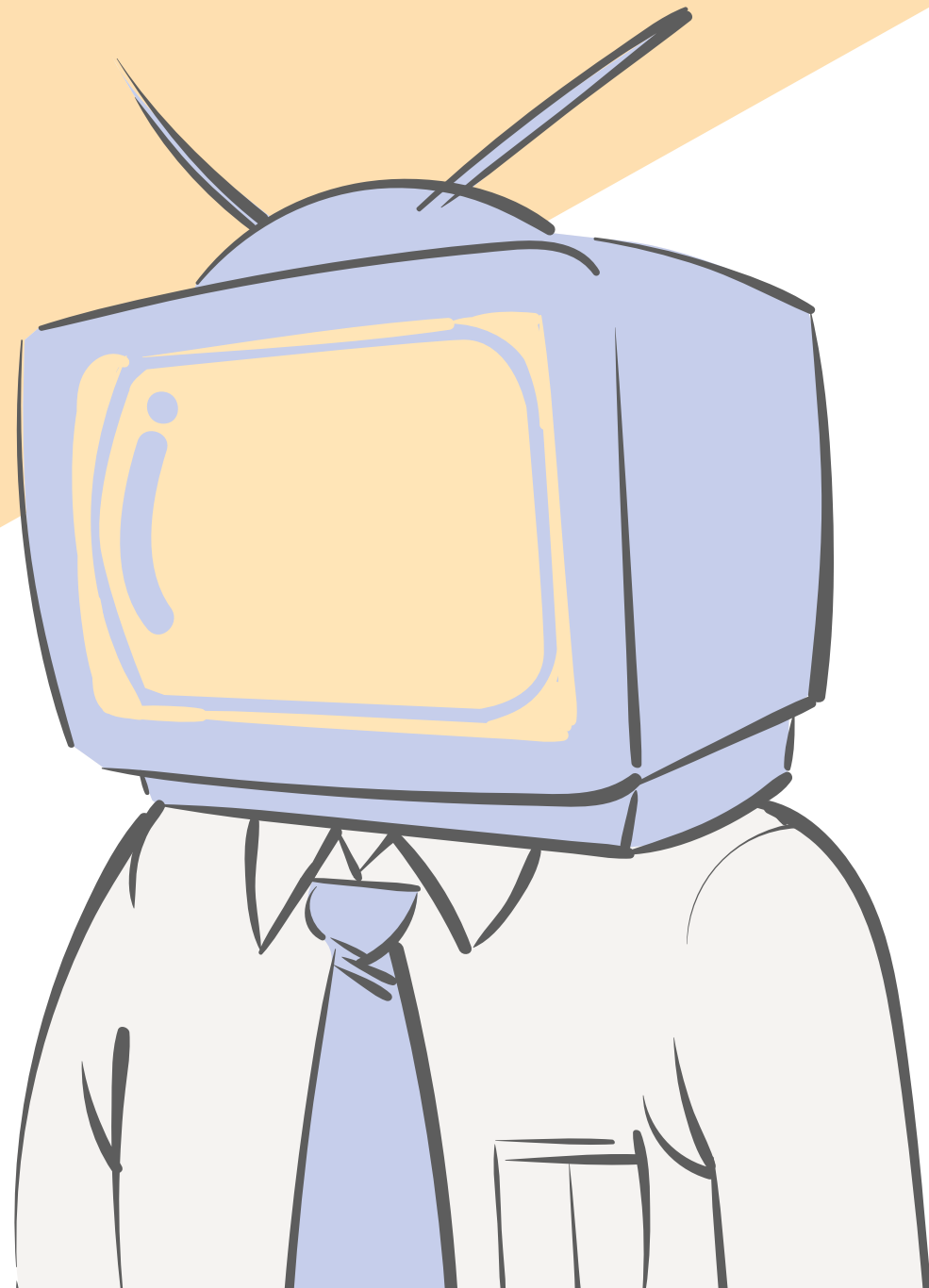


MANUAL DEFINITIVO DAS MÍDIAS OFFLINE



Principais tipos de mídias offline

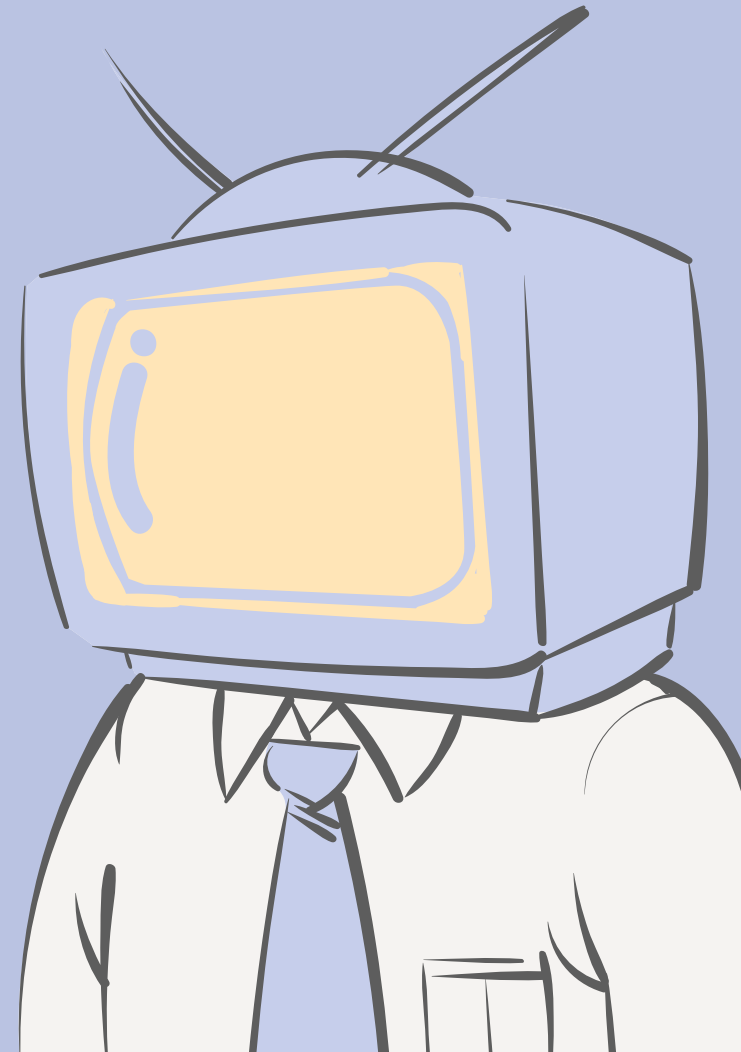
As mídias offline podem ser divididas em dois grandes grupos: mídias de massa e mídias Out Of Home. Para uma campanha efetiva, é importante que sejam escolhidas mídias desses dois tipos, de forma que elas possam se complementar e atingir o público da maneira mais eficiente possível.



MÍDIAS

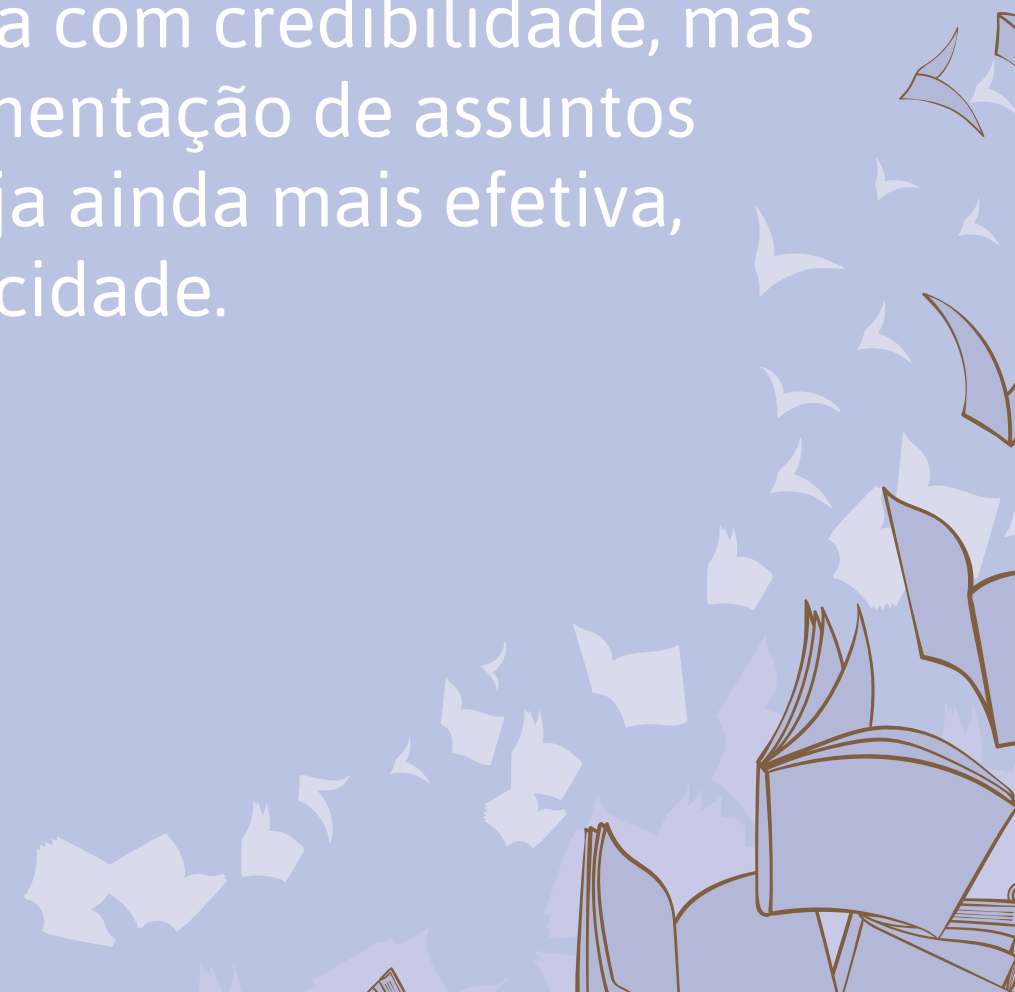
Televisão

A televisão sempre foi e continua sendo o maior veículo de mídia no Brasil. Isso porque ela tem um grande alcance, status e influência em quase toda a população em território nacional. É, portanto, um grande terreno para a publicidade que quer atingir a maior parte do público, principalmente no segmento varejista.



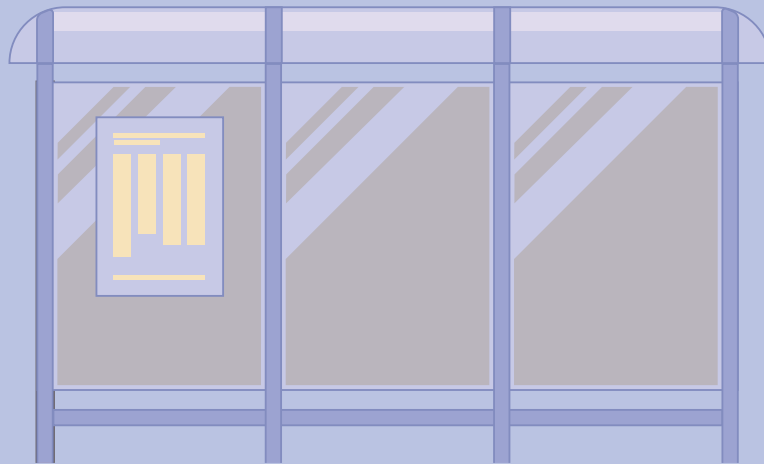
Revista

Assim como o jornal, a revista ainda conta com credibilidade, mas com um ponto de vantagem que é a segmentação de assuntos e público. Isso faz com que essa mídia seja ainda mais efetiva, principalmente quando falamos de publicidade.



OOH

As mídias chamadas “Out Of Home” são aquelas que atingem o público ao “ar livre”, seja nas ruas, no metrô, lojas, shoppings e diversos outros lugares. São versáteis, impactantes e oportunas para criar uma presença de marca no dia a dia do público.



Busdoor

Assim como o outdoor, o busdoor tem um grande alcance nas ruas, mas com a vantagem de estar em constante movimento juntamente com os veículos de transporte público.

