

outernet
MÍDIA OUT OF HOME

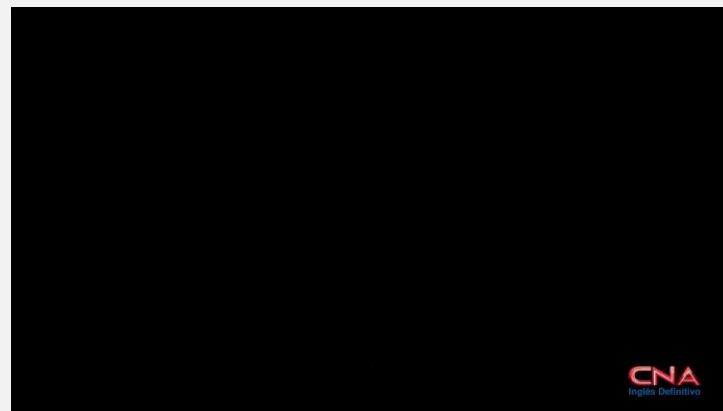
INTERATIVIDADE

Case CNA



Canal: metrô e ônibus

Ação: Interativa com Mobile – SMS



Descritivo: Com o intuito de ganhar um mini curso de inglês da rede de ensino de idiomas CNA, os passageiros do metrô e ônibus precisavam enviar um SMS com o CEP da sua residência ou trabalho. Em seguida, receberiam uma mensagem dizendo qual a unidade mais próxima ao CEP informado. Num segundo momento, recebiam uma ligação da unidade desta unidade e eram convidados a fazer 4 aulas gratuitas.

Resultado: 6.640 interações enviadas em 67 dias

Case UOL



Canal: metrô

Ação: Interatividade com Mobile – SMS



Filme: A Uol promoveu nas telas do metrô uma ação de SMS, onde os usuários que enviassem um SMS com a palavra “*INTERNET*” ganhariam 30 dias de acesso gratuito ao seu conteúdo.

Resultado: 4.419 SMS 's enviados

Case Coca-Cola



Canal: metrô

Ação: Interatividade com Mobile – SMS



Filme: A Coca Cola veiculou um filme estimulando o tema “comemore do seu jeito”. Enviando um SMS com a palavra “*COMEMORAR*” os usuários recebiam um link para baixar a música da Coca Cola para a Copa do Mundo, gravada por K’Naan e Skank .

Resultado: 47.000 SMS enviados

Case Hellmann's



Ação: Interativa com Mobile – SMS

Canal: metrô



Filme: Envio de SMS com a palavra “*DELEITE*” para receberem receitas de sanduíches e o link para verificar o modo de preparo.

Resultado: 76.662 SMS's enviados em 20 dias*.

* A campanha tinha previsão de 30 dias de veiculação e foi suspensa 10 dias antes, devido ao volume acima do esperado.

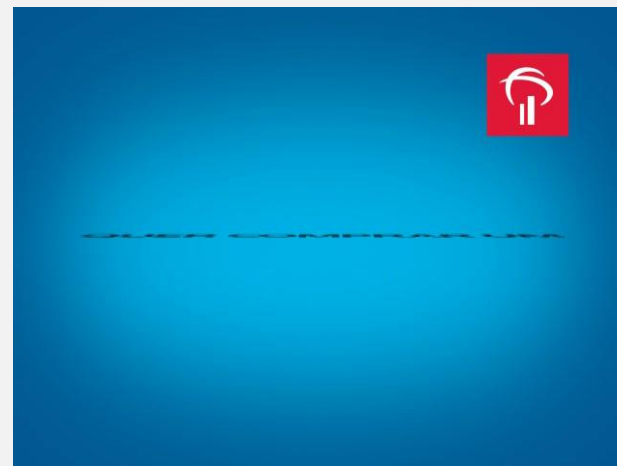
Case Bradesco



Bradesco

Ação: Interatividade com Mobile – SMS

Canal: metrô



Filme: O Bradesco aproveitou-se da interatividade para medir a força da MDOOH e para ativar seus produtos. Foram veiculados diversos filmes de crédito para veículos, financiamento imobiliário e seguro de casa própria.

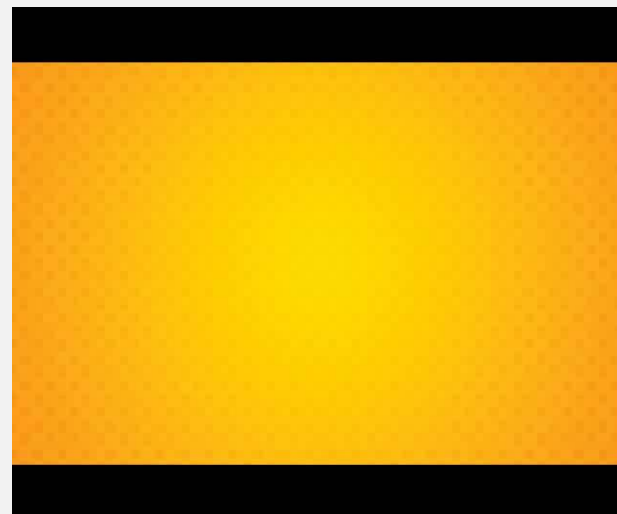
Resultado: 30.000 SMS's enviados em 30 dias de campanha, 50% deste volume com interesse em crédito para a compra de casa própria.

Case Tecnisa



Canal: metrô

Ação: Ativação PDV (não necessariamente próximo às estações) e interatividade com mobile



Descritivo: Os usuários do metrô que enviassem um SMS com a palavra “*FLEX*” recebiam a ligação de um consultor da Tecnisa com informações de empreendimentos imobiliários.

Resultado: 9.000 SMS enviados em 30 dias de campanha com interessados em diversos empreendimentos*.

* Destaque para Carapicuíba que teve o empreendimento mais visitado sem estar próximo à uma estação do metrô.

Case Sazon



Canal: ônibus e metrô

Ação: Interativa com Mobile – SMS



Filme: A Sazon utilizou-se de campanhas com SMS para atingir os usuários de ônibus e metrô. Mandando uma mensagem com a palavra “AMOR” ou “SABOR” o participante recebia em seu celular dicas de receitas diferentes, todos os dias.

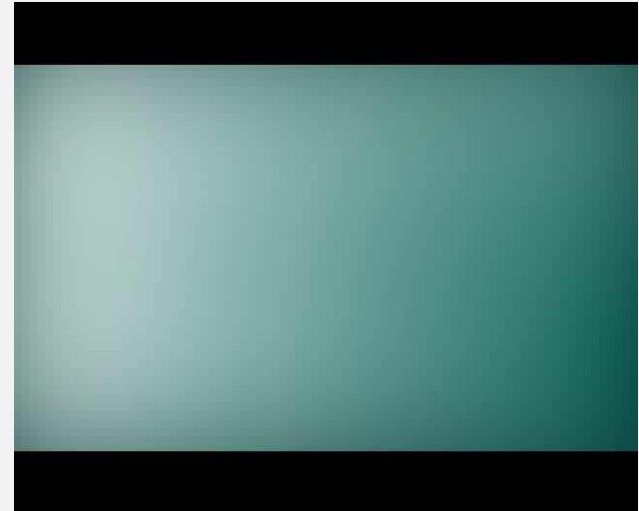
Resultado: 26.000 SMS enviados em 30 dias

Case L'Oréal

L'ORÉAL

Canal: ônibus e metrô

Ação: Interativa com Mobile – SMS



Filme: A L'oreal através da marca de shampoo Elseve, utilizou chamadas nas telas dos ônibus e metrô para dar as dicas e segredos da Taís Araújo, de como tratar cabelos com cachos. Mandando um SMS com a palavra “CACHOS” os usuários dos transportes públicos recebiam em seus celulares essas dicas.

Resultado: 11.448 SMS enviados em dois meses

Case Outubro Arrepiante



Canal: Terminal Rodoviário Tietê

Ação: Filmes e Interação com passageiros



Descritivo: O Canal Space utilizou o Terminal Rodoviário Tietê para divulgar a série “Outubro Arrepiante”, utilizando as telas de 42” instaladas em todo o terminal e os vídeo walls do embarque e desembarque. A ação começa com chamadas e fotos nas telas informando que um morto fugiu do velório. Em seguida, um ator caracterizado de cadáver aparece andando e interagindo com os passageiros do terminal.

Case Guia Mais



Canal: ônibus

Ação: Reality Show



Filme: O Reality Show de Carnaval foi a primeira iniciativa de conteúdo da Band Outernet voltada ao segmento. Produzidos e veiculados 32 filmes diferentes, nos quais 3 foram selecionados. O Reality contava com o patrocínio Guia Mais e fazia a transferência da audiência para o site.

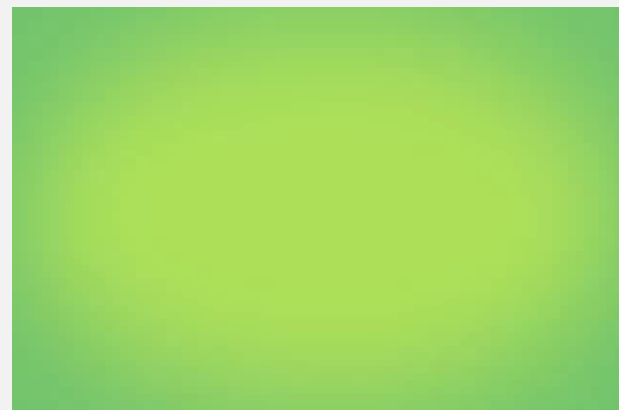
Resultado: mais de 1.000 inscritos e cerca de 10.000 votos durante todo o processo;

Case Emprego Ligado



Canal: Ônibus

Ação: Interativa com Mobile – SMS



Filme: A Emprego Ligado, com o intuito de informar e auxiliar, criou uma campanha para ajudar aqueles que estão em busca de um emprego. Ao enviar a palavra “GRÁTIS” para determinado número, os usuário de ônibus recebiam, gratuitamente, vagas de emprego diretamente no celular.

Case C&A



Canal: Ônibus

Ação: Interativa com Mobile – SMS



Filme: A campanha de C&A para o dia das mães, ajudava o usuário de transporte público a escolher um presente para as mães. As pessoas deviam enviar uma mensagem grátis para 27800 com os dizeres #maescea e indicar uma faixa de preço entre R\$30,00 e R\$200, exemplo: #maescea80. Em seguida recebiam sugestões de presentes com a faixa de preço escolhida.

Case Tele-Novela



Canal: Ônibus

Ação: Interativa via email



Filme: Os usuários de ônibus mandavam suas histórias para o email vocenatv@tco.com.br e tinham-nas contadas pelas telas da Band Outernet em forma de quadrinhos animados.

GRANDES FORMATOS

Case Institucional Anhanguera

outernet
MÍDIA OUT OF HOME



Anhanguera

Canal: metrô

Ação: Adesivação túnel



Descritivo: A Anhanguera instalou dois painéis gigantes, de 140 metros quadrados, no túnel que liga as estações Consolação e Paulista das linhas Verde e Amarela do metrô de São Paulo. O anúncio faz parte de um projeto de parceria entre a Anhanguera e a Band Outernet e tem o intuito de captar novos alunos.

Case TV Record



Canal: metrô e ônibus

Ação: Adesivação Túnel



Descritivo: Para anunciar a nova novela, Pecado Mortal, que estreou dia 25 de setembro, a Record realizou a adesivação total do túnel de acesso à estação do metrô intermodal Barra Funda. O painel possui 200 metros quadrados e foi instalado nos dois lados do túnel. Além disso houve divulgação nas telas dos ônibus e metrô.

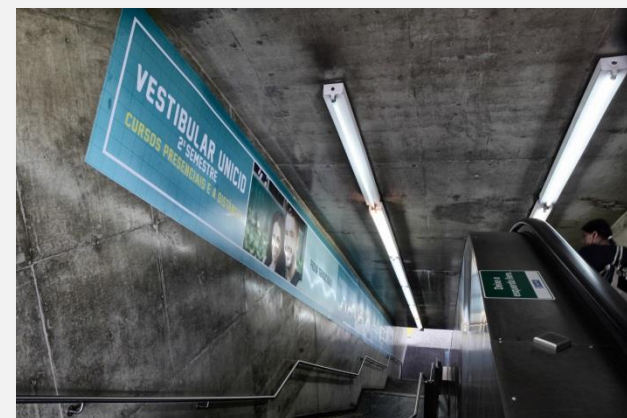
Case Unicid



Canal: metrô

Ação: Painéis exclusivos na passarela, mezanino e escada rolante.

Descritivo: Para anunciar o vestibular do 2º semestre da universidade, a Unicid inovou ao utilizar grande painéis na escada rolante, passarela e mezanino da estação Carrão do metrô.



SAMPLING

Case Arcor



Canal: metrô

Ação: Sampling

Descritivo: A ação consiste na entrega de samplings (cookies Cereal Mix) nas estações do metrô Ana Rosa, Consolação, República, Barra Funda e Luz.



