O
M
P
ideias
fora
do formato
CATEGORIA DE MARKETING
FRANCISCO VAZ SANTOS + MARIANA COIMBRA
YOUNG LIONS
COMPETITIONS
PORTUGAL

A MOP

trabalha essencialmente com **grandes marcas**, via agências de meios, com **objetivo de cobertura**.

Compram sobretudo em rede, várias vezes ao ano.

MAS…

99.9%

das empresas em Portugal são PME

96%

são microempresas:

empresas com menos de 10 pessoas e cujo volume de negócios anual não excede 2M€

Fonte: INE, PORDATA, 30/mar/2022

MOP ideias fora do formato
YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

“É mais importante fazer o que é estrategicamente correto do que o que é imediatamente rentável.”

Philip Kotler

MAS COMO COMUNICAM 99,9% DAS EMPRESAS PORTUGUESAS?

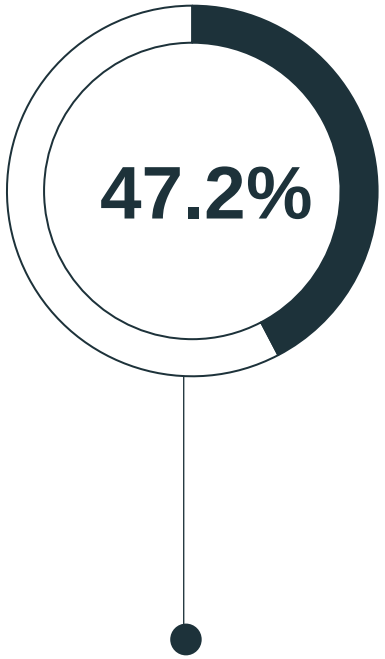
António
Dono de 6 Cafés/Pastelarias

Rita
Sub-gerente na Mercearia Gourmet

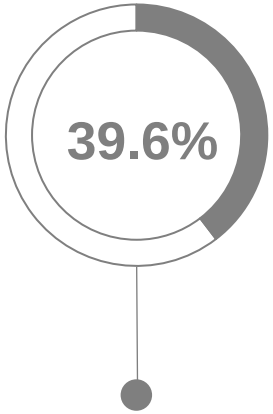
Fátima
Gerente de Minimercado de Bairro

Helena
Fundadora de Hotel para Animais

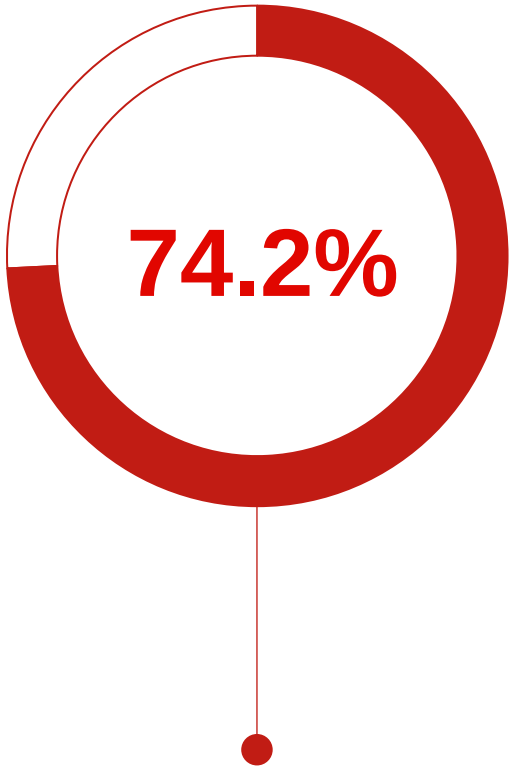
E OS NÚMEROS CONFIRMAM …



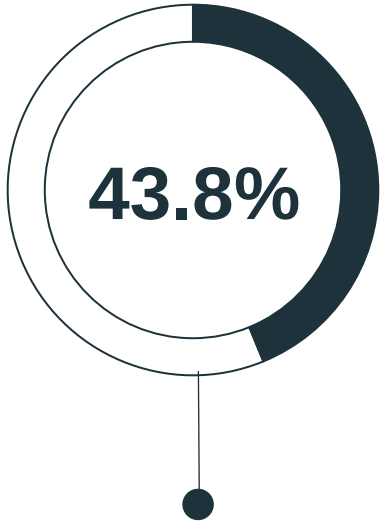
das empresas aumentaram o investimento em **marketing digital**



substituíram meios tradicionais por digitais nas suas ações de comunicação



das empresas **não tem** departamento de marketing



afirmam **não haver necessidade** para aumentar as competências nesta área

Fonte: PMEMagazine, 15/mar/2021

MOP ideias fora do formato
YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

MAS...

