

Aqui ads®

A JORNADA
DE MÍDIA COMEÇA AQUI

NÃO É TIRAR A VERBA DO DIGITAL

É potencializar o digital com **presença física**
e ampliar o **Mix de Mídia**

Planos digitais resolvem a última etapa

Mas a marca precisa ser lembrada antes dela

63%

**dos orçamentos tendem a ir para canais
digitais**

82%

do resultado pode não ser capturado por
atribuição de clique

70%
**priorizam performance em detrimento
de construção de marca**

A oportunidade é simples



Sair da discussão de ***“mais verba para mídia”***

E entrar na conversa de ***“quais momentos da rotina do consumidor meu cliente ainda não ocupa?”***

OOH não concorre com digital

Amplia presença, memória e ação

89%

da população brasileira é atingida por OOH

68%

compraram ou pesquisaram após impacto de OOH

A woman with dark curly hair, wearing a light-colored blazer over a striped top, is looking out a window. The background is a blurred view of a modern building interior with large glass panels and structural elements. Overlaid on the image is large, bold text: '40%' in orange and white, and a line of text below it in white.

40%

mais efetividade quando Digital + OOH atuam juntos

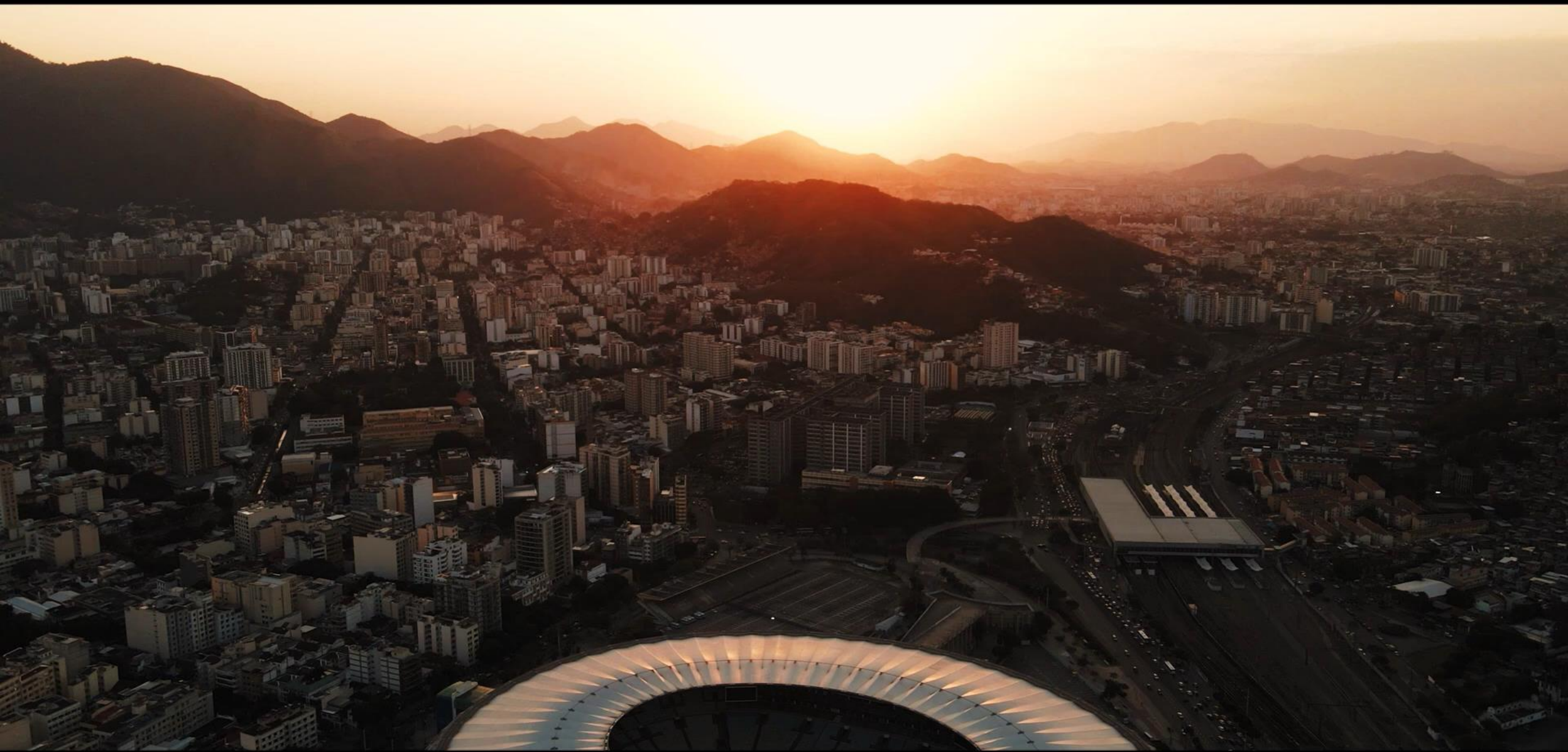


36%

**maior volume de vendas basais
em anunciantes com OOH**

O cliente não vive só no feed

**O plano de mídia
também não deveria**



**UMA FORMA SIMPLES DE CONECTAR MÍDIA OOH
AO OBJETIVO DA CAMPANHA**

**OOH que vira
lembrança
E move ação**

awareness

lançamento

drive to store

click to site

recall de marca

POR CONTEXTO

POR MENSAGEM

FALANDO
COM A
AUDIÊNCIA
NO **MOMENTO**
CERTO

POR LOCALIZAÇÃO

POR AFINIDADE

ESTES JARDINS
VERTICAIS
REDUZEM
A TEMPERATURA
PERFUMAM O AR
E MELHORAM O
BEM-ESTAR
PARA VOCÊ.

CAIXA
E POR VOCÊ. E POR TODO O BRASIL.

*Somos um parceiro para a evolução
de estratégias que complementam o digital*

Este é um
**ABRIGO
AMIGO**

Funcionamento
todos os dias, das 21h às 23h

Aqui ads®

Líder em OOH no Brasil

100% brasileira

É interativo.
É para experimentar

RENNER



22
Estados

93
Cidades



Falamos
por mês
com

+60

**MILHÕES
DE BRASILEIROS**

O maior **inventário** do Brasil

92mil

92mil *faces
totais*

92mil

72mil

72mil *faces
digitais*

72mil

nossas verticais



Ruas

53% das pessoas viram mídia em mobiliário urbano na última semana



Transportes

56% viram OOH em transporte no último mês e 65% usaram transporte público na última semana



Edifícios Comerciais e Residenciais

69% prestam atenção ao conteúdo exibido nas telas e 83% dizem gostar do conteúdo



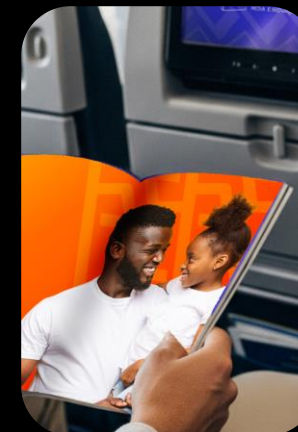
Shoppings

61% visitaram shoppings nos **últimos 12 meses**. Alta segmentação, assertividade e qualificação



Aeroportos

49% viram nos na última semana e +10M de circulação por mês pelos aeroportos do Brasil



Mídia de bordo

Falamos com mais de **2,8 milhões** de passageiros por mês. Voos nacionais e internacionais

em eletromidia

COPA DO MUNDO DE CLUBES DA FIFA™

AGENDA DO DIA

tv globo sportv

	19h00	
PALMEIRAS	X	PORTO
	23h00	
BOTAFOGO	X	SEATTLE SOUNDERS

ASSISTA DE ONDE QUISER

globoplay

Transportes



CPTM | Metrô SP | MetrôRio | Supervia | VLT | TIG



Shoppings



98 Shoppings | Localizadas em 34 praças | Diferentes Perfis: Alto Fluxo & Luxo

Aeroportos



**Sua marca pronta
para voos mais
altos.**

Santos Dumont | RioGaleão | Porto Alegre | Salvador | Fortaleza | Catarina | GATGRU

Mídia de Bordo



Speech | Sampling | Mídia de bordo | Revista de Bordo

clubes



RT: CLUBE PINHEIROS

Clube Pinheiros | Clube Hebraica | Clube Hípica

Uma mídia para cada momento da jornada urbana

Ruas

awareness + proximidade alto fluxo, cobertura e geolocalização

Transportes

alcance + repetição rotas diárias e frequência

Edifícios

recorrência + contexto rotina residencial e corporativa

Shoppings

consideração + consumo lazer, PDV e decisão

Aeroportos/Bordo

impacto + qualificação viagem, espera e experiência

O ponto não é listar telas

É mostrar qual papel cada vertical ocupa no plano do cliente

DA CIDADE AO CONTEÚDO A JORNADA CONTINUA



Atuamos de forma estratégica na distribuição de conteúdos das marcas do portfólio Globo

Através das **+40 marcas**, distribuídas em verticais

90% dos acessos à homepage são via tráfego direto. Ou seja, público inicia o consumo pela globo.com.



