



publiza
Mídia Programática

BOOK DE PRODUTOS MÍDIA PROGRAMÁTICA

EMPRESA ASSOCIADA



EMPRESA CERTIFICADA



EMPRESA CERTIFICADA





Mas afinal, o que é Mídia Programática?

A Mídia Programática é resultado de uma evolução natural do mercado publicitário, e nada mais é que uma forma automatizada de compra e venda de espaços publicitários. Através de plataformas conhecidas como DSPs, profissionais especializados conseguem configurar a compra automatizada de mídia, utilizando dados sobre a audiência e *machine learning* para gerenciar campanhas mais eficientes e assertivas.

MÍDIA PROGRA MÁTICA

Marketing, Tecnologia & Dados

“

em 2019 estima-se que **69%** da mídia display mundial será comprada de forma programática, movimentando **84 bilhões** de dólares.”

- Zenith's Programmatic Forecast

Muito mais que mídia display

Se a programática já foi sinônimo de display, hoje os tipos de mídia e plataformas disponíveis para compra programática são muito mais abrangentes. Vídeo, Mobile, Áudio e até TV Conectada já são realidade e podem ser comprados de forma automatizada.

12

DOZE ANOS DE PROGRAMÁTICA

Mais que uma novidade

A programática já passou por mais de uma década de evolução. Longe de ser uma promessa, a programática já é a forma padrão de compra de mídia para muitos anunciantes.



Além da automatização: programática também é assertividade

As tecnologias utilizadas na mídia programática permitem altos níveis de assertividade na compra de mídia. Dados demográficos e de interesse ou intenção de compra dos usuários da Internet são utilizados para segmentar as campanhas. Além desses, análise contextual dos sites, localização em tempo real dos usuários e base de dados do mundo offline são outros exemplos da capacidade de segmentação da programática.



01 Inventário

Os publishers disponibilizam seus espaços publicitários voluntariamente para que anunciantes consigam comprá-los de forma programática. Empresas conhecidas como AdExchanges são as responsáveis por agrupar esses inventários mundiais.



03 Planejamento e Operação

Especialistas no planejamento e operação de programáticas, as Trading Desks criam a estratégia ideal para os anunciantes que contratam seus serviços. Com equipe qualificada, a campanha é configurada nas DSPs a qual as Trading Desks tem acesso. A entrega da campanha é monitorada e os resultados são otimizados.

01

02

03

04

O ecossistema da Mídia Programática



02 Plataforma de compra

As DSPs se conectam ao inventário disponibilizado por diferentes AdExchanges. Além disso, essas plataformas integram diferentes tecnologias utilizadas para a segmentação das campanhas. O algoritmo da DSP fornece a capacidade de analisar as impressões



04 Resultados

Relatórios completos com grande variedade de métricas são fornecidos em tempo real. A mídia programática também permite a auditoria dos resultados por meio da contratação de empresas terceiras.

Vantagens

Principais vantagens da Mídia Programática

06

Os resultados da campanha são acompanhados em **tempo real** pelo anunciante. Além disso, as campanhas podem ser otimizadas para diferentes métricas como, cliques, conversões ou visualizações de vídeo.

05

O gestor da campanha consegue **otimizar os resultados durante a campanha**, já que a programática oferece uma infinidade de estratégias e configurações diferentes que podem ser testadas – não estando restrito a um único portal.

04

Os algoritmos da DSP otimizam a compra de cada impressão da campanha e aprendem o que funciona com o tempo e volume de dados – um processo conhecido como **machine learning**.

01

Todas as suas campanhas de mídia display e vídeo ficam **centralizadas em uma única operação**, gerando eficiência no processo e permitindo mudanças mais rápidas e estruturadas de estratégia.

02

Com a mídia programática a entrega da mídia é **segmentada impressão por impressão**, alcançando usuários que interessam para sua marca – e não a audiência inteira de um portal específico.

03

É possível exibir criativos diferentes para cada tipo de estratégia, garantindo **mensagens personalizadas** na campanha.



Programática em Números

Confiança do mercado

95% dos profissionais do mercado acreditam que a mídia programática oferece maior valor ao investimento realizado no digital.
- ExchangeWire e OpenX

95%

Compra Automatizada

No Brasil, 78% da compra de mídia digital já é feita através de plataformas automatizadas, como DSPs e plataformas de mídias sociais
- IAB Brasil

78%



21%

Programática no mundo

Estima-se que os investimentos em Mídia Programática crescerão 21% ao ano até 2019. No mesmo período, os investimentos totais em publicidade crescerão 4% ao ano
- Zenith's Programmatic Forecast



61%

Capacidade de segmentação

61% dos especialistas em mídia acreditam que a principal vantagem da programática é sua capacidade de segmentação e otimização
- eMarketer

Monte sua Campanha Programática

Selecione Configurações Gerais

Defina o público-alvo, região geográfica, mídia e devices para os quais a sua campanha será exibida.

Produtos e Adicionais

Com a ajuda da Publya, serão selecionados os melhores produtos e estratégias da mídia programática para o perfil e objetivo da sua campanha.



Defina o Objetivo da sua campanha

Selecione o objetivo mais adequado para a sua campanha. Assim a Publya otimiza os resultados que importam para a sua marca.

Configurações Gerais

Defina as informações básicas de segmentação da sua campanha

Região Geográfica

Defina a região geográfica da sua campanha programática.

Segmentações Geográficas

Cidade
Estado
País

Mídia & Devices

Escolha os tipos de mídia e devices em que sua campanha programática será exibida.