ESTÁ PROVADA A **EFICÁCIA** DO OOH
E A SUA TENDÊNCIA DE CRESCIMENTO

68% dos consumidores está consciente que passa demasiado tempo à frente de ecrãs e a consumir conteúdo digital

BURNOUT DIGITAL ?

69% admite que passou a apreciar mais publicidade exterior

45% tem a noção que um *outdoor* bem concretizado, a nível criativo, chama à atenção

Fonte: OOH Media Opportunities: Consumer Insights and Intent - Early 2022, 16/nov/2021

+12% **DE CRESCIMENTO PREVISTO PARA 2022**

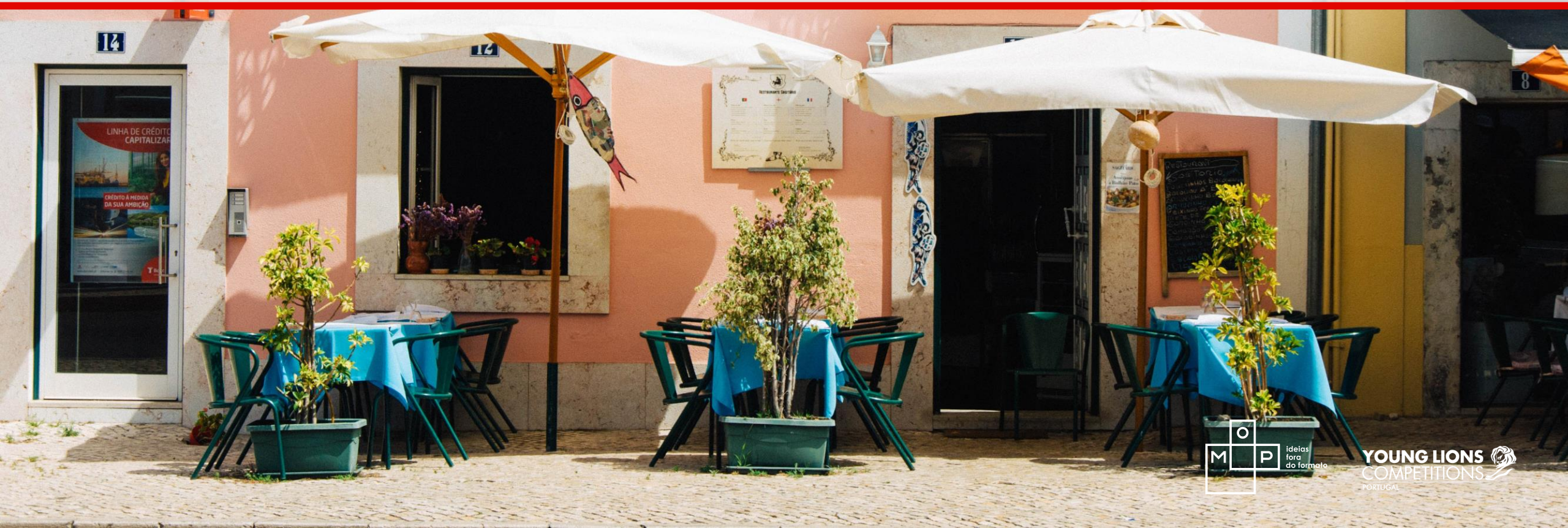
Fonte: Meios & Publicidade, 9/dez/2021

ideias fora do formato

YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

SURGE O DESAFIO…

Como criar a perceção nos pequenos e médios negócios de que o OOH é o **produto ideal para comunicar** ?



ideias fora do formato
YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

AS GRANDES EMPRESAS | FORAM AS PRIMEIRAS A PERCEBER A OPORTUNIDADE NA COMUNICAÇÃO LOCAL E DE PROXIMIDADE

Fonte: Imagens de Marca, 03/jun/2020

Sagres | 2020

Auchan | 2021

Fonte: Imagens de Marca, 29/ou/2021

Fonte: Imagens de Marca, 10/mai/2021

McDonald's | 2021

ESTRATÉGIAS “GLOCAL”

GRANDES MARCAS **GANHAM CADA VEZ MAIS COM ESTE POSICIONAMENTO** *PARA OS SEUS PRODUTOS E CAMPANHAS DE MARKETING*

“Os consumidores exigem mais transparência às empresas. Querem saber quem faz os seus produtos e **como estão a ajudar a comunidade**, consumindo bens produzidos localmente.

