

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**





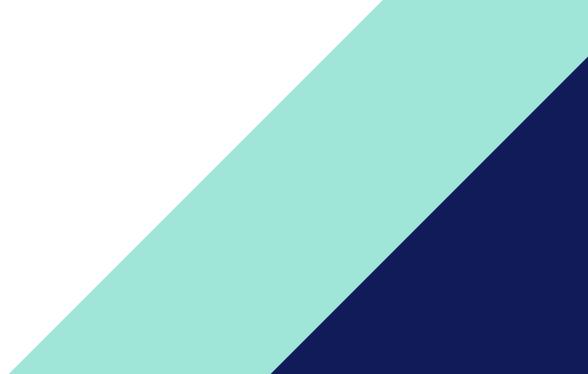
O SALÃO DO AUTOMÓVEL ESTÁ DE VOLTA!

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

Agradar

Razões de Agradar

IMPACTO NA MARCA

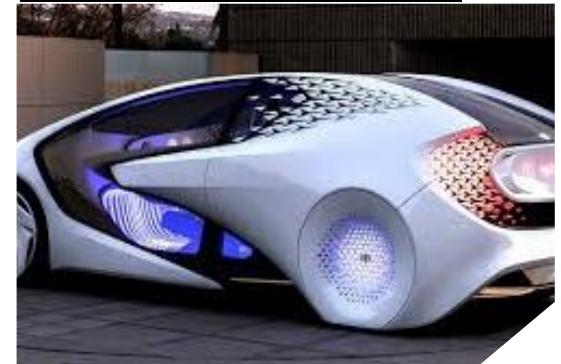


A presença no evento foi eficiente em promover os objetivos de negócios das marcas?

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



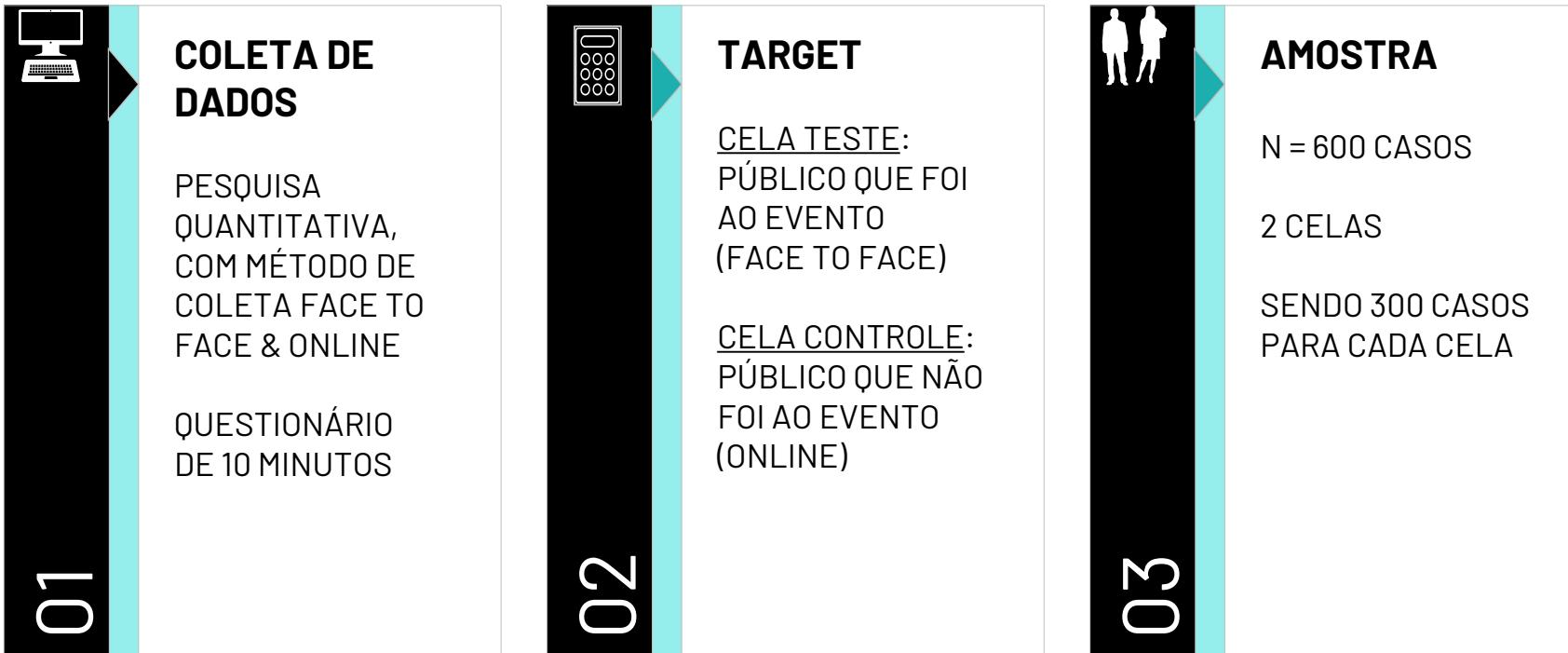
COMO A IPSOS ANALISA O IMPACTO DO EVENTO PARA SUA MARCA?



