

Rede de Televisão

Um parceiro PiniOn nos procurou em 2021 com um desafio complexo. Ele havia vendido cotas de anúncios em um programa de televisão.

Os investimentos eram altos e faltava um dado mais qualitativo para apresentar aos anunciantes para mostrar o efeito real desse investimento e como os anúncios estavam sendo recebidos, assim o nosso parceiro poderia valorizar suas cotas e manter os seus clientes bem informados.



Desafio

Para além de ibope, e quantos aparelhos de televisão ligados, o nosso parceiro queria mais, o objetivo era passar para os anunciantes quem era esse público, se eles viram o anúncio, se lembravam da mensagem, se entenderam a proposta e se gostaram do anúncio. Dados assim são alcançados juntos com as pessoas e não em plataformas de visualização.

Seria necessário falar com os telespectadores enquanto eles assistiam ao programa e propor a participação em um questionário.

Mas se ele está assistindo ao programa, como vamos falar com ele? Como certificar o dado declarado dessa amostra?

Solução Desenvolvida

A construção da solução se baseou em um **questionário** que precisava ser objetivo, mas completo e que contasse com comprovação de que a pessoa estava assistindo ao programa.

Para isso, o **envio de fotos** foi incluído no questionário e essas fotos passavam por aprovações para certificar se batia com a grade da emissora. O app do PiniOn disparava o alerta durante o programa e quem estava assistindo seguia para o questionário sobre os anúncios.

Resultado

Cliente com dados qualitativos robustos para manter valorizada a venda dos anúncios e estabelecer uma relação de parceria e transparência com os investidores.