

Insights

Dados & Comportamentos OOH

Datafolha

INSTITUTO DE PESQUISAS

eletromidia



TV MINUTO é Eletromidia

A maioria das pessoas utiliza o metrô de

4 a 7x

por semana

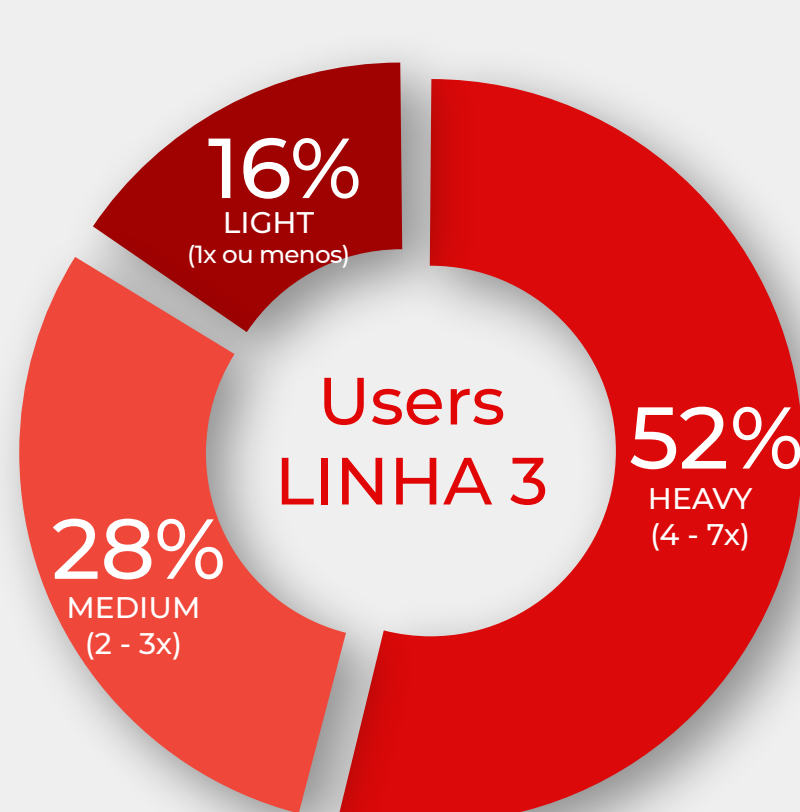
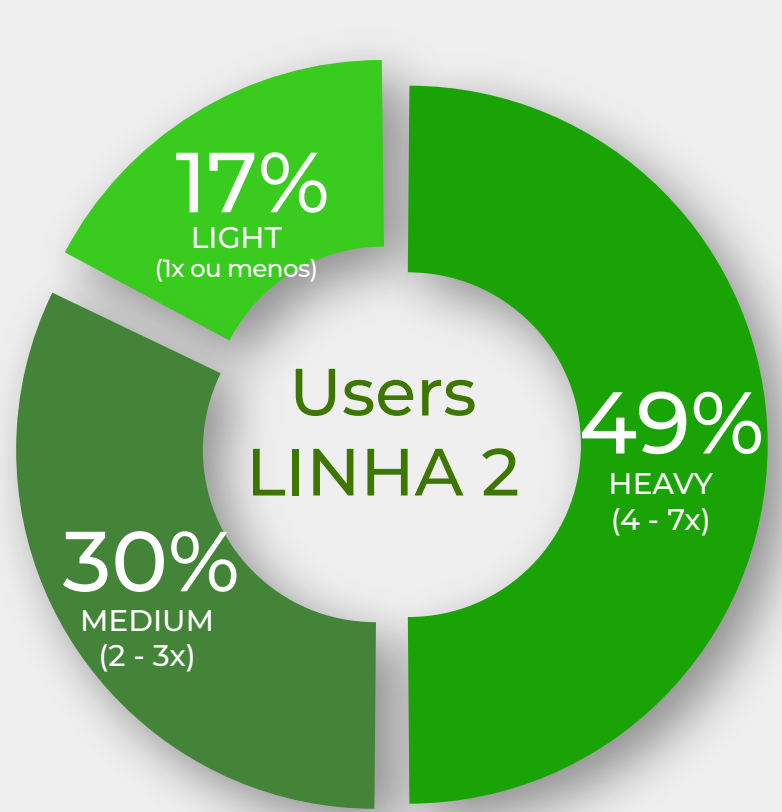
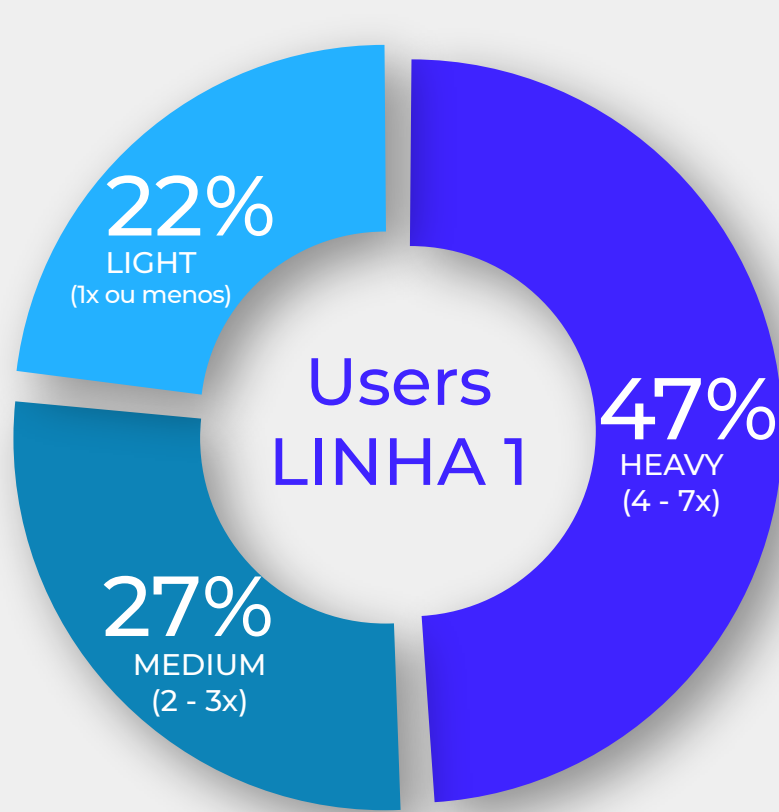
Tempo médio de deslocamento por dia é de

