

# DESAFIOS do MARKETING

REDES SOCIAIS PARA EMPREENDEDORES ▶ Vasco Marques

PROTEÇÃO DE DADOS ▶ João Ribeiro

COMUNICAÇÃO COMERCIAL ▶ Bruno Ribeiro

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR ▶ Nuno Vieira

Audax ▶ Luís Martins

Empreend ▶ Maria Almeida

Tec Labs ▶ Rui Ferreira

Empreend ▶ Luís Paisana

Evento grátis

Lisboa - FCUL

22/11/2012

## Problema P1:

Excesso de estímulos visuais e sonoros em espaços públicos (Out-Of-Home).

Como CHAMAR A ATENÇÃO para a MINHA mensagem?

*"There is so much choice and information out there that I choose to ignore it all"*  
Paul Ashby [EZINE]

## Problema P2:

Como SABER quem recebeu a MINHA mensagem?

*"We know that all ratings by their very nature are estimates and are therefore subject to errors" -*  
Hugh Malcolm Beville Jr

## **Solução S1:** Novidade + Interação

*"If an ad is really entertaining, you don't zap it. You might even go out of your way to see it." [FORBES.COM]*

## **Solução S2:** Medição de audiências e comportamento dos consumidores em tempo-real

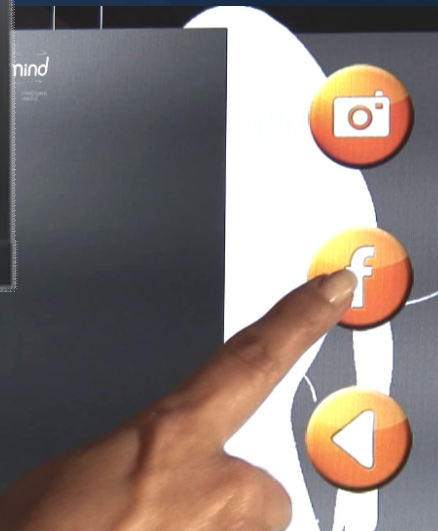
*"Second-by-second data will lead to a complete breakdown in the way that advertising is bought and sold." [DIGITAL MINDCHANGE]*

# Tendências

Tecnologias incontornáveis nos próximos 2 anos:

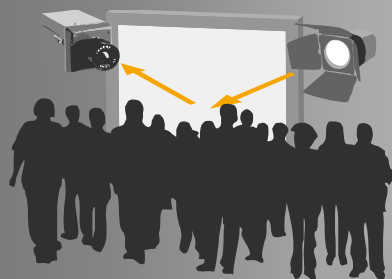
- Interação com dispositivos móveis
- Integração com redes sociais
- Medição de audiências

Fonte: *Digital Signage Future Trends* © 2011 NetWorld Alliance LL



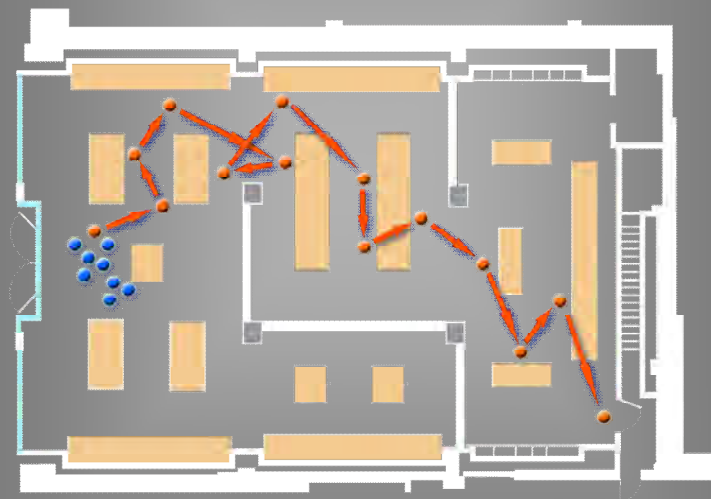
## Determinação de comportamentos do consumidor

### Audiências



Nº de olhos: 4  
Nº de espectadores: 2

### Percursos



## Demonstração da tecnologia

- Vídeo
- Quiosque Multimédia com contagem de nº de espectadores (na sala)

## E a privacidade? Chegou o "Big Brother"?

De forma alguma! Não são registadas imagens reais e os consumidores são tratados como silhuetas projectadas num plano; a cada consumidor é atribuído um nº que permite seguir o seu percurso e analisar o seu comportamento, mas que não permite identificá-lo.

Obrigado!

Perguntas e respostas