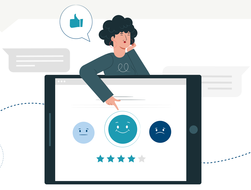
PRODUTOS SOLARES & OOH

INSIGHTS BY NEXO

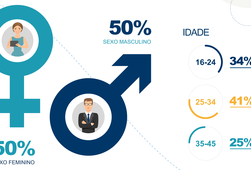
JCDecaux

Mais do que fazer OOH...
pensamos na melhor forma de estar no meio OOH.

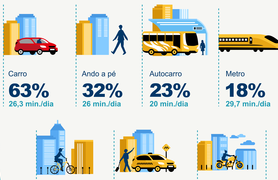
Para isso fomos conversar
com quem nos vê
sobre produtos solares...



Em Julho fizemos 100 entrevistas a indivíduos dos 16 a 45 anos que vivem na cidade de Lisboa...

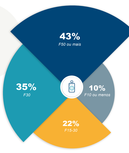


Como se deslocam.
forma de transporte e tempo médio/dia gasto



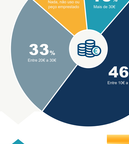
Como avaliam produtos solares.
situações em que utiliza protetor solar

fator de proteção



Quantas vezes compra por ano?

Quanto gasta em protetores?



Onde compra? TOP 3

Fatores de influência *para a compra*

Características preferidas

Como avaliam a comunicação destes produtos.
características valorizadas num anúncio de proteção solar

marcas que comunicam em OOH são...

a publicidade OOH ajuda...

um anúncio OOH ideal a um solar seria...

Resumindo...

50% sente que a sua pele apresenta, em algum momento, sinal de um escaldão.

Dos 80% que usam protector, cerca de 50% só coloca protector quando está exposto ao sol, em oposição apenas 24% coloca antes de sair de casa.

A maioria compra os produtos em supermercados ou farmácias, e referem que a compra é maioritariamente influenciada por amigos ou por indicação médica.

Conhecer, recordar e lembrar a compra são os principais benefícios apontados na comunicação OOH

Clareza e assertividade é o que esperam de um anúncio OOH.

Ficha técnica.

METODOLOGIA
CAWI

AMOSTRAS
100 entrevistas. Indivíduos entre os 16 e 45 anos que vivem na cidade de Lisboa, e que passam pelo menos 2h na rua.

TRABALHO DE CAMPO
Julho 2020