

Com foco em setor esportivo, agência aposta em book digital e interativo para avaliação de mídia

Empresa é especialista em avaliação de mídia espontânea

05/10/2016 16:14:28

O setor esportivo é um dos que mais recebe investimento em marketing. Milhares de empresas apostam em atletas como Cristiano Ronaldo, Neymar, L. Hamilton, Serena Williams entre outros . O setor movimenta bilhões de dólares por ano. Tratando-se de times de futebol, o Corinthians, por exemplo, elevou sua receita em 33% neste ano com novos patrocínios.

Para as marcas, os atletas agregam valor além de visibilidade. Anúncios e comerciais de televisão são criados com esses esportistas com o objetivo de trazer novos negócios, propostas, e, conseqüentemente, reforçar a presença nos principais canais de comunicação. Quando o anunciante paga pela mídia, ele já possui uma estratégia definida que define, entre outros pontos, o público que deseja atingir e a abrangência esperada para a divulgação. E se tratando de alcance, como fazer para mensurá-lo e analisar seu impacto? Basta imaginar uma situação como a de um atleta, no alto do pódio enquanto recebe o troféu, exibindo a marca de seu patrocinador durante transmissão em escala nacional. Como obter os dados concretos sobre a repercussão?

Atualmente, há agências, como a Retorno de Mídia, que conseguem mensurar isto. Eles analisam todos os jornais, revistas, internet e canais de televisão, baseado no tradicional trabalho de clipping e, com base em exposição principalmente de fotos, conseguem determinar o valor que foi gerado. Para isto, a Retorno de Mídia inovou ao lançar um novo formato para apresentar os resultados de suas análises: o book digital e interativo. Este material pode ser acessado por qualquer dispositivo com conexão com à Internet e mostra os principais jornais e veículos nos quais a marca foi citada e exposta. Dentro do próprio book, o cliente poderá fazer - com rapidez - pesquisas relacionadas a veículos - por regiões do país, datas entre outras informações, além de acessar os vídeos onde a marca foi exibida.

“Consideramos ser uma novidade legal para o mercado. A parte ruim, sempre foi ter que ficar analisando dados estáticos e muitas vezes cansativos. Com o book digital interativo, conseguimos trazer dinamismo para o setor”, afirma Rubens Di Camillo Fava, sócio da Retorno de Mídia, agência responsável pela novidade no mercado.

Para saber mais detalhes sobre o serviço de análise de exposição na mídia esportiva, conhecer os

melhores métodos de avaliação e conferir como funciona o book digital,entre em contato pelo email,
queromeubook@retornodemidia.com.br ou
atendimento@retornodemidia.com.br