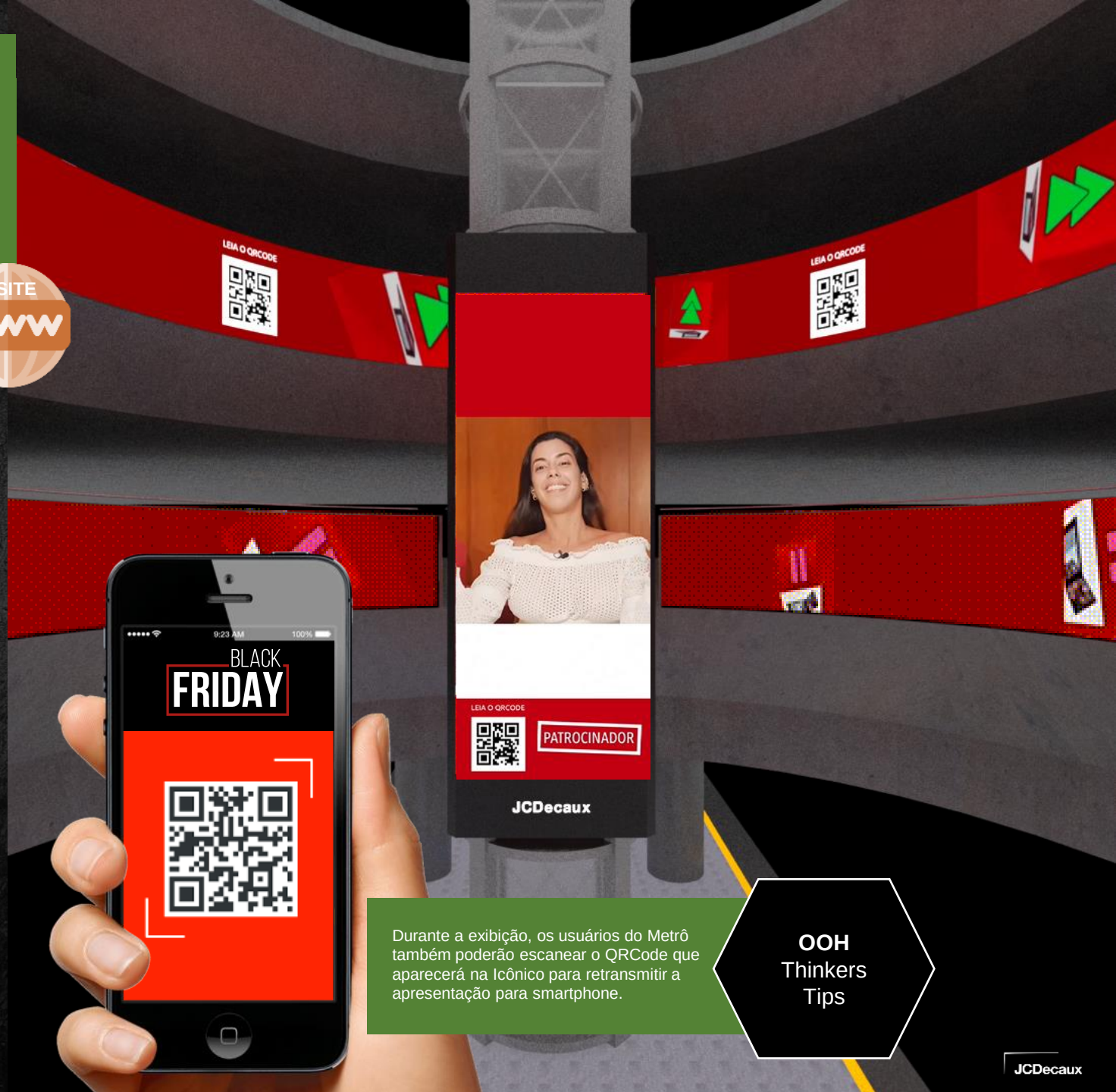
Exibição de conteúdo inédito com review dos produtos em promoção apresentado por um convidado ou expert, gerando a possibilidade de venda em tempo real através do escaneamento por QRCode.

