

EMPRESA CERTIFICADA NEW MARKETING INSTITUTE







EMPRESA CERTIFICADA MEDIAMATH PARTNER



PARCEIRO DE NEGÓCIOS **CERTIFICADO**



MELHOR ATENDIMENTO MÍDIA ONLINE



2014/2015



MELHOR

VEÍCULO DE

COMUNICAÇÃO

MÍDIA ONLINE

EMPRESA AFILIADA ASSOCIAÇÃO CATARINENSE DE TECNOLOGIA



INTRODUÇÃO À

MÍDIA PROGRAMÁTICA

MÍDIA PROGRAMÁTICA NÃO É O FUTURO, É O PRESENTE.

Antes anunciada como uma tendência para o futuro, a mídia programática terminou 2015 consolidada como uma estratégia indispensável a qualquer anunciante em busca de eficiência e melhores resultados nas campanhas de mídia online.

Para ajudá-lo a dar os primeiros passos para implementar esta estratégia na sua empresa, a Publya preparou este material, onde você vai encontrar:

- 1) O que é mídia programática?
- 2) Como esse modelo funciona?
- 3) As vantagens do modelo programático *versus* o tradicional
- 4) Motivos para usá-la como estratégia da sua empresa





O QUE É

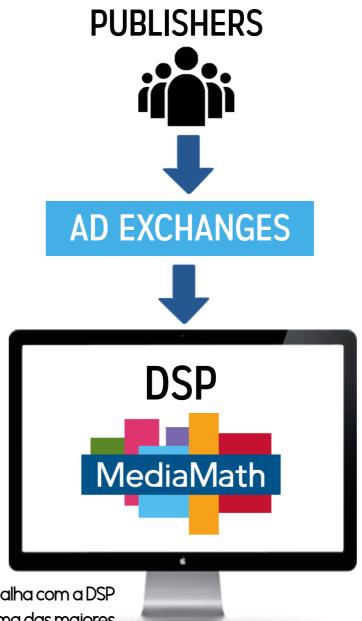
MÍDIA PROGRAMÁTICA?

A mídia programática é uma forma automatizada de comprar e vender mídia online, capaz de fazer com que as marcas entreguem suas mensagens apenas para o público alvo relevante para aquela campanha.



MAS COMO FUNCIONA?

1 De forma resumida, os publishers disponibilizam os espaços de mídia dos seus sites em plataformas chamadas de Ad Exchanges. Todo esse inventário mundial pode ser acessado via plataformas chamadas de Demand Side Platforms (DSPs).



A Publya trabalha com a DSP MediaMath – uma das maiores e melhores do mundo.



MAS COMO

FUNCIONA?

2 Ao ter acesso a uma DSP serão configurados os segmentos de sites em que sua campanha será exibida. Você também poderá configurar o público alvo da sua campanha. Com opções de perfil demográfico, assuntos de interesse e intenção de compra, sua mensagem será entregue apenas para o target desejado.



As diferentes tecnologias acopladas a DSP que a Publya trabalha permitem segmentar a audiência através de mais de mil filtros diferentes

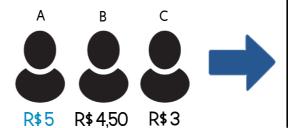


MAS COMO

FUNCIONA?

3 O que acontece a seguir é um leilão dos espaços publicitários. Um lance é configurado para o público que a campanha quer atingir. Assim, cada vez que as tecnologias da DSP identificarem um internauta do target navegando em um site da campanha, um lance será dado. Se o seu lance for o maior, o banner da sua campanha é exibido.

ANUNCIANTES



DSP TARGET CONFIGURADO

MULHERES, 25+, CLASSE AB, INTENÇÃO DE COMPRA DE COSMÉTICOS, NAVEGANDO EM SITES DE BELEZA





MULHER, 30 ANOS, CLASSE A, INTENÇÃO DE COMPRA DE COSMÉTICOS

Site de Beleza

VERÁ O BANNER DA CAMPANHA DO

ANUNCIANTE A

(MAIOR LANCE. VALOR PAGO: R\$4,51)



MODELO TRADICIONAL X

MÍDIA PROGRAMÁTICA

Para entender melhor como a mídia programática atinge de forma mais eficiente o público alvo, confira a seguir um exemplo prático que compara o modelo de compra de mídia online tradicional e o modelo programático.





