

ALWAYS ON



ENCERRAMENTO DO SEMESTRE

Uma edição repleta de novidades para fechar o semestre com chave de ouro!





RECORDE DE FATURAMENTO CHILE

É com grande satisfação que anunciamos um recorde de faturamento na Publiya Chile, fruto de muito trabalho e dedicação de toda a equipe mas principalmente do Artur e da Monique.



CLP 15.000.000

PRINCIPAL CLIENTE: CERÂMICA SANTIAGO

O principal cliente do Chile até agora foi a Cerâmica Santiago, com uma campanha de CLP 10mi.

A campanha foi veiculada na MediaMath e tinha como objetivo gerar leads para a cotações de tijolos para a casa.

Impressões entregues: 5.041.154

Cliques: 6.191

CTR: 0,12%

Conversões Geradas: 20



NOVIDADES EM ADICIONAIS

DADOS INTEGRADOS

Um novo adicional para campanhas de programática foi lançado pela Publya em Junho. É o adicional de Dados Integrados, que permite a criação de estratégias de sequenciamento de criativos e integração de campanhas diferentes na DSP. Essa funcionalidade de segmentação é possível graças principalmente a DMP da MediaMath que armazena as informações de usuários que receberam impressões, clicaram ou visualizaram um vídeo da campanha. Com isso, agora podemos oferecer aos clientes mais opções de integração e uso de dados!

Para mais informações, acesse o Book de Produtos de Programática:

<https://areadocliente.publya.com/intranet/book-de-produtos-programatica/>



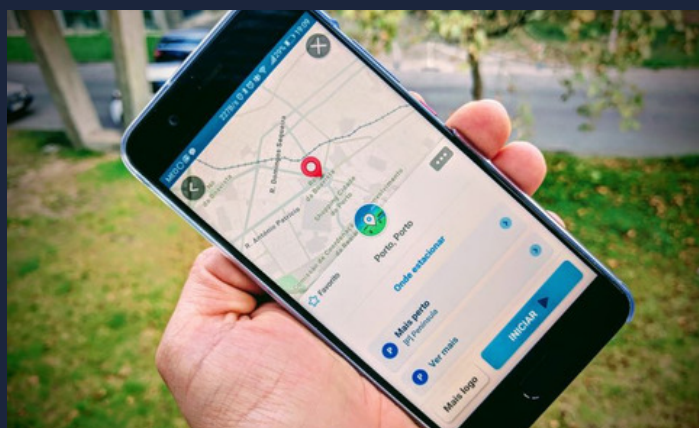
NOVIDADES EM PRODUTOS

WAZE TAKE-OVER

O Waze passou a disponibilizar o inventário para a compra programática, a partir da DV360 (DSP do Google). Com isso, a Publya agora consegue veicular campanhas deste formato premium do Waze. O Zero-Speed Takeover é um banner que aparece na tela principal do Waze quando o carro para o movimento. O anúncio é exibido apenas em localizações chave para o anunciante. Uma grande oportunidade para Shoppings, Concessionárias, Construtoras, Faculdades e campanhas de conscientização de trânsito.

EMAIL ADS

Incluimos no nosso book de produtos Google o Gmail Ads. Esse tipo de anúncio são campanhas veiculadas exclusivamente na caixa de entrada das contas do Gmail. Os anúncios em texto se parecem com um novo email, mas são identificados como anúncio no topo das caixas de "Promoções" e "Sociais". Ao clicar no anúncio ou o usuário é levado diretamente ao site do anunciante, ou o email abre e mais informações podem ser compartilhadas.



“

**MARCUS IMAIZUMI, HEAD DE OPERAÇÕES DA
APPLIFT NO BRASIL E AMÉRICA LATINA:**

**O DESAFIO AGORA É MANTER
ESTE USUÁRIO DENTRO DA
JORNADA DE NAVEGAÇÃO, O
QUE REQUER BOAS
ESTRATÉGIAS ASSERTIVAS DE
RETARGETING, O FAMOSO
REENGAJAMENTO, QUE
COMEÇA NO MOMENTO DO
ACESSO DOS ANÚNCIOS E
INSTALAÇÃO DE APLICATIVOS**

”

**Matéria "Nas redes, muito mais que
conquistar, reengajar é preciso!",
publicada no site da PROXXIMA. Para ler
a notícia completa, clique aqui.**



NOVO SITE DA PUBLYA

Para acompanhar seu crescimento e novas unidades de negócio, a Publya lançou um novo site. A partir de agora, temos um site com caráter mais institucional, explicando os diferenciais e produtos oferecidos e um outro site, dedicado aos clientes, o qual chamamos de 'área do cliente'. A partir de agora, todas as informações que antes eram acessadas na área mercado, podem ser acessadas pelo link areadocliente.publya.com/mercado



Essa mudança chega em **duas etapas**: a primeira sendo o lançamento do site institucional e a segunda etapa, ainda sendo trabalhada, o lançamento de uma nova área do cliente, trazendo cada vez mais agilidade e informações para os clientes.