Veiculação no Icônico Digital da Sé e na rede digital em 12 principais estações do Metrô de São Paulo diariamente por 30 minutos/1 hora

Veiculação: semanal
Produção: 30 dias úteis

Praça: São Paulo
Produto: Metrô

Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelo Metrô.



Durante a exibição, os usuários do Metrô também poderão escanear o QRCode que aparecerá na Icônico para retransmitir a apresentação para smartphone.

OOH Thinkers Tips

JCDecaux

OOH2DIGITAL

PROJETO

Countdown

VISITE WWW

3,2,1 é Black Friday!
Veiculação na rede digital com contador e ofertas diárias nos painéis digitais.

Veiculação: a definir
Produção: sob responsabilidade do cliente

Praça: SP, RIO ou Metrô
Produto: Rede Digital



OOH Thinkers Tips

Campanha poderá sem incrementada com um pacote de **Second Screen** para criar efetividade no *retargeting* e mensuração de seus KPI's.

OOH2DIGITAL

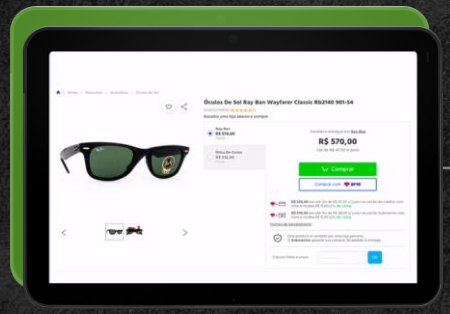
PROJETO

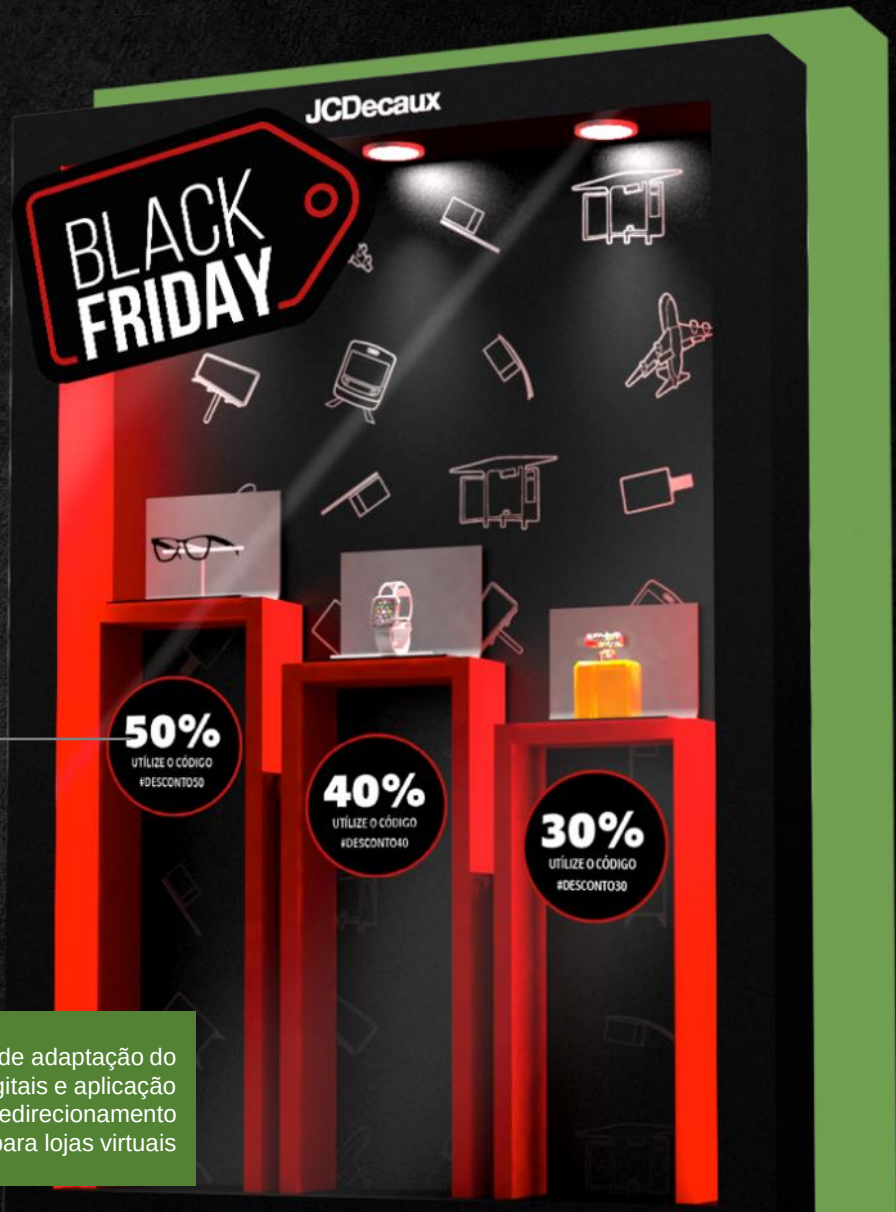
Vitrine de Ofertas

VISITE WWW

Cenografia especial com amostras ou réplicas dos produtos que poderão trazer código de descontos exclusivos.

Veiculação: semanal
Produção: 15 dias úteis





OOH Thinkers Tips

Possibilidade de adaptação do conceito com telas digitais e aplicação de QR codes para redirecionamento para lojas virtuais

Praça: Metrô, Rio e Regionais
Produto: Mupis e Abrigos

Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelas Prefeituras e Metrô

