

SALÃO DO AUTOMÓVEL 2025

DESCUBRA O IMPACTO DESSA GRANDE EXPOSIÇÃO NA SUA MARCA.

Proposta de Estudo Sindicalizado Ipsos

Outubro, 2025

Parceria com:



**SALÃO INTERNACIONAL
DO AUTOMÓVEL DE SÃO PAULO**





O SALÃO DO AUTOMÓVEL ESTÁ DE VOLTA!

Evento que é tradição e que conecta passado, presente e futuro do mobilidade no Brasil e no mundo.

7 anos após a sua última edição, o Salão do Automóvel de São Paulo retorna em 2025 ao seu local histórico no Pavilhão do Anhembi. Serão 10 dias, de 22 de novembro a 1º de dezembro, para celebrar uma das maiores vitrines do setor automobilístico no mundo e um dos maiores eventos da indústria no Brasil.

O Salão do Automóvel é o grande palco do setor, uma oportunidade única de conexão com milhares de consumidores apaixonados e potenciais compradores. A cada edição, sua marca investe em estandes, ativações e experiências para se destacar na multidão.

Mas como garantir que seu investimento se traduza em resultados concretos?

**Transforme sua participação no maior evento
automotivo da América Latina em resultados
mensuráveis com nosso estudo!**

A Ipsos oferece estudos de patrocínio para avaliar o impacto da exposição das marcas patrocinadoras em eventos.

Estes estudos permitem entender a eficácia da ativação do patrocínio, otimizar planos de conteúdo e exposição, e medir a contribuição do patrocínio para o awareness, impacto e relevância da marca.

AVALIAÇÃO DA EXPOSIÇÃO

Os estudos da Ipsos avaliam a exposição das marcas patrocinadoras, medindo o impacto da sua presença no evento.

ENTENDIMENTO DA ATIVAÇÃO

A Ipsos oferece uma solução de avaliação de patrocínio que permite entender a eficácia da ativação, ou seja, como a marca está aproveitando a oportunidade de patrocínio.

OTIMIZAÇÃO DE PLANOS

Com os resultados dos estudos, as marcas podem otimizar seus planos de conteúdo e exposição, ajustando a estratégia de patrocínio para obter melhores resultados.

MENSURAÇÃO DE IMPACTO

Os estudos da Ipsos medem o impacto do patrocínio na percepção da marca, incluindo o awareness, impacto e relevância.

OS ESTUDOS FORNECEM INSIGHTS QUE AJUDAM AS MARCAS A AVALIAR SE O PATROCÍNIO ESTÁ TRAZENDO RESULTADOS POSITIVOS.

O QUE VOCÊ VAI DESCOBRIR COM O NOSSO ESTUDO?

Nosso levantamento oferece um diagnóstico preciso sobre a performance e a percepção do evento, permitindo que sua marca tome decisões baseadas em dados.

PERFORMANCE



Quais são os estandes / ativações mais lembradas pelos consumidores que foram ao evento?

Visibilidade /memorabilidade das ações e estandes

Estandes que mais foram visitados

Eficiência dos investimentos versus visibilidade das ações e estandes

ENGAJAMENTO E EXPERIÊNCIA



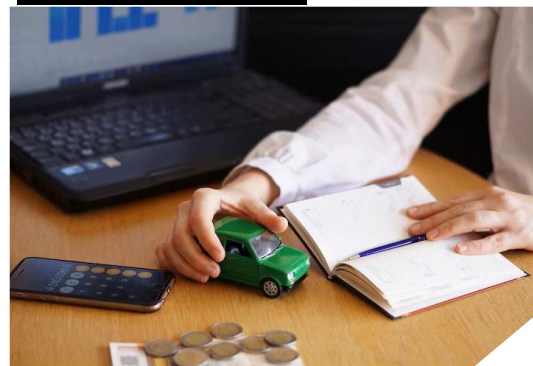
Quais foram as interações e ativações que mais geraram impacto e engajamento?

