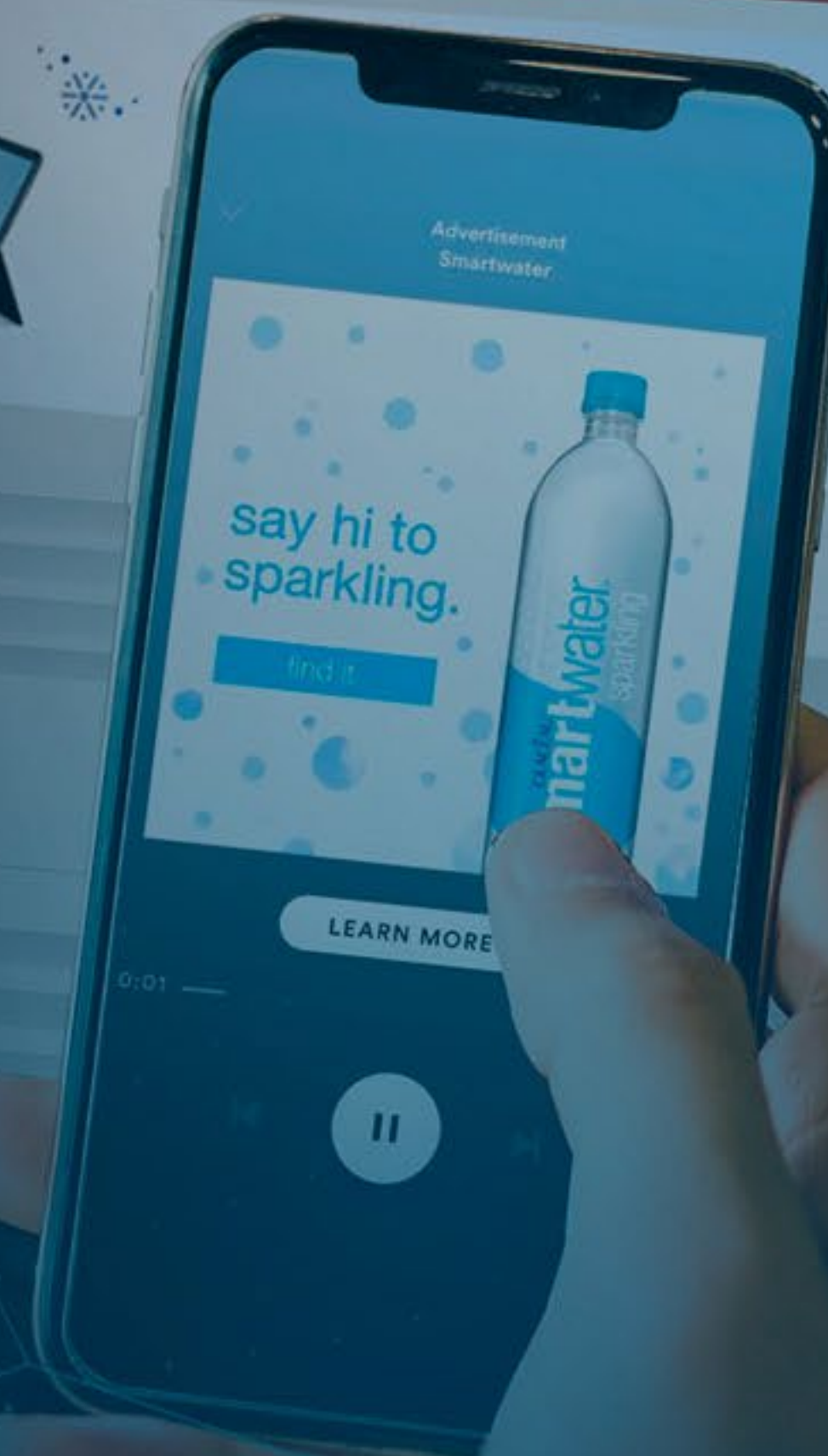


MÍDIA KIT

Mídia Programática



Mídia Programática	3	DMP Integrada	18
Possibilidades para a campanha	4	Soluções e formatos especiais	19
Seus anúncios na prática	5	Áudio Digital	20
Objetivos de campanhas	6	Soluções Native Ads	25
Estratégias e segmentações	7	Teads	30
Dados 3rd Party	8	Seedtag	31
Hyperlocal Geotargeting.....	10	OLX	35
Sitelist.....	11	Climatempo	38
Conteúdo Semântico.....	12	Tinder	41
Retargeting.....	14	Flame Ads.....	43
Retargeting – Email Marketing	14	Tv Conectada.....	47
Onboarding de dados	15	Tv Sync	51
Dados Integrados	16	Soluções Out of Home	53
Filtro Brand Safety	17		

Mídia Programática

A Mídia Programática é o resultado da evolução natural do mercado publicitário, sendo uma forma **automatizada** de comprar e vender espaços publicitários.

Por meio de plataformas conhecidas como DSPs, profissionais especializados conseguem configurar a compra automatizada de mídia nos **melhores sites e aplicativos da internet**, utilizando tecnologias avançadas de localização, dados de audiência e trabalhando com grandes redes de inteligência artificial para otimizar e gerenciar campanhas.

Confira as Vantagens >>>

- > Entrega de anúncios em diferentes **portais e aplicativos**, com alcance de quase 100% dos sites brasileiros, sem a necessidade de negociação direta.
- > Veiculação de anúncios nos principais formatos: **Display, Vídeo, Áudio, Native Ads, Out of Home e TV Conectada.**
- > **Segmentação dos usuários** de acordo com o perfil e comportamento de navegação na internet, criando campanhas personalizadas para públicos específicos.
- > **Entrega de anúncios personalizados** de acordo com as características do público-alvo e com a etapa na jornada de compra.
- > **Acompanhamento das campanhas em tempo real**, permitindo identificar os resultados e ajustes que podem ser feitos para potencializar seu desempenho.

Possibilidades para a Campanha

As campanhas podem ser configuradas de diferentes maneiras para atender às especificações e briefing da marca:

Tipo de mídia

Display
Video
Áudio
Native Ads
Out of home
TV

Objetivos

Alcance
Reconhecimento de marca
Visualizações de vídeo
Tráfego para o site
Conversões / Leads

Devices

Desktop
Mobile
Tablet
TV

Período

Data de Início / Término
Dias da semana
Horários específicos

Região geográfica

Cidade
Estado
País

Estratégia

Dados 3rd Party
Sitelist
Conteúdo semântico
Hyperlocal - Geolotargeting
Retargeting
Retargeting E-mail Marketing
Onboarding de dados

Dados Integrados

Integração de dados de campanhas e sequenciamento de mensagens

Filtro

Brand Safety

DMP Integrada

Utilização da DMP Tail nas campanhas

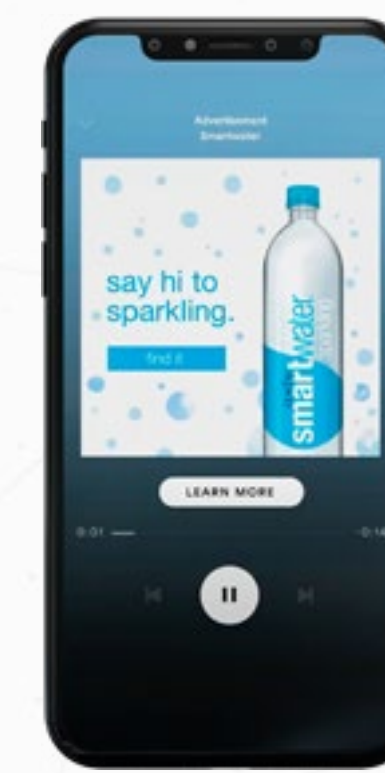
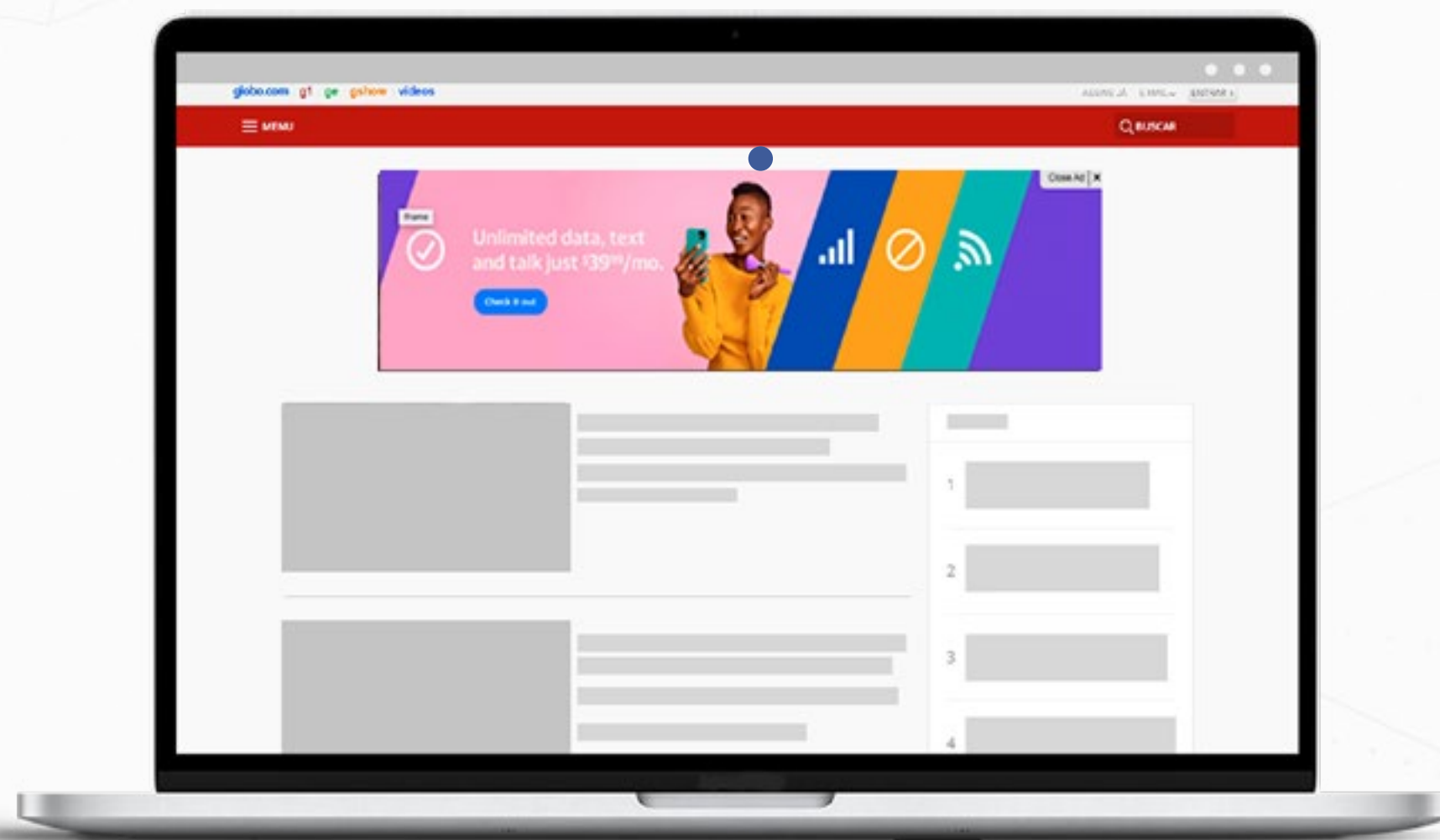
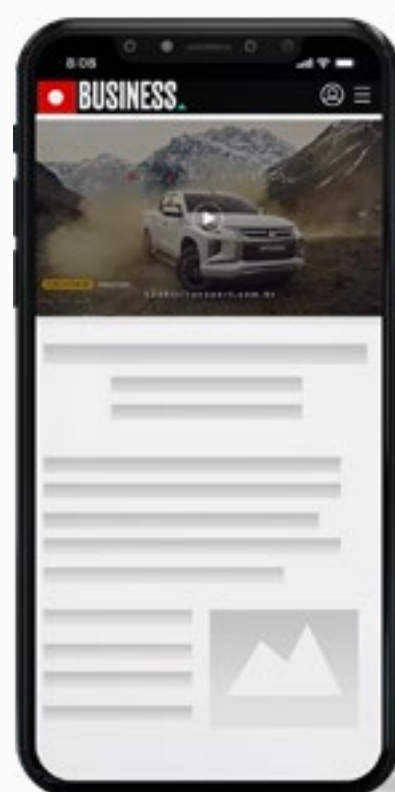
Seus Anúncios na Prática

[Confira as especificações](#)

Display

Formatos IAB

Desktop



Áudio

Spots de até 30"

Mobile

Vídeo

Vídeos de até 30" In stream

Mobile

Native Ads

Formatos IAB

Mobile

Objetivos de campanhas



Alcance

Indicado para anunciantes que querem levar sua mensagem para o maior número de usuários únicos possível.

