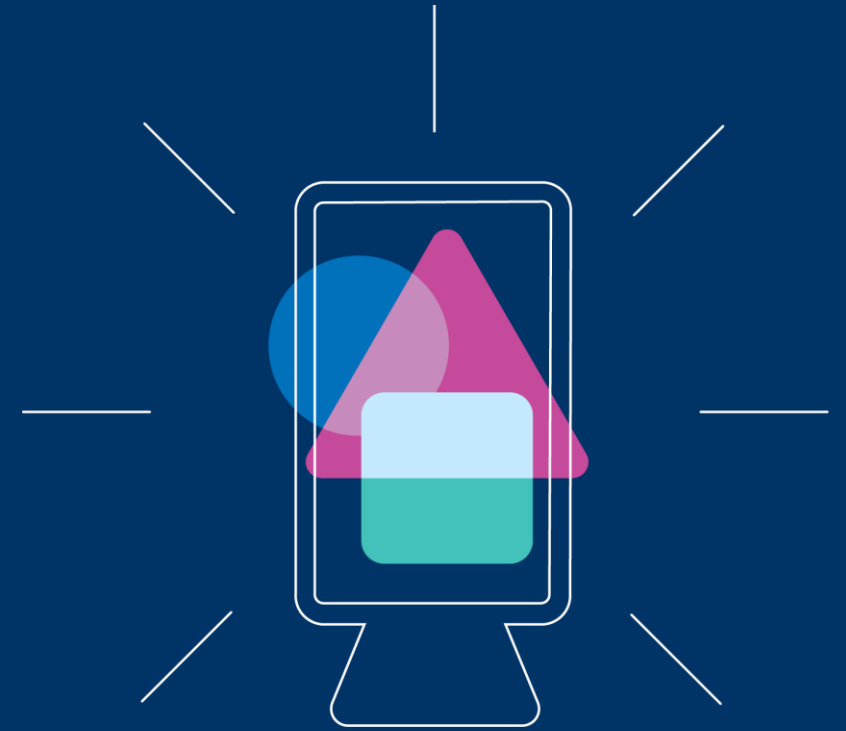


COMO DESENVOLVER
UMA BOA CRIATIVIDADE
EM OOH

Ferramentas de otimização | Março 2022

ÍNDICE

1. A CRIATIVIDADE: FATORES DE SUCESSO
2. OTIMIZAÇÃO DE CRIATIVIDADES: GUIDELINES OOH
3. AS FERRAMENTAS CERTAS: CRÉACTION + CREATIVE HEATMAP



1.

A CRIATIVIDADE FATORES DE SUCESSO



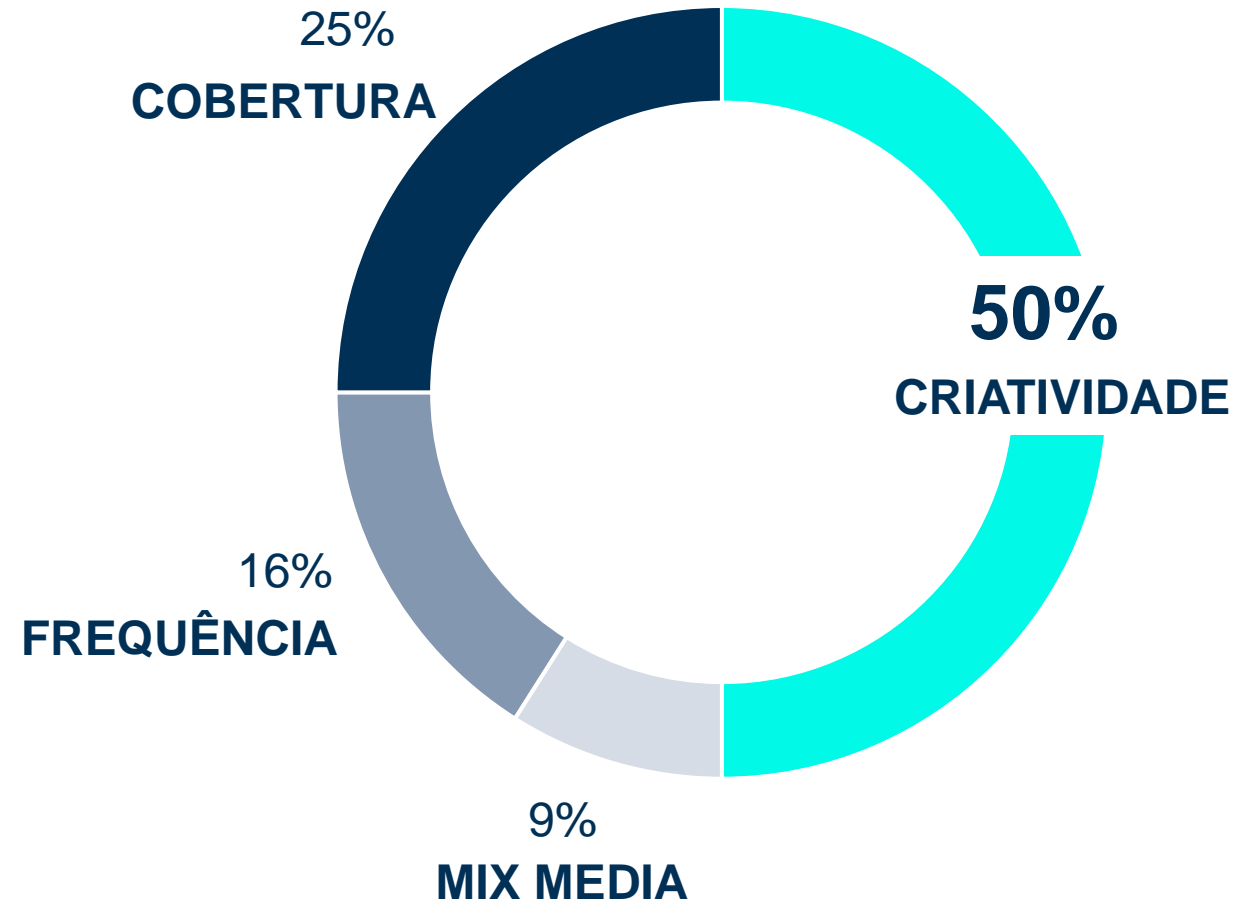
**What really decides
consumers to buy or not to
buy is the content of your
advertising, not its form.**