Ativações e experiências que mais encantaram o público

Agrado

Razões de Agrado

IMPACTO NA MARCA

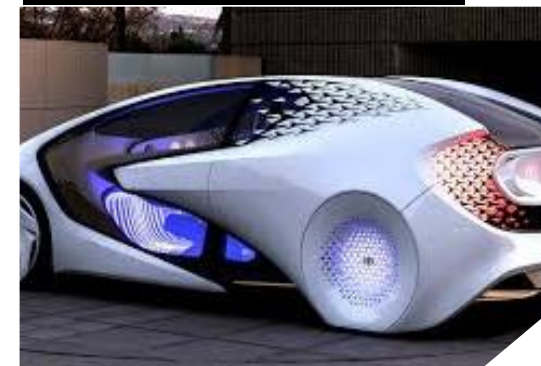


A presença no evento foi eficiente em promover os objetivos de negócio das marcas?

O evento contribuiu para maior awareness, consideração, proximidade e equity?

O evento fortalece seu posicionamento no mercado?

TENDÊNCIAS E EXPECTATIVAS



O que os visitantes esperam do "carro do futuro" após a visita? E quais são outras tendências observadas?

Saiba quais temas, como carros elétricos, conectividade e inteligência artificial, estão mais em evidência e alinhe sua estratégia para a próxima edição de acordo com os principais insights



AGENDA

1

Entenda como a Ipsos irá mensurar o Salão do Automóvel

2

Quais insights serão extraídos com o estudo

3

Planejamento, valores, termos e condições

COMO A IPSOS IRÁ MENSURAR O EVENTO?

1 | 3



COMO A IPSOS ANALISA O IMPACTO DO EVENTO PARA SUA MARCA?



A análise entre uma cela controle e uma cela teste é feita para comparar os efeitos em duas situações diferentes, onde a cela controle representa a condição padrão, e a cela teste representa a condição que está sendo testada.

Serão utilizados métodos estatísticos para determinar se as diferenças observadas são estatisticamente significativas e não apenas resultado de variações aleatórias.