Métrica principal: Custo por impressão (CPM)

Reconhecimento de Marca

Indicado para anunciantes que desejam trabalhar o reconhecimento de sua marca através da visibilidade dos anúncios.

Métrica principal: Taxa de viewability

Visualizações do vídeo

Indicado para anunciantes que buscam passar uma mensagem através de visualização de vídeo.

Métrica principal: Custo por visualização completa (CPV)

Tráfego para o site

Indicado para anunciantes que querem levar tráfego qualificado para o site, apresentando mais informações sobre um novo produto, ideia, conceito, etc.

Métrica principal: Custo por clique (CPC)

Conversões / Leads

Indicado para anunciantes que possuem um produto final para ser comprado ou uma captura de leads.

Métrica principal: Custo por conversão (CPA)

Estratégias e Segmentações

Por meio da mídia programática é possível combinar diferentes estratégias e segmentações para impactar o público-alvo da marca no ambiente digital.

A Publlya realiza um planejamento personalizado de acordo com o briefing do anunciante, sugerindo soluções específicas para cada objetivo.



Dados de Terceiros

Utilizado para segmentar usuários que possuem determinado comportamento online, ou estão em uma localização específica.

- **Dados Third Party**
- **Hyperlocal Geotargeting**



Categoria e Contexto

Utilizado para filtrar categorias de portais e palavras-chaves em sites.

- **Sitelist**
- **Conteúdo Semântico**



Dados Próprios

Utilizado para identificar no ambiente online os usuários que já tiveram algum tipo de interação (online ou offline) com o anunciante.

- **Retargeting e Retargeting Email Marketing**
- **Onboarding de Dados**

Dados Third Party

Estratégias de dados 3rd party utilizam audiências baseadas em seus interesses ou comportamento de navegação na web.

Para a ativação desses dados, a Publly utiliza os melhores data providers do mercado, que são empresas parceiras especializadas em coleta e análise desse tipo de audiência.



Disponíveis para:

- **Mídia Display**
- **Mídia Vídeo**
- **Mídia Native**

Recomendado para todos os objetivos de campanha




Dados Third Party

Exemplos de segmentação


 **Dados Demográficos**
Idade, gênero

 **Dados Socioeconômicos**
Classe social e renda


 **Dados de interesse**
Interessados em automóveis, educação, finanças pessoais, etc


 **Dados de intenção de compra**
Intenção de compra em automóveis, ingressos, produtos de beleza, etc

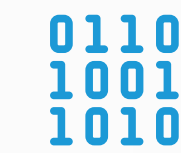
 **Estilo de vida**
Decisoras da lar, Geeks, Geração Y e It girl, etc


 **Microsegmentos**
Cabelos Coloridos, Estagiários, C-level e Maquiagem, etc

 **Categoria de App Instalado**
Pessoas que possuem apps de viagem, games, etc instalados no celular

 **Purchase receipt**
Pessoas que recebem recibos de categorias de compra específicas

 **Domínios de E-mail**
Pessoas que recebem e-mails de domínios, por exemplo, @ifood.com.br e @ubereats.com.br

 **Dados determinísticos**
Sócios de empresa de grande porte, Pessoas que trabalham em empresas de CNAEs específicos, Profissões, etc. Fornecido principalmente por Boa vista e Serasa Experian

 **POI Location**
Pessoas que passaram por categorias específicas de estabelecimentos nos últimos 90 dias. Exemplos: Escolas, Mercados, Shoppings, entre outros. Fornecido por Verizon Media

Hyperlocal Geotargeting

A estratégia de hyperlocal permite veiculação segmentada em endereços ou bairros específicos, impactando apenas usuários que estiverem passando ou passaram pela localização escolhida pelo anunciante.



Disponíveis para:

- **Mídia Display**
- **Mídia Vídeo**
- **Mídia Native**

Recomendado para campanhas de alcance, reconhecimento de marca e tráfego para o site

* Ideal para mapear eventos, feiras ou PDVs.

Segmentações



Real Time – Pessoas que estão no local

Endereço + Raio

Tipos de estabelecimento

Restaurantes, escolas, shoppings, etc.



POI Location – Pessoas que passaram no local

Tipos de estabelecimento

Restaurantes, escolas, shoppings, etc.

Sitelist

Sitelist é uma estratégia que busca sites com conteúdos relevantes e que tenham afinidade com o público-alvo da campanha.

A Publy possui várias sitelists que passaram por uma curadoria extensa contra sites fraudulentos ou duvidosos.



Disponíveis para:

- **Mídia Display**
- **Mídia Vídeo**

Recomendado para todos os objetivos de campanha

Segmentações

- > **Portais de notícias nacionais**
- > **Portais de notícias locais**
- > **Sites Segmentados**
Automóveis, Educação, Moda, Beleza, entre outros
- > **Sitelist Personalizada**
Lista de sites construída pelo anunciante

Conteúdo Semântico

A estratégia avalia o contexto de dados como: conteúdos de páginas da web, palavras-chave presentes no texto e previsão do tempo para entregar a campanha apenas em momentos propícios para o anunciante.

Os filtros utilizados pela Publyta são fornecidos por empresas como DoubleVerify, Peer39, IAS e Google.



Disponíveis para:

- **Mídia Display**
- **Mídia Vídeo**

Recomendado para todos os objetivos de campanha

Segmentações

> **Categorias de assunto**

Páginas com conteúdo de educação, saúde, finanças, etc

> **Palavra-chave**

Páginas com conteúdo que tenham as palavras-chave escolhidas.

> **Previsão do tempo**

(calor, frio, chovendo, nublado, etc)

Retargeting

O retargeting utiliza dados 1st party, ou seja, colhido pelo próprio anunciante, via tags instaladas em seu site, que permite uma série de estratégias durante as campanhas.



Disponíveis para:

- **Mídia Display**
- **Mídia Vídeo**
- **Mídia Native**

Recomendado para campanhas de tráfego para o site e conversões

Segmentações

> Retargeting de todo o site

Veicular anúncios para usuários que acessaram qualquer página do site do anunciante.

> Retargeting de páginas específicas

Veicular anúncios para usuários que acessaram páginas específicas do site do anunciante.

> Bloqueio de usuários

Bloquear a veiculação de anúncios para usuários que acessaram alguma página específica ou que já realizaram a conversão final no site do anunciante.

> Lookalike

É possível criar uma segmentação composta por usuários de comportamento semelhante ao público que acessou ou converteu no site do anunciante.

Retargeting E-mail Marketing

O retargeting e-mail marketing utiliza alguma campanha já ativa de e-mail marketing do anunciante, instalando um pixel que possibilita a Publlya mapear os usuários que abriram o e-mail.



Disponíveis para:

- **Mídia Display**
- **Mídia Vídeo**

Recomendado para campanhas de tráfego para o site e conversões

Segmentações

> **Abertura de E-mail**

Veicular anúncios em sites e aplicativos apenas para os usuários que abriram o e-mail.

> **Lookalike**

É possível criar uma segmentação composta por usuários de comportamento semelhante ao público que abriu o e-mail.

Onboarding de Dados

O onboarding de dados é uma estratégia que utiliza uma **base offline do anunciante**, como uma lista de e-mails ou CPF, para tentar encontrar esses usuários no ambiente digital.



Disponíveis para:

- **Mídia Display** | Recomendado para campanhas de tráfego para o site e conversões
- **Mídia Vídeo**

** Não se preocupe, essa base pode ser criptografada, protegendo todas as informações utilizadas.*

Segmentações

> Base de clientes

Impactar os usuários da lista offline que foram encontrados online.

> Lookalike

Para enriquecer a estratégia de onboarding, é possível criar uma segmentação de pessoas de comportamento semelhante a essas encontradas, aumentando o potencial de entrega dessa segmentação.

Dados Integrados

Aproveite os dados de veiculação das campanhas programáticas para criar estratégias de sequenciamento de mensagens.

São várias opções de dados disponíveis e que podem ser aplicados de acordo com o seu planejamento de mídia.



Exemplos de utilização:

> **Impacte com um anúncio display específico**

Usuários que assistiram a 100% do vídeo em sua campanha de vídeo.

> **Impacte com um banner display específico**

usuários que já receberam ou clicaram em uma impressão da mesma campanha, passando uma mensagem diferenciada.

> **Mapeie pessoas que receberam impressões**

na estratégia de hyperlocal, e apresente um novo anúncio independente da sua localização.

Filtro Brand Safety

A Publly possui aplicado em todas as campanhas filtro Brand Safety para categorias como pornografia, jogos de azar e venda de produtos ilícitos. Além disso, há uma série de filtros próprios da DSP para mapear tráfego suspeito, qualificando o ambiente no qual suas campanhas serão veiculadas.

Se a sua marca precisa de proteção extra, adicione categorias do 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 Publly são fornecidos por empresas como DoubleVerify, Peer39, IAS e Google.

Categorias adicionais:

- **Política**
- **Games**
- **Fofoca de celebridades**
- **Desastres aéreos**
- **Desastres com automóveis**
- **Desastres naturais**
- **Violência**
- **Entre outros**

DMP Integrada

Em parceria exclusiva com a Tail, a Publɿa oferece para todos os seus clientes as funcionalidades de uma DMP, plataforma de gestão de audiências que ajuda no entendimento do público, garantindo maior precisão nas ações de marketing.