Maiores expectativas em torno de retribuir à comunidade sobreviverão à pandemia.”

Fonte: Grande Consumo, 28/out/2021

“*Glocal marketing strategies* ***create a bridge*** *between a global company and local culture.*”

Fonte: Search Engine Journal, 25/mai/2021

COMÉRCIO DE PROXIMIDADE

É UMA **TENDÊNCIA DE CONSUMO** *PÓS-PANDEMIA, ESTANDO A DAR UMA NOVA VIDA AO COMÉRCIO LOCAL*

“O teletrabalho, para além das mudanças que trouxe às rotinas das empresa e das famílias, acredito que vai ser um **dinamizador de bairros** e área de residência onde até agora os habitantes só iam dormir.”

Fonte: Joana Carravilha @ Imagens de Marca, 20/mai/2020

“Perturbações sofridas pelos canais de comércio internacional estão entre os fatores que levaram **a população a virar-se mais para a produção e consumo local**, com a ajuda também da facilidade de acesso *online*.”

Fonte: Expresso, 02/nov/2020

UM SETOR PARTICULARMENTE AFETADO PELA PANDEMIA, AGORA EM FORTE CRESCIMENTO E A ATRAIR AJUDAS GOVERNAMENTAIS E PRIVADAS

+44% Aumento de compras realizadas em comércio tradicional face ao período homólogo de 2019

Fonte: SIBS Analytics

88% dos portugueses estão dispostos a privilegiar o critério "produção local/nacional" nas despesas relacionadas com a alimentação

Fonte: HiperSuper, 02/fev/2021

E CONTARÁ EM BREVE COM…

INVESTIMENTO DO ESTADO

Abriu concurso para criação de 50 Bairros Comerciais Digitais com apoio de 52,5M€ do PRR

"Uma medida catalisadora do crescimento económico que permitirá recuperar o sentido de planeamento do urbanismo comercial."

Fonte: Público, 21/jan/2022

"Que não se feche uma porta de um restaurante porque o proprietário não tem departamento de *marketing* ou de comunicação integrado na sua empresa."

Fonte: Dinheiro Vivo, 14/jan/2021

MOP ideias fora do formato
YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA

INFLUENCIA POSITIVAMENTE O CONSUMO

> *[…] consumer purchase intention **is influenced 60% by perception of the company** as against 40% perception about products. 42% image of a company is stemmed from its CSR activities.*

Fonte: Smith, J . The company with the best CSR reputations. Forbes, 12/fev/2020

58% consegue identificar uma marca que respondeu positivamente ao mundo em que vivemos.

Fonte: Global Marketing Trends 2021. Deloitte

25% revela ter abandonado o consumo de produtos ou serviços quando entende que uma marca agiu exclusivamente em benefício próprio.

RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA

É CADA VEZ MAIS UM INVESTIMENTO DE MARKETING PARA CRIAR UMA VANTAGEM COMPETITIVA

> O mundo pós-COVID exigirá um **retorno social das marcas**, com foco na humanização, autenticidade e transparência, assente na criação de relações emocionais empáticas e duradouras.

Fonte: Mena, Ricardo. Dinheiro Vivo, 01/mar/2021

> *CSR has gained a vital importance and became a competitive advantage for the companies. It helps **build equity of a brand** by creating positive image in the mind of consumers.*

Fonte: Smith, J . The company with the best CSR reputations. Forbes, 12/fev/2020

> [O CSR] representa uma oportunidade de diferencial competitivo pela geração de valor para a comunidade [...] com projetos colaborativos com **comunidades locais** […].

Fonte: Mena, Ricardo. Dinheiro Vivo, 01/mar/2021

O consumo mudou com a pandemia. O **comércio de proximidade** cresceu, a sensibilização da sua importância também.

A responsabilidade social das marcas virou-se para os pequenos negócios, querendo colocar-se lado a lado com os seus vizinhos locais.

As grandes multinacionais já fazem parte do bairro.