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

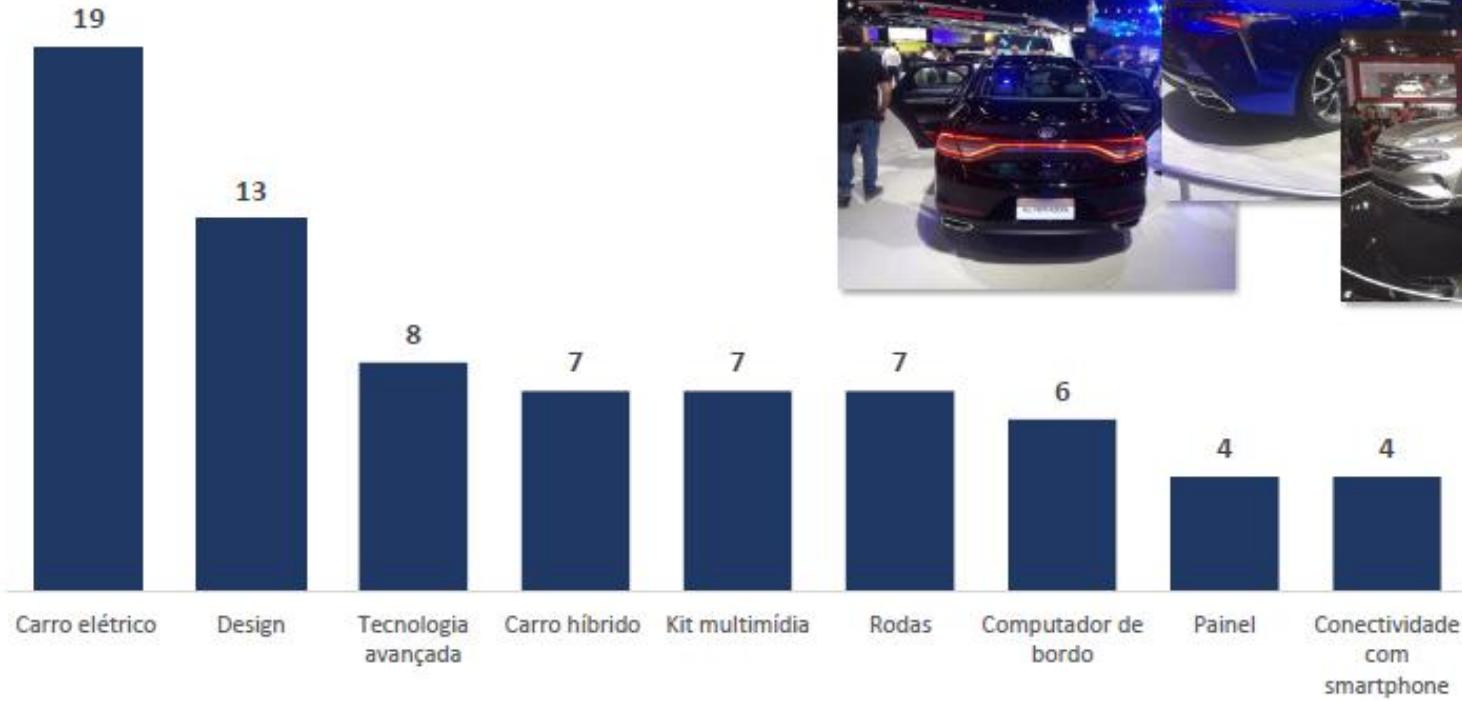


QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS MÉTRICAS DE AVALIAÇÃO?