Portais e streaming permitem segmentar intenção, contexto e mentalidade

Informação, esporte, entretenimento, lifestyle e utilidade em ambientes de alto hábito

114MM

visitantes únicos por mês nos produtos digitais Globo

2,2BI

pageviews por mês no conjunto dos produtos digitais

+48MM

usuários únicos por mês no g1



g1

decisão informada e impacto no bolso

gshow

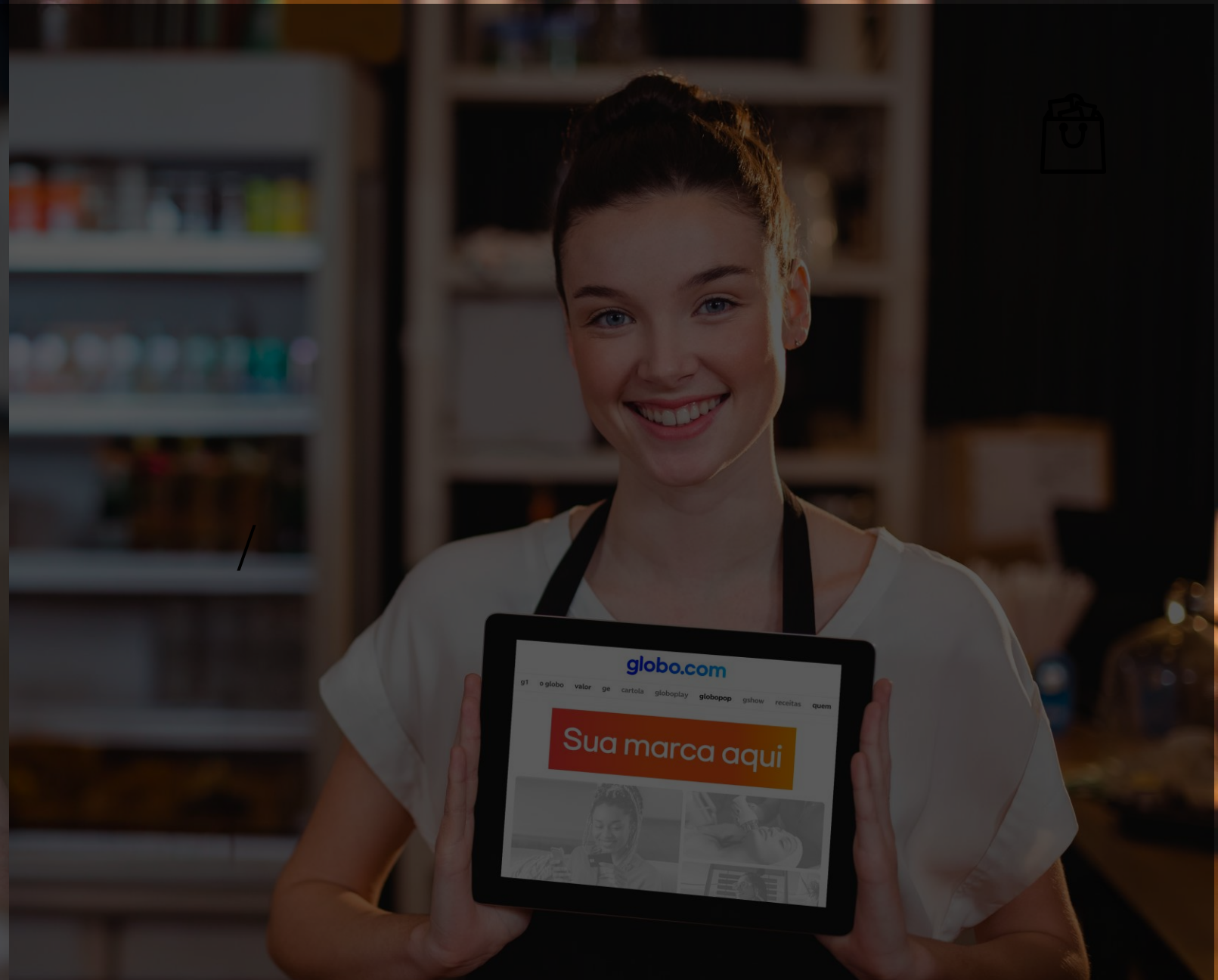
conversa, entretenimento e cultura pop

receitas

casa e consumo

ge

esporte, games e comunidades



PORTAIS

A Globo entrega alcance antes da busca e atenção durante a comparação

Escala de massa e tempo de atenção acima das plataformas de vídeo concorrentes

+197MM

de pessoas alcançadas nas plataformas Globo em 2025

40%

de todo o consumo de vídeo do país no recorte Kantar

3h44

de consumo médio no Total Globo, contra 1h58 da Netflix e 1h53 do YouTube

globo
play

A Globo torna a oferta conhecida e confiável antes de o consumidor chegar à busca, ao app ou ao e-commerce.



TV E GLOBOPLAY

Editora e Rádio Globo: credibilidade editorial e presença sonora

Ativos complementares para consideração, confiança e frequência cotidiana

Editora



15

marcas editoriais

81,4M

visitantes únicos nos portais

87%

classes A/B/C

Ambientes **editoriais de confiança** fortalecem **consideração e intenção de compra.**

Cobertura em **notícias, negócios, comportamento, tecnologia, autos, agro e lifestyle.**

Rádio



79%

alcance em RMs

56%

atenção ativa

43%

pesquisa/compra após campanha

Alta frequência e presença no cotidiano. Ideal para tráfego imediato, fortalecimento de marca e cobertura onde a tela não chega.

Aqui ads®

A JORNADA
DE MÍDIA COMEÇA AQUI