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS



**QUAIS INSIGHTS
SERÃO EXTRAÍDOS
COM O ESTUDO?**

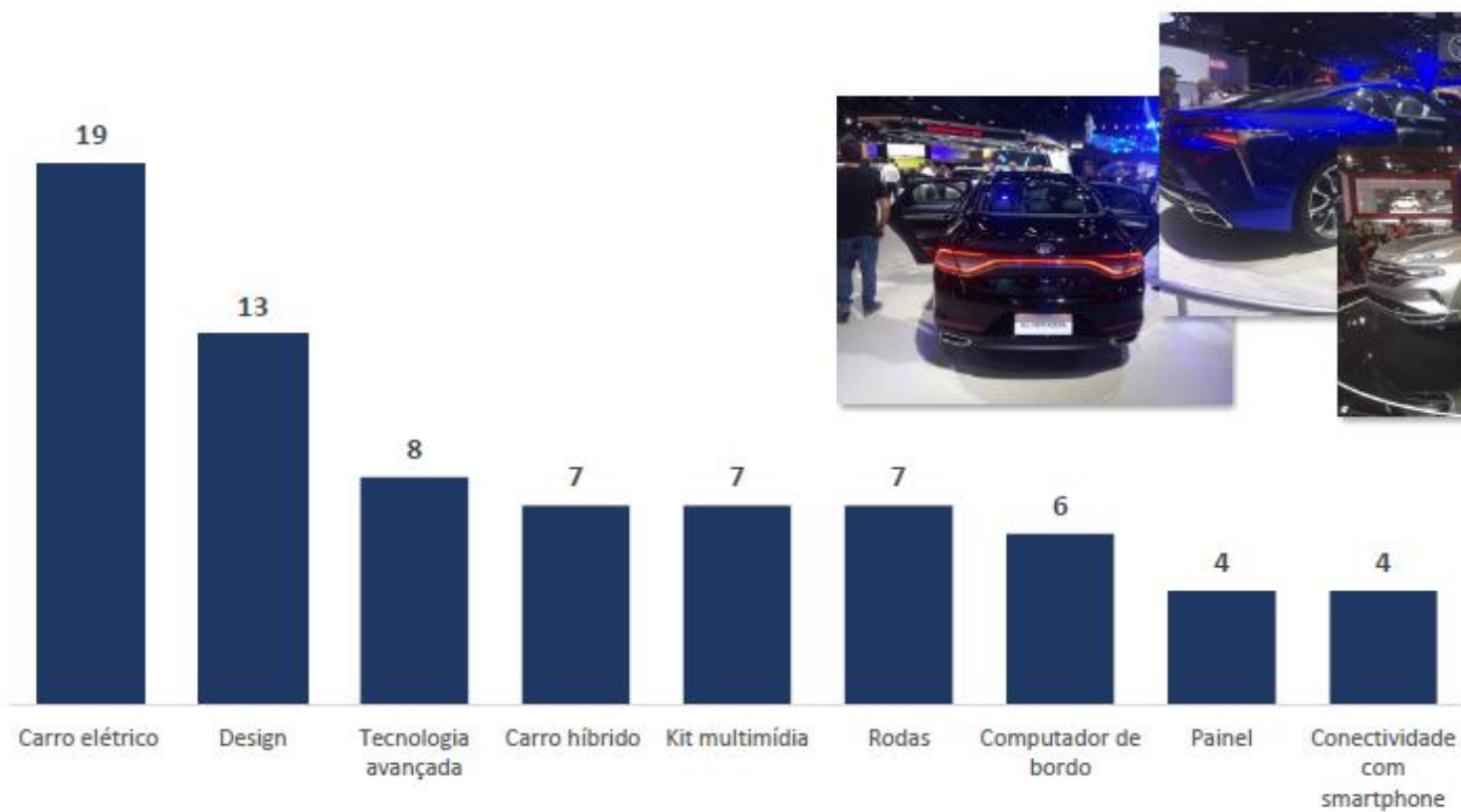
2 | 3

QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS MÉTRICAS DE AVALIAÇÃO?

Brand Visibility	Qual é a marca TOP OF MIND do evento? Quais são as demais marcas lembradas? (<i>espontâneo/estimulado</i>)
Brand Fit	O quanto a sua marca está alinhada com o evento? E em relação as demais marcas?
Brand Experience	Quais são as ativações mais lembradas? O que gostam? O que não gostam? Quais são os sentimentos gerados pelas ações? Como avaliam a experiência proporcionada pela marca?
Brand Impact	Qual a percepção sobre a marca? Quanto as ações mudaram essa percepção? A presença no salão gera proximidade? Como é a avaliação nos principais KPIs? O que o evento traz para as marcas?

