An illustration showing a hand holding a smartphone. The phone screen displays a red location pin icon. A white line connects the phone to several other red location pin icons scattered across a stylized landscape with hills and buildings. The buildings include a yellow one, a classical white one, a shop with a blue and white striped awning, a green one with trees, and a grey one with a grid pattern. The background is a gradient of teal and blue.

Geolocalização: a mensagem certa, na hora certa

Publicado
Fevereiro de 2017

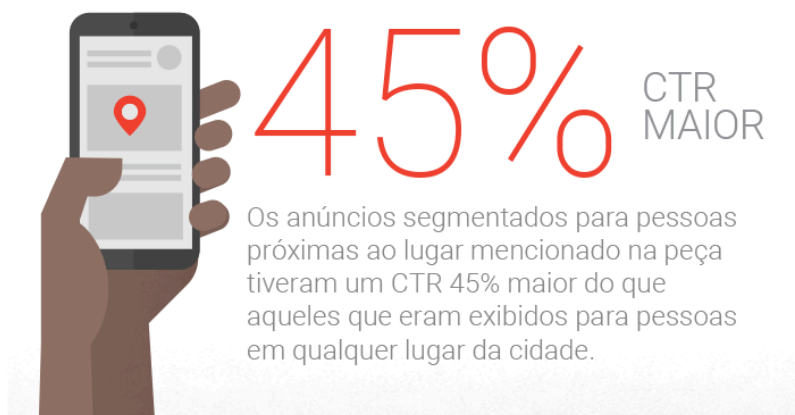
Um dos segredos das campanhas de sucesso é entregar a mensagem certa na hora certa. A diferença entre um anúncio ser percebido como interrupção ou como um "alô" bem-vindo e útil, muitas vezes, é o *timing*.

Sabemos que os consumidores estão cada vez mais impulsivos e hoje um dos grandes desafios dos profissionais de marketing é conseguir falar com as pessoas nos momentos em que elas estão mais receptivas à mensagem da marca. Como encontrar o momento ideal para falar com o público? Bem, a geolocalização é um recurso que, quando bem utilizado, entrega resultados realmente interessantes nesse sentido.

Nós fizemos o teste. Colocamos no ar uma campanha de display divulgando uma nova funcionalidade do aplicativo mobile do Google Search. Nossa estratégia foi usar peças dinâmicas citando lugares específicos das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo e segmentar a audiência para que elas fossem exibidas de duas formas diferentes: para pessoas situadas num raio de 2km desses locais e para qualquer pessoa dentro da cidade. Nosso objetivo era descobrir que tipo de segmentação traria o melhor resultado.



Os resultados comprovaram que a geolocalização é mesmo uma ferramenta poderosa.



Será que você está aproveitando tudo que a tecnologia mobile pode oferecer para sua estratégia de campanha? Ela é uma grande aliada para tornar sua publicidade mais relevante e impactar o público de forma certa, na hora que ele está mais aberto a interagir com sua mensagem.

Fonte: IBGE

(2) Fonte : 27ª Pesquisa de Administração e Uso da Tecnologia nas Empresas - FGV-SP

(3) Fonte: comScore Media Metrix Multi-Platform & Mobile Metrix, BR., Mar 2016