No mesmo bairro,
mas sem o mesmo *know-how* ou capacidade financeira, as PME portuguesas são mais conservadoras no investimento em *marketing*.

Trabalhar NOTORIEDADE não está sequer no seu radar.

Querem resultados imediatos e com um ROI evidente.

Assediadas pela promessa do digital, nenhuma mensagem ou criatividade isolada será capaz de mudar a perceção sobre publicidade OOH.

Uma mudança de perceção só é concretizada com a EXPERIMENTAÇÃO.

SURGE UMA OPORTUNIDADE:

uma **oportunidade de negócio** para a MOP - e, simultaneamente, de impacto na comunidade

!

E se forem as **grandes marcas** a trazer os seus vizinhos locais para a publicidade exterior?

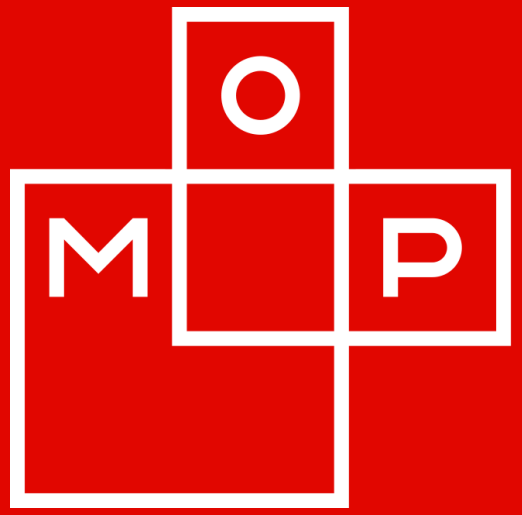
E se a MOP for o ponto de encontro?

E se for a MOP a **dinamizar o comércio de bairro**?

ideias fora do formato

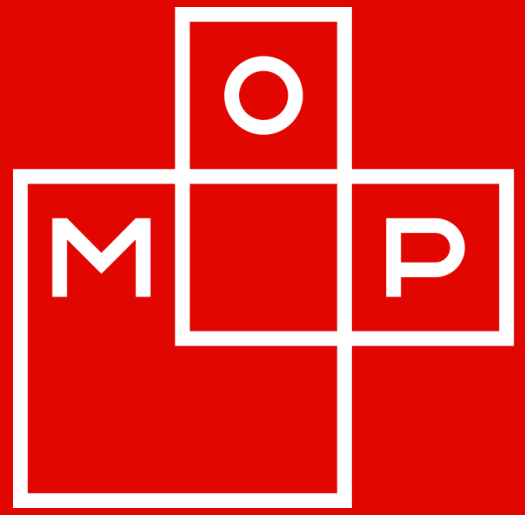
YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

BAIRRO



ideias
fora
do formato

No **BAIRRO**



ideias
fora
do formato

há **espaço** para todos.

UMA NOVA ERA PARA A PUBLICIDADE DOS PEQUENOS E MÉDIOS NEGÓCIOS

1 DESAFIAR MARCAS A PROMOVER OS NEGÓCIOS DO SEU BAIRRO

DESBLOQUEAR *presença de pequenos negócios em OOH*

2 CRIAR DE UM NOVO FORMATO OOH PARA OS NEGÓCIOS DE BAIRRO

CONSOLIDAR *presença de pequenos negócios em OOH*

Trabalhando a **RESPONSABILIDADE SOCIAL** das grandes marcas, e repensando o **PRODUTO**, chegaremos à **MUDANÇA DA PERCEÇÃO** das pequenas empresas.

SENSIBILIZAR | PEQUENOS MÉDIOS NEGÓCIOS PARA O POTENCIAL DO OOH (ATRAVÉS DA EXPERIMENTAÇÃO)

FIDELIZAR | GRANDES MARCAS NA REDE MOP

POSICIONAR | A MOP NA DIMENSÃO DE INOVAÇÃO, ASSOCIADA A NOVOS FORMATOS E A **LIDERAR NO DOOH**

A MOP VAI REVOLUCIONAR A COMPRA ISOLADA DE OOH

1 DESBLOQUEAR

Público-alvo:
Diretores de Marketing & Agências de Meios

Ex: Beiersdorf, Coca-Cola, Nestlé, Santander, Minisom, Unilever

Como?