Aplicações:

Mapeamento:

- Mapear perfil do **público impactado pela campanha** para geração de novos insights.
- Mapear perfil do **público que acessou o site do anunciante** para planejamento de novas audiências e otimizações

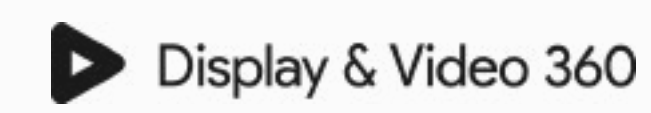


Ativação:

- **Ativação de audiências** de maior **engajamento** com o anunciante.
- **Ativação de lookalike** de **audiências específicas**.
- **Ativação de audiências** em plataformas de compra de mídia:







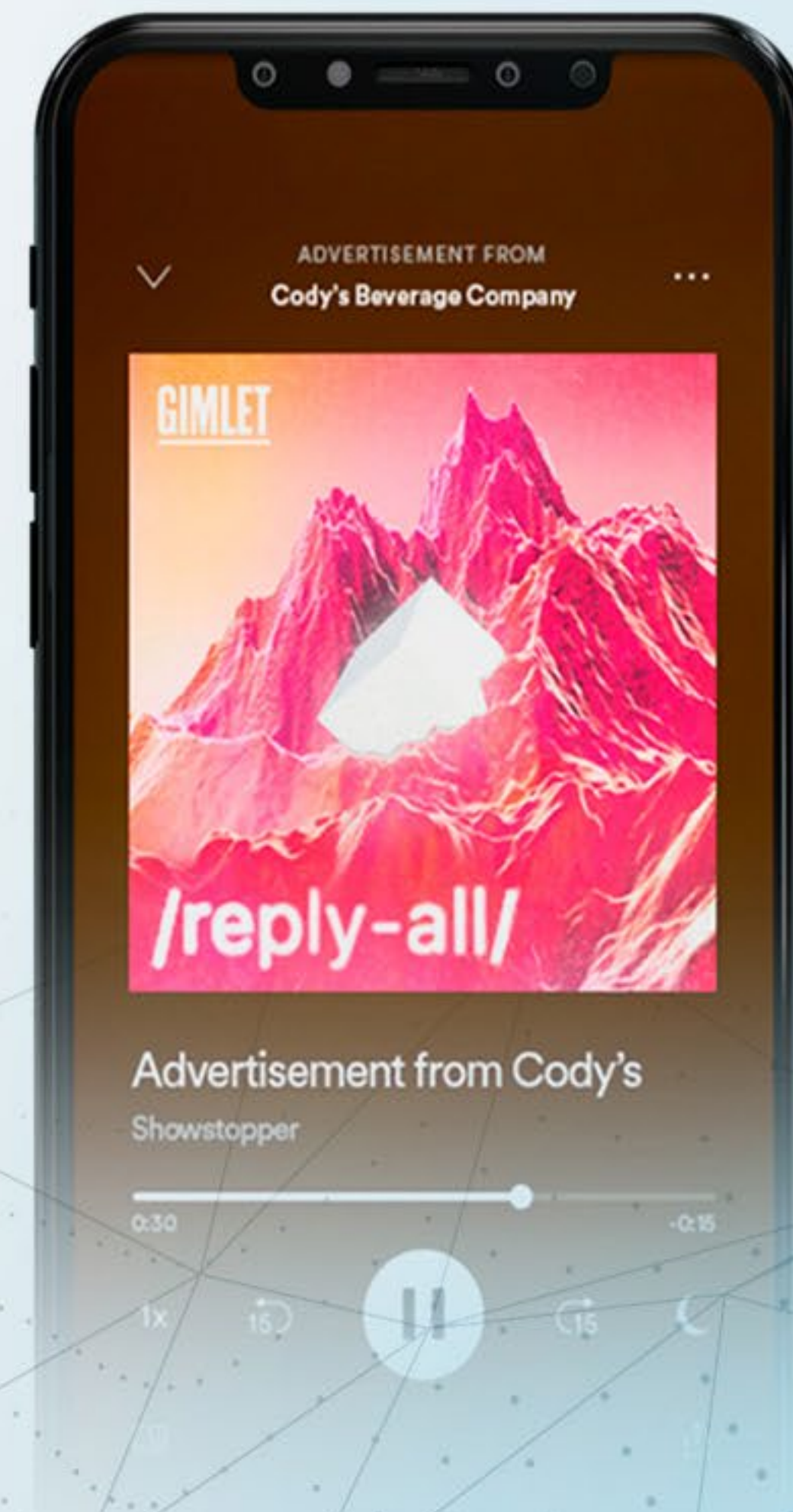
Soluções Especiais



Áudio Digital

As plataformas de **streaming, podcasts e rádios online** alcançam consumidores brasileiros de todas as faixas etárias e classes sociais. Com os anúncios de áudio digital, as marcas podem fortalecer sua presença em momentos “sem tela”, se conectando com os usuários durante atividades rotineiras como: cozinhar, dirigir, trabalhar ou atividades em família.

- > Alcance de **+100 milhões** de consumidores brasileiros.
- > Em 2020, **40%** dos usuários compraram entre 1 e 3 produtos após ouvir um anúncio de áudio.



Spots de Áudio

Veiculação de Spot de Áudio com até 30 segundos nas principais plataformas do Brasil.

Rádio Online + **Podcasts** + **Plataformas de streaming**

- Rádio Cidade
- Blomberg Radio
- Nova Brasil FM
- Sua Música
- Nova FM Campinas
- Áudio Globo
- Mix Rio



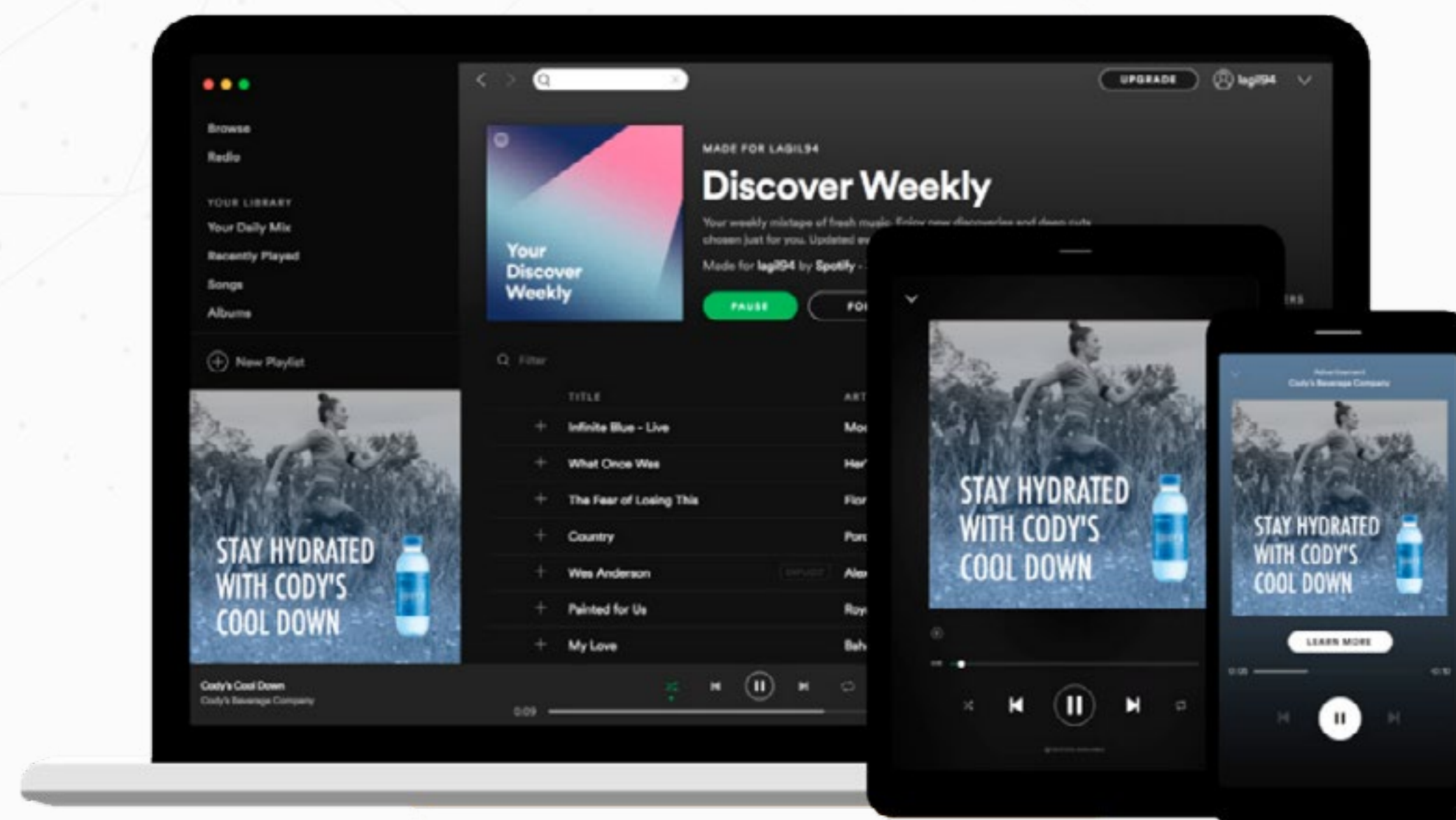
 **deezer**

 **Spotify**

[Confira as especificações](#)

Vídeo TakeOver

Anúncios em vídeo com até 30 segundos. A publicidade é entregue somente quando a tela está aberta, garantindo visibilidade e alcance em um ambiente seguro.



Especificações

Dimensão do vídeo: 1280x720 (16:9)

Formato do arquivo: MOV, MP4



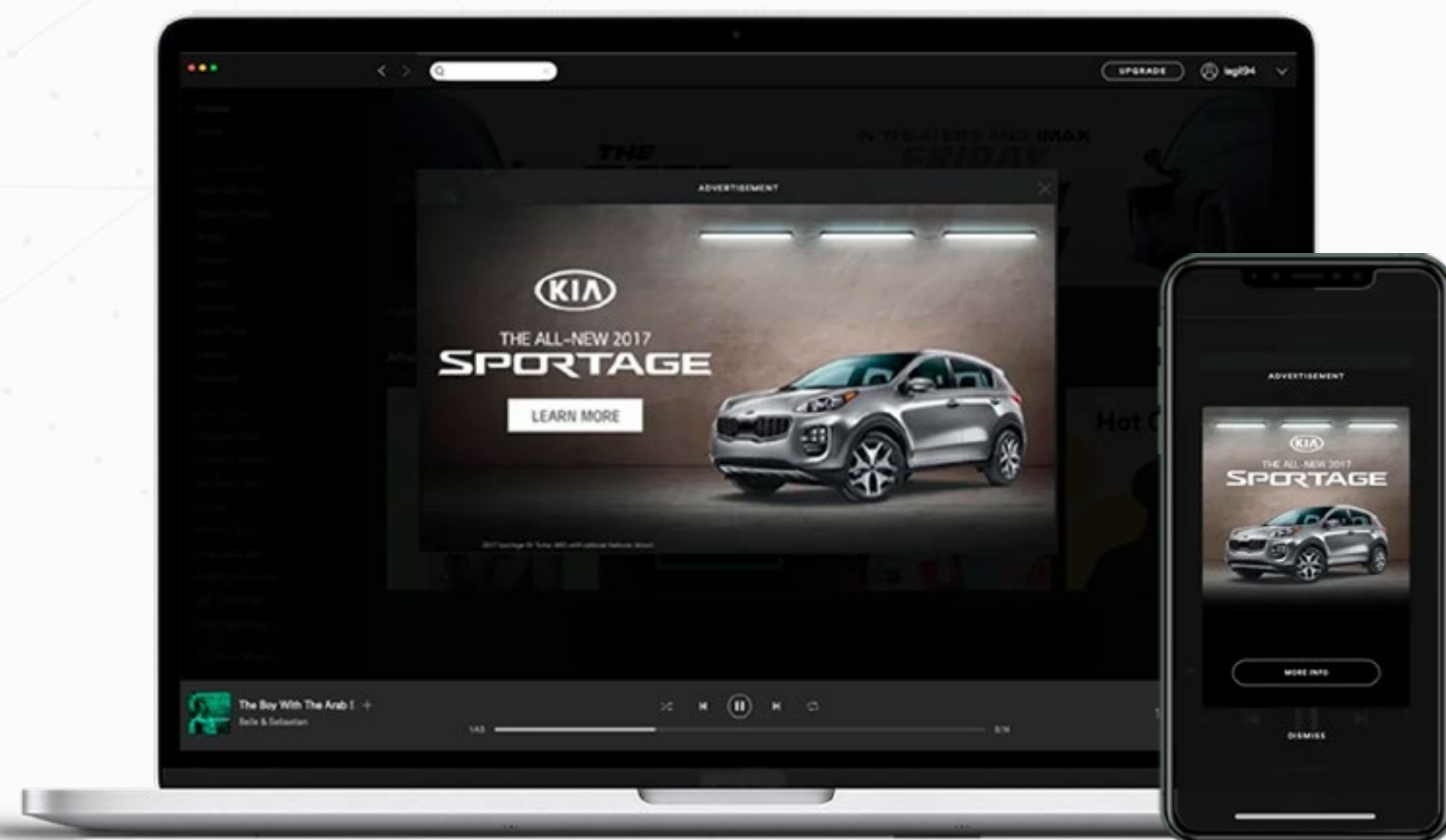
Objetivos:

- **Visualização de vídeo**

Display Overlay

Alcance seu público com anúncios projetados para visibilidade.