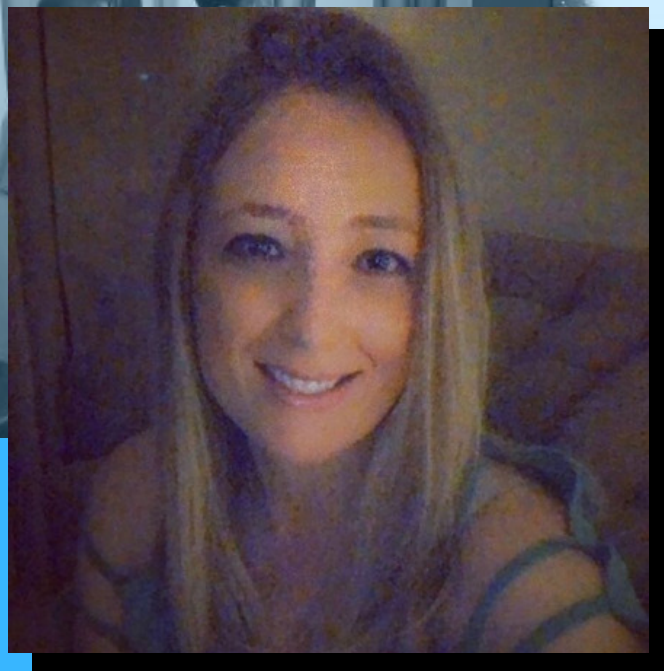
Todos os links que faziam parte do mercado ou da intranet que antes eram acessados com links **publya.com/alguma_coisa** ainda existem exatamente do mesmo jeito, apenas com um novo domínio, o *areadocliente*.

Para acessar algum desses links, caso esteja dificuldade, basta acrescentar antes do publya um areadocliente, transformando o **publya.com/alguma_coisa** em **areadocliente.publya.com/alguma_coisa**

O mesmo serve para a intranet, que agora é **areadocliente.publya.com/intranet**

DICA IMPORTANTE

6 PERGUNTAS PARA: ALESSANDRA POZZA



1) QUAL É A PARTE DE TRABALHAR NO CS QUE VOCÊ MAIS GOSTA??

É impossível listar apenas um item, mas preciso destacar o fator mais importante: tenho orgulho e admiração pela equipe maravilhosa que está todo dia ao meu lado, dedicando-se e dando o seu melhor para entregar um resultado satisfatório à todos clientes e parceiros. Essas pessoas são o diferencial do meu dia-a-dia e é por elas que eu tento sempre entregar o meu melhor.

2) SE VOCÊ PUDESSE VIAJAR PRA QUALQUER LUGAR DO MUNDO AMANHÃ, PRA ONDE IRIA?

Para a minha cidade natal, Bento Gonçalves, pois lá estão as pessoas mais importantes da minha vida. Independente do local, minhas energias são recarregadas sempre que estou perto deles.

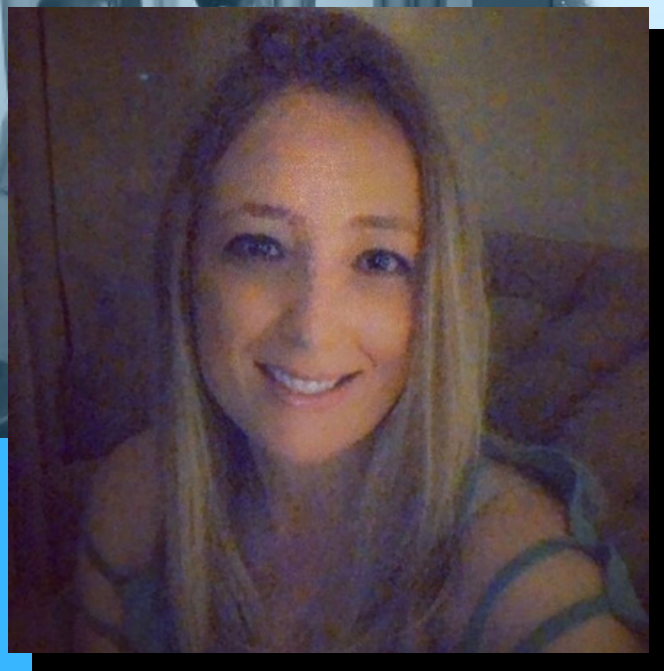
3) QUAL LUGAR DE FLORIPA VOCÊ INDICARIA PARA TODO MUNDO CONHECER?