Desafiar clientes habituais a ceder espaço a negócios locais, mediante incentivos para as suas campanhas

2 CONSOLIDAR

Público-alvo:
Negócios Trendy / de Nicho

Ex: Merceria Gourmet, Restaurante, Salão de Beleza, Hotel para Animais

Como?

Criar diretório de bairro como plataforma de divulgação com fees de publicidade mais acessíveis

3 EXPANDIR

Público-alvo:
Negócios de Bairro

Ex: Pastelaria, Minimercado, Talho, Café, Tasca, Lavandaria

Como?

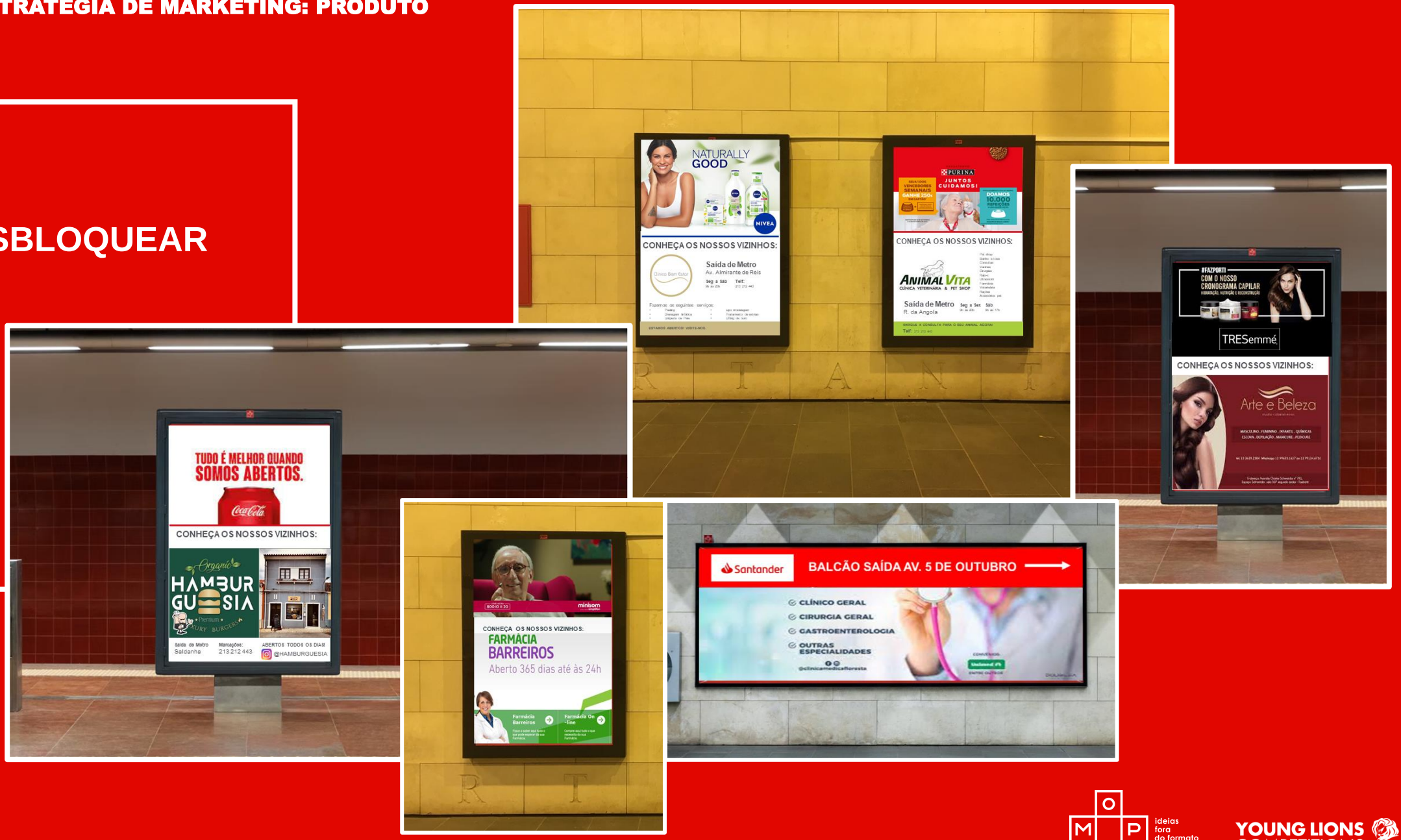
Criar pacotes de publicidade (OOH+Digital), com opção extra de serviços de design, copy e branding

