

ROI 



GRUPO PETRÓPOLIS

VOCÊ É NOSSO MAIOR COMPROMISSO

CONHECENDO AS AUDIÊNCIAS PARA ATIVAR
CAMPANHAS ALTAMENTE SEGMENTADAS

CENÁRIO

Com marcas que precisam fortalecer sua vivência com o público jovem, o **Grupo Petrópolis** buscava por plataformas de mídia capazes de **entregar suas campanhas em ambientes relevantes para sua audiência**, como a música e o vídeo. Além disso, a empresa tinha como objetivo rentabilizar sua compra de mídia, **aumentar a cobertura, conhecer o público potencial de cada marca e conseguir impactá-los em qualquer canal ou device.**

**ITAIPAVA**

**CRYSTAL**
BEER

**TNT**
ENERGY DRINK

PARA AUXILIAR O GRUPO PETRÓPOLIS A TER UM MELHOR APROVEITAMENTO DA SUA ESTRATÉGIA DIGITAL, ERA NECESSÁRIO:

- Empoderar o Grupo a ter o controle dos dados proprietários;
- Entender o comportamento da audiência de cada marca;
- Enriquecer a base de dados com qualidade e transparência;
- Segmentar os públicos-alvo de acordo com seus interesses;
- Ativar as audiências com frequência combinada em áudio, vídeo e display;
- Gerar aprendizados para utilização futura, como: interesses, intenções de compra e segmentos demográficos em destaque.

COMO REALIZAMOS?

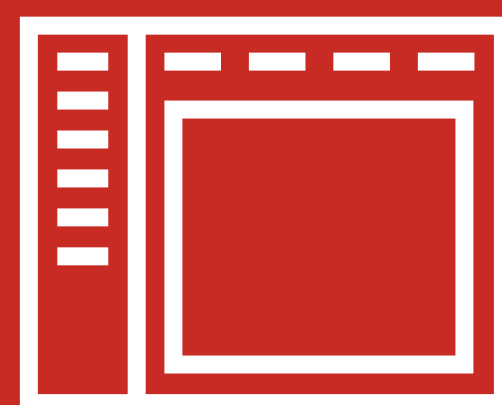
Antes de iniciarmos o projeto, sugerimos uma parceria com o **GDB (Global Data Bank)** - empresa parceira da ROIx - para que o **Grupo Petrópolis** tivesse maior poder sobre a coleta, o armazenamento e a ativação de seus dados e, assim, compreender melhor sua audiência.