Ilha do Campeche. É uma pequena ilha localizada bem na frente da praia do Campeche. A água é calma, super cristalina e com coloração que varia entre o azul turquesa e verde esmeralda. Vale a pena conhecer!

4) VOCÊ FEZ ANIVERSÁRIO POR ESSE DIAS, O QUE A ALE DE HOJE DIRIA PRA ALE DE 10 ANOS ATRÁS?

Adquira independência, autoestima e bom humor. A felicidade não depende só do cumprimento de metas vitais (ter saúde, amor e dinheiro), mas também de atitudes mundanas. :)

6 PERGUNTAS PARA: ALESSANDRA POZZA



5) SE VOCÊ FOSSE FOSSE UMA MÚSICA DA IVETE SANGALO, QUAL SERIA E POR QUE?

Tento viver minha vida de uma forma leve, admitindo meus erros e imperfeições com tranquilidade, lidando com meus conflitos como ser humano, dando risada de mim mesma, sendo tolerante, acolhedora e levando sempre um sorriso no rosto. Por esses motivos, se eu fosse uma música de Ivete, seria "Tempo de Alegria". Quem me conhece sabe que Ivete Sangalo é uma ídola. Não apenas por suas músicas, aliás, pouco tem a ver com suas músicas, mas sim por ser exemplo de garra, carisma e profissionalismo. Por ter pavimentado sua carreira sob o revestimento firme de trabalho, dedicação e autenticidade. Ela é um ótimo exemplo de que a arrogância não está com nada, do quanto a futilidade é efêmera, do quanto a dissimulação é insustentável e do quanto

a autenticidade é capaz de legitimar o que é importante, indispensável e imprescindível. Tento levar um pouco disso para a minha vida.

6) PARA VOCÊ, O QUE SIGNIFICA FAZER PARTE DO TIME PUBLYA?

Para mim, fazer parte do time da Publya é sinônimo de felicidade e realização. Trabalhar com pessoas tão capacitadas/experientes (sócios, comercial, representantes espalhados pelo país, financeiro, planejamento, cs, marketing, gestão e desenvolvimento) que compartilham conhecimento, fazendo com que eu sempre aprenda algo novo, me motiva, me enriquece e transforma a relação entre todas as áreas numa via de mão dupla.

• Indicada pela Alessandra para a próxima edição > "Indico uma das pessoas que mais admiro nessa empresa, Andjara Consentino."



NOVAS EQUIPES TREINADAS

NO MÊS DE JUNHO A PUBLYA ADVERTISING ACADEMY PASSOU POR ESPÍRITO SANTO E GOIÁS.