Disponível nas para dispositivos Desktop e Mobile



Especificações

Confira as especificações de cada formato **neste link**.



Objetivos:

- **Tráfego para o Site**

Estratégias Disponíveis

• High Impact Day

Combine as estratégias de **Áudio + Vídeo Takeover** para impactar o máximo de usuários com a campanha.

• Bundle de Vídeo

Faça uma campanha combinando o **Vídeo Takeover + Vídeo Sessão Patrocinada** para engajar os usuários enquanto utilizam o aplicativo.

• Vídeo Sessão Patrocinada

É um formato de vídeo que oferece a oportunidade do usuário receber 30 minutos de música sem anúncios se assistirem o vídeo do anunciante. Após assistir a mensagem em vídeo, um banner clicável será exibido para estimular o engajamento e iniciar a sessão de 30 minutos de música sem anúncios.

• Display Overlay

Alcance os usuários nos dispositivos Desktop e Mobile, apresentando um banner Display.

• Audios 3D / Binaural

Um formato de anúncio imersivo e que projeta diferentes sons para que o usuário tenha uma experiência única com o seu anúncio.

A Spotify fica responsável pela produção do áudio. A agência ou anunciante preenche um briefing, desenvolve o roteiro e após aprovação, em 2 dias úteis, é entregue o áudio para a campanha.

Confira um exemplo **neste link.**

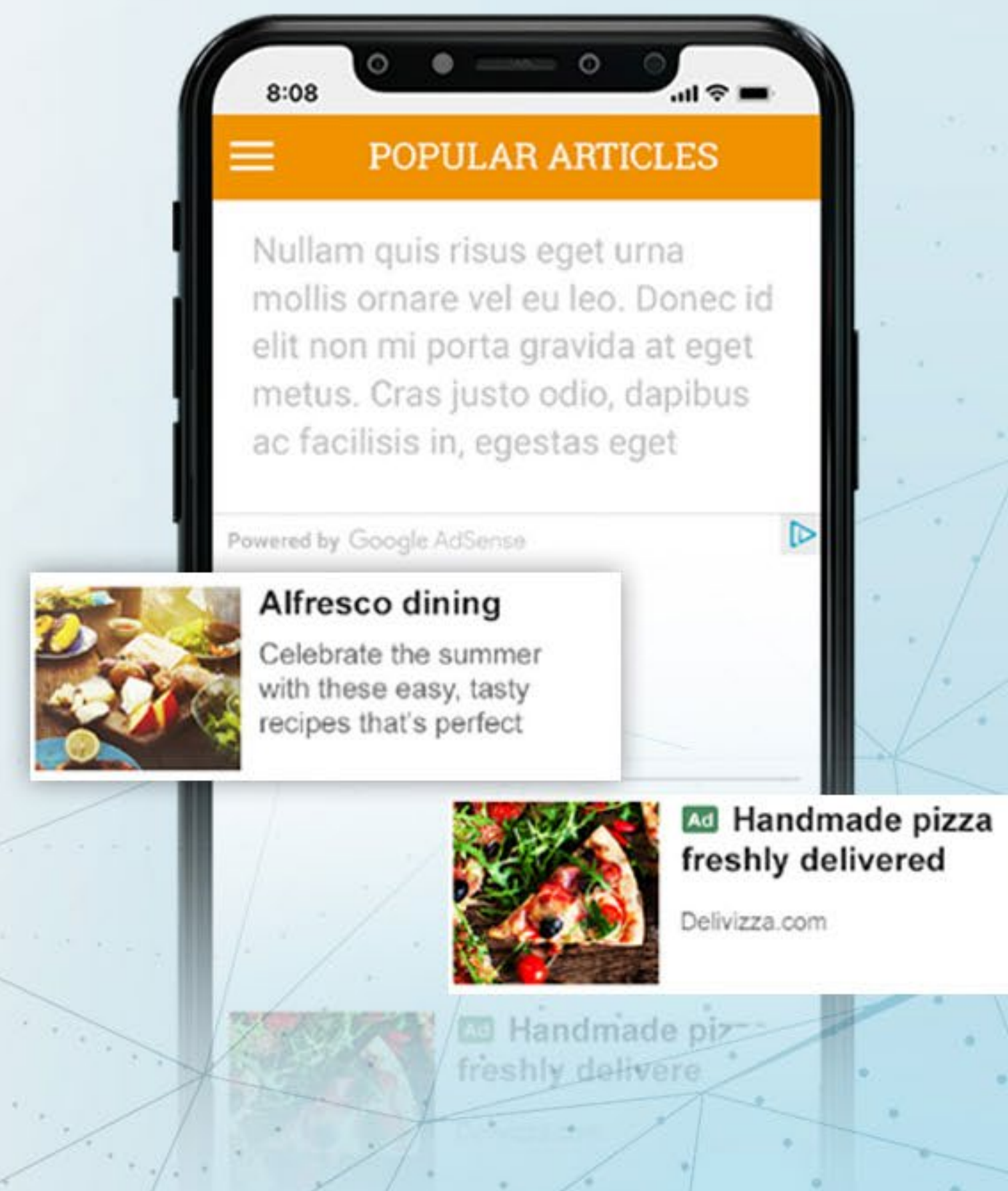
Native Ads

Formato de anúncio que aparece como uma recomendação de conteúdo em diversos portais de conteúdo e de notícias. Proporcionam uma experiência positiva para o usuário, por não serem intrusivos.

- > **Aumenta em até 18%** a intenção de compra dos usuários, por despertar a curiosidade de quem lê o conteúdo da página.
- > Formato **livre de bloqueios por tecnologias Adblock**, que podem estar instaladas no navegador do usuário.

Taboola™

Outbrain



Native Taboola

Plataforma de descoberta nativa in-feed que possibilita a presença de marcas e anunciantes dentro de publishers premium na Web, em escala abrangente e eficiente.

Acesso programático a 1.4 bilhões de pessoas ao redor do mundo através da maior DSP global; 100% dos posicionamentos de ads são exclusivas da Taboola, e “hard-coded” nos sites de parceiros.



Objetivos:

- **Tráfego para o Site**



Formatos Disponíveis:

É possível veicular anúncios native com imagem única, carrossel de imagens, Vídeo ou GIF

Segmentações Disponíveis:

Dados 3rd party e conteúdo semântico

[Confira as especificações](#)

Native Outbrain

Plataforma especializada em Native Ads que conta com uma rede de publishers premium e exclusiva ao redor do mundo, alinhando experiência, tecnologia e respeito ao consumidor.

Exemplos de publishers:

FOLHA
★ ★ ★

ESTADÃO

CartaCapital

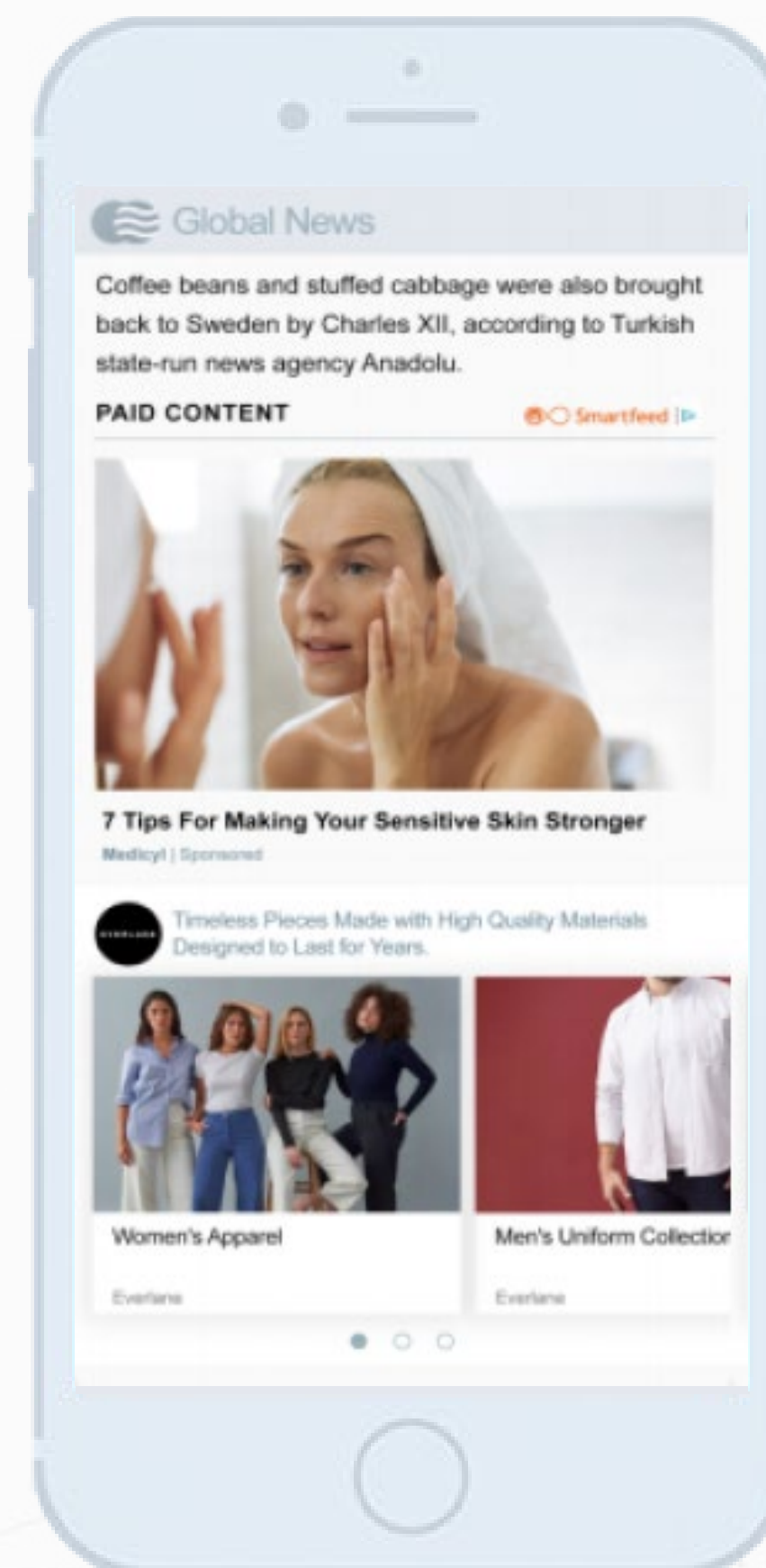
o antagonista+

OPOVO

InfoMoney

Ígria

país&filhos



Segmentações Disponíveis:

Dados third party, conteúdo semântico e retargeting



Objetivos:

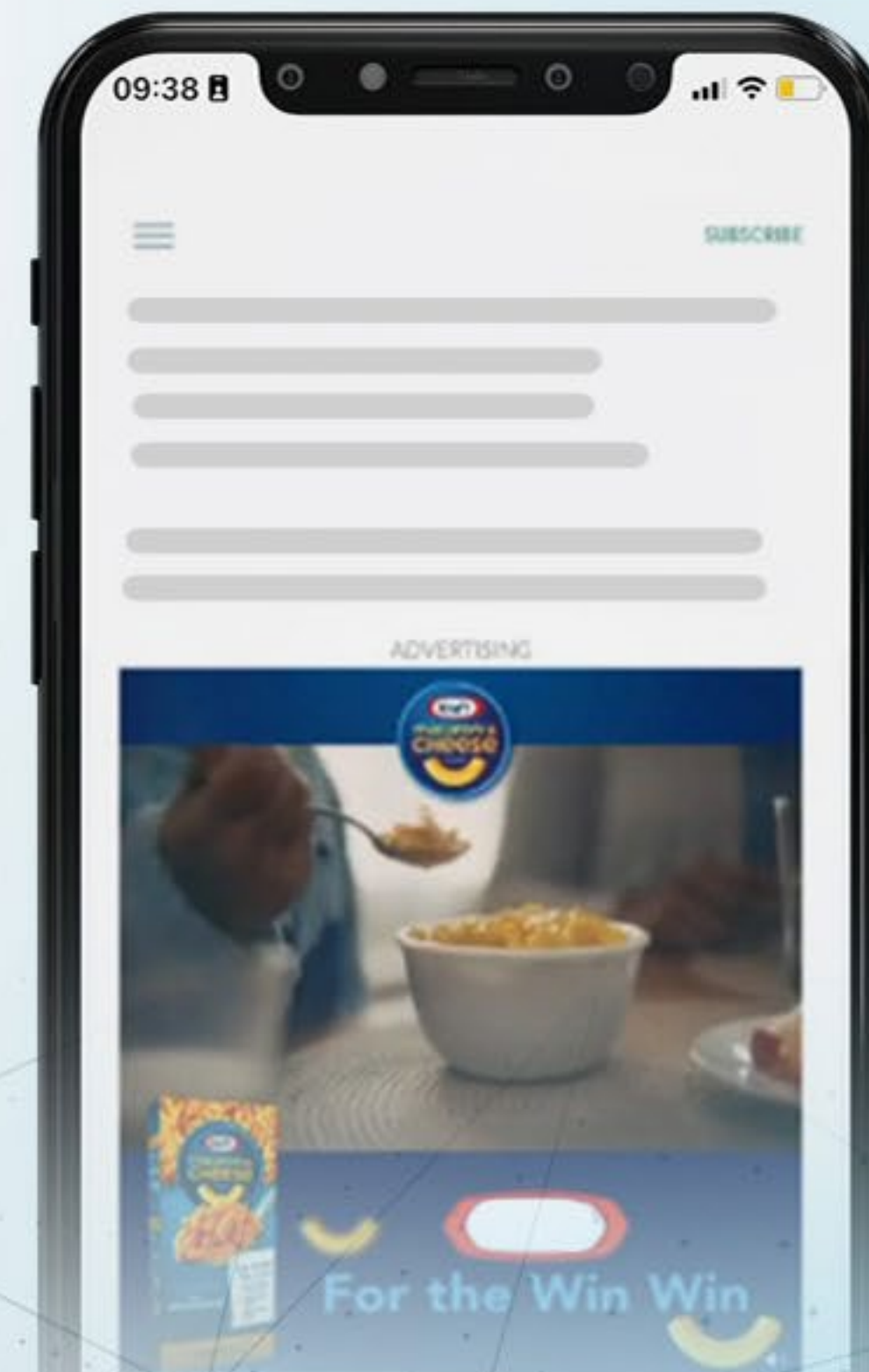
- **Visualização de vídeo**
- **Tráfego para o Site**
- **Conversões**

Confira as especificações

Teads

Vídeo in-read

Plataforma de mídia global que trabalha com os publishers mais conceituados do mundo. A rede Teads possui mais de **500 portais que produzem conteúdo de relevância**, e distribui mais de 1,5 bilhões de anúncios mensalmente.



Segmentações por Interesse:

- Automotivo
- Moda
- Beleza
- Luxo
- Saúde
- Comida
- Notícias
- Tecnologia
- Arte
- Ciência
- Animais
- Esportes
- Turismo
- Finanças
- Casa
- Decoração



Bloqueio de IP fraudulento via Double Verify

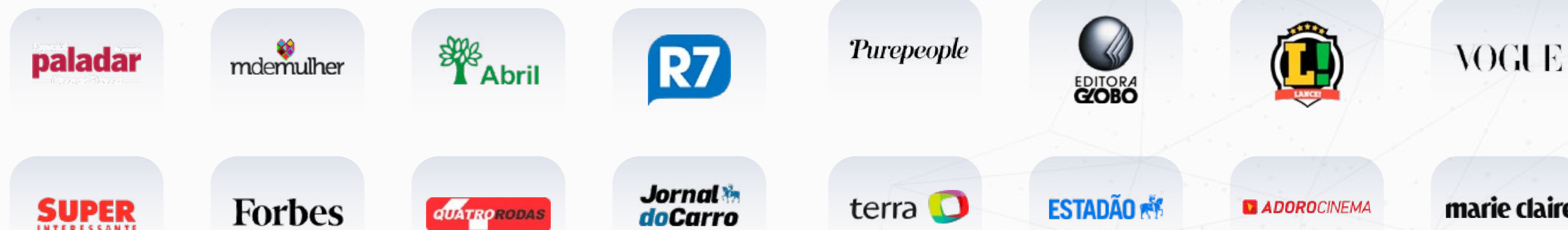


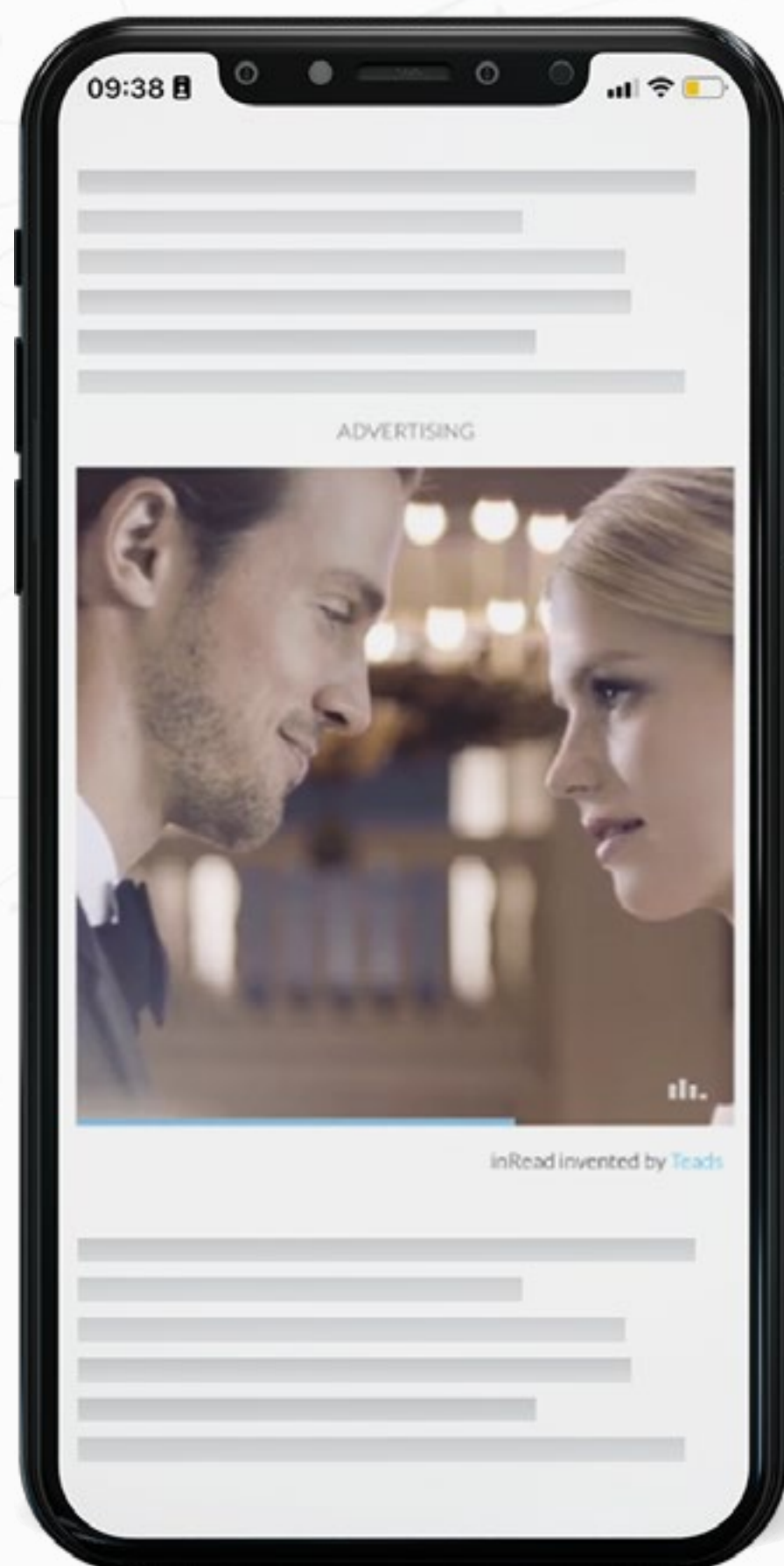
Brand Safety: bloqueio de palavras sensíveis em 18 categorias via Grapeshot



Viewability e Verificação de Tráfego Humano verificadas via MOAT

Exemplo de portais:





In Read Video

Videos de até 30 segundos inseridos em espaços premium de portais renomados, carregando apenas quando visíveis e integrados a jornada do usuário no site.