Brand Visibility	Qual é a marca TOP OF MIND do evento? Quais são as demais marcas lembradas? (espontâneo/estimulado)
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

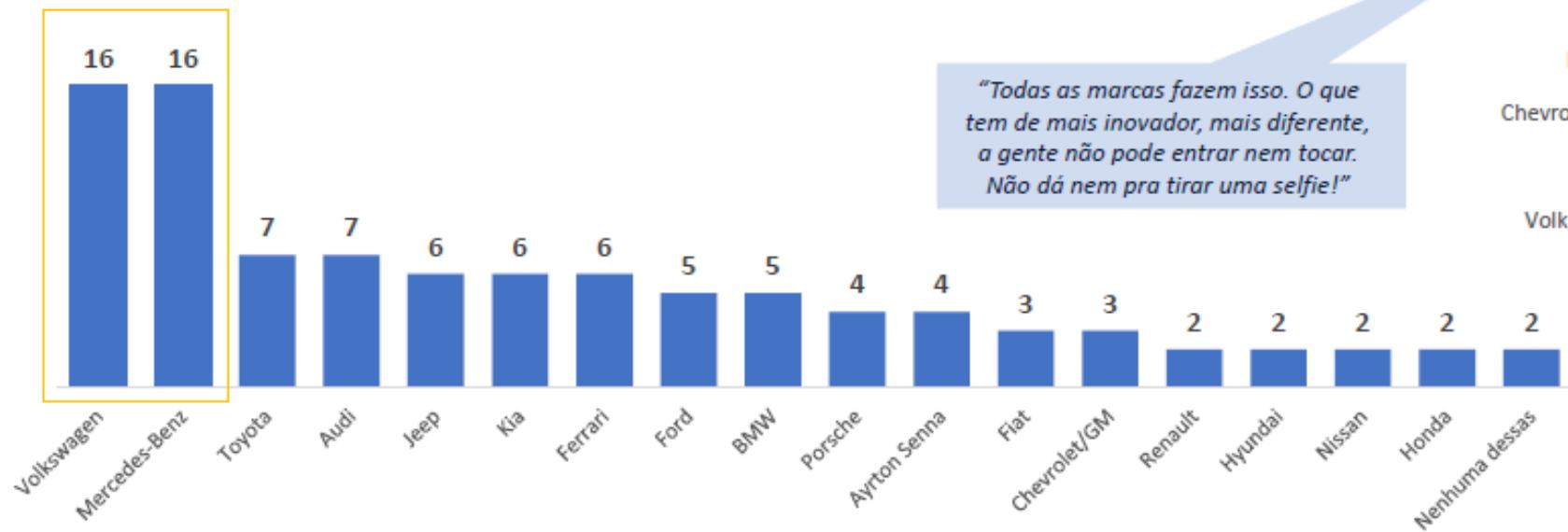
O QUE MAIS CHAMOU ATENÇÃO NO EVENTO?



EXEMPLOS DE OUTPUTS

QUAIS SÃO OS ESTANDES QUE GERARAM MAIOR ENGAJAMENTO?

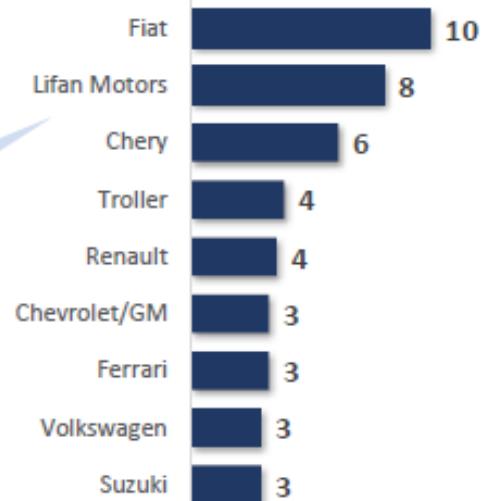
ESTANDE QUE MAIS GOSTOU



"Não gosto só de tirar foto de longe. Acho ruim quando o carro está num pedestal com uma mulher bonita, preferia poder entrar e sentir o carro"

"Todas as marcas fazem isso. O que tem de mais inovador, mais diferente, a gente não pode entrar nem tocar. Não dá nem pra tirar uma selfie!"