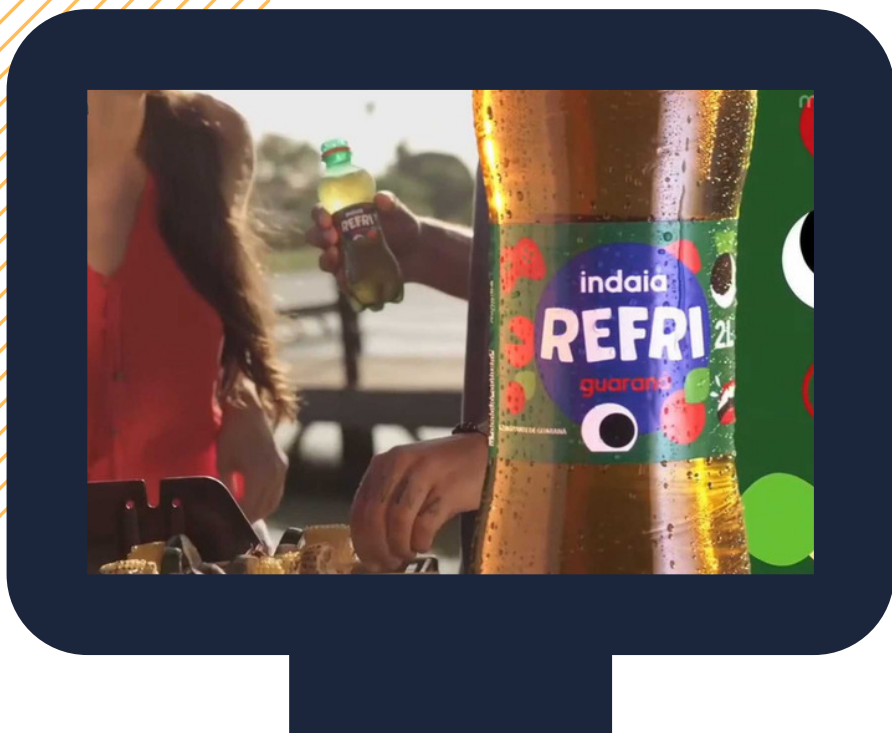
O treinamento de Planejamento de Mídia Programática continua levando conhecimento para dentro de agências e clientes de todo Brasil.

A Publya Advertising Academy continua a todo vapor! Em Junho estivemos levando o treinamento para o Espírito Santo e Goiás. Passamos pelas agências Criativa, Ampla, MP Publicidade e AQuatro em Vitória. E também pelos times da Pagu, Inquieta Jordão, Crispim+Veiga, Asteroid, Box e Places em Goiânia.

Resumimos a tour no comentário da Keloane, Coordenadora de Mídia da Places:

"Foi ótimo! Agradecemos a oportunidade, nossas campanhas com certeza não serão mais as mesmas!"

PROGRAMÁTICA NA TV



Iniciativas para aplicar o sistema de compra programática para as mídias tradicionais já são desenvolvidas há algum tempo, e ao que tudo indica, vem se consolidando.

No dia 17 de Junho o primeiro comercial comprado via leilão (real time bidding) foi veiculado na televisão brasileira, pela Rede TV! A Publya participou desse momento histórico da mídia programática. O cliente escolhido por nós para veicular esse teste foi a **Minalba**, cliente ativo da Publya desde 2018 investindo em campanhas de mídia display. O comercial veiculado na RedeTV foi da marca Refri - linha de refrigerantes populares do Grupo Minalba.

A lógica do processo é parecida com a que é aplicada no ambiente digital, segmentar a veiculação de anúncios pelo perfil da audiência de cada conteúdo, usando também dados do Ibope para um embasamento demográfico de quem assiste otimizando os investimentos em publicidade.

CASE DE CAMPANHA



GP Hotéis - Ilhabela

Período: 18/06/19 a 30/06/19

Mídia: Display

Objetivo: Tráfego para o site

Comercial: Jonathan Moreira

Gestor da Campanha: Gustavo

Responsável CS: Gabriel Cisne

Responsável Planejamento: Gabriela Paniago

Resultados da campanha

655.251 impressões entregues

763 cliques

CTR de 0,12%



PUBLYA PETS

Pietra - Briana (Planejamento Comercial)

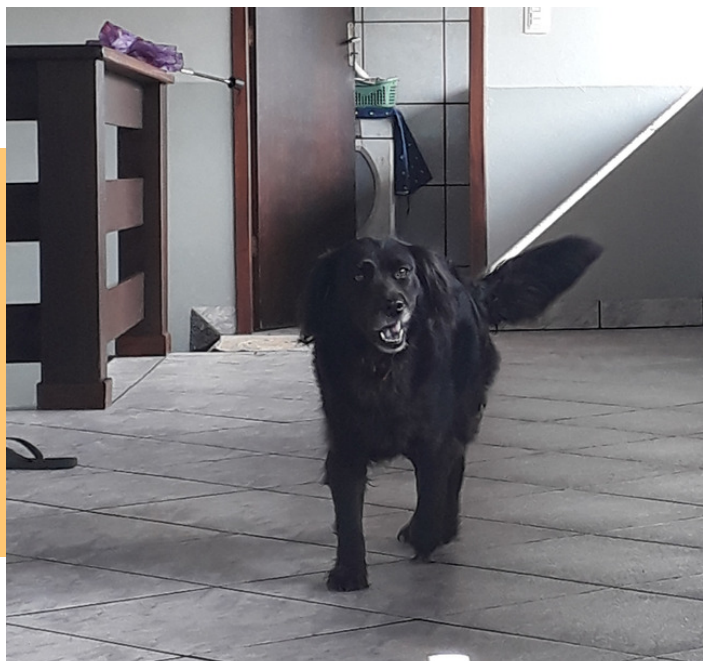
Tem quantos anos? 10 anos

Qual é o início da história de vocês?