MELHORES PRÁTICAS DE COLETA



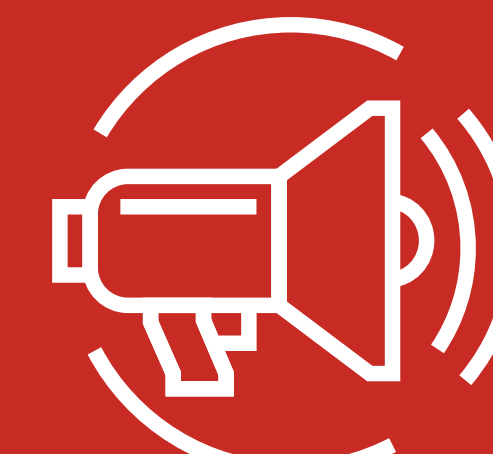
SITE



CRM



E-MAIL



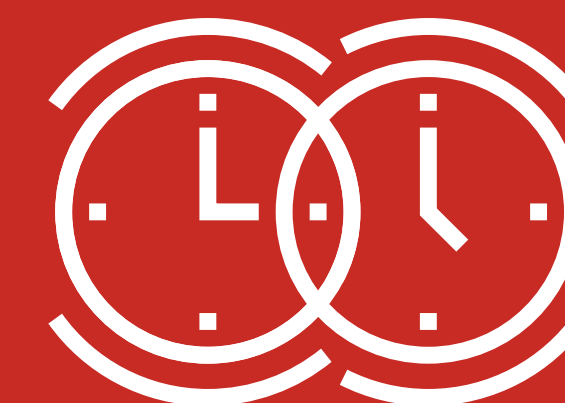
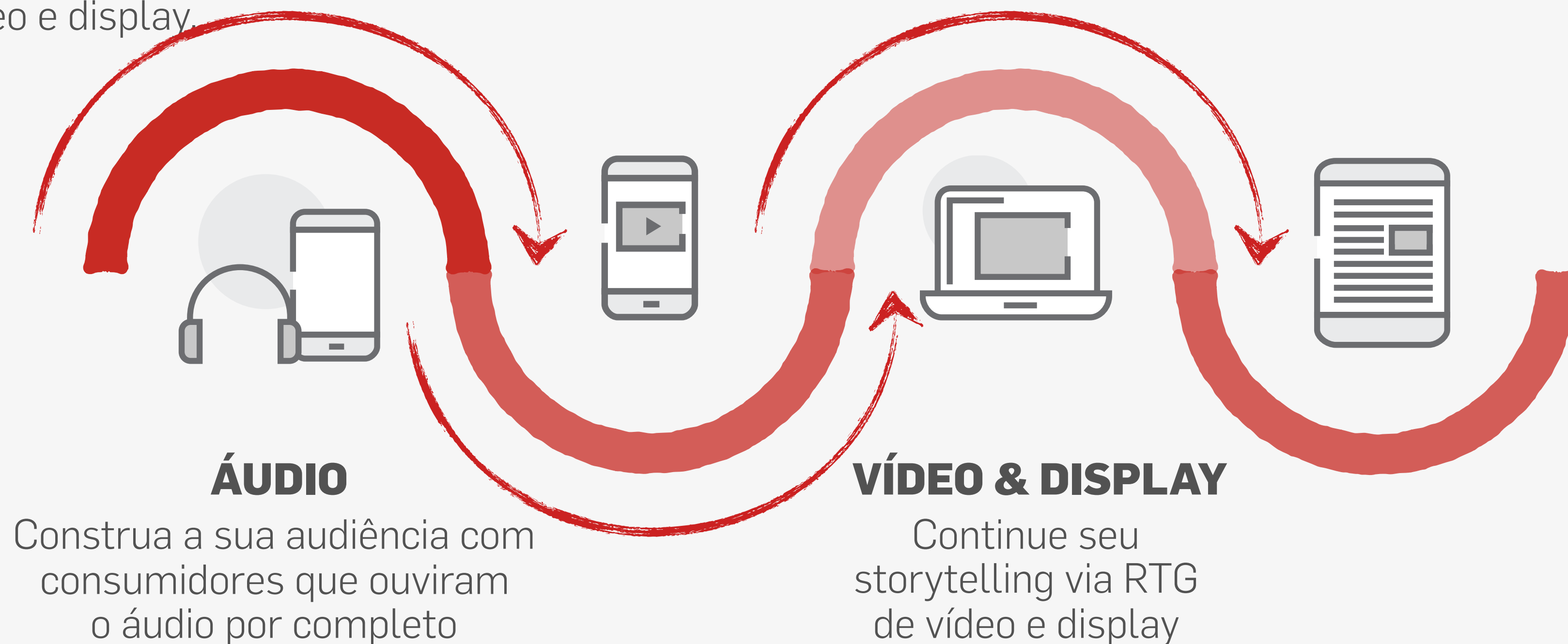
CAMPANHA

Fontes para inserção de Pixels e TAGS GDB, que ajudam a aumentar e qualificar a audiência própria na plataforma GDB

COMO REALIZAMOS?

ATIVAÇÃO EM ÁUDIO, VÍDEO E DISPLAY COM FREQUÊNCIA COMBINADA

Com os produtos da ROIx – **TVxtender**, **AUDIOx** e **Display** – foi possível mixar estratégias de frequência combinada de acordo com a necessidade da campanha. Dessa forma, utilizando da tecnologia **Single ID da empresa Signal**, ampliamos a assertividade das campanhas, impactando de forma linear apenas os consumidores que completaram o listening do spot com vídeo e display.



Para cada marca do Grupo Petrópolis foi definida uma frequência específica.

PERFIL DA AUDIÊNCIA

Com a análise dos canais proprietários, como por exemplo os resultados das campanhas veiculadas, o **Grupo Petrópolis** pode conhecer melhor os perfis demográficos e comportamentais da audiência de cada marca.

The logo for Itaipava, featuring a crown icon above the brand name.

