

El match perfecto de la Publicidad

La última investigación de *Outdoor Advertising Association of America* (OAAA) junto a *The Harris Poll* revela que los anuncios de Exterior con elementos en Redes Sociales e *influencers*, o vistos en lugares icónicos, generan una mayor influencia.



Estas son las **principales conclusiones** para campañas que combinan **Exterior y Redes Sociales**

67%

Dos tercios de los consumidores han visto un elemento de las Redes Sociales utilizado previamente en un anuncio de Exterior.

52%

La mitad está de acuerdo en que la integración de elementos de Redes Sociales en Exterior aumentan las probabilidades de interactuar con las marcas en entornos *online*.

48%

El 48% de los consumidores está de acuerdo en que el medio Exterior influye en su comportamiento en las Redes Sociales.



El **entretenimiento** es la razón principal para **compartir contenido** de Exterior en Redes Sociales

RAZONES PARA COMPARTIR ANUNCIOS DE EXTERIOR EN REDES SOCIALES

Entre quienes han compartido contenido de Exterior en redes

Es entretenido  39%

Es divulgativo  36%

Tenía un descuento que quería compartir  35%

Es relevante a nivel social y/o cultural  33%



Buscar las **Redes Sociales** de un anuncio en Exterior o **escanear un QR**, entre las acciones más realizadas

ACCIONES EN REDES SOCIALES TRAS VER UN ANUNCIO EN EXTERIOR % Sí, lo he hecho

Buscar las redes
que aparecen en un
anuncio de Exterior



47%

Escanear un QR
que lleva a un
cierto perfil de redes



43%

Seguir las redes que
aparecen en un
anuncio de Exterior



43%

Compartir elementos
del anuncio



40%



Fuente: OAAA & The Harris Poll

La ubicación también es importante. Elige bien.

El estudio concluye que estar pendiente en **zonas icónicas** aumenta la **influencia** de la marca

65%

Es probable que el 65% de los consumidores interactúen con una marca después de ver sus anuncios ubicados en áreas icónicas o de alto tráfico.

48%

Ver un anuncio de Exterior en un área icónica o de alto tráfico incrementa el interés en una marca en comparación con otros medios de la competencia.

46%

Casi la mitad dice que ver un anuncio en Exterior en un área icónica o de alto tráfico les haría pensar que la marca es de alta calidad.

OOHLAB