Quando eu era pequena, sempre dizia que queria ter um filhote da raça "chau chau", por eles serem bem peludos e fofinhos. Um dia, quando eu tinha 9 anos, minha prima apareceu lá em casa dizendo que um conhecido seu era dono de uma chau chau que tinha dado cria e que ela tinha conseguido trazer um filhotinho para mim, eu fiquei muito feliz! Com o tempo percebi que ela não era um chau chau mesmo, mas não tinha problema nenhum, era peluda e fofinha do mesmo jeito, e até tinha língua com manchas roxas para mostrar que tinha um pouquinho de chau chau nela.

Adora: Explorar o quintal da minha casa, pode ser facilmente confundida com um tatu de tanto buraco que faz. Caçar, apesar de ser muito fofa, a Pietra adora caçar bichinhos que passam no nosso quintal e nos dar de presente. Entre eles, passarinhos e filhotes de gatos que não conseguimos resgatar a tempo. Ela não os come, deixa eles no portão para que quando chegemos em casa, vejamos o presente que ela tem para nos dar. E ela também adora carinho e companhia, estar perto da nossa família brincando ou só observando o que estamos fazendo, já é super legal para ela.

Odeia: Em geral ela odeia barulho, tem muito medo. Principalmente aspirador de pó e secador de cabelo. Além disso, não gosta muito de vizinhos, com ênfase naqueles que têm dog, ela passa o dia latindo para eles. O que ela mais odeia no mundo é tomar banho, passa o banho inteiro chorando ou tentando fugir, nem os pet shops dão conta dela.



PUBLYA PETS

Pietra - Briana (Planejamento Comercial)

Manias: Desarrumar a sua casinha no inverno, ela não consegue deixar os travesseiros no lugar. Fazer buracos, é o passatempo favorito dela, dificilmente você encontrará ela com o focinho limpo, está sempre vermelho de barro. Esconder os ossos que damos para ela e desfazer o monte de folhas que meu pai ajunta das árvores do quintal.

Personalidade: Apesar de ser muito ativa, ela é bastante tranquila. Gosta de ficar perto da gente e receber carinho. Não é muito sociável com outros animais, quer receber atenção só para ela, não gosta de dividir com ninguém. É bastante comunicativa e extrovertida, gosta de latir para tudo e todos.

O que você mais admira/aprende com ela?

Dogs normalmente são muito receptivos e não esperam nada em troca do seu carinho, acredito que isso seja o que eu mais admiro nela e mais preciso aprender. Por mais que eu passe várias semanas sem vê-la, desde que me mudei para Floripa, ela sempre está lá me esperando e não se importa com o tempo que ficamos longe, me recepciona com todo amor de carinho do mundo.

“

SE ELA PUDESSE DIZER UMA FRASE, QUAL VOCÊ ACHA QUE SERIA?

- SE ELA PUDESSE FALAR ALGO, COM CERTEZA SERIA “NÃO ME JULGUE PELAS MINHAS CAÇAS, SÓ QUERO TRAZER PRESENTES PARA MOSTRAR O QUANTO EU AMO VOCÊS”

”



A PUBLYA DESEJA UM ÓTIMO NOVO ANO DE VIDA PARA OS ANIVERSARIANTES

ANIVERSARIANTES DE SETEMBRO

- 02/Setembro - **Eduardo Paixão**
(Gestão de Campanha)
- 11/Setembro - **Maria Emília**
(Financeiro)
- 17/Setembro - **Andjara Consentino**
(Planejamento e Desenvolvimento)



NOVOS FUNCIONÁRIOS



No setor financeiro agora contamos com a **Maria Emilia da Silveira**, 29 anos e formada em administração de empresas pela Faculdade Decisão. Ela atua na área administrativa/financeira há mais de 7 anos. Veio para Publya visando colaborar com o desenvolvimento da empresa, com foco em produção e resultado, gerando um crescimento qualitativo e quantitativo para a instituição e com isto, agregar mais conhecimento e experiência em sua carreira.