OOH2DIGITAL

PROJETO

Catálogo Virtual

Os Mupis serão adaptados para receber uma tela touchscreen, possibilitando assim que o público conheça os produtos em promoção e até redirecione as ofertas para seu email ou whatsapp para efetuar a compra posteriormente.

Veiculação: quinzenal
Produção: 15 dias úteis

Praça: Metrô de SP
Produto: Mupis



OOH Thinkers Tips

Catálogo de produtos deverá ser incrementado com os *Features* dos produtos e também com QRCode para ajudar o consumidor na compra ou direcioná-lo ao chatbot da marca.

Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelas Prefeituras e Metrô

OOH2STORE

PROJETO

Game da Oferta

VISITE WWW

Os mobiliários serão adaptados para receber um dispensador de bolinhas com descontos promocionais. Uma promotora auxiliará a ativação durante o período de ativação.

Veiculação: 7 dias
Produção: 15 dias úteis

Praça: Metrô de SP
Produto: Mupis



Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelas Prefeituras e Metrô

OOH2STORE

PROJETO

Tag Black

Apliques gráficos nos mobiliários para aumentar ainda mais a visibilidade da comunicação no Black Friday.

Veiculação: semanal
Produção: 10 dias úteis

Praça: Metrô de SP
Produto: Mupis



Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelas Prefeituras e Metrô

OOH2STORE

PROJETO

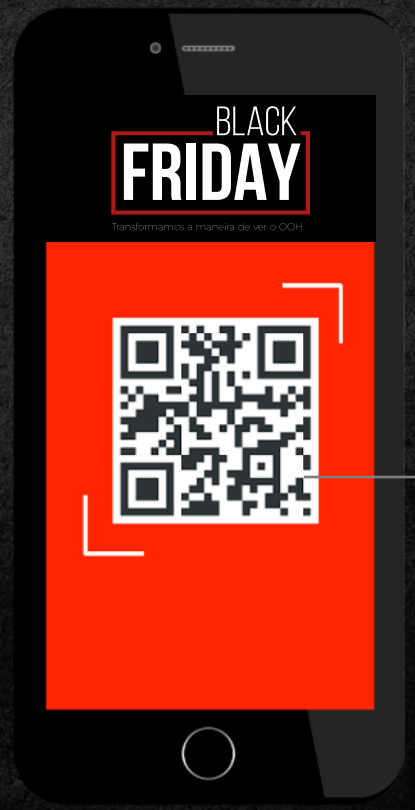
Rota Black

Veiculação no digital com a rota para a loja mais próxima partindo da localização do mobiliário.

Um QR Code poderá também redirecionar ao Google Mapas com o trajeto completo.

Veiculação: semanal
Produção: 15 dias úteis

Praça: Metrô de SP
Produto: Mupis





Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelas Prefeituras e Metrô

OOH2STORE

PROJETO

Furacão de Prêmios

Turbilhão de ar instalado no mupi ou abrigo contendo filipetas impressas com códigos promocionais ou descontos variados.

Uma promotora dará suporte para evitar o contato do grande público com o equipamento.

Veiculação: semanal
Produção: 15 dias úteis

Praça: Metrô de SP
Produto: Mupis



Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelas Prefeituras e Metrô

OOH2STORE

PROJETO

Smart Locker

OOH
Thinkers
Tips

O projeto poderá ser executado durante as campanhas de Black Friday e Natal, maximizando o custo de produção da ativação e os resultados da ação.

VISITE
WWW

Os clientes que comprarem por e-commerce poderão retirar seus produtos durante seus trajetos diários em Lockers instalados nas principais estações do Metrô. Suas gavetas serão destravadas por QRCode.

Veiculação: 30 a 60 dias
Produção: 20 dias úteis

Praça: Metrô de SP
Produto: Mupis



Obs. O projeto e a arte deverão ser aprovados pelas Prefeituras e Metrô

O Black Friday é uma tendência global. Com a **JCDecaux**, cases globais poderão ser adaptados ao mercado local e de acordo com a necessidade da sua marca.

AMAZON

DADOS SÃO TUDO!

Neste projeto a Amazon combina nossa solução de VIOOH + Second Screen: veiculação de ofertas nos digitais em contextos estratégicos e reforço com envio de informações e promoções no mobile.



VISITE
WWW

EBAY

IMPACTO E INTELIGENCIA!

Dominação de alto impacto com “Countdown” em painéis digitais trazendo ofertas minuto a minuto.



VISITE
WWW

VERY

SMART PARA VENDAS

Dinamismo na troca dos criativos a partir de dados em tempo real sobre o perfil da audiência na região, resultados de busca, disponibilidade de estoque e preço dos concorrentes.



VISITE
WWW

AUNT BESSIE’S

DIRECIONAMENTO

Utilização de tecnologias como NFC, Bluetooth e QRCode para garantir descontos, com direcionamento para sites ou lojas.



TESCO

VIRTUAL SHOP

Grande áreas possíveis de adesivação recebem uma arte específica com a prateleira de ofertas que podem ser adquiridas via QRCode direto no mobile. Uma promotora irá assessorar as compras.



VISITE
WWW

VITAL PROTEINS

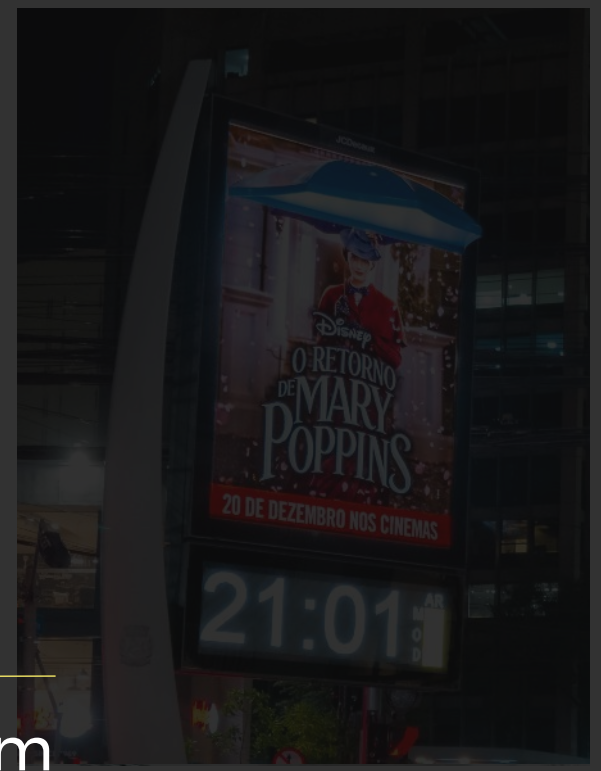
DOMINAÇÃO DIGITAL

Projetos especiais transformam
Mupis estáticos em digitais com
100% de exibição da marca em uma tela
digital (conteúdo pré-gravado em looping)
e grande impacto visual.



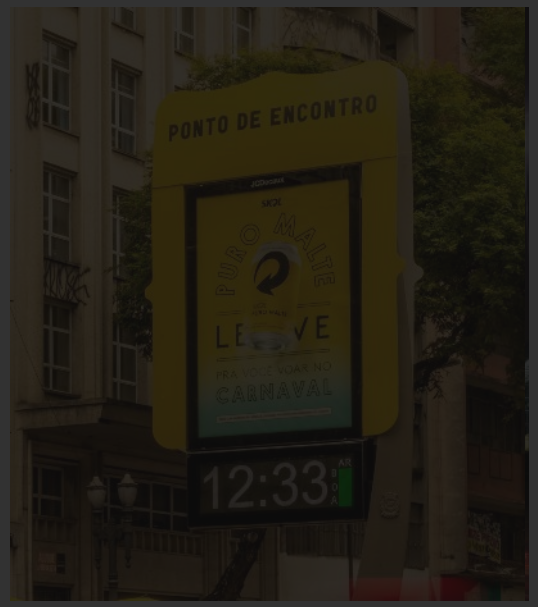




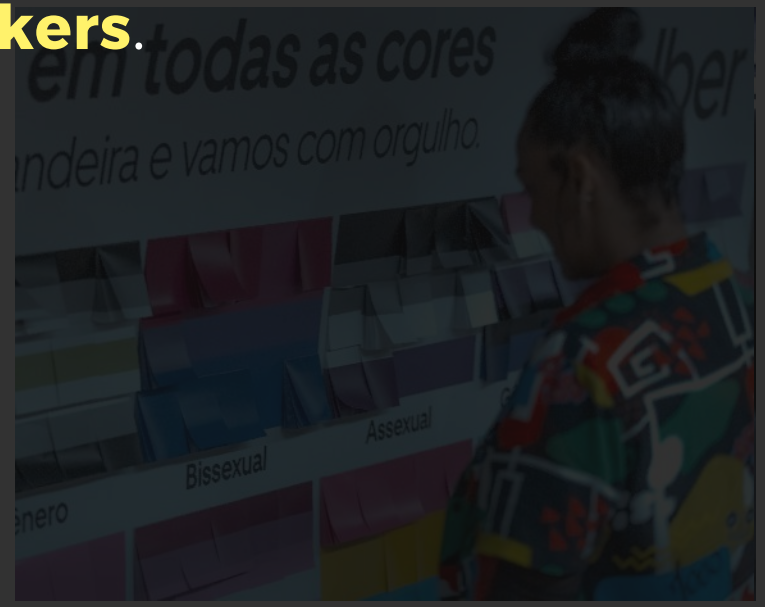


GOSTOOHU?

Para saber mais, fale com um de nossos **OOHThinkers**.








OOH Thinkers.
JCDecaux
OBRIGADOOH