Opções de Mídia

Display
Mobile
Vídeo
Áudio

Opções de Devices

Desktop
Mobile
Smart TVs

Público Alvo

Segmente sua campanha programática para o público-alvo da sua marca

Segmentações de Público-Alvo

Informações Demográficas
Interesses
Profissão
Intenção de Compra
& outros

Objetivo da Campanha

Defina o principal objetivo da sua campanha programática. Esse passo é essencial para que as otimizações da entrega de mídia tragam resultados reais para a sua marca.



Conheça as opções de objetivos

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site
- Visualizações de Vídeo
- Awareness



Tráfego no Site

Principal Métrica: CPC

Gerar tráfego qualificado para páginas específicas do seu site.



Visualizações de Vídeo

Principal Métrica: VCR

Gerar o máximo de visualizações completas dos vídeos da sua marca.



Conversões no Site

Principal Métrica: CPA

Otimizar para conversões dentro de páginas específicas do seu site. Vendas, inscrições e cliques em botões, por exemplo.



Awareness

Principal Métrica:
Taxa Viewability

Divulgar mensagens e trabalhar a marca, otimizando a visibilidade dos anúncios

Produtos, Adicionais & Filtros para Programática

Depois de alinhadas as configurações gerais e objetivo, a sua marca pode compor a campanha com uma combinação de Produtos, Estratégias Adicionais e Filtros.

A Publya oferece um portfolio completo de estratégias para campanhas programáticas, viabilizando os mais diversos objetivos e segmentações de campanha.

Produtos

Publya Select
Private Deals
Whitelists
Hyperlocal
Onboarding
Spotify & Deezer
Connected TV
Teads inRead

Adicionais

Hyperlocal
Onboarding
Retargeting Email Mkt
Dados Premium
Native Ads
Dados Integrados

Filtros

Brand Safety
Viewability
Filtro Data Driven

Publya **Select**

A Publya seleciona um mix de estratégias já consagradas da programática para veicular sua campanha.

Todas as estratégias selecionadas são direcionadas para impactar seu público-alvo de forma segmentada.

O resultado de cada uma delas é acompanhado de perto pelo gestor da campanha, que direcionará a entrega para as estratégias que trouxerem os melhores resultados.

Produtos

O Publya Select contempla as estratégias consagradas da mídia programática. Mas você pode turbinar seu mix contratando estratégias adicionais ou filtros especiais.



Indicado para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site
- Visualizações de Vídeo
- Awareness



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Display
- Mídia Mobile
- Vídeo

1

Whitelists

Entrega das impressões em lista de sites segmentados e relevantes para a campanha.

2

Dados Third Party

Segmentação da campanha para usuários com determinados perfis demográficos ou interesses, com dados fornecidos por Navegg ou Tail.

3

Conteúdo Semântico

A estratégia foca na entrega de impressões em páginas que abordam temas relevantes para a campanha, com dados fornecidos por DoubleVerify, Peer39 ou IAS.

4

Retargeting

Através de tags instaladas no seu site, a estratégias de retargeting permitem reimpactar seu público na Internet.

Fornecedores de Dados de Localização

Factual

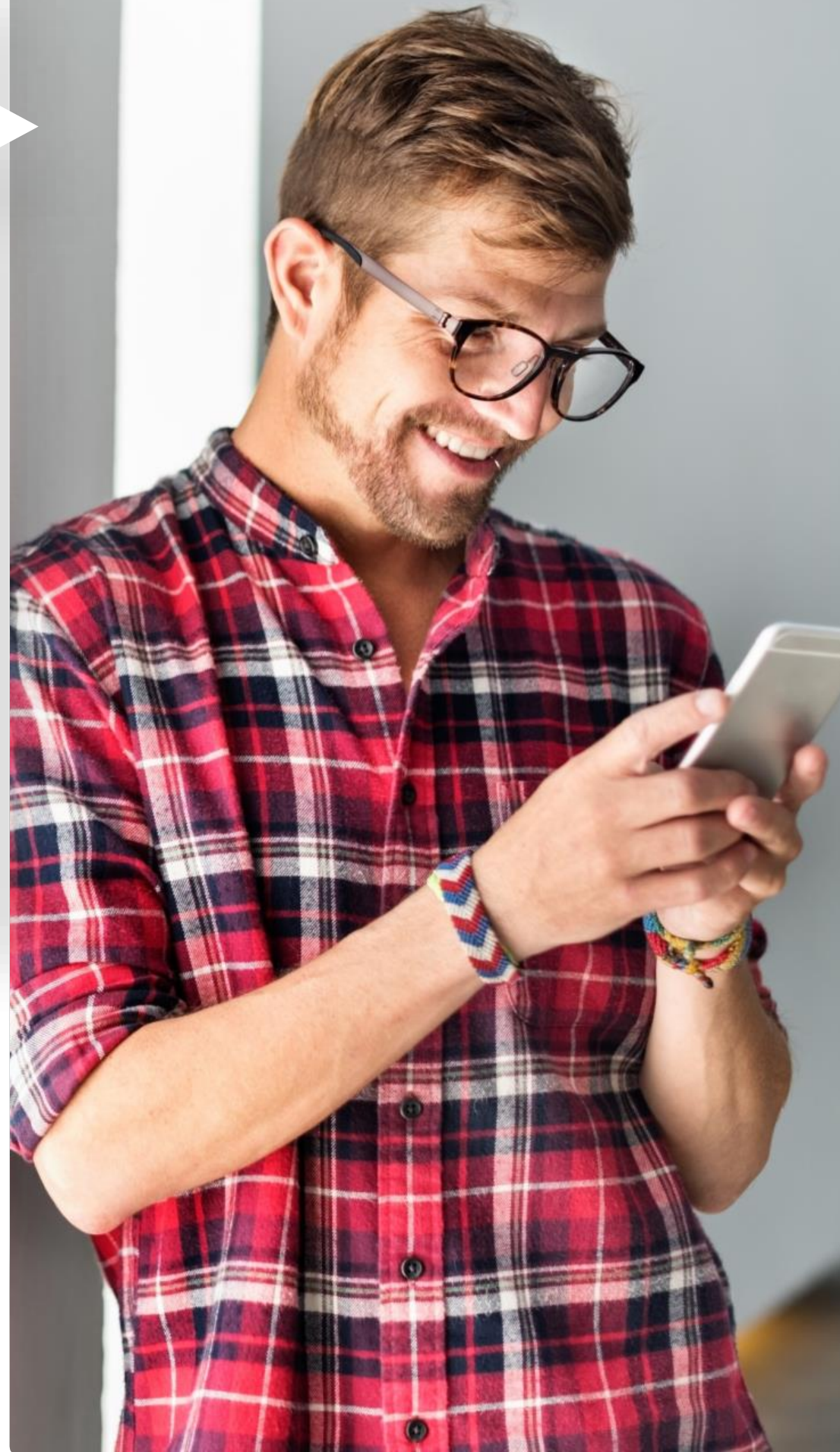
A maior e mais precisa empresa de validação de geolocalização do mundo, que fornece informações para grandes empresas como Uber, Facebook e Apple.

Oath

A tecnologia de geolocalização da Oath utiliza dados de GPS captados de apps proprietários da Yahoo e de aplicativos com o SDK do Flurry.

Google

O Google determina a localização dos usuários por meio de informações de GPS, Wi-fi e Antenas captadas por aplicativos e pelo sistema operacional Android.



Hyperlocal Geotargeting

Através de tecnologias avançadas de geolocalização, a Publya consegue hipersegmentar sua campanha para usuários em endereços específicos.

Utilize Categorias de Negócios

Veja as muitas opções de segmentação clicando [aqui](#).

Segmente Endereços Customizados*

Envie listas de endereços específicos para a Publya.*

Real Time ou Lookback**

Alcance usuários que estão nas localizações em real time ou que estiveram por lá nos últimos dias.**



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile

Adicional

Produtos



*Máximo de 100 locais personalizados.

**Segmentação por histórico disponível apenas para campanhas exclusivas de Hyperlocal.



Veicule campanhas exclusivas de Hyperlocal ou contrate como adicional do seu mix Publya Select

Private Deals

A Publly negocia a entrega da sua campanha em sites específicos que tenham afinidade com a sua marca. Através de negociações de Private Deal, são definidos CPMs e segmentações da campanha. É a combinação da facilidade da programática com o controle da veiculação em poucos sites.



Veja alguns exemplos de sites.
Para a lista completa, clique aqui.



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Visualizações de Vídeo



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display
- Mídia Vídeo



Veicule campanhas exclusivas de Private Deals. Selecione um ou mais portais na mesma campanha.

Parceiros de Onboarding

KBM Group

O KBM Group – empresa pertencente ao grupo WPP – é o principal parceiro de serviços de onboarding da Publyta. Com uma DMP proprietária, a KMB alcança taxas de match acima da média do mercado, por contar com bases robustas fornecidas por Serasa Experian, TargetData, crosswise e outros.

Oath

Tecnologia de Database Match permite encontrar usuários diretamente na DSP Brightroll, permitindo assim a ativação de dados first party na campanha.

Adicional

Produtos



Onboarding de Dados

Com o Onboarding de Dados é possível encontrar clientes de um cadastro de CRM quando eles estiverem navegando na Internet. A sua marca envia uma lista com email e/ou CPF de clientes, e a Publyta consegue entregar campanhas segmentadas apenas para estes usuários, tornando a comunicação muito mais assertiva e personalizada.

Dados Criptografados

As informações confidenciais dos seus clientes são enviadas de forma criptografada, garantindo a segurança dos dados.

Lookalike

Sua base pode ser ampliada através de estratégia de Lookalike – impactando usuários parecidos com a sua lista original.



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display
- Mídia Vídeo



Veicule campanhas exclusivas de Onboarding ou contrate como adicional do seu mix Publyta Select



Whitelists

Produto especial em que sua campanha programática é veiculada exclusivamente dentro de uma lista de sites construída pela Publya e aprovada pela sua marca. Indicada para campanhas que priorizam o controle e o contexto do site, frente ao perfil da audiência e o alcance.



Controle Total

A sua campanha é veiculada apenas em sites que passaram por curadoria, excluindo qualquer possibilidade de exibição da mídia em sites fraudulentos, de baixa qualidade ou com tráfego não-humano.



