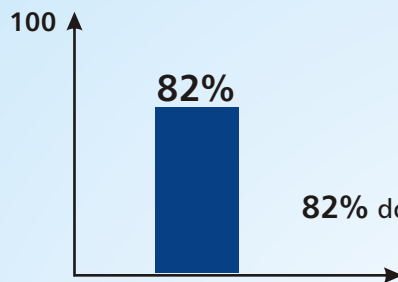


Pesquisa: "Avaliação da Mídia Metrô" - Instituto Ipsos Marplan - 2008

Percepção da Mídia



82% dos usuários entrevistados são **impactados** pela Mídia Metrô.



Recall

Dos **impactados** pela mídia, **82%** afirmam **lembrar de alguma propaganda** ou anúncio publicitário na Mídia Metrô.

Recall de propaganda/segmento (mais mencionados)

- 1º - Serviços / Educação
- 2º - Eletrônicos
- 3º - Higiene / Beleza
- 4º - Alimentos / Bebidas



Recall de marca

Dos **impactados** pela mídia, **59%** dos entrevistados **mencionam alguma marca** ou empresa anunciante.

Recall de marca por segmento (mais mencionados)

- 1º - Serviços / Educação
- 2º - Telefonia
- 3º - Higiene / Beleza
- 4º - Alimentos / Bebidas



Poder da Mídia Metrô

- Dos **impactados** pela mídia, **15%** concordam que alguma vez já foi **influenciado/motivado a entrar em contato com o anunciante**.
- **6%** deles declaram ter **concretizado a compra** do produto/serviço.
- **Passageiros/mês: 77 milhões.**

Pesquisa: "Avaliação da Mídia Metrô" - Instituto Ipsos Marplan - 2008

Resultados

Os impactados concordam com a frase:

- "As propagandas chamam muito a atenção" - 74%
- "A mídia distrai durante a viagem" - 70%
- "A mídia deixa o ambiente do Metrô mais agradável" - 63%
- "As propagandas estão 100% adequadas ao Metrô" - 62%
- "As marcas e anúncios divulgados na Mídia Metrô têm muita credibilidade" - 66%
- "A publicidade no Metrô tem a combinação ideal entre entretenimento e informação" - 66%
- "As propagandas do Metrô são úteis e práticas" - 68%



Declarações de anunciantes

"Por que o **retorno é garantido**. Muitos produtos e clientes estão neste segmento de usuários do Metrô. Eu penso que lá vende, cria imagem, chama atenção. Nem sempre o intuito de uma campanha é vender. O Metrô se presta a muitas alternativas de publicidade."

"O Metrô estabelece uma **forma alternativa de interação muito gostosa**."

"Mídia capaz de **criar identificação**. O usuário do Metrô pensa a estação como algo próprio, algo seu, tem a noção de pertencimento. Isto faz dele um consumidor muito particular e especial."

"Um espaço popular, democrático e afeito a produtos que se encaixem neste nicho. Não se presta a todos e a todo o momento. Mas tem enorme importância."

Comparação com outras mídias

Com a palavra, o usuário

"O Metrô é a mídia que **mais prende a sua atenção**. O tempo de espera durante a viagem é ocioso".



Fonte: Pesquisa exclusiva Ipsos Marplan – Media Custom/ Abril de 2008.



Mídia Metrô: uma mídia que acompanha a sua viagem