1h39m

somando as viagens de ida e volta.



Os Heavy Users estão em todas as linhas



TV MINUTO é Visibilidade

Durante a jornada nas linhas 1, 2 e 3 as telas digitais internas de trem são o **Formato Digital** que mais recebem **atenção** dos usuários: **67%**



76%

dos usuários gostam das telas digitais internas do metrô

84%

consideram que as telas ajudam a passar o tempo durante a viagem

TV MINUTO é Conteúdo Relevante



*Consideramos as respostas de sempre e quase sempre

8
a cada
10

entrevistados

afirmam que costumam prestar atenção nas propagandas exibidas pela TV Minuto

TV MINUTO é Conversão

Sobre as campanhas publicitárias nas telas da TV Minuto

69%

pesquisaram sobre o produto ou serviço anunciados

53%

já efetuaram a compra do que viram nas telas



Esses são só alguns motivos para você trazer sua campanha também para a TV Minuto.

Procure o seu Executivo Comercial e construa seu plano completo de OOH com a gente.



A pesquisa DataFolha foi realizada entre 30 de novembro e 14 de dezembro de 2022 com 900 entrevistados. O estudo utilizou metodologia quantitativa, realizada em painel de internautas. As entrevistas foram on-line, mediante aplicação de questionário estruturado (autopreenchimento). O tempo médio de aplicação do questionário foi de 8 minutos. A pesquisa foi realizada com usuários das linhas 1-Azul, 2-Vermelha e 3-Verde do metrô de São Paulo: Homens e Mulheres; Com idade a partir de 18 anos e todas as classes econômicas.

eletromidia