Veicule campanhas exclusivas de Whitelists



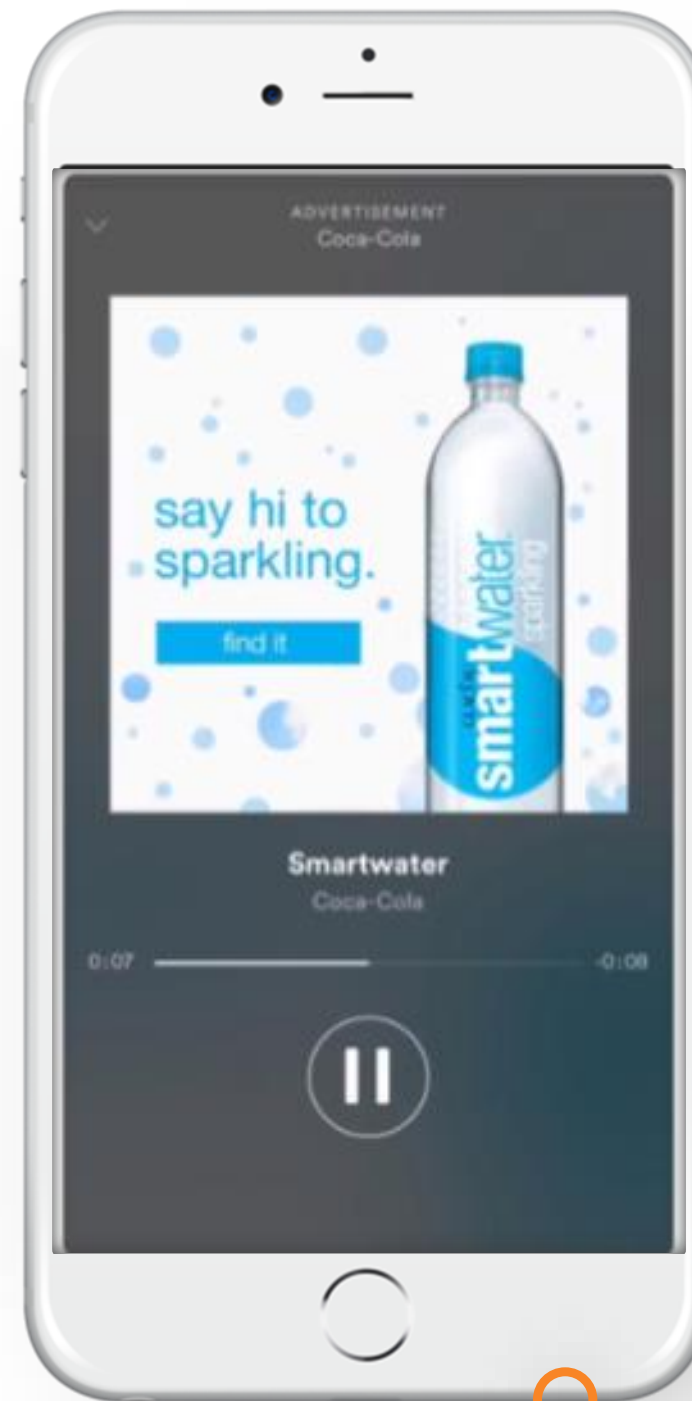
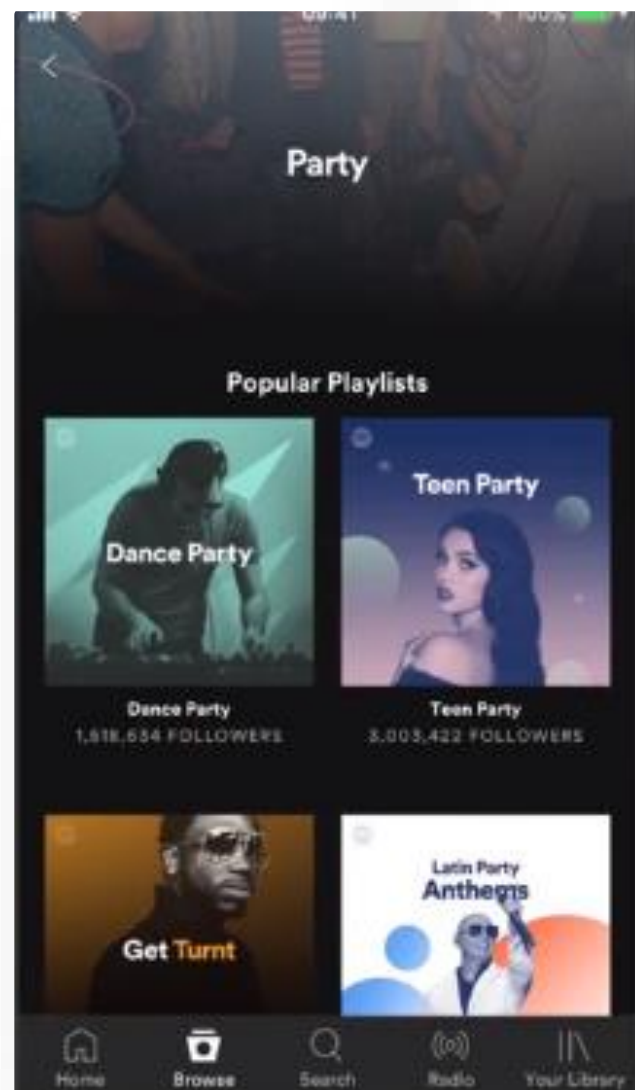
Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Visualizações de Vídeo
- Awareness



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display
- Vídeo



Spotify & Deezer

Anúncios em Áudio, Vídeo & Display

Com foco em música, as plataformas Spotify e Deezer são líderes em serviços de streaming no Brasil



Tipos de campanha operados de forma programática:

- Vídeo Takeover
- Áudio Ads
- Display (Leaderboard)

Produtos



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Visualizações de Vídeo



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Display
- Vídeo
- Áudio



Veicule campanhas exclusivas no Spotify ou Deezer. As campanhas são operadas via Private Deal. Segmentação mínima para Estados.



