



Medição de Conteúdos de Mídia em Multiplataformas

Conteúdos

Medição de Conteúdos de Mídia em Multiplataforma

1. Sobre este ebook;
2. Como as novas tecnologias estão redefinindo o cenário de mídia;
3. O surgimento de novas ferramentas;
4. Cenário na América Latina
5. Alldience, o “Smart People Meter”
 1. Sobre o Alldience
 2. Potencial e benefícios
 3. Como funciona
 1. Captura e identificação de conteúdo
 2. Mensuração da Audiência
 3. Painel Online de Audiência
 4. Possibilidades

Sobre este e-book

Apresentamos **Allience**, uma solução inovadora de medição de consumo de mídia em multiplataformas, permitindo obter dados de audiência e da jornada do consumidor em um ambiente digital.

Neste e-book, você irá encontrar informações sobre o atual cenário tecnológico, cujo avanço culmina no surgimento e convergência de plataformas de mídia, impactando nosso dia-a-dia e comportamentos de consumo. Tais mudanças nos motivaram a buscar uma solução para as marcas dentro desse contexto, permitindo mensurar de forma assertiva seus investimentos em marketing, ao compreender melhor a jornada do consumidor, como ele percebe e se relaciona com as marcas.

A evolução da TV e convergência de mídia

A evolução de um dos principais meios de comunicação e sua influência no comportamento do consumidor.

Embora tenha surgido na década de 20, a televisão só começou a ganhar espaço na casa do consumidor em meados da década de 30, quando começou a ser produzida em larga escala. Nesse período, a principal mídia consumida era o rádio, já que a TV ainda era considerada um artigo de luxo devido ao alto custo, tornando-se mais acessível após a década de 50, período do surgimento da TV em cores e com controle remoto.

Com o passar dos anos, a TV evoluiu radicalmente em termos de tecnologia, saindo de aparelhos grandes com tubo e antenas, com baixíssima resolução, para modelos de tela plana, plasma e posteriormente LCD, com alta resolução e sinal digital.

Dos Pixels à resolução HD

Se na década de 20, a resolução era de 60 linhas e a última geração de TV analógica a resolução era de 480 linhas, com o surgimento da TV HD temos uma resolução de 1080 linhas.



TV Digital e Smart TVs

A mudança expressiva ocorre com a evolução para a tecnologia digital, trazendo imagem de alta resolução e qualidade de áudio, além de permitir maior interatividade. Com o surgimento das Smart TVs em HD, o consumidor passou a contar com várias tecnologias já incluídas de fábrica, como o 3D, a conexão com a internet, opções de aplicativos e recursos multimídia, entre outros.



Convergência de Mídia, Internet das Coisas e Consumo em Multiplataformas

As novas tecnologias, a internet e a evolução dos smartphones quebraram barreiras, tornando possível o consumo de conteúdos de mídia em multiplataformas, mudando a forma como se consome entretenimento, informação, educação, produtos e como nos comunicamos uns com os outros.

A internet, que é considerada um marco na história da humanidade tão importante quanto a escrita, impulsiona a convergência das mídias para acompanhar o novo comportamento do consumidor.



Nesse contexto, ainda temos a tendência da Internet das Coisas (IoT), trazendo a capacidade e evolução de objetos de conexão e coleta/transmissão de dados.



Em suma, temos uma tendência geral de expansão da comunicação em diversas plataformas, tornando complexa a forma de mensurar o impacto da marca e seu investimento em mídia.

Como as novas tecnologias estão redefinindo o cenário de mídia

Novas tecnologias de streaming com aplicativos over-the-top (OTT), dispositivos conectados e as redes sociais, estão redefinindo o cenário de mídia.

Enquanto a TV linear tradicional oferece uma crescente variedade de novos canais e novos recursos (por exemplo, DVR baseado em nuvem), os provedores OTT estão deixando sua marca oferecendo serviços simplificados para escolhas de programação ao vivo.





A entrada de gigantes de tecnologia no mercado e a explosão de conteúdo

Temos uma expansão de grandes marcas de entretenimento provedoras OTT e provedoras de assinatura de conteúdo de video-on-demand (VOD).

Como resultado, temos uma explosão de conteúdo, permitindo aos consumidores escolherem o que realmente desejam assistir, a qualquer hora, em qualquer lugar e em qualquer dispositivo.