MODELO TRADICIONAL

Campanha

- Um anunciante precisa atingir com uma campanha online, pessoas com interesse em economia.
- Para isso, ele compra mídia
 diretamente de diversos sites
 que exibam conteúdos
 relacionados a economia.
- O mesmo banner é exibido para todas as pessoas que entrarem no site

Andiência atingida



Pessoas com interesse em economia

Pessoas com Interesse em mídia, que entraram na coluna por conta de uma notícia de economia sobre o segmento

Resultados

O anunciante gasta muito tempo ao contratar diretamente cada portal da campanha

Apesar de conseguir atingir o público alvo, há desperdício de verba, já que a campanha fala com todos que entram nos sites – inclusive os que não tem interesse em economia

3

Uma única mensagem para todos os públicos



MODELO PROGRAMÁTICO

Campanha

- 1 atingir com uma campanha online, pessoas com interesse em economia.
- Para isso, ele compra de forma programática, mídia para pessoas identificadas com interesse em economia
- O banner aparece apenas para este target, aonde quer que o usuário esteja navegando. Diferentes banners podem ser exibidos, de acordo com características do público alvo

Andiência atingida

estadao.com.br Coluna Economia Infomoney Site de Notícias Locais

Resultados

Com apenas uma negociação, o anunciante configura a campanha em diversos sites

1

O público alvo é atingido com diminuição da dispersão da verba

Possibilidade de entregar

mensagens customizadas para cada perfil do público alvo – exemplo homens x mulheres

3







VANTAGENS DA

MÍDIA PROGRAMÁTICA

Com o exemplo anterior, ficam claras as principais vantagens da mídia programática na execução e resultados de uma campanha online:

Alcance da audiência em múltiplos sites em uma única compra

Diminuição da dispersão de verba publicitária

Banners customizados para cada target dentro de uma mesma campanha

Otimização dos resultados durante a campanha

Compra de audiência – e não de canais



MINHA EMPRESA DEVE INVESTIR EM

MÍDIA PROGRAMÁTICA?

Independente dos objetivos de marketing e do porte da sua empresa, os números dos brasileiros na Internet tornam a presença de marca online indispensável. E como vimos neste material, a compra programática é a forma mais eficiente e vantajosa de investir em mídia online.

Mídia Programática em números



O QUE AS GRANDES EMPRESAS

TEM A DIZER SOBRE A PROGRAMÁTICA?



"O OPOSTO DE PROGRAMÁTICO NÃO É PREMIUM, É MANUAL"

Marissa Meyer, CEO do Yahoo

"MÍDIA PROGRAMÁTICA NÃO É O FUTURO, É O PRESENTE"

Adriano Henriques, chefe de Plataformas de Mídia do Google



Agora que você começou a conhecer a mídia programática e suas vantagens, conte com a Publya para definir e operar as melhores estratégias online para a sua empresa.



SOBRE A PUBLYA

A Publya atua desde 2013 no mercado digital através de plataformas DSP, onde otimiza a compra de mídia online em display, Facebook, mobile, AdWords e vídeo, entregando as campanhas para uma audiência qualificada e segmentada.

Com uma equipe de profissionais especializados e certificada pelo New Marketing Institute (NY) e pelo Google, nós combinamos tecnologia e expertise para otimizar e planejar sua campanha online multicanal, comprometidos com os melhores resultados.

ALGUNS CLIENTES

A PUBLYA JÁ OPEROU CAMPANHAS DE MAIS DE 400 MARCAS QUE CONFIARAM EM NOSSO TRABALHO

























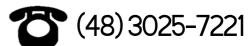






ENTRE EM CONTATO









EMPRESA CERTIFICADA NEW MARKETING INSTITUTE







EMPRESA CERTIFICADA MEDIAMATH PARTNER



PARCEIRO DE NEGÓCIOS **CERTIFICADO**



MELHOR ATENDIMENTO MÍDIA ONLINE



2014/2015





MELHOR

VEÍCULO DE

COMUNICAÇÃO

MÍDIA ONLINE

EMPRESA AFILIADA ASSOCIAÇÃO CATARINENSE DE TECNOLOGIA