Connected TV

Veicule campanhas em SmartTVs de forma programática.

Um vídeo de até 30 segundos da sua marca é exibido no menu inicial de SmartTVs da Philips em todo o Brasil.

Produtos



Veicule campanhas exclusivas de Connected TV. As campanhas são operadas via Private Deal. Segmentação mínima para Estados.



Indicada para os seguintes objetivos:

- Visualizações de Vídeo



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Vídeo

Teads .tv



Teads inRead

Veicule anúncios de vídeo ou display interativos no coração do conteúdo editorial, carregando apenas quando visíveis e de maneira integrada.

Inventário com publishers premium, com formatos interativos, brand safety e segmentação contextual.

Produtos



Veicule campanhas exclusivas de Teads inRead. As campanhas são operadas via Private Deal ou na plataforma programática da Teads.



Indicada para os seguintes objetivos:

- Visualizações de Vídeo
- Tráfego para o Site



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Vídeo
- Mídia Mobile (apenas formatos da Teads)

Dados Premium

Além dos dados fornecidos por Data Suppliers como Navegg e Tail – que são ativados no mix de estratégias Publya Select, você pode adicionar Dados Third Party Premium na sua campanha programática.

Fornecedores Serasa Experian, Boa Vista e TransUnion:
Dados declarados de renda, profissão, intenção de compra e perfis comportamentais.



Adicional



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site
- Visualizações de Vídeo
- Awareness



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display
- Vídeo



Contrate a estratégia de Dados Premium como adicional do seu mix Publya Select

Dados Integrados

Aproveite os dados de veiculação de suas campanhas de programática para criar estratégias de sequenciamento de mensagens. São várias opções de dados que são armazenados pela DSP e que podem ser aplicados de acordo com o seu planejamento de mídia para integrar estratégias.

> Conheça algumas aplicações dos Dados Integrados

Sequenciamento de Conceitos Criativos

Crie na sua campanha de programática estratégias que sequenciam diferentes mensagens de seus criativos. Usuários que receberam impressões ou clicaram em determinada mensagem, serão reimpactados com um novo conceito criativo da sua marca, dentro da mesma campanha.

Sequenciamento de Campanhas

Integre duas campanhas de programática diferentes de um mesmo anunciante para estratégias de crossmídia. Ideal para trabalhar sequenciamento entre campanhas de display e vídeo – reimpactando usuários que assistiram 100% do anúncio em vídeo, por exemplo.

Adicional



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site
- Visualizações de Vídeo
- Awareness



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display
- Vídeo



Contrate a estratégia de Dados Integrados como adicional do seu mix Publly Select

