

Telefônica Vivo faz parceria com OvermediaCast para lançamento de mensagens com vídeo interativo

Startup acelerada pela Wayra distribui vídeos móveis interativos para estimular usuários a participar do projeto Vivo Conta Online Solidária

São Paulo, 28 de julho de 2014 – A Telefônica Vivo, em parceria com a [OvermediaCast](#), startup acelerada pela Wayra Brasil, anuncia o lançamento de uma nova forma de comunicação segmentada com os clientes de telefonia móvel da Vivo, o vídeo interativo, chamado de *Video Messaging*. A primeira ação está sendo realizada com o projeto Vivo Conta Online Solidária, que utiliza o conceito de crowdfunding – financiamento coletivo para a arrecadação de fundos em prol de causas sociais – para estimular os clientes a abrirem mão da conta em papel, favorecendo projetos sociais apoiados pela Fundação Telefônica Vivo.

A nova mídia põe nas mãos dos usuários móveis vídeos interativos, onde se pode acessar informações adicionais sobre o projetosocial e realizar o cadastro para apoiar a causa sem precisar sair do vídeo. A instituição mantenedora do projeto social indicado recebe mensalmente o valor de R\$ 1,12 - que seria gasto com a impressão e postagem da fatura de cada cliente que aderir à Conta Online - até que a meta do projeto escolhido seja atingida. Confira aqui os vídeos das instituições: [AAST](#), [IAPI](#) e [Lar Jesus entre as Crianças](#).

Fernando Moulin, diretor de Negócios Online da Telefônica Vivo, destaca o dinamismo da solução que permite que o cliente Vivo apoie um dos projetos com apenas um toque. “O *Video Messaging* é uma solução inovadora que decidimos utilizar para o projeto Conta Online Solidária, pois além de divulgar a ação, facilita ao cliente a adesão aos projetos sociais. Com poucos cliques a partir do smartphone, o cliente assiste o vídeo e participa do projeto”.

“O comportamento dos consumidores mudou e os anunciantes precisam estar onde as pessoas estão, por isso a importância de estarmos nos dispositivos móveis. Entregamos vídeos interativos na palma da mão dos consumidores, aonde eles estiverem”, diz Daniel Uchôa, CEO da OvermediaCast. Ele explica que, além de permitir uma entrega massiva e segmentada, o *Video Messaging* inova ao superar uma das maiores objeções à

anúncios para celular: "quando utilizamos visão, som e movimento para contar a história de uma marca, resolvemos as limitações de tamanho de tela com um *creative* que funciona ao longo do fragmentado cenário de interatividade móvel. Pode-se então criar um conteúdo exclusivo, ou simplesmente trazer um spot de TV ou desktop para o celular."

A solução inclui ainda uma plataforma de gerenciamento da audiência, que registra toda a interação de cada consumidor, medindo a visualização do vídeo a cada segundo. "Medimos todas as interações do consumidor, para acompanhar o engajamento com a marca e monitorar a performance do vídeo. As informações de alcance, frequência e engajamento de cada espectador único são utilizadas para garantir uma cobertura significativa de consumidores dentro do target em uma frequência ideal de exposições" diz Rafael Uchôa, co-fundador e CTO da OvermediaCast. Ele explica que os vídeos interativos permitem conduzir estudos de *brand lift*, com medições diretas de favorabilidade, intenção de compras, percepção, vinculação à marca, consideração e recomendação.

Telefônica Vivo

Assessoria de Imprensa

11 3430 7020

imprensa@telefonica.com