



JCDecaux

Metrô de Salvador

Embarque nos insights
e potencialize
suas campanhas

A PESQUISA

A JCDecaux, em parceria com a Offerwise, realizou uma pesquisa via painel on-line

com pessoas que utilizam o metrô de Salvador em uma semana típica

Foram 500 entrevistas que contemplaram passageiros de todas as linhas e estações do metrô.





OS DADOS

**+ de 800 mil
pessoas sendo
impactadas
pelo OOH
diariamente***

*Dados de entradas, saídas
e transferências de pessoas nas estações

A maioria utiliza
o metrô de

4 a 7

vezes por semana

OS DADOS

45% permanecem durante tempo médio de

16 a 30 min

51%

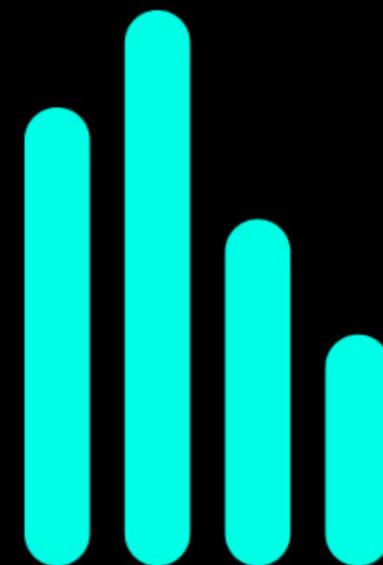
são heavy user
do transporte



O PÚBLICO

Um público com potencial de compra

O metrô de Salvador é um meio de transporte jovem.



51%

têm entre 18 e 34 anos de idade

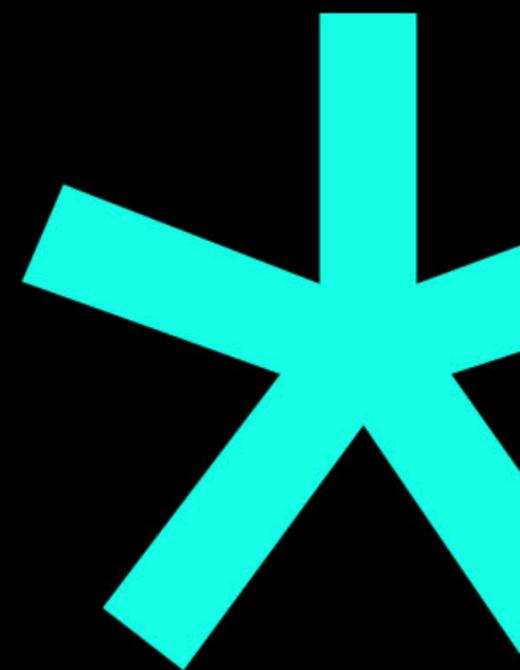
São mais ativos economicamente em relação à média da população de Salvador.

E para aonde vão de metrô?



Para
47%

o principal motivo para usarem o metrô é sua rapidez em comparação com outros meios de transporte



A rapidez explica também porque

40%

dos passageiros do metrô possuem carro próprio

19%

possuem carro compartilhado/família

Além da rapidez, foram citados:

40% é prático, fácil

33% porque evita o stress do trânsito, de congestionamentos

23% porque é seguro

A sua marca está sendo vista pelas pessoas



7 em cada 10

passageiros entrevistados prestam atenção em todas ou na maior parte das propagandas



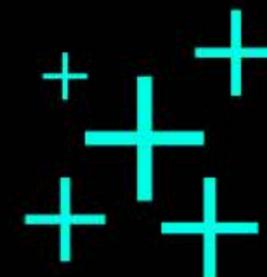
86%

concordam que a propaganda chama atenção positivamente



7 em cada 10

passageiros são influenciados pela propaganda na hora da sua decisão de compra



75%

buscaram mais informações sobre um produto ou serviço porque viram a propaganda no metrô

72%
dos entrevistados
já comentaram
nas redes sociais
sobre produtos
ou serviços anunciados
no metrô



A PROPAGANDA

Campanhas que chamam atenção

93%

estão dispostos a interagir
com ações publicitárias

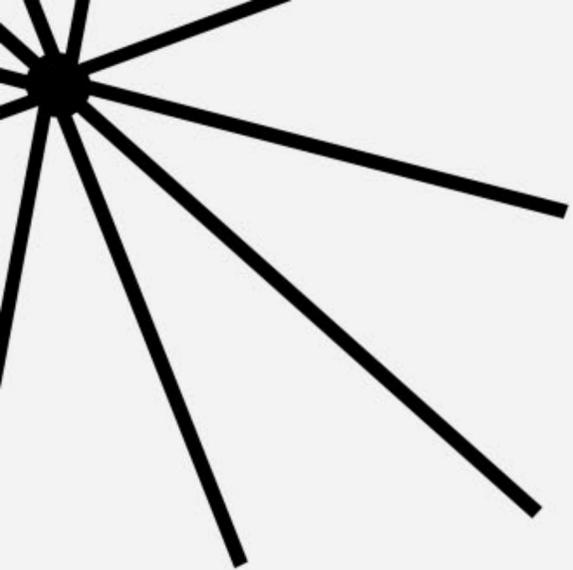


Estudo Metrô de Salvador 2024



JCDecaux Brasil em parceria com a Offerwise

JCDecaux



97%

gostam de ver propagandas
no metrô de Salvador

60%

se interessam quando
o assunto é sobre promoções,
ofertas e descontos

56%

se interessam quando
o assunto é lançamentos
de filmes e séries

As possibilidades são infinitas!
São vários perfis,
interesses, destinos...