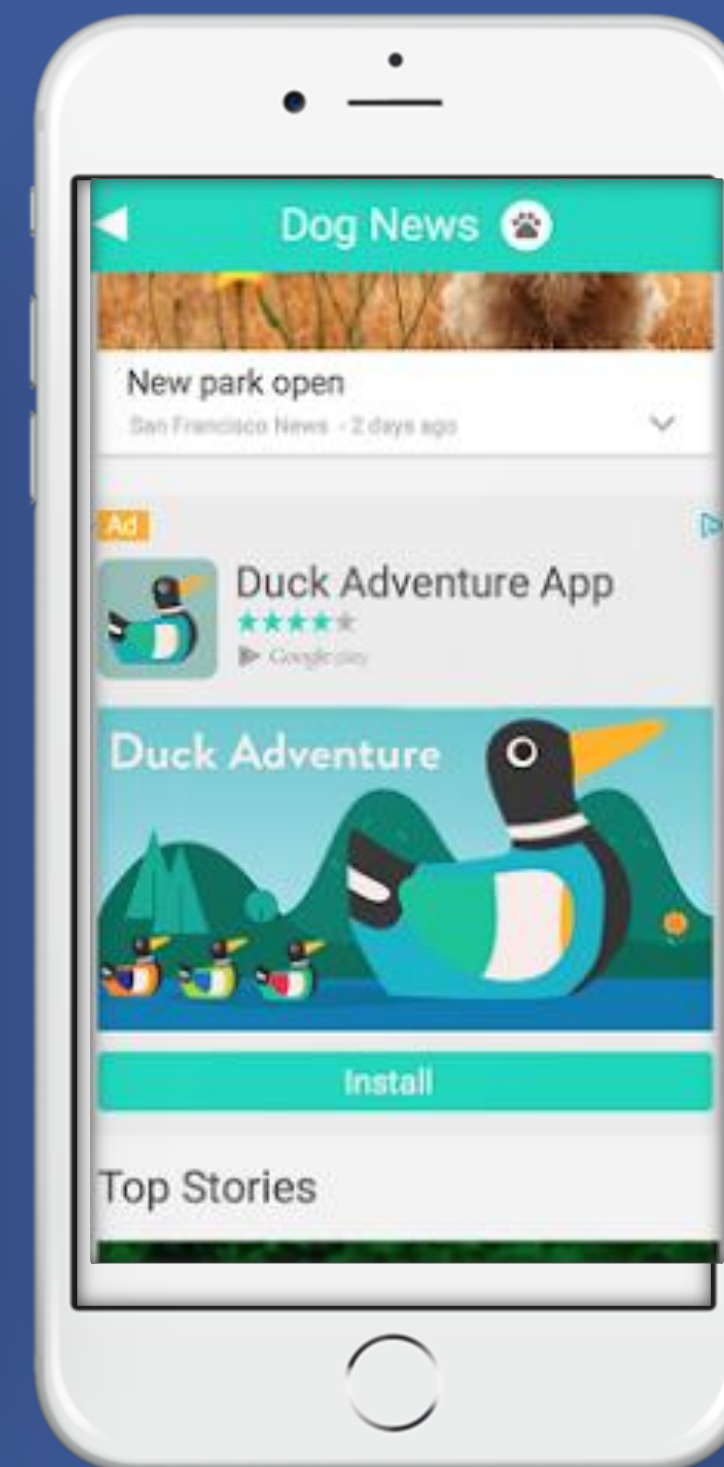
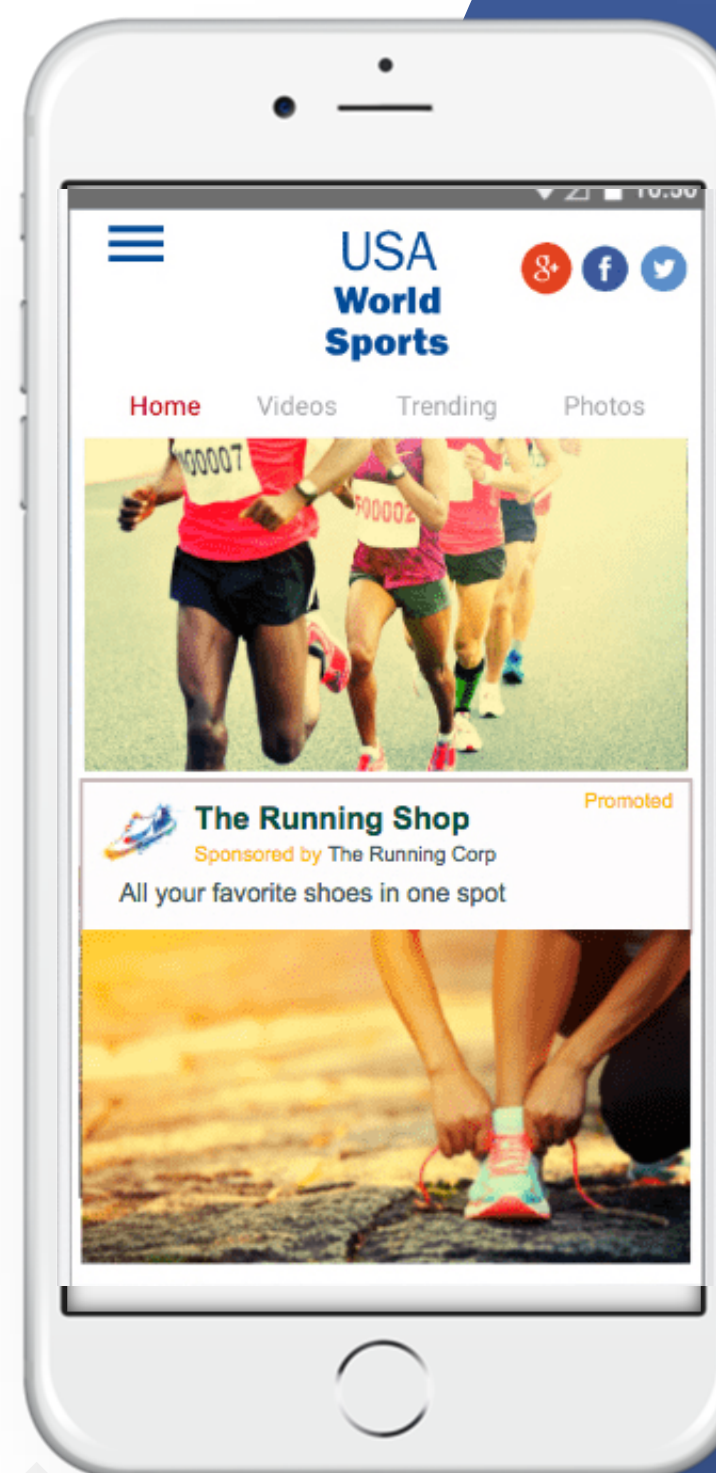
Native Ads

Veicule uma estratégia especial, com formato de criativo que se mescla ao conteúdo do site em que a campanha está sendo veiculada. Sua marca envia imagem e textos e a plataforma cria automaticamente os seus anúncios.