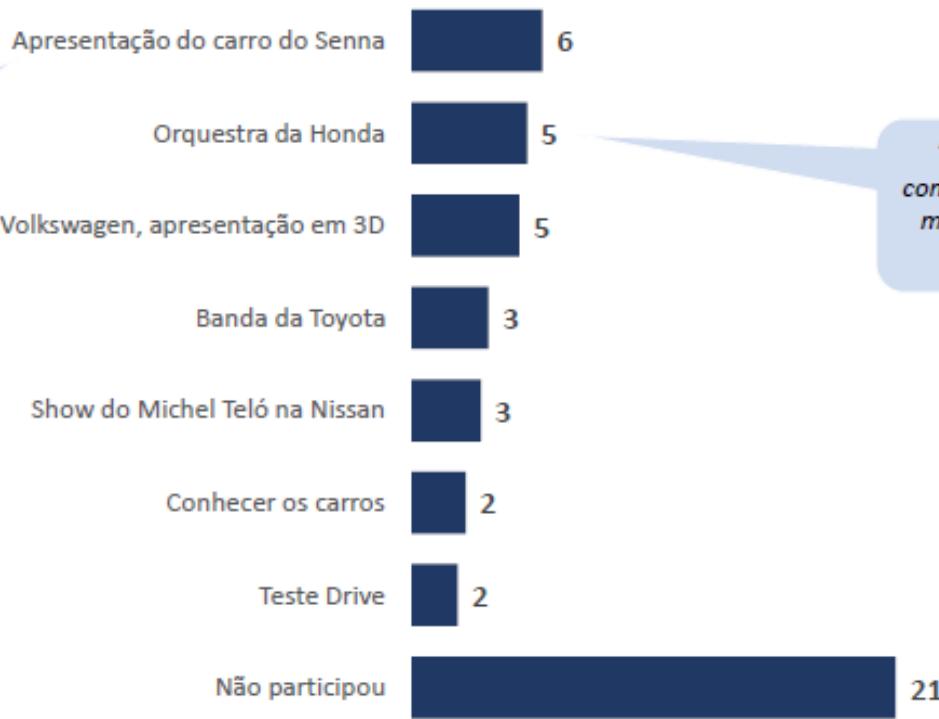
ESTANDE QUE MENOS GOSTOU:



EXEMPLOS DE OUTPUTS

E QUAIS AS ATRAÇÕES MAIS MEMORÁVEIS?

"Passei no stand e vi o filme do Senna, fiquei emocionado. Pelo vídeo e pelas pessoas que se juntaram em torno desse ídolo"

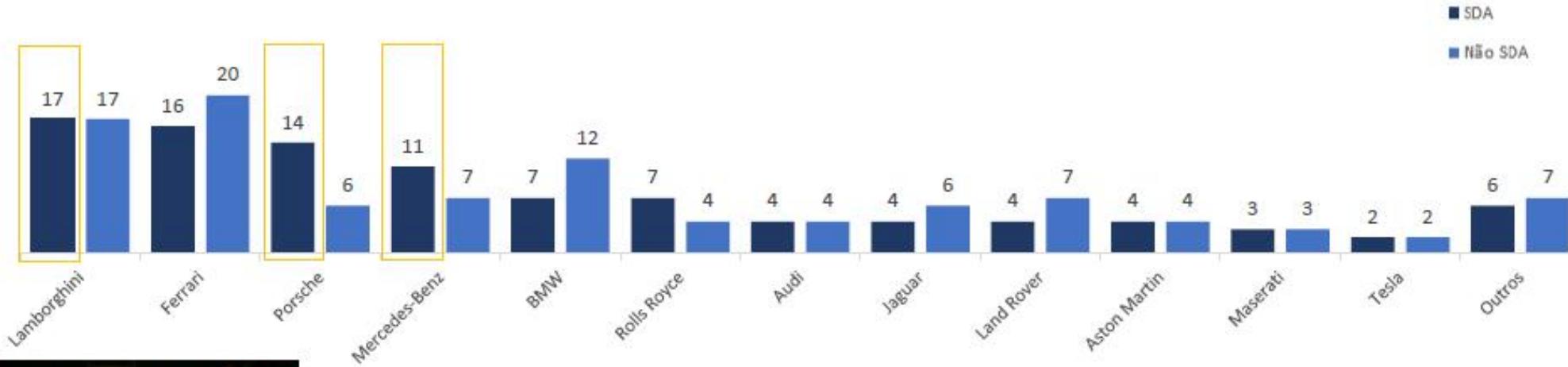


"Bom demais o show de violino aqui, né? Eu conhecia a família Lima da TV, ver ao vivo aqui foi muito bonito. Juntou muita gente, todo mundo filmando, coisa linda"