Objetivos:

- **Visualização de Vídeo**

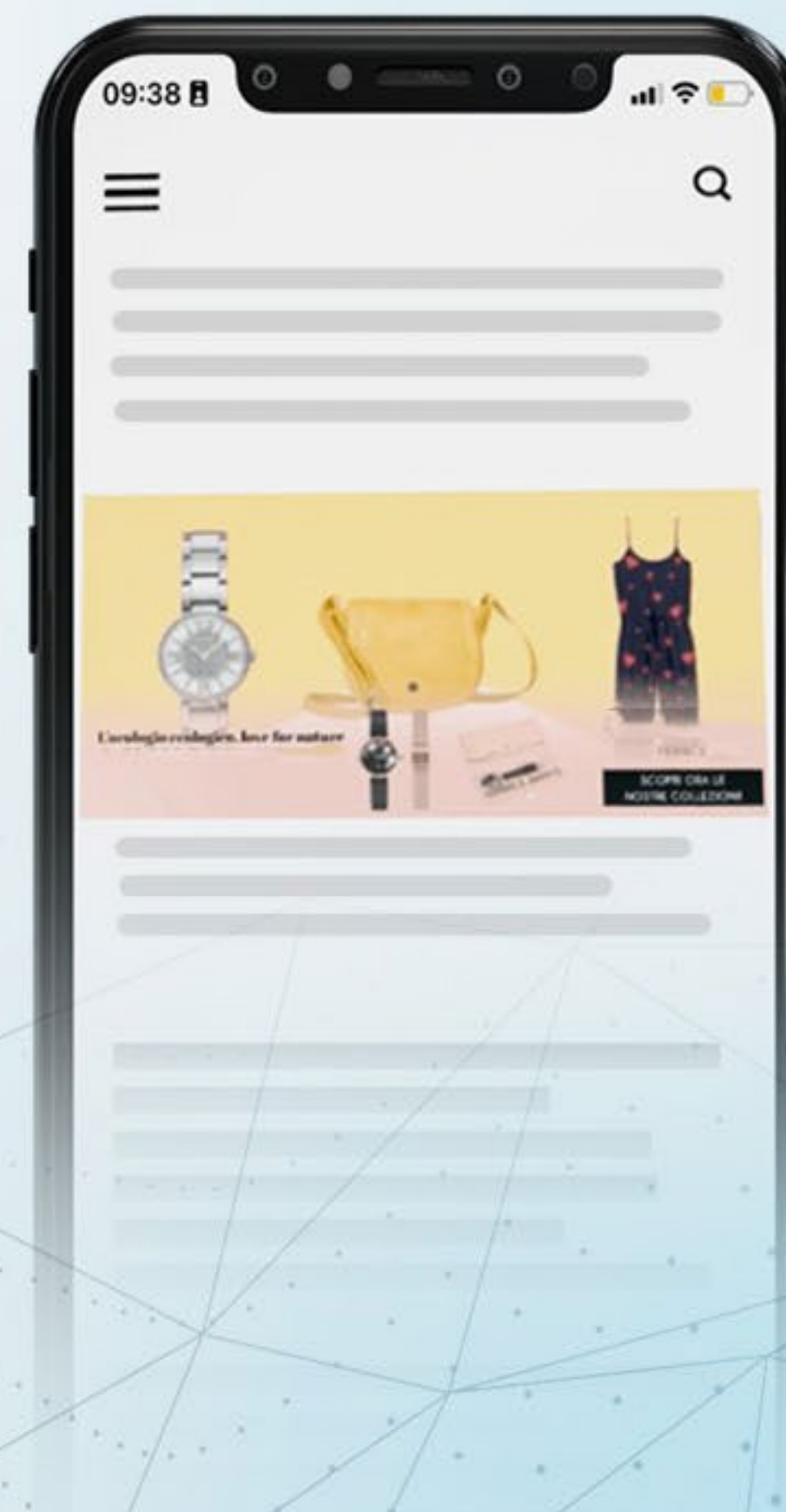
[Confira as especificações](#)



Anúncio In-Image

Primeira plataforma de anúncio In-Image na Europa e América Latina, a SeedTag entrega anúncios nos formatos Display e Vídeo, em uma rede de publishers premium. A publicidade aparece em cima das imagens que compõem a notícia do portal, impactando os usuários durante a leitura.

- > Usuários prestam **3x mais atenção** quando o conteúdo inclui imagens.
- > **85% dos usuários** expostos às soluções da Seedtag lembraram de ter visto o anúncio.



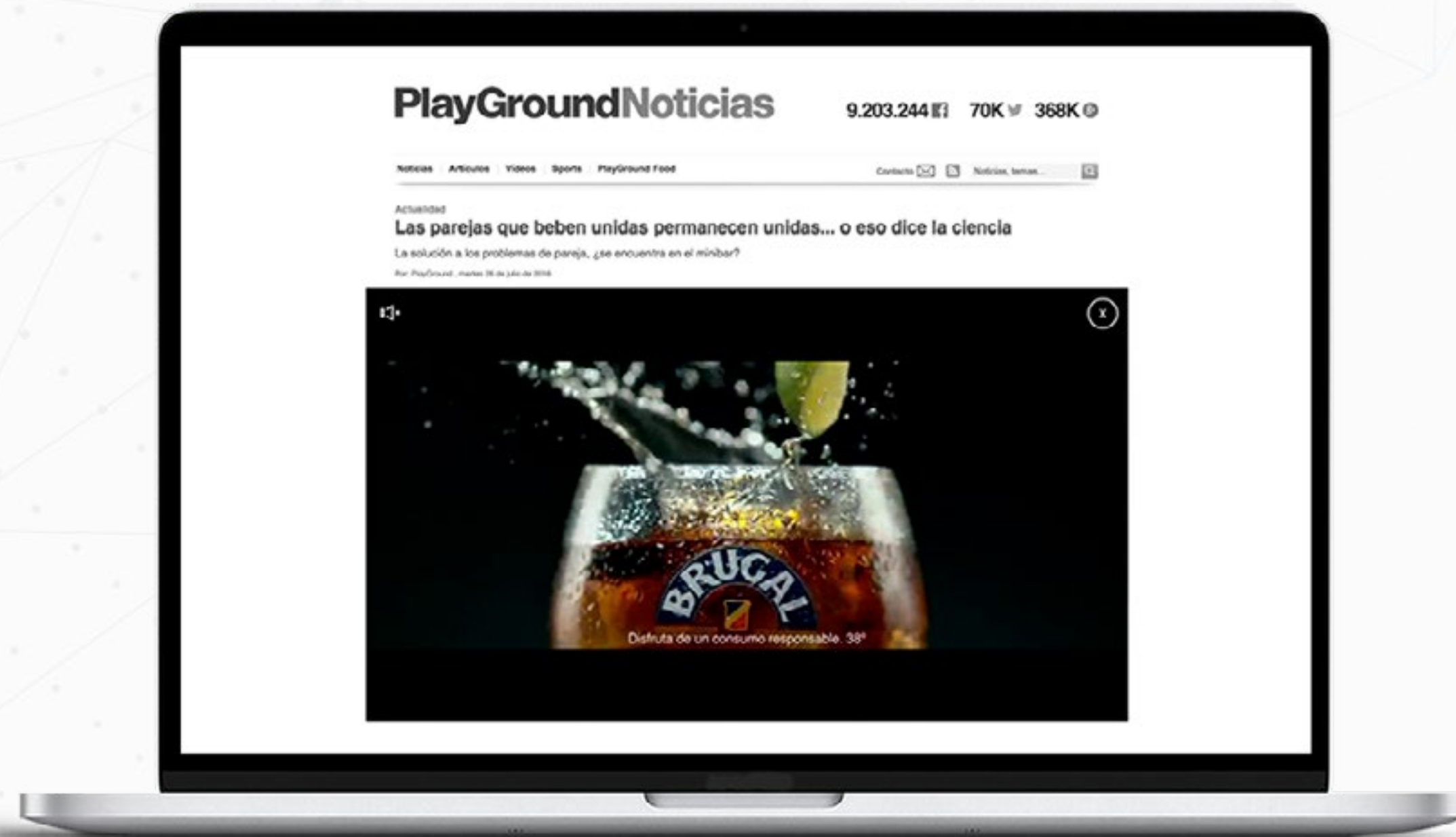
Segmentações por conteúdo das matérias:

- Arte e entretenimento
- Automóveis e outros veículos
- Beleza e Cuidados Pessoais
- Educação
- Meio Ambiente
- Fofoca
- Ciências
- Pets e animais
- Estilo de vida fitness
- Negócios e indústrias
- Família e paternidade
- Comidas e bebidas
- Saúde
- Esportes
- Viagem
- Notícias
- Moda e beleza
- Tecnologia
- Casa e Jardim

Tecnologia própria para análise de conteúdo semântico: combina a detecção de características nos textos e nas imagens usando Machine Learning para garantir entendimento do conteúdo. As informações abastecem a ferramenta de segmentação em tempo real, garantindo targets contextuais hiper precisos e sem cookies.

Exemplo de portais:





Exemplos:

www.seedtag.com/pt/formats

Vídeo In-Image

Vídeos de até 60 segundos que aparecem em cima da imagem do conteúdo do publisher, se ajustando ao tamanho da mesma. Vídeo lançado em autoplay, 100% visível e skippable desde o primeiro segundo.



Objetivos:

- **Visualização de Vídeo**

Confira as especificações

Display In-Image – Formatos IAB

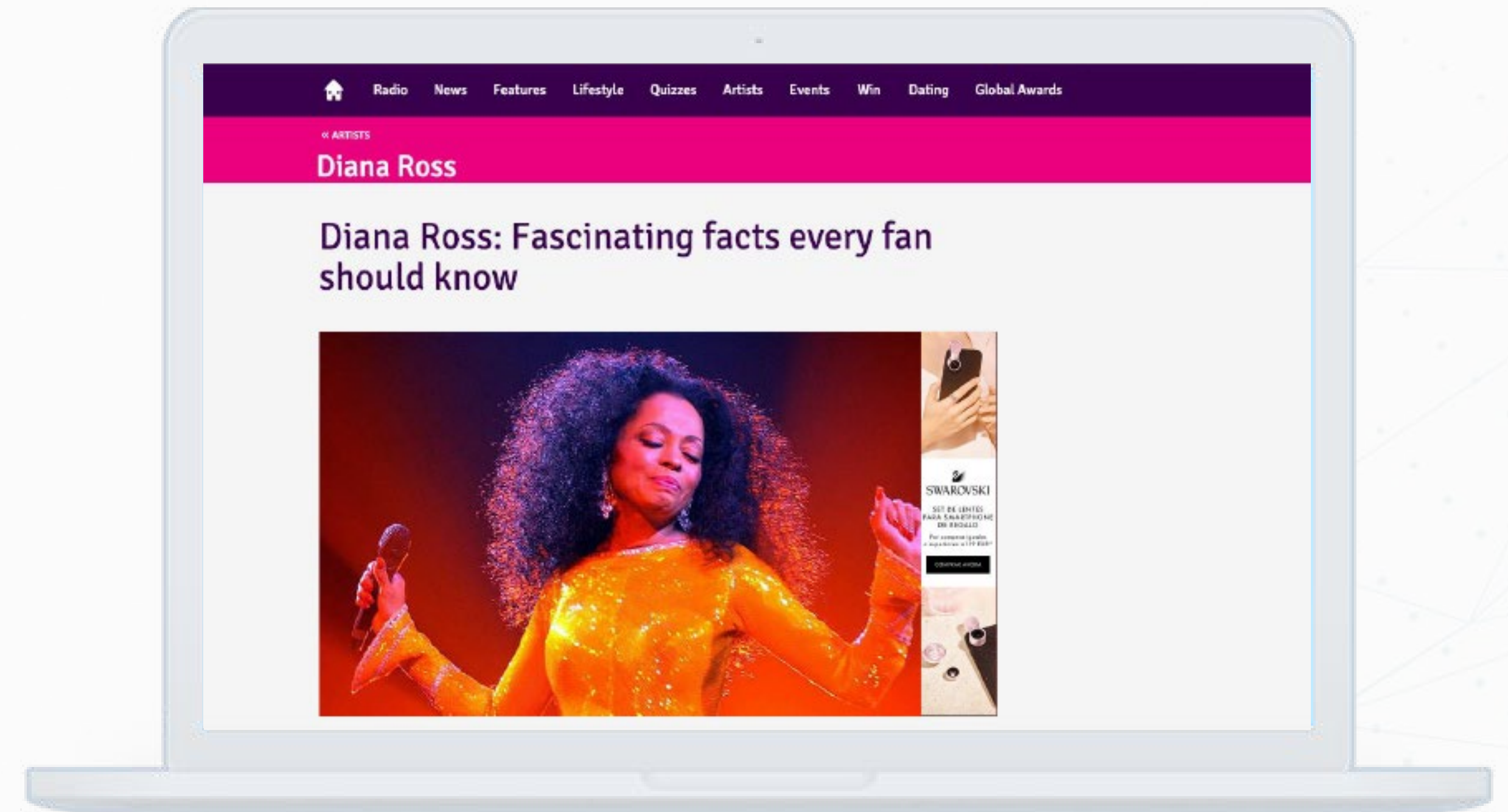
Imagens nos formatos Skyscraper (160x600 ou 120x600) e Leaderboard (728x90) para desktop e mobile, que se adaptam para aparecerem em cima da imagem do conteúdo do publisher. Não-intrusivo (possibilidade de fechar a qualquer momento) e alto índice de viewability.



Objetivos:

- **Reconhecimento de Marca**
- **Tráfego para o Site**
- **Conversões**

Confira as especificações



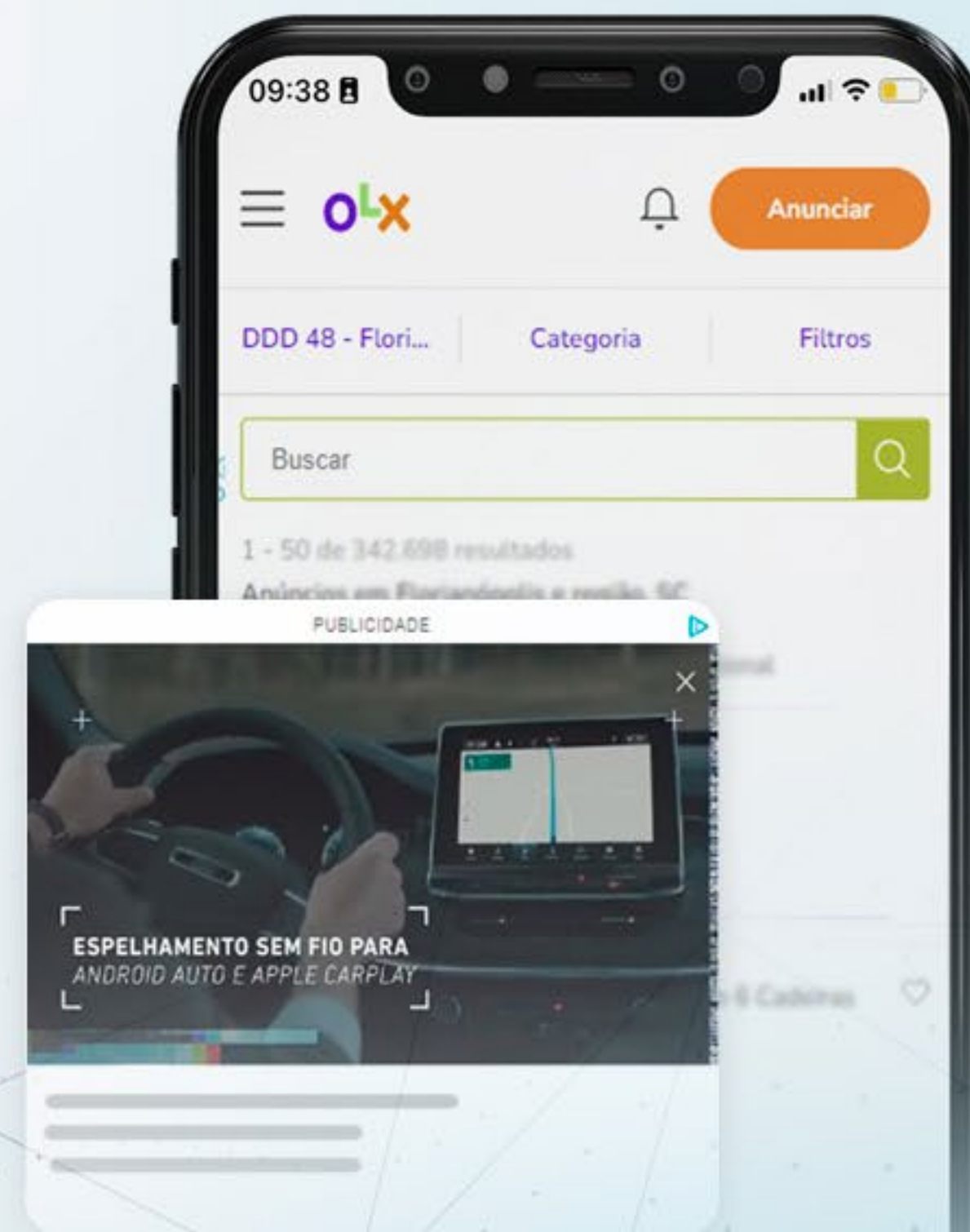
Veja os exemplos de formatos Seedtag: www.seedtag.com/pt/formats



Marketplace

O maior site brasileiro de compra e venda de produtos e serviços. Com mais de 14,5 milhões de anúncios veiculados por mês, a plataforma gera oportunidades para as marcas se comunicarem com compradores e vendedores de todo o Brasil.

- > **+6 milhões de usuários** acessam a plataforma diariamente via desktop e mobile.
- > **+50 itens** são vendidos por minuto e **+2 milhões** mensalmente.



Segmentações por Categoria



Auto e peças

19,2 milhões de usuários*



Imóveis

11,6 milhões de usuários*



Eletrônicos e celulares

8,9 milhões de usuários*



Para sua Casa

8,5 milhões de usuários*



Moda e Beleza

5,5 milhões de usuários*



Serviços

3,8 milhões de usuários*



Esporte e Lazer

3,2 milhões de usuários*



Artigos Infantis

3 milhões de usuários*



Agro e Indústria

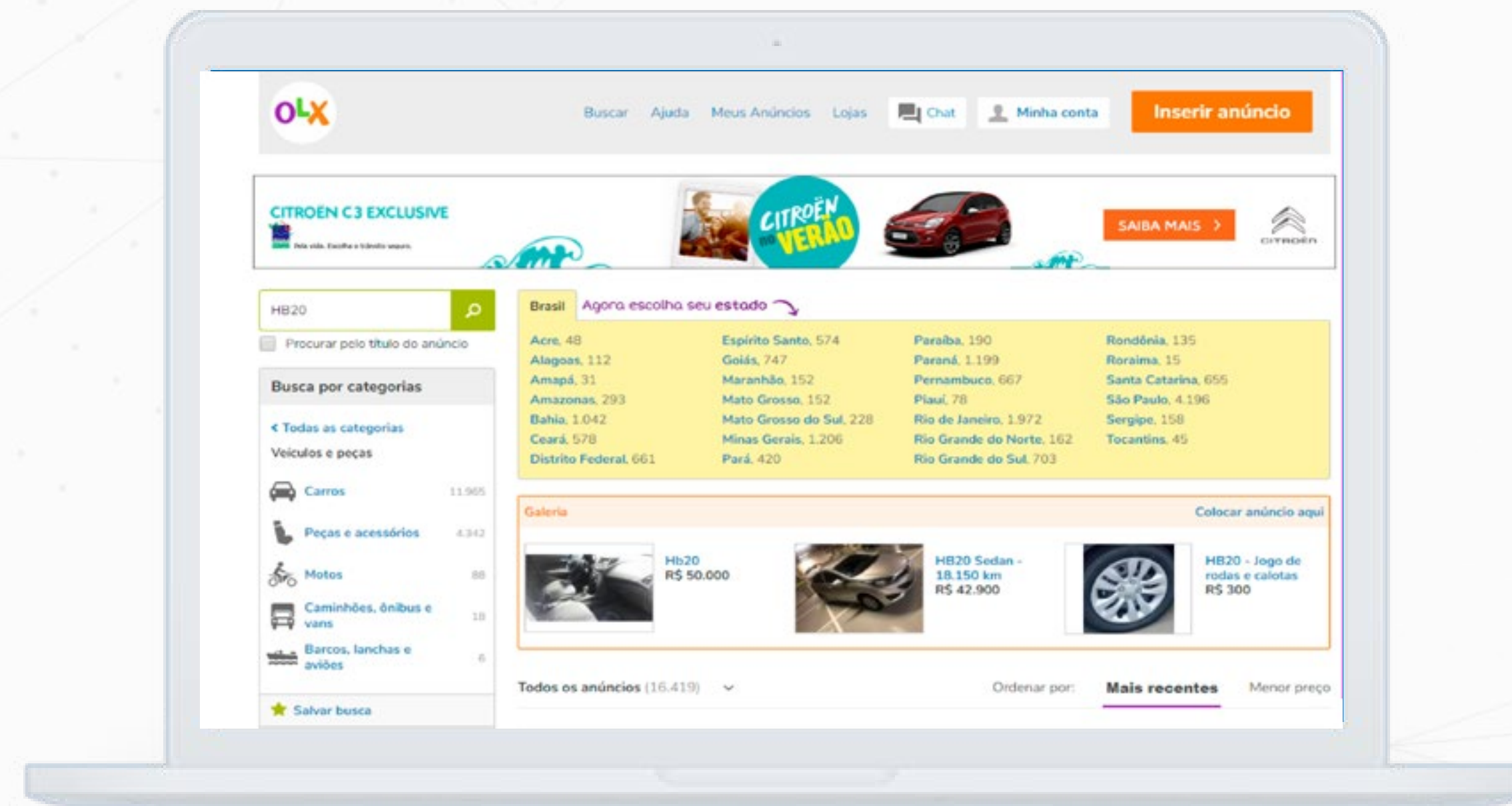
2,1 milhões de usuários*

*Número aproximado de usuários por categoria



Formatos Disponíveis

A OLX disponibiliza dentro de seu portal espaços de mídia display que podem ser usados por marcas em campanhas.