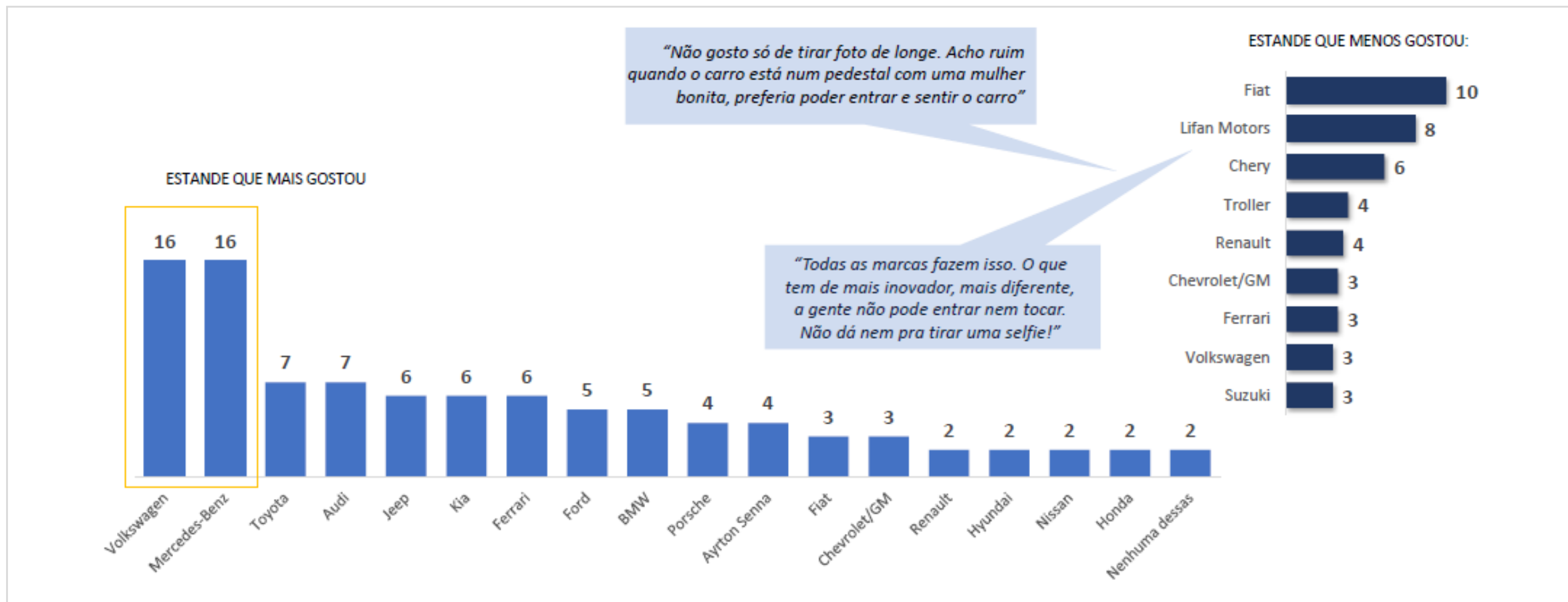
EXEMPLOS DE OUTPUTS

O QUE MAIS CHAMOU ATENÇÃO NO EVENTO?



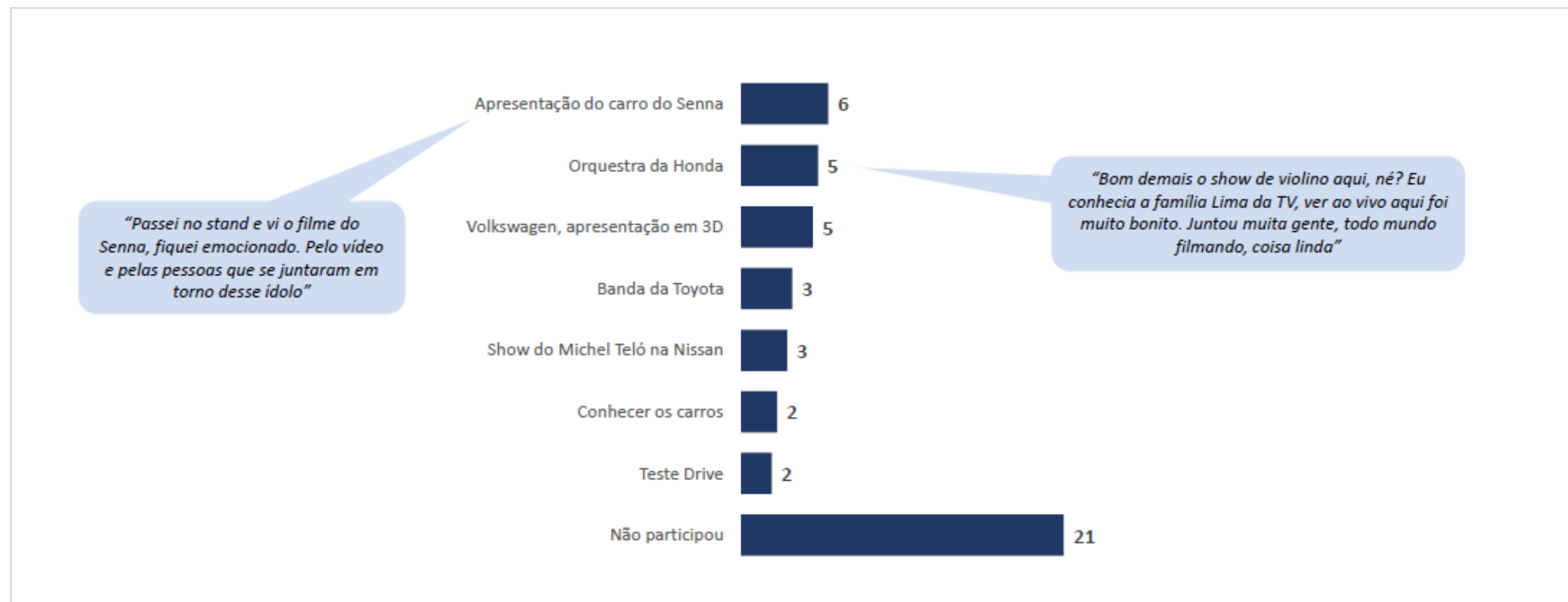
EXEMPLOS DE OUTPUTS

QUAIS SÃO OS ESTANDES QUE GERARAM MAIOR ENGAJAMENTO?