David Ogilvy

A criatividade, é um fator fundamental para o sucesso da campanha

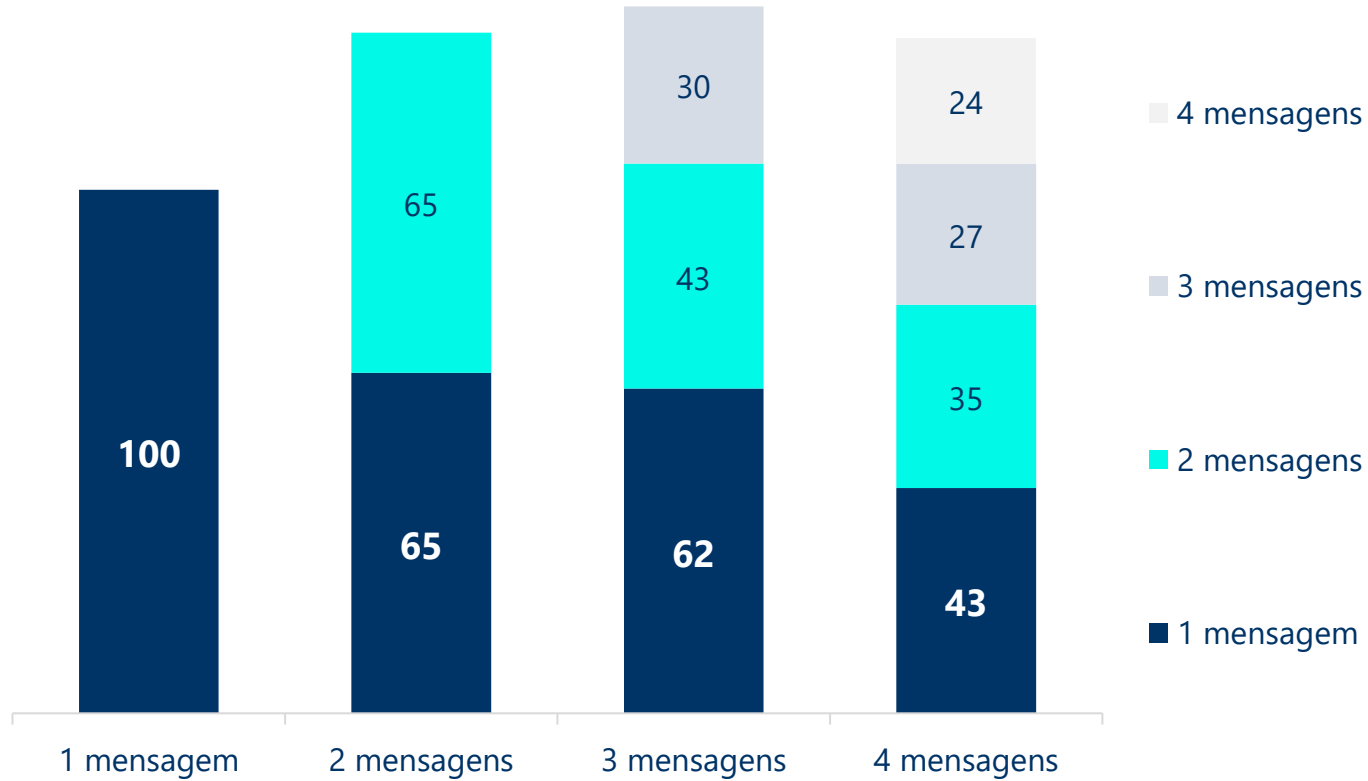
Fatores que contribuem
para a visibilidade das
marcas



A criatividade, é um fator fundamental para o sucesso da campanha

Top 10 fatores que impulsionam a rentabilidade de uma campanha

Ranking	Fatores	Índice de rentabilidade
1	Tamanho do logo	18
2	Qualidade da criatividade	12
3	Alocação do Budget de forma geográfica	5
4	Alocação do Budget por portfólio/produto	3
5	Estratégia multimeios	2.5
6	Alocação do Budget por variantes	1.7
7	Custo/sazonalidade do produto	1.6
8	Marca vs performance	1.4
9	Distribuição do Budget por vagas/tempo	1.15
10	Seleção de Audiência	1.1



Menos mensagens, mais recordação

Um anúncio que inclua 4 mensagens, regista apenas 43% de recordação, se compararmos com um anúncio com apenas 1 mensagem.

2.

OTIMIZAÇÃO DE CRIATIVIDADES GUIDELINES OOH

PERGUNTAS CHAVE ANTES DO DESENVOLVIMENTO DA CRIATIVIDADE

PARA ONDE QUERES QUE OLHEM?

QUE MENSAGEM QUERES QUE SE RECORDEM?

Princípios criativos base



Um ponto chave com maior peso que os restantes



Um sentido de leitura bem identificado entre os pontos



Não mais do que três pontos âncora para evitar dispersão



Principais guidelines



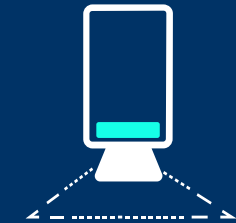
3 pontos fulcrais
logotipo, produto, claim



Elemento principal
ao centro



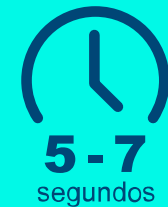
Leitura em
Z ou Vertical



Últimos 15 cm
info legal



Regra dos terços



Mensagem lida em mobilidade

SAMSUNG



O novo **Galaxy A80** com
uma tripla câmara rotativa

**Menos é
MAIS**

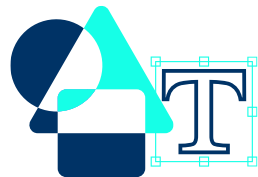
Guias criativos

A anatomia de uma boa criatividade em mobiliário urbano



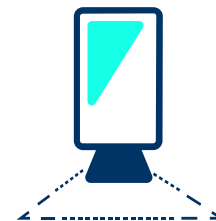
Design simples

Para transmitir uma mensagem que se destaque e que o público não se distraia



Tipografia legível e cores contrastantes

Fontes claras e de grande dimensão, com fundos contrastantes



Mensagem breve e ordem visual

Mensagem lógica e estruturada, destacando-se através de palavras chave sucintas



Imagens impactantes

Gerar um estímulo visual e chamar à atenção

E NO DIGITAL
OUT OF HOME?

Principais guidelines

em Digital OOH

Criar conteúdos específicos

adaptados ao meio digital

Captar a atenção rapidamente

animar um ou alguns elementos

Evitar excesso de animações

para não confundir

Fazer o conteúdo legível e entendível

Simplicidade. Palavras chave com leitura



Adaptar as criatividades de acordo com o tipo de audiência

MÚLTIPLAS AUDIÊNCIAS



Pedonal



Rodoviário



Aeroporto / Indoor

TIPOS DE ANIMAÇÃO

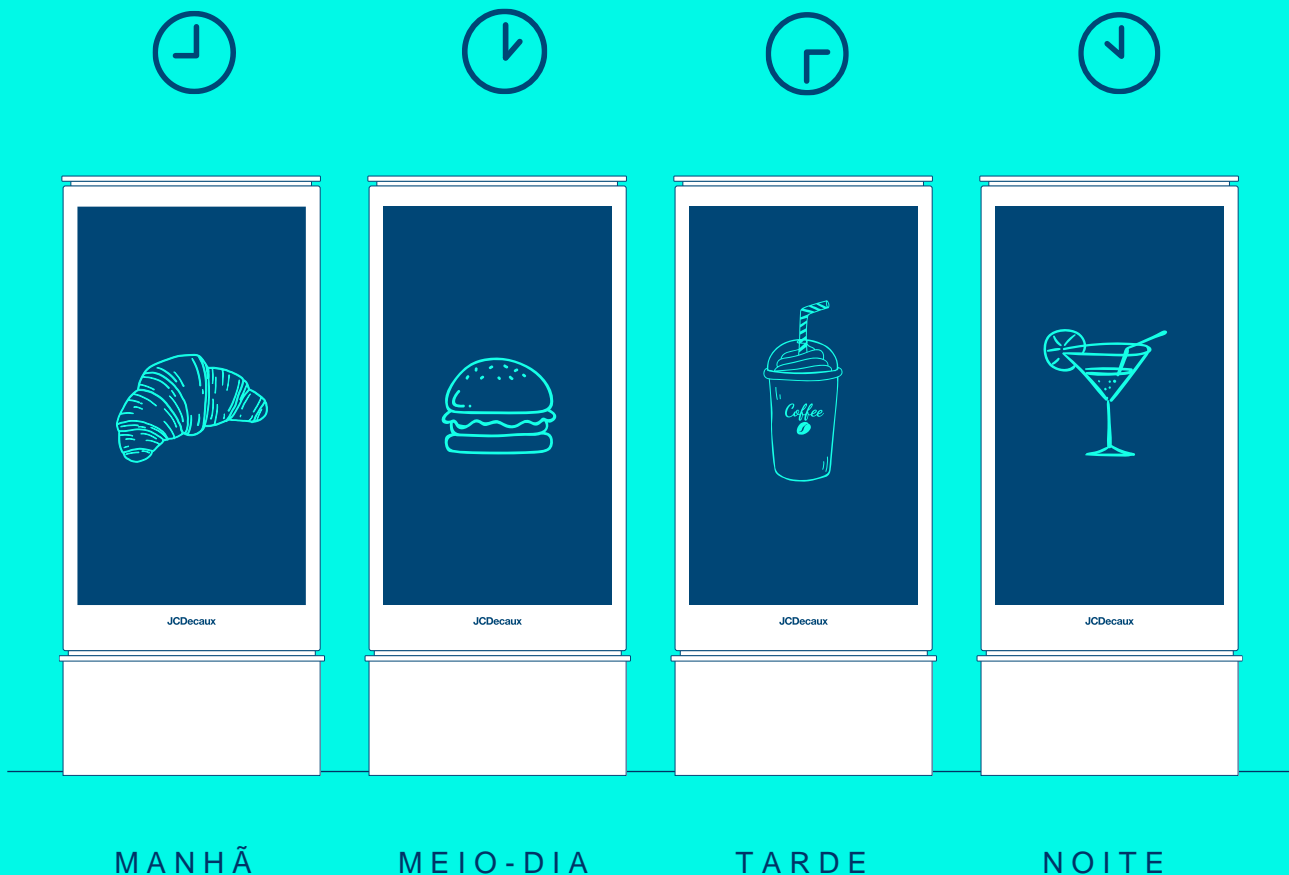
Subtil e dinâmica

Leves animações em vários elementos para captar a atenção sem prejudicar o entendimento do anúncio

... que conte uma história

Um *storytelling* que desenvolva a estética do anúncio

E para ir mais além...



Melhore a relevância da sua mensagem com anúncios contextualizados

Use mensagens diferentes, adaptadas a cada momento

(manhã, tarde, noite; dias da semana; fins de semana e/ou momentos chave – aberturas, aniversários, inaugurações, etc)

3.

AS FERRAMENTAS CERTAS CRÉACTION + HEATMAP

O nosso acompanhamento

A criatividade das campanhas desempenha um papel fundamental no seu sucesso. **Por isso, queremos acompanhar-vos na otimização das criatividades, para garantirmos campanhas eficazes.**

Colocamos à vossa disposição ferramentas que avaliam a eficácia criativa das campanhas:



créaction
FULL MOTION

+



**Creative
Heatmap**
By JCDecaux

Créaction

Pré-visualizar campanhas em movimento num ambiente virtual

Como

O Créaction simula uma cidade 3D que permite avaliar a criatividade num ambiente real antes do lançamento da campanha no exterior.

Objetivo

Melhorar a visibilidade da criatividade ajustando o tamanho e posição dos logos, textos, imagens e contrastes.



Création

Cria, analisa e otimiza a criatividade

ANTES

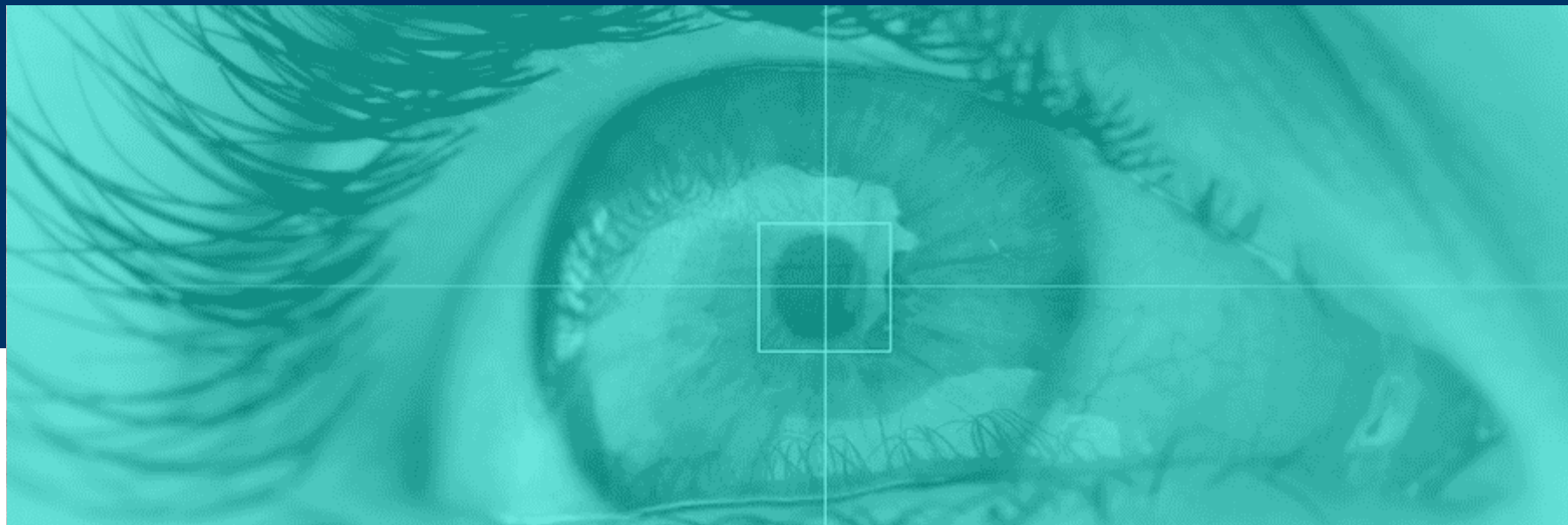


DEPOIS



Creative Heatmap

Pré-visualizar elementos que chamam mais a atenção



Como

A tecnologia de **Inteligência Artificial** de **eye tracking** permite identificar as áreas das criatividades que captam mais a atenção, evidenciando-as através de manchas de calor.

Objetivo

Identificar quais as áreas da criatividade mais atrativas e as menos efectivas.

Melhorar o conteúdo para transmitir o melhor possível as mensagens que se pretendem evidenciar.

Creative Heatmap

Comprender a distribuição das manchas de atenção

Manchas de atenção

-  Muito elevada
-  Elevada
-  Atenção média
-  Atenção baixa



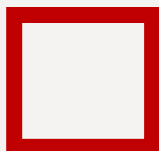
* Mockup ilustrativo



Creative Heatmap

Cria, analisa e otimiza as campanhas

ANTES



Logo da marca com pouco destaque

BAIXA

ATENÇÃO



ALTA

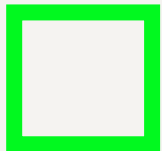


* Mockup ilustrativo

Creative Heatmap

Cria, analisa e otimiza as campanhas

DEPOIS



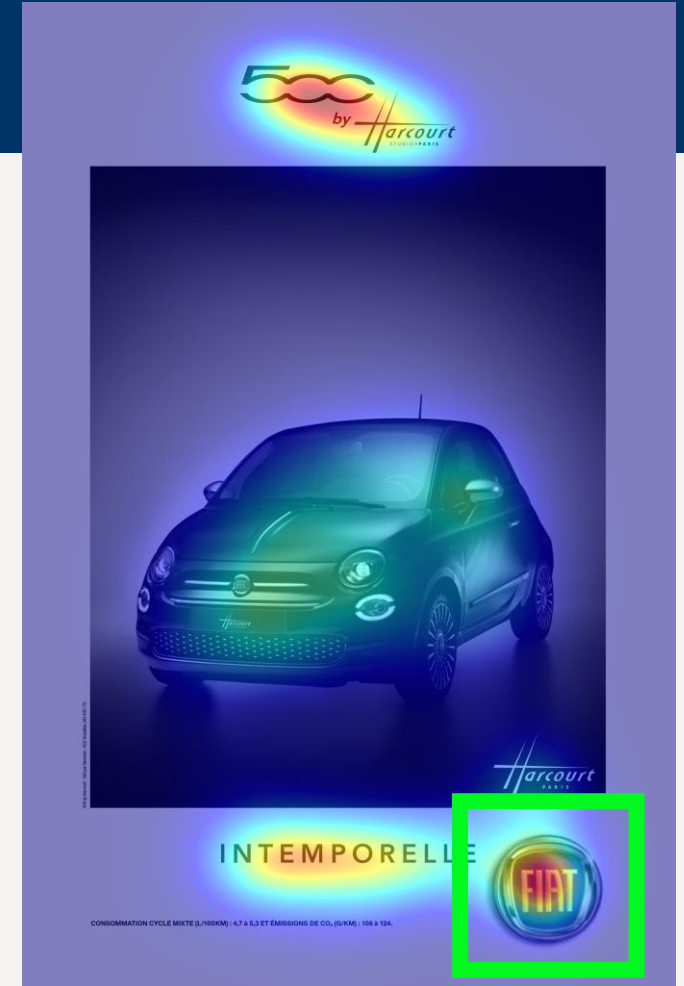
Aumento do logo resultando num maior destaque. Perceptível pela mancha de calor

BAIXA

ATENÇÃO



ALTA



* Mockup ilustrativo

Creative Heatmap

Cria, analisa e otimiza as campanhas



Atenção muito elevada
na caixa de Mentos e no logótipo

Atenção relevante na palavra 'Gum'

ATENÇÃO

BAIXA



ALTA

Creative Heatmap

Testa varias campanhas

Qual a melhor?

4
versões



VERSÃO 1



VERSÃO 2



VERSÃO 3



VERSÃO 4

Créaction + Creative Heatmap

A combinação perfeita

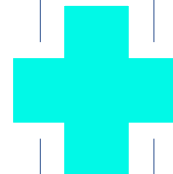


Simulador 3D em ambiente urbano

Avaliar as criatividades com **distâncias diferentes** utilizando critérios criativos:

- Tamanho e posição do logo
- Tamanho e posição dos textos
- Quantidade de texto/palavras
- Contrastes

Otimizar a **visibilidade e legibilidade**

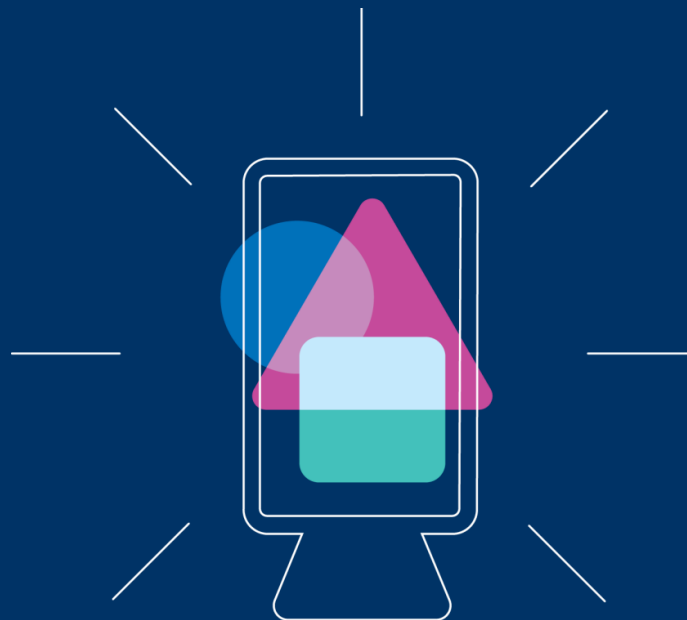


IA - Eye tracking

Determinar os elementos da criatividade que **captam mais atenção:**

- Determinar os pontos quentes vs frios mostrando manchas de calor
- Identificar os pontos prioritários no sentido de leitura

Otimizar a **organização e conteúdo** da criatividade



COMO DESENVOLVER UMA BOA CRIATIVIDADE EM OOH

Ferramentas de otimização | Março 2022