



publiza

Mídia Programática

*Apresenta:*

INTRODUÇÃO À

MÍDIA PROGRAMÁTICA

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



2015

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)**.

PUBLISHERS



AD EXCHANGES



DSP

MediaMath

A Publyta 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 Publyta 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



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



# 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

1

Um anunciante precisa atingir com uma campanha online, pessoas com **interesse em economia**.

2

Para isso, ele compra mídia **diretamente** de diversos sites que exibam conteúdos relacionados a economia.


3

O mesmo banner é exibido para **todas as pessoas** que entrarem no site

## Audiência 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

1

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

2

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

Um anunciante precisa atingir com uma campanha online, pessoas com **interesse em economia**.

2



Para isso, ele compra de forma **programática**, mídia para pessoas identificadas com interesse em economia

3

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**

## Audiência atingida



-  Pessoas com interesse em economia
-  Outros interesses - não impactadas

## Resultados

1

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

2

O público alvo é atingido com **diminuição da dispersão da verba**

3

Possibilidade de entregar **mensagens customizadas** para cada perfil do público alvo - exemplo homens x mulheres

# 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

50%

dos brasileiros tem **conexão com a Internet** em casa e 47% acessam pelo celular

Fonte: TIC Domicílios

15%

foi quanto o **ecommerce brasileiro cresceu** em 2015 – comparado com o ano anterior

Fonte: E-bit

95%

dos gestores **acreditam** que a mídia programática é um bom investimento

Fonte: OpenX

59%

da compra de mídia online nos EUA foi feita de **forma programática** em 2015

Fonte: eMarketer

# 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.



**publya**  
Mídia Programática

## 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



**ODEBRECHT**

**colcci**



**publya**  
Mídia Programática

## ENTRE EM CONTATO



[publya.com](http://publya.com)



(48) 3025-7221



/publya



publiza

Mídia Programática

*Apresentou:*

INTRODUÇÃO À

MÍDIA PROGRAMÁTICA

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



2015

EMPRESA AFILIADA  
ASSOCIAÇÃO CATARINENSE  
DE TECNOLOGIA