ITAIPAVA

The logo for Crystal Beer, featuring a star and a house-like shape above the brand name.

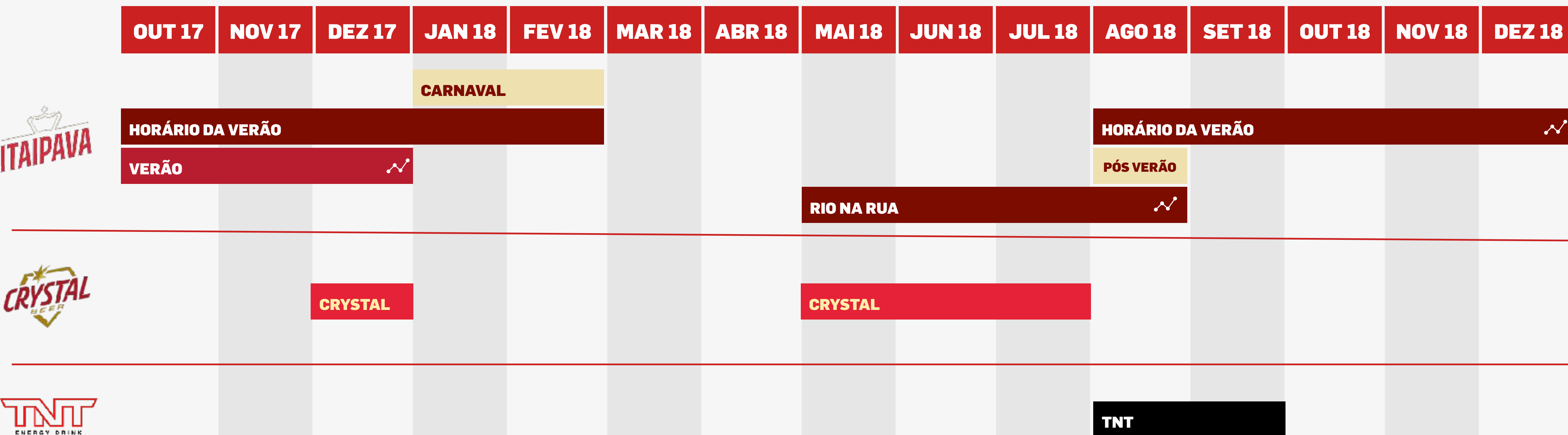
CRYSTAL
BEER

The logo for TNT Energy Drink, featuring the letters TNT in a stylized font above the words ENERGY DRINK.

TNT
ENERGY DRINK

TIMELINE DO ANO

GRUPO PETRÓPOLIS



RESULTADOS GERAIS

2017 - 2018

ITAIPAVA

CRYSTAL
BEER

TNT
ENERGY DRINK

ROI^x GP



+101MM

IMPRESSÕES



+1.7MM

USUÁRIOS ÚNICOS
ATIVÁVEIS



+8.7MM

VIEWS



+3.2MM

LISTENINGS



86%

DE LEMBRANÇA
DE MARCA

70%

**TX DE ENGAJAMENTO
DOS VÍDEOS***
*(100% VISTO/25% VISTO)

**VÍDEOS QUE GERAM
ENGAJAMENTO:**
Acima da média
TVxtender de 68%
na indústria

83%

**ENTREGA DENTRO
DO TARGET**
(VALIDAÇÃO NIELSEN)

**MÉDIA NIELSEN
GLOBAL: 75%**

CONSIDERAÇÕES

Ao longo de 15 meses, a ROIx e o GDB auxiliaram o **Grupo Petrópolis** a entregar suas campanhas digitais em meios e contextos distintos, assim conseguiu:

- 1** Conhecer a audiência digital de cada marca e impacta-los com mais assertividade, o que gerou mais de 40 milhões de impressões focadas no target.
- 2** Entregar uma mensagem uniforme para o público-alvo utilizando audiência em ambientes relevantes como o áudio e o vídeo.
- 3** Aumentar a taxa de VTR (Video True Rating) em 15 %, atingindo um resultado maior que a média de mercado, de acordo com o DAR Nielsen.





ROI

A SOLUÇÃO PROGRAMÁTICA COM AS
ENTREGAS MAIS PRECISAS NO TARGET