PARA GARANTIR A SUSTENTABILIDADE A LONGO PRAZO

MOP ideias fora do formato

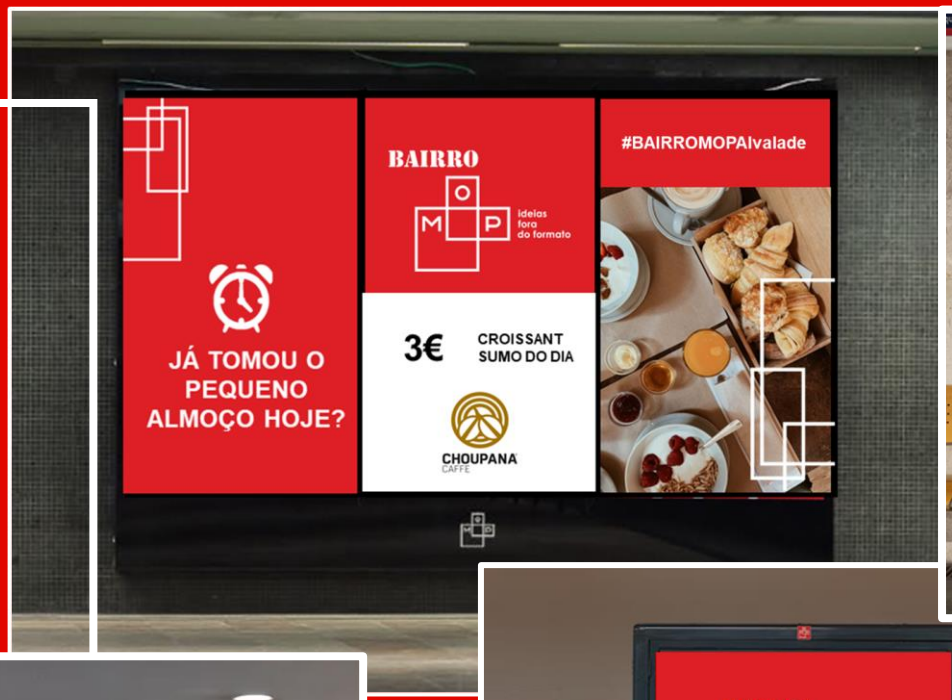
YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