EXEMPLOS DE OUTPUTS

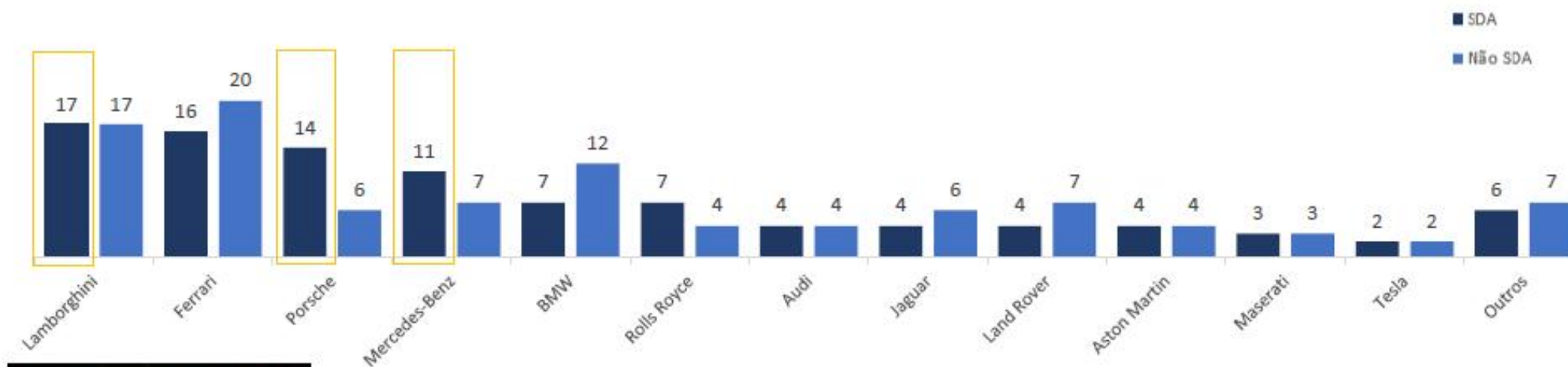
E QUAIS AS ATRAÇÕES MAIS MEMORÁVEIS?



EXEMPLOS DE OUTPUTS

QUAL É O IMPACTO DO EVENTO NOS KPIS DAS MARCAS?












(ANÁLISE ENTRE QUEM FOI AO EVENTO X QUEM NÃO FOI)



EXEMPLOS DE OUTPUTS

QUAL É O IMPACTO DO EVENTO NO POSICIONAMENTO DAS MARCAS?

