





# MOJI

## Conheça mais





# Aqui, sua marca ganha vida

Descubra uma maneira inovadora de promover sua marca e potencializar o desempenho das suas vendas.





**MOJI**

**Mídia DOOH de  
alto impacto**

**Desperte  
olhares,  
conquiste  
mentes,  
domine  
as ruas!**



Por onde as motos passam, deixam um rastro de impacto, prendendo a atenção de quem olha. Com o baú estrategicamente posicionado, sua mensagem não apenas atravessa os congestionamentos como também conquista pedestres, fazendo conexões em todos os cantos da cidade.

Não é apenas publicidade. É presença, é voz que se faz ouvir em meio ao caos urbano. Sua marca, seu negócio e sua mensagem em todos os lugares, de forma quase onipresente.

**Vá além, vá de moto,  
vá onde todos estão e  
faça sua presença ser  
inesquecível!**



I

O

O

Mídias OOH  
estão em alta  
Confira!



De acordo com o estudo **Inside OOH**  
**2023**, divulgado pela Kantar, o

**out-of-home**  
**já impacta**  
**89%**  
**da população.**



Em locais como a cidade de **Recife** e o **Distrito Federal**, a penetração do OOH chegou a 95%. Em **Fortaleza**, a 93%. Em **São Paulo** e no **Rio de Janeiro**, a 91% e a 89%, respectivamente.

Fonte: Meio & Mensagem

# Meios de transporte

O estudo Insider OOH também procurou analisar os locais em que os brasileiros são mais impactados por esse tipo de mídia.

Os mais citados – por 71% dos entrevistados – foram os estabelecimentos, de forma geral, seguidos por **transportes (64%)**, mobiliário urbano (63%), grandes formatos (59%), outros formatos de publicidade (50%), elevadores (29%) e aeroportos (7%).

**Meios de transporte estão no topo dos anúncios OOH mais impactantes.**

Fonte: Meio & Mensagem



# Digital

**66%** dos entrevistados relataram ter observado alguma peça digital out-of-home (DOOH) nos últimos 30 dias.

**93%** dos entrevistados apontaram que os anúncios de mídia exterior em formato digital chamam mais atenção do que os de mídia tradicional.

**81%** das pessoas admitem que gostam de ver anúncios de mídia OOH em formatos digitais.

**O formato digital das mídias OOH estão entre os favoritos.**

Fonte: Meio & Mensagem



# Interação

**68%** dos entrevistados disseram que já compraram ou pesquisaram algum produto ou serviço por conta de algum anúncio visto em mídias out-of-home.

**79%** das pessoas que viram alguma peça de OOH afirmam ter interagido, de alguma maneira, com aquele anúncio.

Fonte: Meio & Mensagem



**Motivos de  
sobra para  
anunciar  
com a**



**MOJI**

# Motivos de sobra para anunciar com a **MOJI**

## **CUSTOMIZAÇÃO**

Seu anúncio em 3 etapas: sua marca + mensagem impactante + emoji que transmita a mensagem.

## **ABRANGÊNCIA**

Atinge todas as classes sociais e faixas etárias.

## **OPORTUNIDADE**

Sua mensagem é transmitida a qualquer momento, em qualquer hora do dia, e substituída quando necessário.

## **CONSTÂNCIA**

Em todas as ruas, há tráfego de pedestres. Então, a ação da MOJI é constante.

## **REGIONALIZAÇÃO**

Seleção dos melhores trajetos para que sua marca se conecte com seu público.

## **EXCLUSIVIDADE DE MÍDIA**

Os motoboys circulam em locais onde não existem outras mídias; portanto, a atenção e o impacto são exclusivos.

## **ALTA EXPOSIÇÃO**

Exibição da campanha por 46 horas semanais, pois essa é a jornada de trabalho média dos motoboys. Fonte: G1

## **ROTATIVIDADE**

Circulação diária da mensagem em diversos locais, por inúmeras vias.

## **LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA**

Ângulo de visão ideal para motoristas, passageiros e pedestres.

**Temos um meio vivo. Um DOOH  
dinâmico, em movimento, no  
ritmo da cidade.**



**Mas não é apenas sobre mídia nas  
motos. É sobre entender linguagens e  
comportamentos.**



**MOJI**

**Por quê?**



# Emojis são um fenômeno cultural

Tornaram-se fundamentais na comunicação, mudando a forma de nos expressarmos.



Cientistas descobriram que, ao olharmos para um emoji sorrindo, as partes acionadas em nosso cérebro constituem as mesmas que são ativadas quando vemos um rosto humano também a sorrir.



É preciso mostrar que ser digital não é apenas tecnologia e inteligência de dados.

É uma resposta a hábitos e comportamentos humanos, tentando entregar **integração e relações mais profundas.**

O diferencial da **MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI**

**MOJI**

**MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI MOJI** é...

**O poder da  
linguagem do emoji  
+  
O impacto do  
formato digital  
+  
A dinâmica das  
motos nas ruas**

Essa combinação faz da MOJI um DOOH vivo, exclusivo e que interage com o ritmo das cidades.

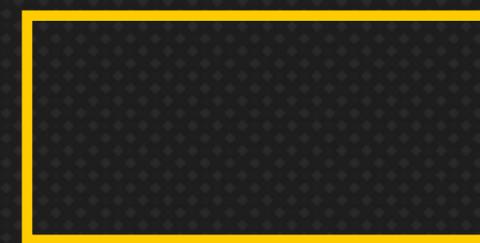


# Agora, as marcas já têm uma nova maneira de conversar com a cidade.

Em 3 etapas simples e impactantes, você se conectará como nunca com o público.



Um emoji personalizado +  
mensagem impactante + logo





Bem-vindo à

M

O

J