EXEMPLOS DE OUTPUTS

QUAL É O IMPACTO DO EVENTO NOS KPI'S 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?

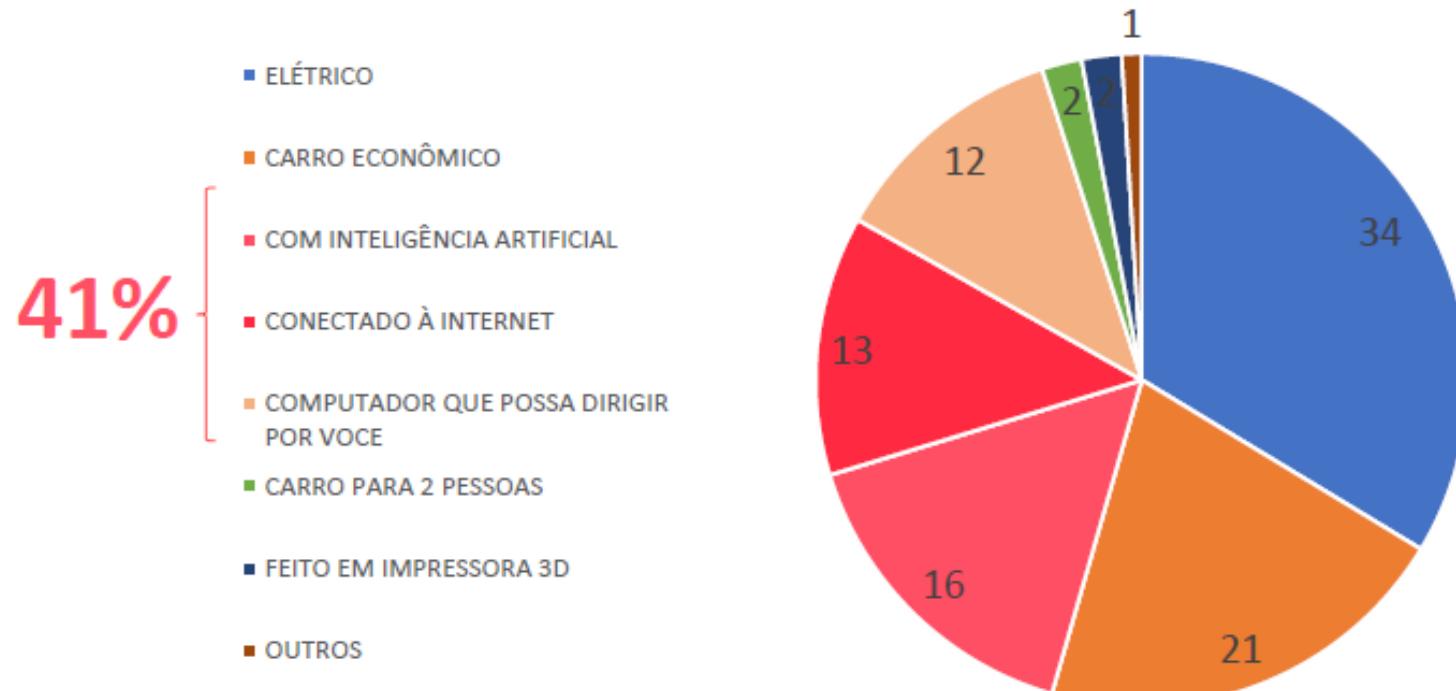
(ANÁLISE ENTRE QUEM FOI AO EVENTO X QUEM NÃO FOI)

	Audi		BMW		Mercedes-Benz		Dodge		Ferrari		Lamborghini		Porsche		Land Rover		Volvo		Mini		Tesla	
	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:

