

Vodafone e GFK juntas em medições ainda mais inteligentes



www.vodafone.com.br

Vodafone
Power to you



Um resultado mais conectado

A GfK, empresa alemã de estudos de mercado passa a usar tecnologia da Vodafone para sistema de medição do comportamento de telespectadores em todo o Brasil

A solução

A Vodafone, uma das maiores empresas de telecomunicações do mundo é agora parceira da GfK (Growth from Knowledge - Crescimento pelo Conhecimento), quarta maior empresa de estudos de mercado da Alemanha, com sede em Nuremberg. A operadora desenvolveu um SIM Card especial para a área de medição do perfil de uso dos canais de TV, aferindo a audiência por meio do monitoramento de famílias pré-selecionadas pela GfK no Brasil.

A solução, que foi vendida para a divisão de Medição de Audiência e Insights da GfK, é dirigida a profissionais de marketing e indústria de mídia que desejam mensurar o sucesso de seus produtos por meio da medição da audiência e do perfil de uso dos canais de TV. rotas com base em informações de trânsito em tempo real por GPS e acessar redes sociais.

Através de um aparelho instalado nos televisores, um sistema de transporte de dados de última geração da Vodafone monitora em tempo real o comportamento dos usuários e envia as informações diretamente a uma central da GfK, que transforma os dados em uma análise de mercado - entregando a seus clientes uma estratégia com as etapas necessárias para melhorar seu desempenho.

O people meter embarcado nessa tecnologia permite, por exemplo, considerar cada espectador do domicílio, tanto moradores quanto convidados.

“É um novo sistema de medição de audiência, com metodologia mais transparente, tecnologia de ponta e um painel de mais de 6 mil domicílios.”

Diego Aguiar
Gerente de Vendas,
Vodafone Brasil

A audiência examinada inclui programas e campanhas publicitárias exibidos em tempo real, assim como conteúdos gravados pelos usuários. Com auxílio da tecnologia da Vodafone, o sistema envia detalhes sobre as preferências dos telespectadores, seus padrões de consumo, como eles se engajam com o conteúdo e o que afeta sua fidelidade.

Tecnologia de ponta

“É um novo sistema de medição de audiência, com metodologia mais transparente, tecnologia de ponta e um painel de mais de 6 mil domicílios”, comenta Diego Aguiar, Gerente de Vendas da Vodafone.

Grandes emissoras brasileiras já estão trabalhando com esse sistema de medição, que abrange capitais e regiões metropolitanas.

A GfK começará a divulgar seus resultados no terceiro trimestre deste ano, concorrendo diretamente com o Ibope.




www.vodafone.com.br

Vodafone Group 2014. This document is issued by Vodafone in confidence and is not to be reproduced in whole or in part without the prior written permission of Vodafone. Vodafone and the Vodafone logos are trademarks of the Vodafone Group. Other product and company names mentioned herein may be the trademarks of their respective owners. The information contained in this publication is correct at time of going to print. Such information may be subject to change, and services may be modified supplemented or withdrawn by Vodafone without prior notice. All services are subject to terms and conditions, copies of which may be obtained on request.

