

DENTSU DYNAMIC DOOH

AUMENTAR A **RELEVÂNCIA** DA COMUNICAÇÃO DOOH ATRAVÉS DE **OPTIMIZAÇÃO CRIATIVA DINÂMICA** EM TEMPO REAL

A comunicação Digital Out-of-Home é reconhecidamente de **grande impacto e consegue elevados níveis de atenção**, quando apresentada no contexto certo – e com relevância. Contudo, ao contrário da comunicação digital em mobile e desktop, ela não apresenta flexibilidade de otimização em tempo real e por isso acaba por ter **pouca margem de otimização e personalização** ao longo de uma campanha.

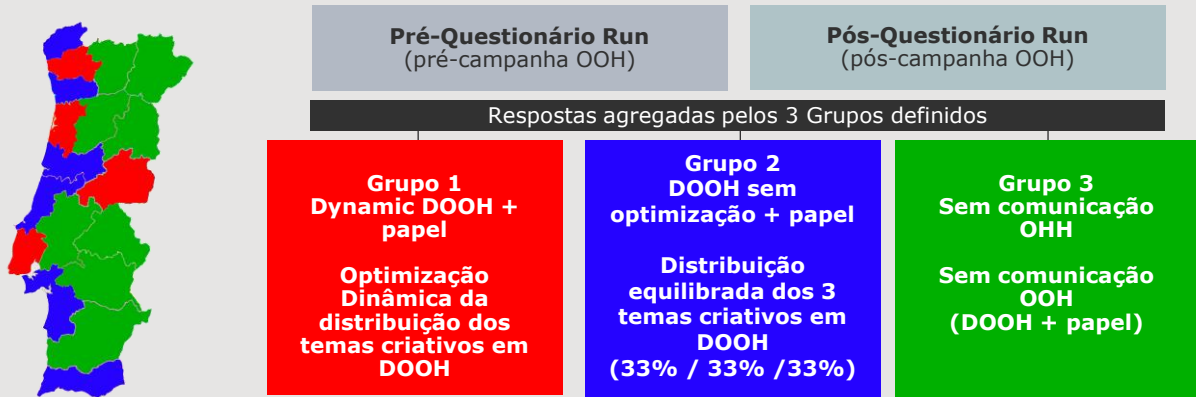
A solução “Dynamic DOOH” vem transformar por completo este paradigma – uma vez que através de uma ligação directa a fontes externas de dados – consegue receber novas informações em tempo real e de forma automatizada – permitindo **adequar a pressão e o conteúdo das mensagens veiculadas** em cada face, de acordo com regras concretas que visam **o aumento da relevância**.

Flexibilidade Redes Nacionais	Live Feed dinâmico para qualquer variável externa	Optimização Criativa baseada em resultados
<p>Cobertura e exposição máximas</p> <p>Capacidade de medição integrada</p> <p>Sem restrições de planeamento (pode incluir JCDecaux, MOP, DreamMedia)</p>	<p>Sistema open source: ligado a qualquer feed externo</p> <p>Actualização periódica com dados em tempo real ou acumulados</p> <p>Permite gestão personalizada da pressão criativa por distrito, daypart e por face</p>	<p>Capacidade de servir diferentes temas criativos de acordo com regras definidas / resultados</p> <p>Maior relevância em cada exposição à campanha</p> <p>Gestão dinâmica ao longo de todo o período da campanha</p>



UMA TECNOLOGIA TESTADA À ESCALA NACIONAL, ONDE OS RESULTADOS DE BRAND LIFT COMPROVAM A EFICÁCIA DA PERSONALIZAÇÃO DINÂMICA DA MENSAGEM

CLIENTE SECTOR SEGUROS – CASE STUDY
Dividiu-se Portugal em 3 grupos de distritos e comprovou-se que o grupo com a tecnologia Dynamic DOOH superou os restantes em todos os indicadores de notoriedade, compreensão de produto e consideração



Uma seguradora pretendia **comunicar pela primeira vez um seguro de vida específico de crédito de habitação** e necessitava de explicar as suas vantagens em termos de flexibilidade e rapidez na transferencia de seguro, assim como o seu preço competitivo. Foram criados 3 temas criativos distintos a explicar o produto com foco em diferentes propostas de valor. Estes temas foram utilizados na comunicação digital (Display + Social) e em DOOH. **A tecnologia de Dynamic DOOH permitiu recolher a CTR dos temas digitais em tempo real e adequar a pressão criativa das faces DOOH**, de acordo com o interesse demonstrado pelos consumidores – em cada distrito, em cada dia – ao longo de duas semanas. O grupo 1 acabou por ter uma distribuição criativa muito diferente da distribuição convencional.

RESULTADOS	+21,5%	+19,6%	+46,0%
	Aumento da notoriedade	Aumento da compreensão do produto	Aumento da consideração em não-clientes
	(Grupo 1 vs. base pré-survey)	(Grupo 1 vs. base pré-survey)	(Grupo 1 vs. base pré-survey)



OBRIGADO!

dentsu | CARAT DENTSU CREATIVE dentsu X iPROSPECT 4Merkle tag