CUPONAGEM

Case Braz Cubas



Canal: metrô

Ação: Cuponagem

Descritivo: Com o intuito de divulgar a campanha institucional da Universidade Braz Cubas, foram distribuídos flyers informativos na estação da Sé durante 5 dias.



Case Burguer King



Canal: metrô

Ação: Cuponagem

Descritivo: A ação consiste na distribuição de cupons de desconto do Burguer King onde a pessoa consumia um sanduiche e ganhava outro. Além da ação na plataforma do metrô, também foram exibidos filmes nas telas do interior dos vagões.



FORMATOS DIFERENCIADOS

Case Elo



Canal: metrô

Ação: Adesivação de Janela

Descritivo: Campanha institucional dos Cartões Elo, através da adesivação interna das janelas do metrô na linha vermelha.



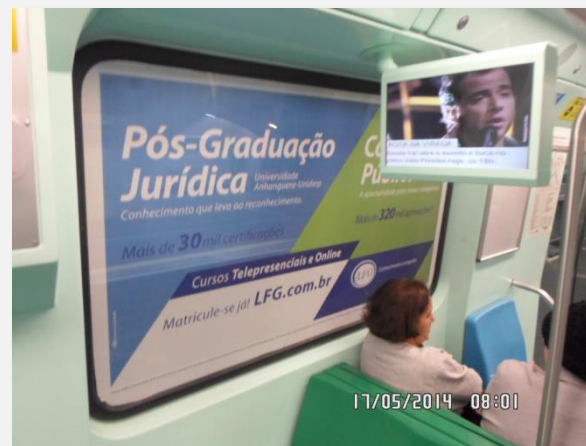
Case LFG



Canal: metrô

Ação: Adesivação de Janela

Descritivo: Campanha para divulgar os cursos de Pós Graduação Jurídica e voltados para concursos públicos da LFG através da adesivação interna das janelas do metrô nas linhas verde e azul.



Case OLX



Canal: ônibus e quiosques

Ação: molduras nas telas da TvOrla.



Descritivo: A ação consiste na instalação de molduras em todas as telas da TV Orla. Além desta ação nos quiosques, foram exibidos filmes que reforçavam o conceito “Desapega”, nas telas dos ônibus convencionais do Rio de Janeiro.

Case Gomes da Costa



Canal: ônibus e metrô

Ação: Receitas e drive to web



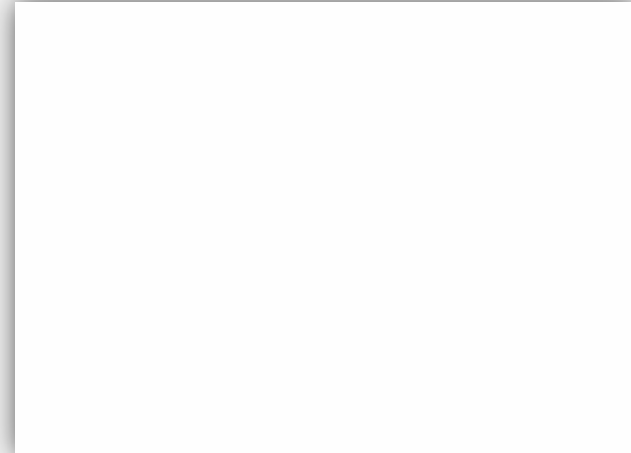
Filme: Foram desenvolvidos 5 filmes diferentes com dicas de receitas com produtos Gomes da Costa. Receitas simples e fácil para os usuários do transporte público memorizarem no seu caminho diário. A campanha também direcionava o consumidor para o site.

Case Supermercado Todo Dia - Ônibus



Canal: ônibus

Ação: Ofertas diárias



Filme: O Supermercado Todo Dia veiculou nas telas dos ônibus da Outernet, ofertas válidas somente para o dia de publicação. Foram 30 dias e 30 filmes diferentes. A campanha também direcionava o consumidor ao ponto de venda.

Varejo dinâmico; alta frequência; ativação de PDV

Case Coco do Vale

outernet
MÍDIA OUT OF HOME



Canal: metrô

Ação: Pop-Up Store

Descritivo: Em campanha institucional da marca, a Coco do Vale utilizou as telas da Band Outernet no metrô para comunicar sobre suas pop-up stores (pequenos estandes de venda) localizados nas estações Tatuapé e Brás, da linha vermelha e Vila Mariana, da linha azul.