Veja alguns exemplos de veiculação

Adicional



Contrate a estratégia de Native Ads como adicional do seu mix Publly Select



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display

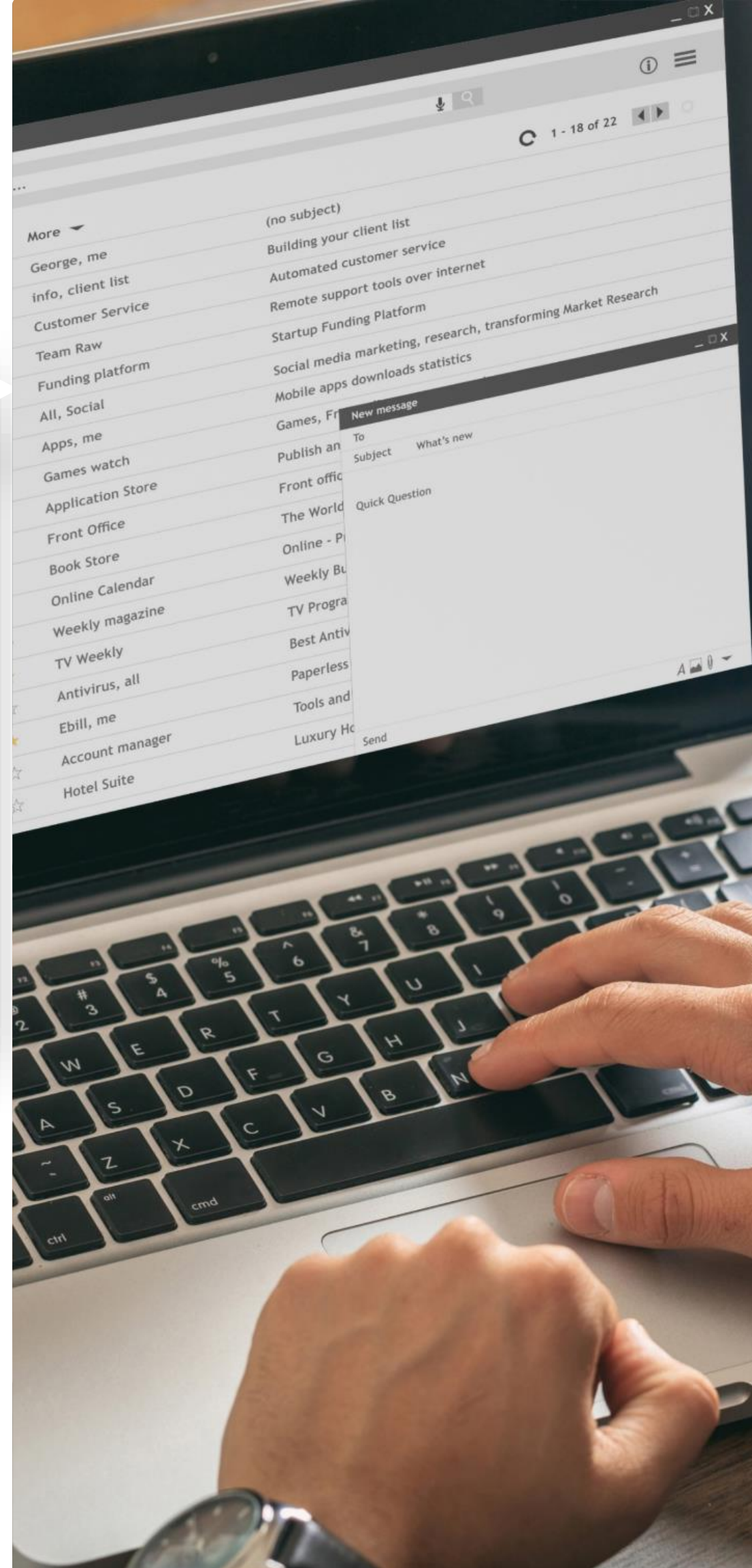
Requisitos

Mailing e disparo dos emails são responsabilidades da Agência ou Cliente

Será necessária a configuração de uma tag antes do email ser enviado

O email deverá ser enviado em HTML5

Adicional



Retargeting Email Mkt

Uma tag é inserida em todos os emails disparados em sua ação de email marketing. Com isso, todos os usuários que abrirem o email, serão mapeados. A Publya inicia então a ação de retargeting, apresentando banners apenas para usuários taggeados, rentabilizando e destinando o investimento apenas ao target específico.

Otimize seu investimento em Email Marketing

Utilize a audiência impactada pela sua campanha de email para agregar valor a sua entrega de programática.



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Conversões no Site



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display



Contrate a estratégia de Retargeting Email Marketing como adicional do seu mix Publya Select

Brand Safety

Se a sua marca precisa de proteção extra, adicione o filtro Brand Safety a entrega de sua campanha. Desta forma, sua campanha não é veiculada em páginas com conteúdos que sua marca não queira estar associada. Os filtros utilizados pela Publya são fornecidos por empresas como DoubleVerify, Peer39, IAS e Google.

Filtros

Viewability

Se a estratégia da sua marca envolver taxas de viewability acima da média do mercado, contrate filtro pré-bid como adicional da sua campanha. Desta forma, as impressões só são entregues quando tiverem altas probabilidades dos anúncios serem vistos. Os filtros utilizados pela Publya são fornecidos por empresas como DoubleVerify, Peer39, IAS, Oath e Google.

Filtros

Filtro Data Driven

Direcione a veiculação da sua campanha através de Dados Third Party

Adicione Dados Third Party a entrega de todas as estratégias da sua campanha programática. Indicado para marcas que queiram filtrar a veiculação da mídia apenas para determinados perfis de público ou comportamento na Internet.

A entrega utilizará dados comportamentais fornecidos por Navegg ou Tail. A Publyta recomenda que sejam utilizados dados mais abrangentes, avaliando sempre o universo total da campanha.



Filtros



Indicada para os seguintes objetivos:

- Tráfego para o Site
- Visualizações de Vídeo
- Awareness



Veicule essa estratégia com as seguintes mídias:

- Mídia Mobile
- Mídia Display
- Vídeo



Contrate o Filtro Data Driven como adicional do seu mix Publyta Select

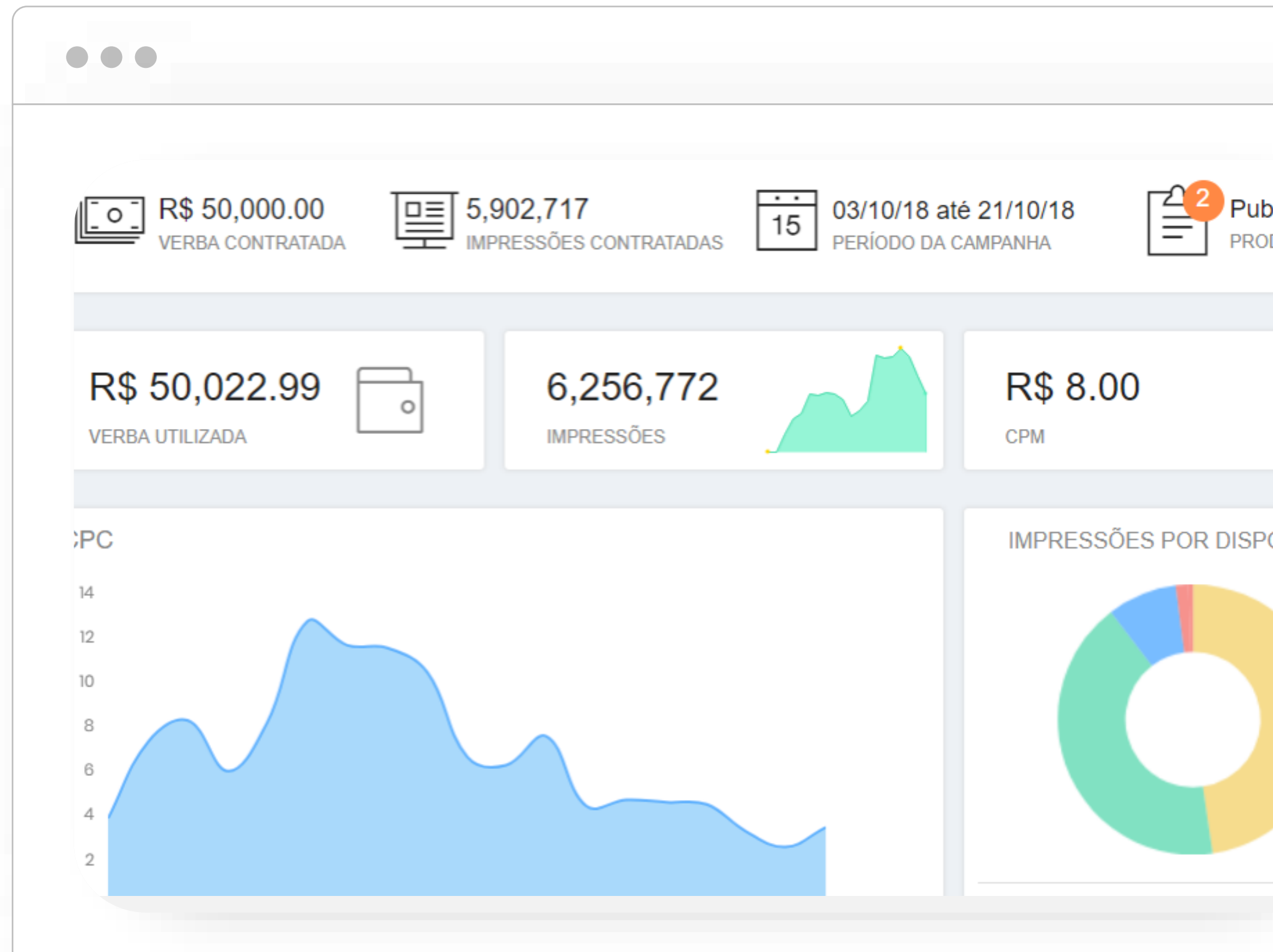
Acompanhe seus Resultados

Dashboard Publya

Receba um link com Dashboard Publya, onde você acompanha em tempo real os resultados da sua campanha. Com layout simples, o relatório facilita o acompanhamento do andamento, além de trazer comentários semanais sobre a performance feitos pelo Gestor da sua campanha.

Navegg

Através da parceria da Publya com a Navegg sua marca recebe acesso gratuito ao painel Navegg, com dados qualitativos sobre a audiência da landing page da sua campanha.



Sobre a Publya

Especialistas em Mídia Programática

A Publya é uma Trading Desk especializada em gestão de campanhas programáticas. Desde 2013 no mercado, a Publya já operou mais de 2 mil campanhas dos mais diversos segmentos do mercado.



Confira os principais diferenciais

EMPRESA ASSOCIADA



EMPRESA CERTIFICADA



EMPRESA CERTIFICADA



Tecnologia

A Publya utiliza as melhores e mais robustas tecnologias do mercado para a operação de campanhas de mídia programática. Como plataformas DSP utiliza a MediaMath, DBM e BrightRoll. Também utiliza a DMP da Navegg e MediaMath e Dados fornecidos pela TailTarget, Navegg, Google e Serasa Experian.



Experiência

A Publya tem equipe certificada em marketing programático pelo New Marketing Institute. É a única empresa brasileira que faz parte do programa MediaMath Partners. Também conta com selo Google Partner.



Dashboard

Dashboard exclusivo da Publya, com todas as informações e principais métricas de todas as campanhas ativas – atualizadas em tempo real



Transparência

A Publya fornece acesso a todas as informações das campanhas que opera para seus clientes, tornando todo o processo muito transparente. Além disso, como associada do IAB Brasil, a Publya busca atuar ativamente na construção de um mercado mais ético, transparente e eficiente.

FIM

Solicite uma proposta

www.publlya.com/mercado



publiza
Mídia Programática

BOOK DE PRODUTOS MÍDIA PROGRAMÁTICA

EMPRESA ASSOCIADA



EMPRESA CERTIFICADA



EMPRESA CERTIFICADA