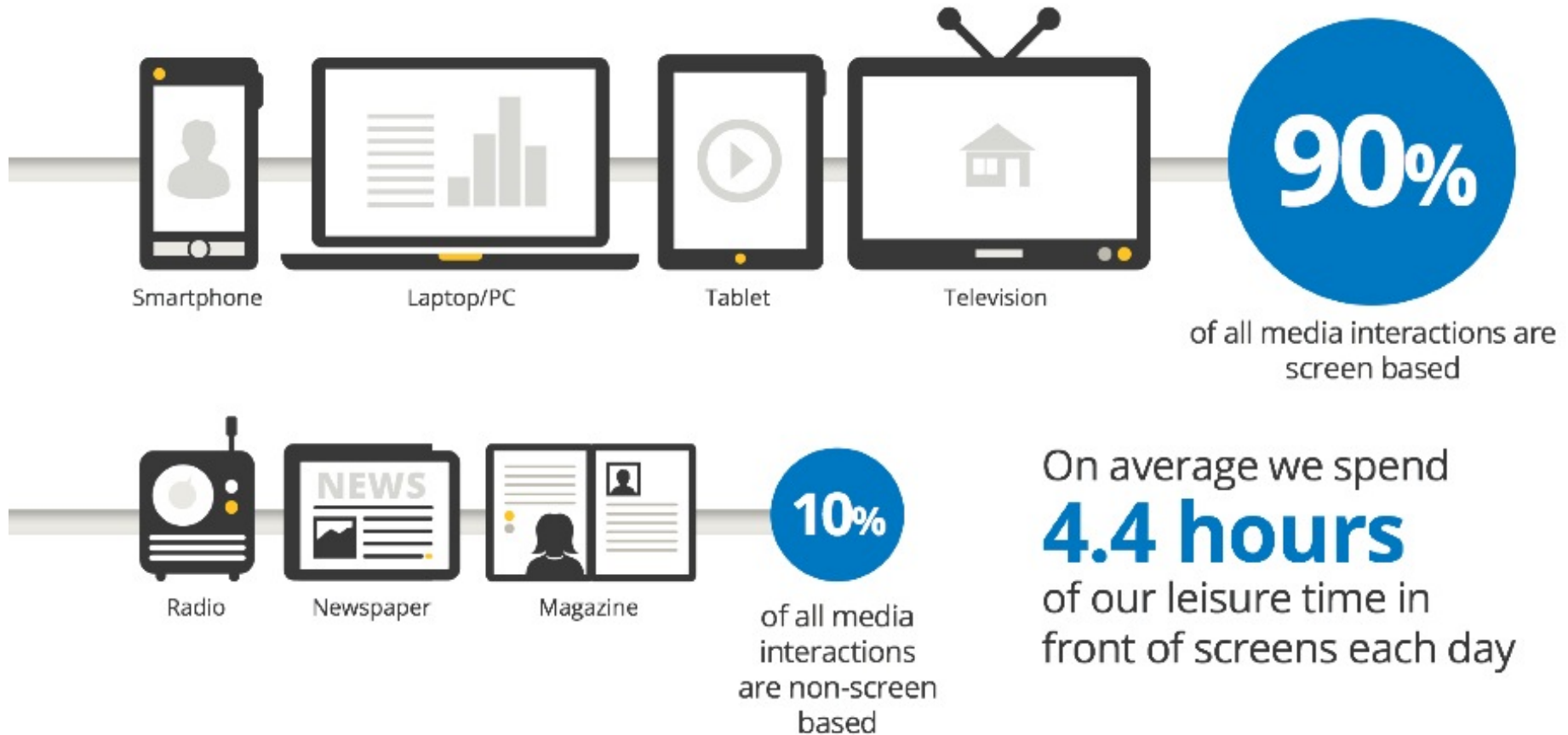


Isso traz novos desafios para a Pesquisa de Mídia

Se por um lado essas mudanças são excelentes para os consumidores, por outro, estão criando um ecossistema mais complexo e, portanto, mais desafios para os pesquisadores.

Essas mudanças podem ser agrupadas em duas grandes categorias: **fragmentação de mídia** (mais conteúdo e canais que precisam ser mensurados) e **fragmentação de dispositivos** (consumo de mídia através de uma diversidade maior de plataformas digitais).

Majority of our daily media interactions are screen based



Source: BRIANSOLIS.COM

O Surgimento de novas ferramentas



People Meters The currency TAM default

- Visualização Linear
- As pessoas não gostam de entrar e sair da visualização
- Amostra pequena, caro

Decodificadores

- Medição de Timeshifting
- Possível apenas para TV paga
- Amostra grande, menor custo

Smart TVs

- Apenas conteúdo parcial
- Geralmente um por casa
- Amostra grande ou muito grande

PPM Portátil

- Todos os sinais com marca d'água
- Baixa colaboração como PPM
- Não é essencial para o usuário carregar consigo
- Caro

A América Latina está à beira de uma mudança dramática?

TV's com sinal de transmissão padrão (SD) serão cada vez menos vendidas. As opções serão HD/UHD ou Smart TVs HD/UHD. A TV por assinatura, que já regrediu em alguns lugares durante o último conjunto de recessões, não deve continuar crescendo.