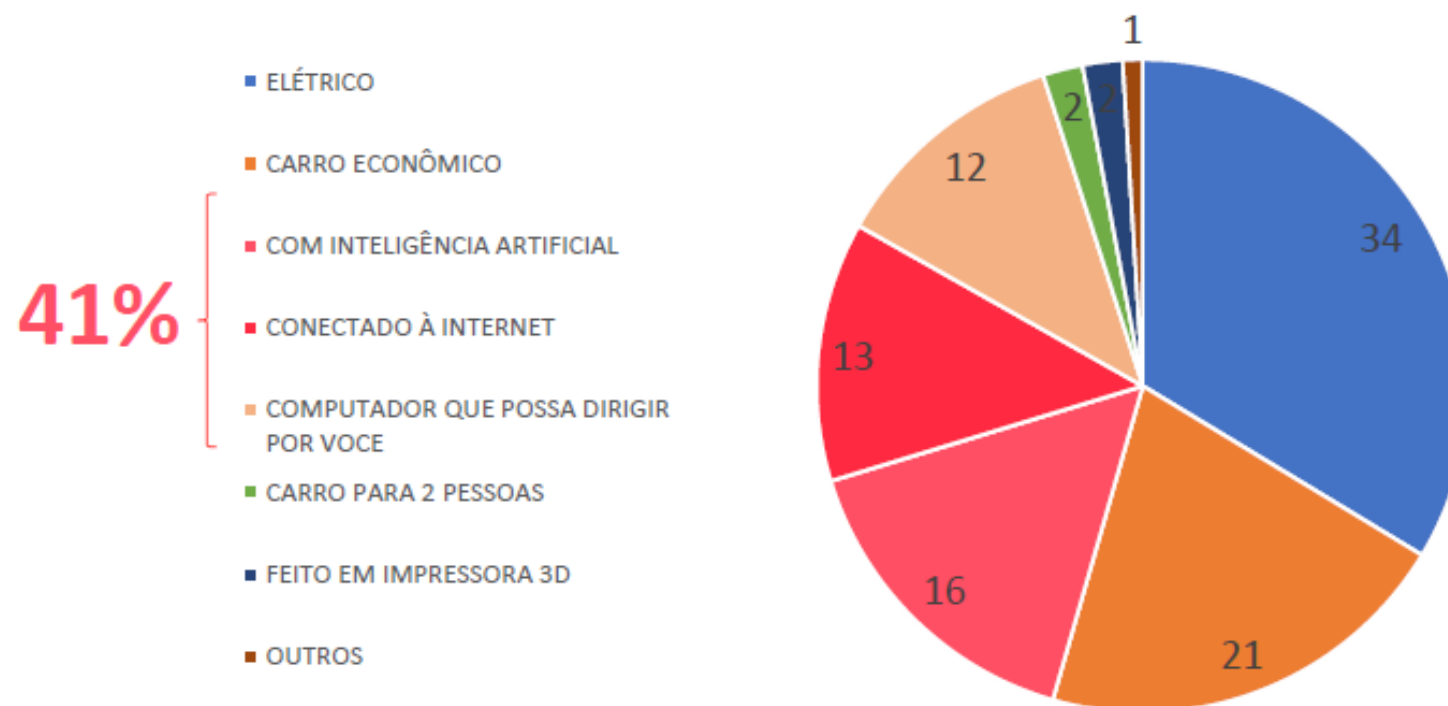
(ANÁLISE ENTRE QUEM FOI AO EVENTO X QUEM NÃO FOI)

																						
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
É uma marca de luxo	27	26	41	29	43	50	10	4	33	40	40	37	48	38	38	23	25	11	12	5	8	8
É uma marca premium	28	28	37	29	34	33	9	6	31	45	29	38	35	38	35	21	18	13	13	8	7	14
É uma marca para um público seletivo	15	23	22	28	26	45	8	7	45	49	42	48	43	44	20	25	12	15	10	8	8	13
É uma marca de alto status	20	24	28	32	27	43	7	7	49	57	46	43	46	42	25	19	11	9	8	5	7	9
É uma marca esportiva	35	35	29	31	14	15	6	4	63	63	43	48	50	50	9	9	3	3	8	6	3	3
É uma marca clássica	11	9	27	14	49	48	4	4	17	28	15	18	18	24	14	17	12	10	3	2	1	1
É uma marca para carros potentes	37	40	40	38	35	34	14	11	66	66	55	60	58	59	18	11	15	10	6	4	6	9
MÉDIA	25	26	32	29	33	38	8	6	43	50	39	42	43	45	23	18	14	10	9	5	6	8



EXEMPLOS DE OUTPUTS

QUAIS SÃO AS EXPECTATIVAS PARA O CARRO DO FUTURO APÓS A VISITA DO SALÃO?



VANTAGENS DO CLIENTE COTISTA

Cada cliente assinante / cotista poderá sugerir até 3 perguntas no módulo adhoc do questionário e terá apresentações individuais customizadas

PLANEJAMENTO PARA E EXECUÇÃO DO ESTUDO

3 | 3

COMO SERÁ O PLANEJAMENTO DO ESTUDO?

ATIVIDADES	RESPONSÁVEL	DATAS
Aprovação da proposta (mínimo 2 montadoras)	Clientes	Até 10/11
Preparação dos materiais	Ipsos	1
Setup e programação	Ipsos	2
Campo cela teste – AMOSTRA EVENTO	Ipsos	5
Campo cela controle – AMOSTRA FORA DO EVENTO	Ipsos	2
Processamento	Ipsos	3
Montagem e análise da apresentação	Ipsos	7

OBRIGADA!

Mais informações, entre em contato com:

Cintia Lin: cintia.lin@ipsos.com

Valéria Lisboa: valeria.lisboa@ipsos.com

Parceria com:

