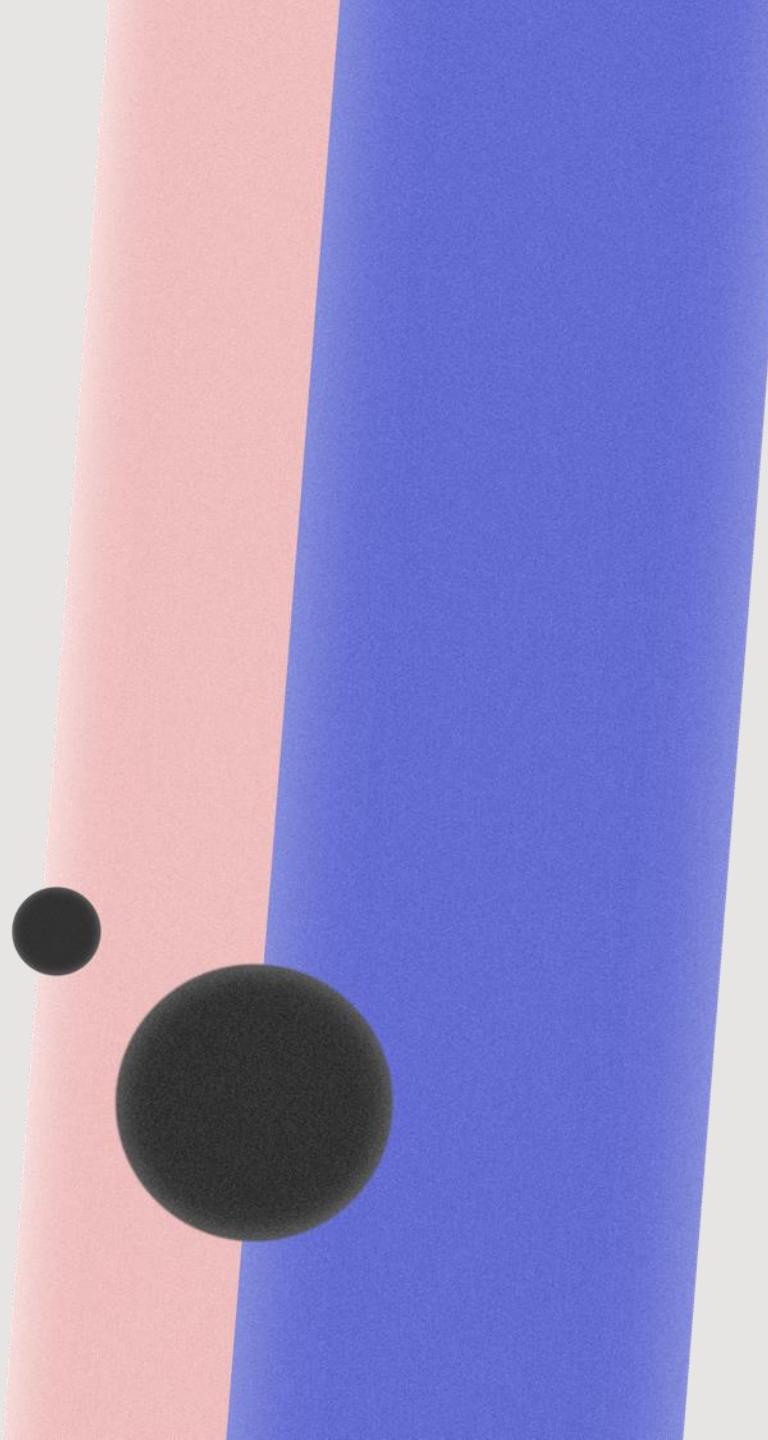


# DENTSU DYNAMIC DOOH



# 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 optimização em tempo real e por isso acaba por ter **pouca margem de optimização 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

Cobertura e exposição máximas  
Capacidade de medição integrada  
Sem restrições de planeamento (pode incluir JCDecaux, MOP, DreamMedia)

## Live Feed dinâmico para qualquer variável externa

Sistema open source: ligado a qualquer feed externo  
Actualização periódica com dados em tempo real ou acumulados  
Permite gestão personalizada da pressão criativa por distrito, daypart e por face

## Optimização Criativa baseada em resultados

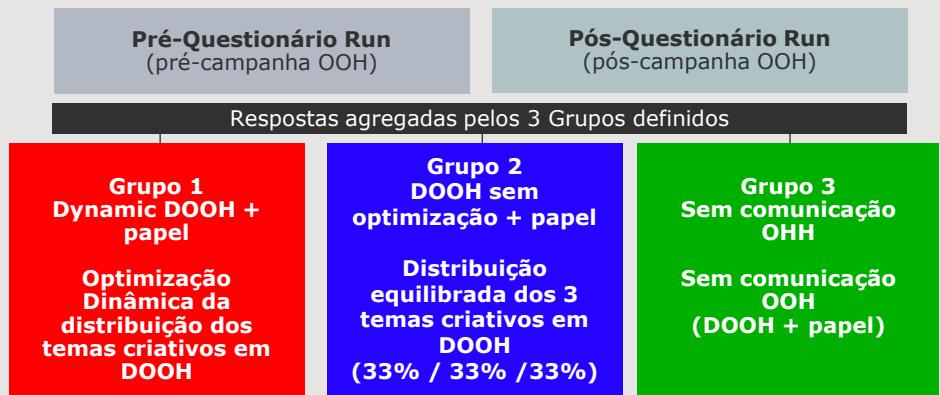
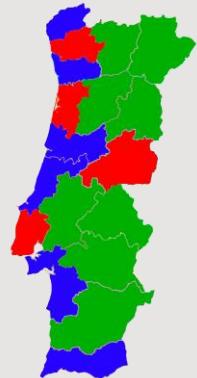
Capacidade de servir diferentes temas criativos de acordo com regras definidas / resultados  
Maior relevância em cada exposição à campanha  
Gestão dinâmica ao longo de todo o período da campanha



# 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 transferência 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

**dentsu**

**+21,5%**

Aumento da notoriedade  
(Grupo 1 vs. base pré-survey)

**+19,6%**

Aumento da compreensão do produto  
(Grupo 1 vs. base pré-survey)

**+46,0%**

Aumento da consideração em não-clientes  
(Grupo 1 vs. base pré-survey)



# OBRIGADO!

dentsu | CARAT

DENTSU CREATIVE

dentsu X

iPROSPECT

MERKLE

tag

