

vivo JCD Airport Stories Brasil

Uma série de pesquisas elaboradas para o mercado brasileiro pela JCDecaux, líder mundial em mídia out of home, revela tudo sobre a química perfeita dos negócios, algo que só acontece nos aeroportos. Na edição passada, desvendamos o poder da publicidade B2B nesses ambientes.

Desta vez, o assunto é o lançamento da Airport Audience Measurement(AAM). Você vai conhecer a metodologia inédita e inovadora, que promete agregar ainda mais valor às análises de audiência em aeroportos operados pela JCDecaux

**EFETIVIDADE
É TUDO!**

3ª EDIÇÃO



Nas próximas páginas, apresentamos os detalhes da AAM (Airport Audience Measurement), primeiro sistema de métricas internacional para aeroportos, desenvolvido em colaboração com a Veltys, empresa especializada em análise e modelagem de dados complexos. O objetivo da JCDecaux, que atualmente está presente em 172 aeroportos do mundo, é fornecer uma metodologia moderna e inédita aos anunciantes e agências.

Um sistema de métricas inédito

Foram quase 18 meses de trabalho reunindo diferentes esforços para que o departamento de dados da JCDecaux, em parceria com a JCDecaux Airport, a JCDecaux OneWorld e a Veltys chegassem à concepção da AAM (Airport Audience Measurement), um sistema de métricas inédito, internacional e alinhado com as atuais necessidades do mercado.

Principais objetivos do novo sistema



ENTREGAR KPI'S COMPARÁVEIS AO MERCADO

Cobertura, frequência, número de passageiros únicos e impressões visualizadas.



OFERECER A MELHOR FERRAMENTA

Otimização contínua com dados reais de audiência em padrão global.



ENRIQUECER O CONHECIMENTO MERCADOLÓGICO

Oferecer dados confiáveis a parceiros e anunciantes.



FACILITAR O PROCESSO DE COMPRA

Simplificar o entendimento da audiência para pacotes locais e globais.



Dados e mais dados

A AAM conta com várias fontes de dados externos (NPD Travel Retail, estudos específicos, dados de plataformas aeroportuárias, entre outros) e internos (sensores, IoT) e é construída com base em algoritmos que calculam os principais indicadores da medição de audiência, em particular a **quantidade de passageiros únicos, alcance, frequência da mensagem publicitária e o número total de impressões.***

*Os dados podem ter fontes diferentes de acordo com o país

Baseada em dados transparentes:

MEDIÇÃO DE AUDIÊNCIA DO AEROPORTO



Fonte de dados



0111010101
0110101010
0110100101
0101010101
1011010110

Algoritmo



 **Airport Audience Measurement**
By JCDecaux

Eficiência em quatro etapas

Para simplificar, a metodologia da AAM foi baseada em quatro fases científicas:



Esse método que envolve dados específicos ajuda a fornecer um alto nível de granularidade e precisão nos resultados. Entre outros aspectos analisados estão: **o perímetro internacional, número de passageiros por terminal e por dia, o impacto do tempo de espera na frequência da campanha, velocidade média de deslocamento do passageiro e as informações sobre como os passageiros se movimentam no aeroporto.**

Crescimento e credibilidade

Com a nova medição de audiência internacional para aeroportos, a inserção de publicidade em terminais em todo o mundo promete alcançar um patamar muito mais ágil, forte e preciso, enriquecendo as ferramentas de planejamento de dados e relatórios de clientes. Além disso, irá atrair novas marcas para o ambiente aeroportuário.



Estamos orgulhosos em ter produzido a primeira medição de audiência internacional para aeroportos. Ela fornecerá aos nossos parceiros de publicidade, agências e autoridades aeroportuárias indicadores de medição precisos e adaptados para mercados globais e regionais

afirma **Jean-Charles Decaux**, co-CEO da JCDecaux.

Os próximos passos

Desenvolvida em modo piloto para o Aeroporto Charles de Gaulle, em Paris, e para o Aeroporto Changi, em Singapura, em abril deste ano, a AAM será progressivamente lançada nos principais hubs aeroportuários operados pela JCDecaux e irá alimentar em breve a plataforma programática VIOOH.

Com a implementação desse novo padrão internacional de medição de aeroportos, a JCDecaux Airport, presente em **172 aeroportos em 40 países**, segue seu objetivo de desenvolver e expandir soluções eficazes, impactantes e qualificadas para out of home ao redor do mundo.

MEDIÇÃO DA AUDIÊNCIA DO AEROPORTO



GRU Airport: vem aí

- 1 - A JCDecaux é a única empresa de OOH que possui um sistema de métricas para aeroportos
- 2 - O novo sistema chega ao Brasil em dezembro e será implementado em GRU Airport (SP), principal hub da América do Sul.

“A expectativa ao trazer esse sistema de métricas inédito para o país é a de poder mostrar aos anunciantes a relevância do out of home no ambiente aeroportuário. Além disso, a conquista demonstra a importância do mercado brasileiro não só para a JCDecaux, mas também para o segmento como um todo, provando seu potencial de crescimento no país”

diz **Ana Célia Biondi**, diretora geral da JCDecaux no Brasil.

Nas últimas três edições, você conferiu a série **JCD Airport Stories Brasil**, recheada de conteúdo, dados e insights sobre o universo da publicidade em aeroportos. Tudo isso baseado em pesquisas e estudos elaborados pela JCDecaux, especialmente para o mercado brasileiro. Até a próxima!

Para ter acesso às edições anteriores, entre em contato com nosso time comercial ou acesse: jcdecaux.com.br/pesquisas-e-insights

JCDecaux