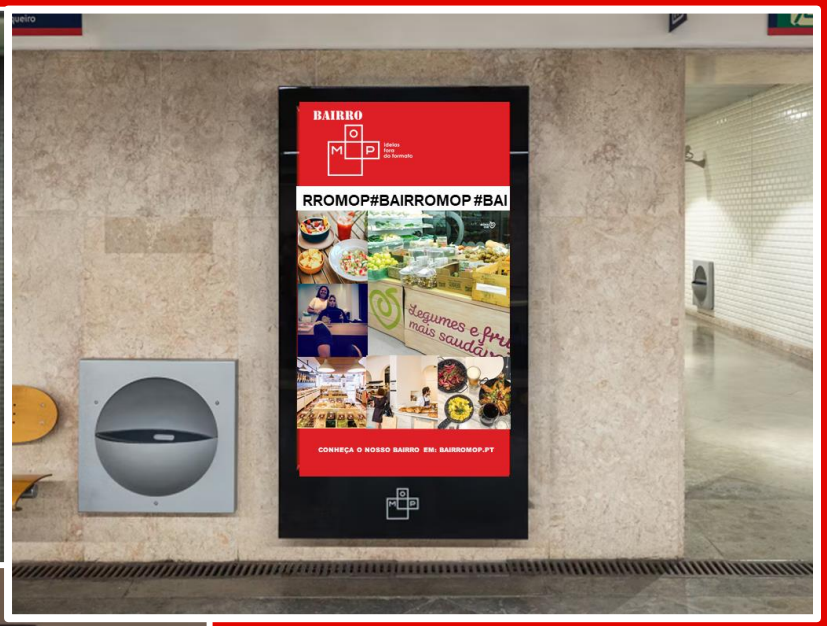
1 DESBLOQUEAR

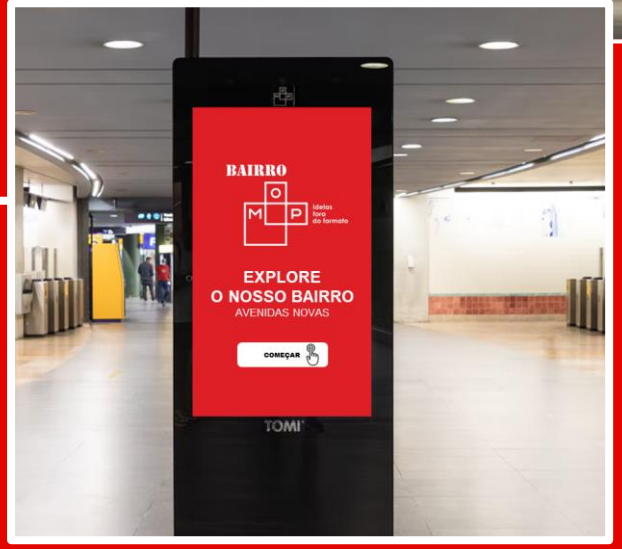


Mockups meramente ilustrativos

2 CONSOLIDAR







Mockups meramente ilustrativos

ideias fora do formato

YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

	OFFLINE / DIRECT	ATL	DIGITAL
1	**Outbound / Prospeção**: *Grandes Anunciantes & Agências de Meios*	**OOH Rede MOP**: *Campanha "Conheça os nossos vizinhos"* **PR**: *Mediatização da iniciativa*	**Email Marketing**: *Mailing lists associados APAN & APAP*
2	**Direct Mail**: *folheto-cartaz enviado por correio para lojas de rua* **Materiais Marketing Local**: *Disponibilização de materiais para os próprios negócios promoverem o diretório #BAIRROMOP do seu bairro*	**OOH Rede MOP**: *Campanha "Bairro MOP", destaque TOMI* **PR**: *Mediatização da iniciativa* **Rádio**: *Publicidade aos novos formatos em vários canais* **Branded Content**: *mudar perceções com bons conteúdos que explicam produto* *- Live Copies na Rádio Comercial* *- Presença Manipulada Telenovela TVI*	**User Generated Content**: *criar hashtag público #BAIRROMOP e tornar diretório gratuito no 1ºmês* **SEO & Content Marketing**: *- revamp website p/ novo target* *- LP a explicar proposta de valor* *- artigos otimizados para PMEs* **Paid Media**: *FB+IG com objetivo de awareness*
3	**Patrocínios**: *eventos setoriais* **Parcerias**: *institutos formação*	**OOH Rede MOP**: *Campanha "Bairro MOP"* **PR**: *Mediatização da iniciativa*	**Paid Media**: *FB+IG+LK & Email com objetivo de conversão*

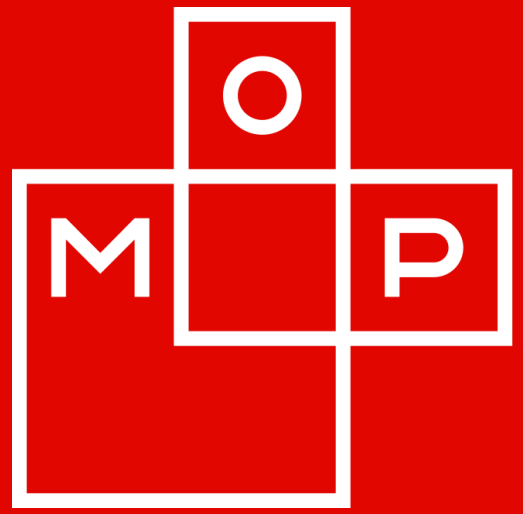
BAIRRO MOP | ESTRATÉGIA DE MARKETING: TIMELINE DE IMPLEMENTAÇÃO

	Q1: MAI-AGO	Q2: SET-DEZ	Q3: JAN-ABR
IMPLEMENTAÇÃO DE PRODUTO	FASE 1: DESBLOQUEAR	FASE 2: CONSOLIDAR	FASE 3: EXPANDIR
CAMPANHA ATL	OOH PR	OOH PR Rádio Branded Content	OOH PR
CAMPANHA DIGITAL	Email MKT	Paid Media Content Marketing & UGC	Paid Media Email MKT Content Marketing & UGC
CAMPANHA OFFLINE		Direct Mail	Patrocínios & Parcerias

MOP ideias fora do formato

YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL

Se no BAIRRO



ideias
fora
do formato

há **espaço** para todos...

Em Cannes, há espaço para nós?

Obrigad@!

YOUNG LIONS COMPETITIONS PORTUGAL