Atuais projeções:

- Várias gerações irão pular da TV paga diretamente para o VOD/OTT
- Operadores de Canais que não mensuram
- Operadoras de canais que não estão medindo neste mercado já desafiador, podem ser levadas à falta de rentabilidade
- Entre todos os telespectadores (não apenas os jovens), as telas alternativas VOD / OTT / representam uma parcela de dois dígitos em rápido crescimento da visualização.

Para tomar decisões mais assertivas neste mercado altamente complexo, proprietários de conteúdo, editores, anunciantes e suas agências **precisam de uma solução confiável que possa sanar esses desafios**. Eles precisam de uma visão completa do consumo de anúncios e conteúdo, reunindo todos os dispositivos e canais de distribuição para produzir uma solução de medição de público total.

E é por isso que nós, em parceria com a Immetrica, criamos o Alldience – um aplicativo para medição de audiência que é multiplataforma, sempre ativo e rastreia o consumo de mídia dos indivíduos em todas as telas, redes sociais, assim como seus hábitos de consumo e uma riqueza de dados demográficos.

O **Alldience** também traz a capacidade de enviar **pesquisas** para seus membros, para que emissoras e anunciantes possam enviar perguntas ou interagir com membros que assistiram a um conteúdo específico.



A solução mais inovadora e precisa, para entender a sua audiência e medir a performance de campanhas de mídia multiplataforma.

Uma forma inteligente de medir e entender a sua audiência em todas as telas.

A solução transforma qualquer smartphone em um “*Smart People Meter*”, que acompanha o consumidor e identifica quando há o consumo de um conteúdo audiovisual específico, em qualquer lugar e a qualquer momento.

Através de uma avançada tecnologia **ACR (Reconhecimento Automatizado de Conteúdo)**, integrada ao **aplicativo mobile Alldience**, conseguimos **identificar e analisar** áudios do ambiente, tornando possível mensurar se o consumidor está sendo impactado por um programa de TV ou propaganda específica nas redes sociais, e ainda capturar opiniões e sentimentos sobre o conteúdo consumido.

Potencial e Benefícios

Conheça todo o potencial do **Allience** para **entender sua audiência e medir a performance de suas campanhas** de mídia multiplataforma.



Multi-tela

Plataforma multi-tela com aplicativo para dispositivos móveis.



Em tempo real

Identifica e captura em tempo real transmissões de TV, assim como VOD (vídeos sob demanda) e OTT (aplicativos “Over the Top”).



Perfil da audiência e demográficos

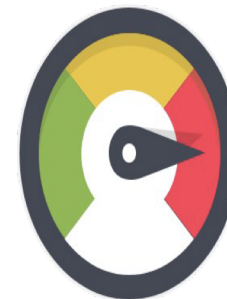
Informações completas do perfil da audiência e demográficos.

Potencial e Benefícios



Single-Source para Mensuração de Campanhas Multiplataforma

Dados da audiência (alcance e frequência) de campanhas de mídia, seja na TV, redes sociais ou vídeos patrocinados na Internet.

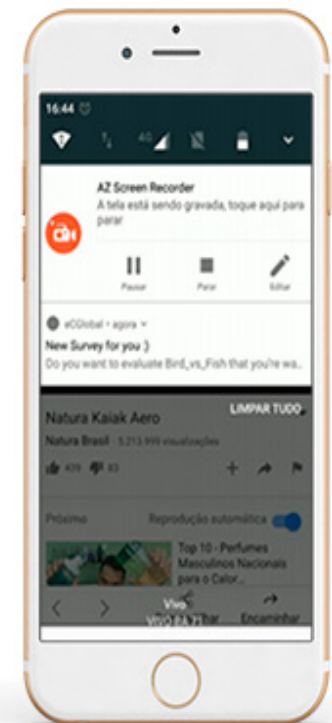
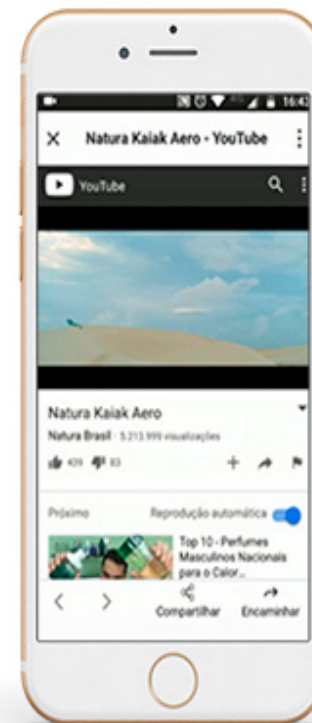
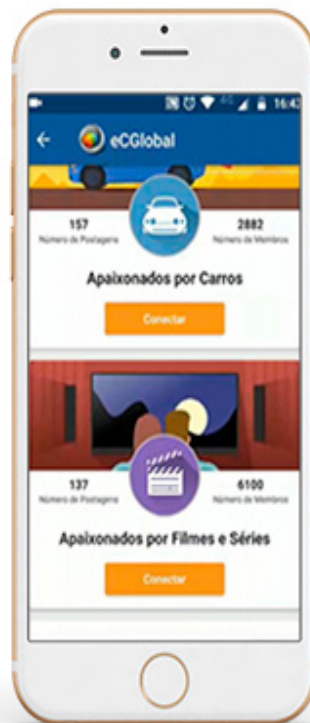