Para enriquecer nosso time de CS agora contamos com o **Murilo Koenig**, 27 anos e formado em Administração pela UFSC. "Quando conheci a Publya através do Gabriel, me chamou muita atenção o modelo de negócio da empresa, uma vez que eu não conhecia o termo "mídia programática". Enxerguei na vaga de Customer Success uma oportunidade ímpar para exercer uma função que eu gosto muito, em uma organização que atua diretamente com marketing digital, meu ramo preferido da Administração. Tinha uma expectativa muito grande em relação à Publya, que está sendo confirmada e até superada dia após dia, pelo ambiente super acolhedor e propício para a evolução pessoal e profissional."



NOVOS FUNCIONÁRIOS



Outra adição ao time de CS é o **Guilherme Lopes**, natural de Florianópolis, 25 anos e formado em Sistemas de Informação.

Veio para a Publya, porque desde que começou a estudar marketing, procurava por uma chance para aprimorar seus conhecimentos nessa área.

Ele nos contou que tem sido uma experiência maravilhosa desde o primeiro dia aqui, que tem aprendido muitas coisas novas e que pretende crescer muito aqui ainda, assim como quer contribuir no crescimento da Publya.

Para integrar o time do planejamento temos uma nova estagiária, a **Isabela Vicenzi**. Ela tem 21 anos, é de Caxias do Sul (RS) e cursa Relações Internacionais na UFSC. Como toda boa sagitariana ela busca viver grandes desafios e encontrou na Publya uma oportunidade para isso. Nas palavras dela: "Estar em uma empresa como a Publya significa um desafio de crescimento pessoal, visto que este é o meu primeiro contato direto com o Marketing Digital e também com o mundo dos negócios. Desde a primeira vez em que estive na empresa percebi que era um lugar especial e que aprenderia muito com cada uma das pessoas que ali se encontravam."



Outra adição ao time de estagiários de planejamento é a **Fernanda Rodrigues**. Ela tem 27 anos, é de Blumenau e está em Floripa faz oito anos. Estudante de administração na UFSC, ela sempre se interessou por internet e conteúdo criativo e quis saber como funciona na prática a mídia digital. Em suas próprias palavras: "A oportunidade na Publya me interessou pelo fato de ser uma empresa que trabalha com mídia programática, além de proporcionar um ambiente agradável para se trabalhar. Tenho certeza que irei aprender muitas coisas por aqui."



FALANDO EM TIMES E
PESSOAS...

A EQUIPE VENCEDORA DA COLABORAÇÃO DE CONTEÚDOS É:



RUFEM OS TAMBORES



Planejamento + Desenvolvimento

Parabéns Inês, Andjara, Briana, Stephanie, Luca, Fernanda e Isabela, por terem sido a equipe com mais conteúdos publicados na intranet e mercado!



DATAS E SEGMENTOS

FIQUE LIGADO NAS PRÓXIMAS DATAS IMPORTANTES



DIA DOS PAIS
11/08



DIA DO CLIENTE
15/09



BLACK FRIDAY
29/11

DICAS PARA OS ANUNCIANTES:

ORGANIZAÇÃO BLACK FRIDAY:
Reúna os planejamentos já realizados para a Black Friday 2019 (29/11) e dê continuidade para não ter surpresas na data. Se você tem operações em marketplaces, atente-se às datas limite para alterações de preços e inclusão de novos produtos. O prazo para essas alterações é de 60 dias antes da data da Black Friday. Se você não alterar os preços e não incluir os produtos que pretende vender dentro do prazo estipulado por cada canal, podem ocorrer bloqueios que impactam nos seus resultados.

DIA DOS PAIS: O setor que se destaca é o de artigos de livraria, principalmente com kits para o público masculino. Trabalhar conteúdos com dicas de presentes auxilia na pesquisa dos seus consumidores, e aumenta a chance de compras como itens como eletrônicos, relógios de pulso, vinhos e cervejas. A comunicação também pede um tom emocional, trazendo um apelo familiar.

DIA DO CLIENTE: É a data ideal para agradecer e homenagear o seu cliente. É recomendado ir além da experiência comercial, fazendo-o sentir próximo de sua marca, com um tom de personalidade na comunicação. Junto com as promoções, trabalhe também com agrados especiais e surpresas que combinem com seu produto