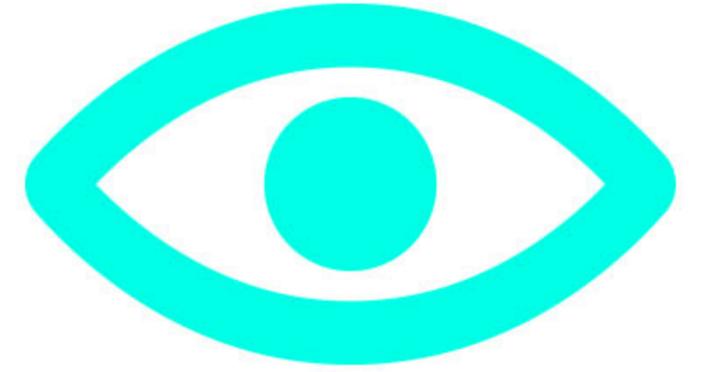
E como as marcas e suas mensagens integram esse ambiente?



Através dos formatos publicitários
posicionados de forma estratégica
no ambiente do metrô.



**97% lembram
de ter visto
propaganda
recentemente
em um ou mais
tipos de mídia.**



A propaganda no metrô desperta o interesse dos passageiros.

75%

buscaram mais informações sobre um produto ou serviço porque viram a propaganda no metrô.

E o que os fez buscar mais informações?

46% propaganda era criativa, bonita, chamativa

45% propaganda trazia alguma novidade, lançamento, algo novo

44% propaganda trazia uma promoção, desconto, brinde

A propaganda influencia positivamente o metrô

Para

87%

dos passageiros, a propaganda no metrô os ajuda a se manterem informados

Eles concordam que a propaganda:

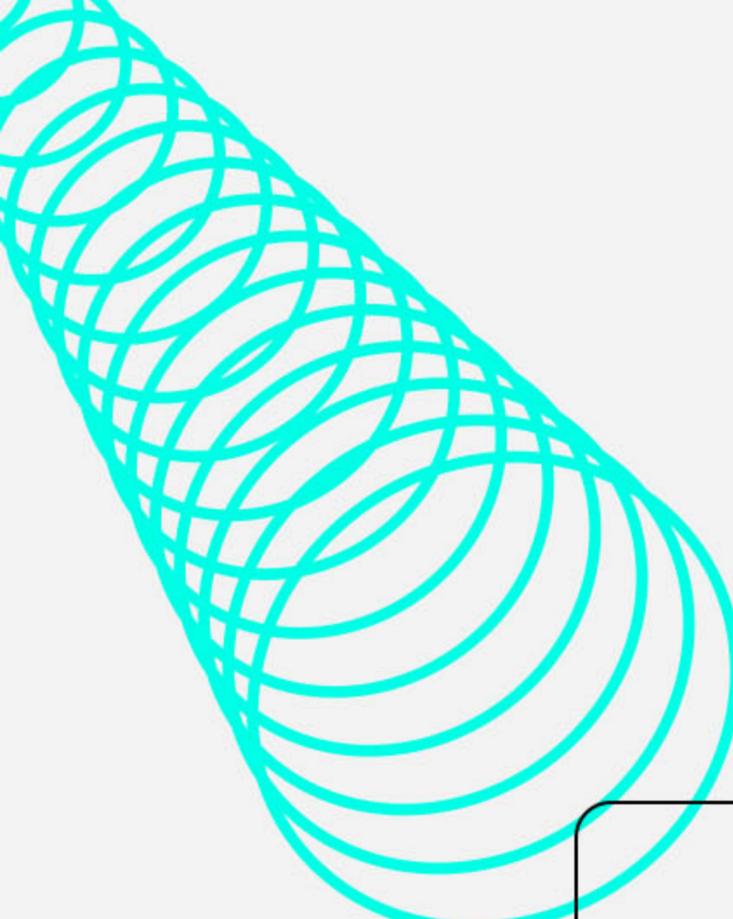
84%

deixa o ambiente mais moderno

82%

ilumina o ambiente





**E influencia a decisão
de escolher uma marca
ou produto de**

**7 em cada
10 passageiros**

→ Geramos desejo → e conversão —

79%

sentiram vontade
de adquirir um produto
ou serviço

64%

compraram
um produto/serviço
que estava anunciado
por causa da propaganda
que viu no metrô

Os interesses são diversos, o que ajuda a personalizar ainda mais os anúncios



no metrô de Salvador, encontramos pessoas que têm muito interesse ou interesse em: saúde, educação e música, principalmente.



Os passageiros não vivem sem

83% assistir filmes e séries na internet, streaming

82% atividades ao ar livre, passeios em parque, ir à praia

76% ir a shoppings



50%

dos passageiros **“não viajam sozinhos”** e a música é sua principal companhia

Investir no metrô de Salvador, é investir em resultados

A group of people, including men and women, are walking on a red carpet. In the background, there is a large digital display with a logo and text. The scene is dimly lit, with a greenish tint.

JCDecaux

HUB DE POSSIBILIDADES

Para saber mais
www.jcdecaux.com.br