KPI's da Marca

Medição de indicadores de performance junto aos usuários impactados, como lembrança, conhecimento, afinidade com a marca, prestígio e intenção de compra.

Muito além do alcance e frequência...

Além de identificar **quando**, **por quanto tempo**, e **em qual plataforma** o consumidor está sendo impactado pelo seu anúncio, o **Aldience** permite medir o **impacto para a sua marca** e **indicadores de performance** da campanha.



Como funciona o Alldience?



Basta estar com o **mobile app do Alldience instalado** e o compartilhamento de áudio habilitado, para que a aplicação **identifique se o usuário está assistindo a algum programa, canal ou vendo uma propaganda** da sua marca.

Além de identificar a **propaganda, programa de TV ou rádio**, o **Alldience** tem a capacidade de **identificar através de qual dispositivo e plataforma** o usuário está consumindo o conteúdo.

Monitoramento 24 X 7 em tempo-real de canais de TV aberta e redes sociais, durante o mundial

Usuários com Mobile App eCGlobal compartilham digitais dos conteúdos consumidos

Dados válidos e contextualizados para a plataforma de analytics, onde os resultados podem ser analisados pelo cliente.

Identificação e Retenção de áudios acontecem em servidores de alta-performance ACR

Processamento e cálculos de audiência nos servidores Allience



Como funciona o Alldience?

Captura e identificação de conteúdo



Monitoramento

Só de ter o mobile app instalado, o **Alldience** já **monitora, identifica e retém, em tempo real, áudios de programas e anúncios de publicidade** pelos quais o consumidor está sendo impactado para reconhecimento em seus servidores.

Coleta



São enviadas as **impressões digitais de áudios** do aplicativo de cada membro que participa da amostra.

O **Alldience** recebe os eventos de consumo de conteúdo, que poderão ser reconhecidos ou não pelos servidores ACR;



Como funciona o Alldience?

Captura e identificação de conteúdo



Identificação

Após 15 segundos de transmissão, um conteúdo enviado pelo App é **comparado** com **conteúdos já guardados no servidor ACR**, enviados pelos centros de monitoramento.

Depois de 24h após a transmissão, a informação é armazenada na plataforma por um período de até 12 meses, para medição de consumo “time shifted” (DVR, On Demand e OTT);



Como funciona o Alldience?

Captura e identificação de conteúdo



Armazenamento

Esses eventos são transferidos para a **eCGlobal**, que guarda no **histórico de consumo de mídia dos participantes**.

Possibilidade de obter Feedback

Perguntas **automatizadas e programadas** com uma certa frequência podem ser enviadas aos participantes que assistiram a um conteúdo específico.



Como funciona o Alldience?

Mensuração da Audiência

Mensuração da Audiência

Em paralelo, o **Alldience** executa um **processamento sofisticado dos dados** para **mensuração da audiência**, exportando dados completamente válidos e contextualizados para a plataforma de analytics, onde os resultados podem ser analisados pelo cliente.



Quem faz parte da audiência?

Painel Online eCGlobal.com

Inicialmente lançado em fase Beta exclusivamente para o Brasil, o Alldience é um aplicativo mobile que usa o Painel Online eCGlobal, com mais de 01 milhão de consumidores em todo o Brasil e América Latina.

O Painel eCGlobal.com funciona como uma rede social colaborativa que **empodera consumidores** e **cria experiências engajantes**, similar a outras plataformas de redes sociais, como Facebook ou Twitter, e aplicativos móveis que usamos o tempo todo em nossos smartphones.



Medindo o Impacto da Campanha além do Alcance, Frequência



Com o **Aldience**, você poderá finalmente **entender a performance da sua campanha em multiplataformas** e identificar os consumidores que foram impactados por distintos canais e tiveram experiência com a marca em múltiplas telas.

Por exemplo, qual a porcentagem dos consumidores são impactados na **TV e Social Media**?

Qual o plano de mídia multiplataforma gera melhor ROI para a marca?

Qual o alcance total da minha campanha, considerando TV + Social Media + Aplicativos?

Explore o potencial de conhecer e se conectar com a audiência para sua marca.

alldience@ecglobal.com
@ecgsolutions