Especificações Banner Display:

Formatos: 728x90, 300x250, 320x50, 300x600 e 160x600

Material: Imagem, HTML5 e tags de terceiros



Objetivos:

- Reconhecimento de Marca
- Tráfego para o Site

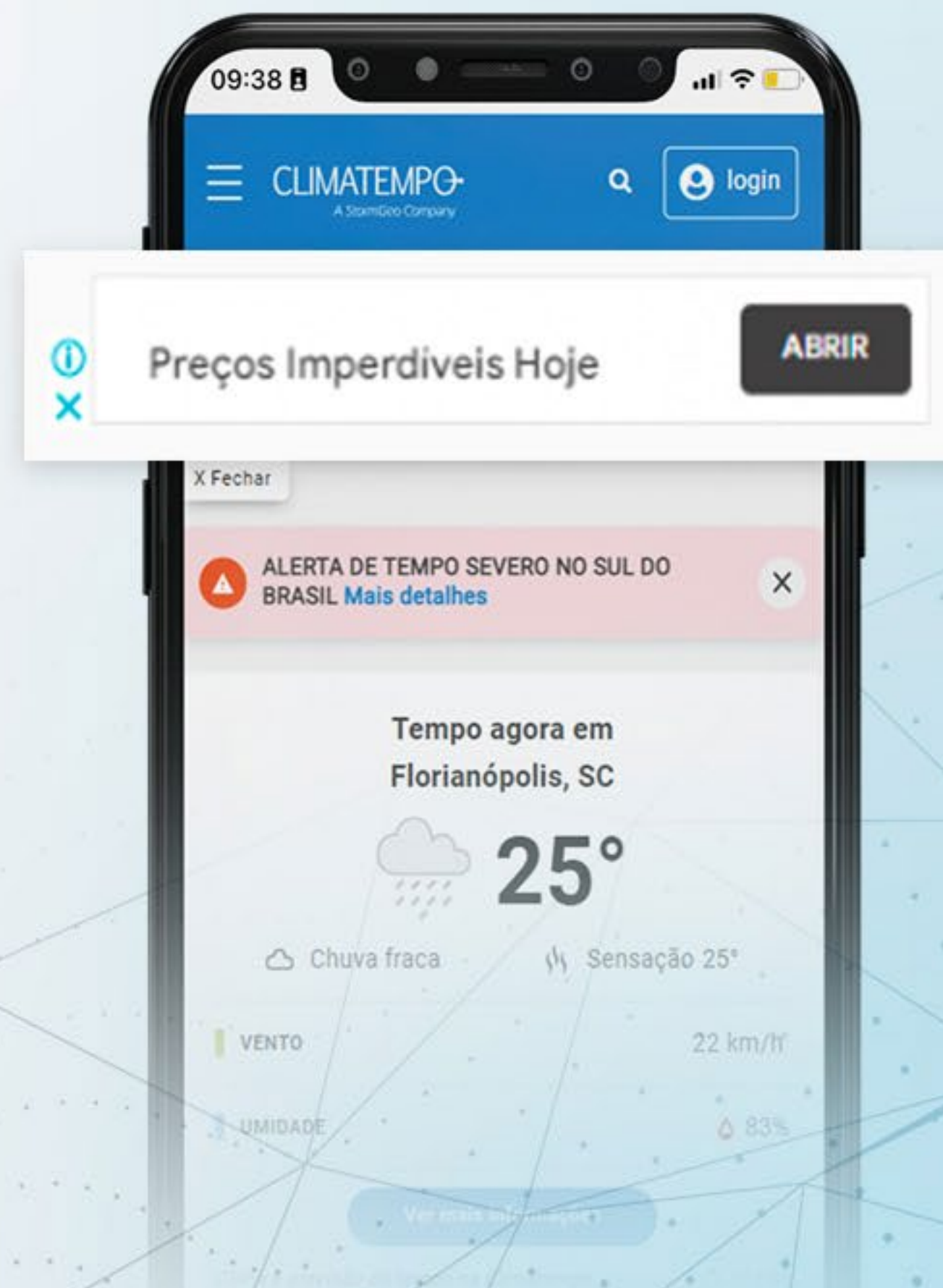
CLIMATEMPG

Site e Aplicativo de Meteorologia

Referência nacional em Meteorologia, a Climatempo fornece informações para diversos setores econômicos. Na área de mídia, a empresa trabalha com veiculação de espaços publicitários em seu site e aplicativo, usando tecnologias para relacionar campanhas a condições climáticas.

Presença do Climatempo na Internet:

- > **+15 milhões de usuários** únicos no site e **85 milhões de pageviews**
- > **+1,2 milhões** de usuários ativos no aplicativo



Filtros de condição climática



Através da tecnologia Climatedempo as entregas de mídia são otimizadas de acordo com condições climáticas como chuvas, Índice UV e sensação térmica de acordo com o objetivo de cada campanha.

Como o clima interfere nas decisões de consumo?



O clima é o segundo fator que mais influencia consumidores na hora das compras, atrás somente da Economia.



dos usuários de internet pesquisam a previsão do tempo para planejar seu dia, onde se encaixam momentos de compra.

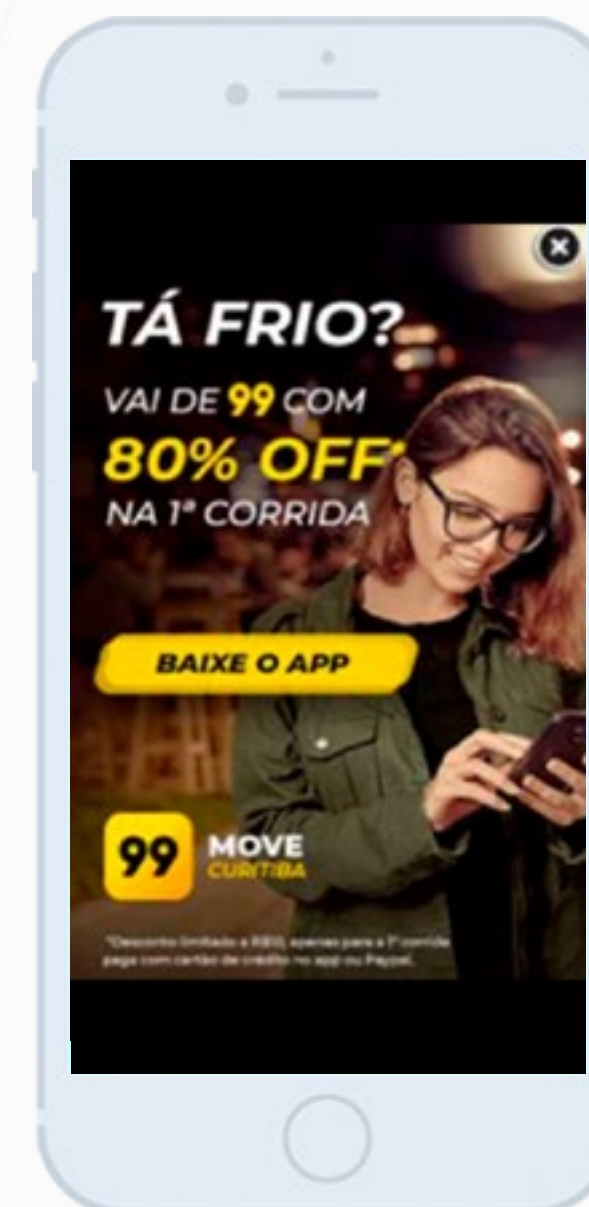


Determinados setores sofrem influência direta do clima, como cosméticos, moda, entretenimento, saúde, turismo entre outros



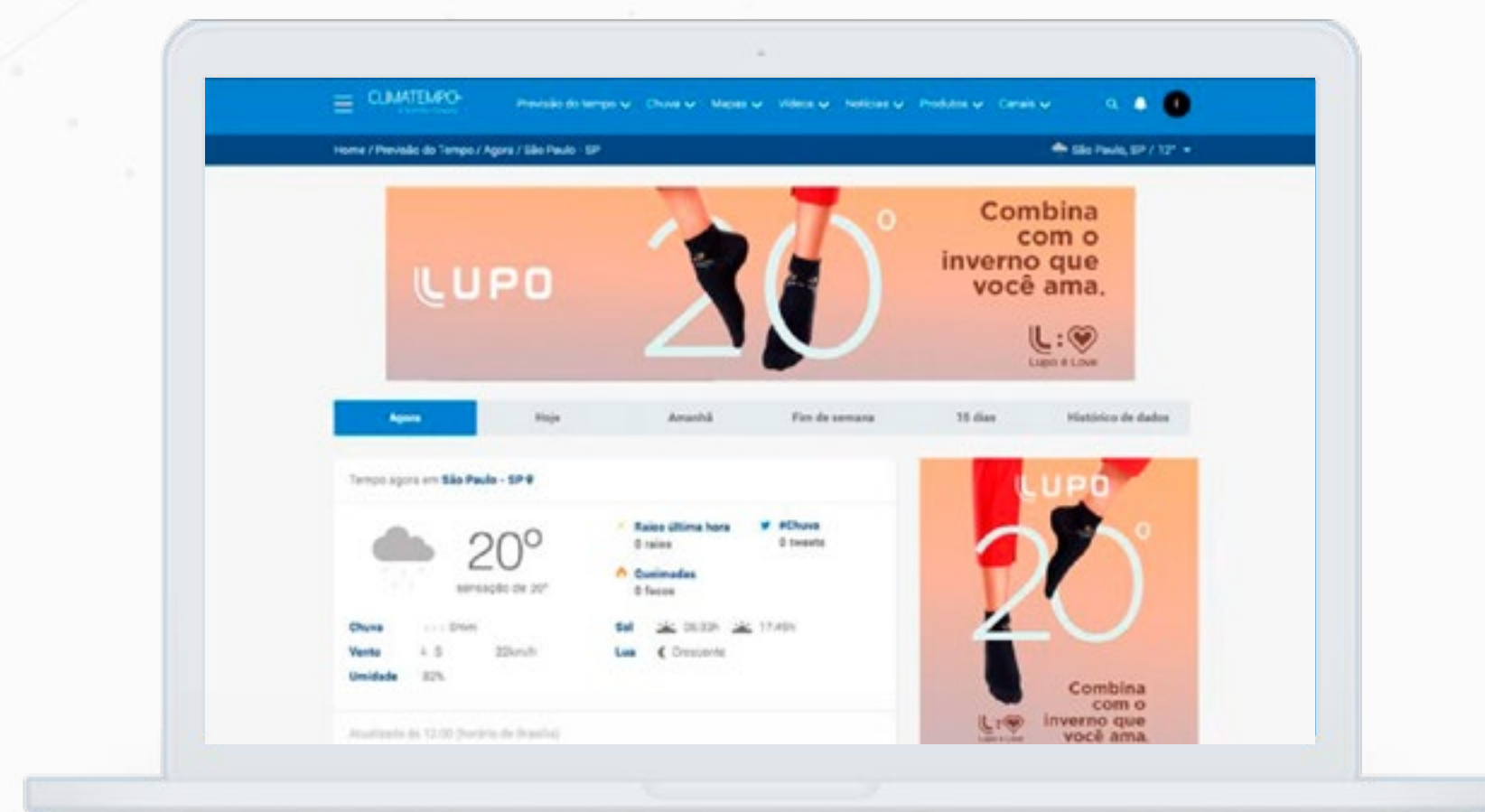
Banner no aplicativo

Espaços na interface do aplicativo climatempo



Banner Interstitial:

Cobre toda extensão da tela do aplicativo, com alto índice de Viewability



Banner IAB no site:

Tipo de compra: CPM
Entrega: Web e Mobileweb
Formatos: Padrão IAB



Objetivos:

- **Reconhecimento de Marca**
- **Tráfego**

Confira as especificações **neste link**

tinder

Aplicativo de Relacionamento

O aplicativo de encontros Tinder faz parte da rotina de um público conectado, que busca por entretenimento e momentos de descontração. Em 2020, registrou um crescimento de 15% no segundo trimestre, chegando a um total de 6,2 milhões de assinantes.

- > Os usuários passam em **média 1 hora por dia conectados.**
- > A faixa etária predominante dos usuários é **entre 18 a 25 anos.**



Formatos Disponíveis:

A publicidade aparece em cards, simulando o formato que o usuário já utiliza dentro do Tinder, com a opção de deslizar para os lados.



Native Display Card:

Banner 1536x1536
Nome da marca e sub-título



Objetivos:

- Tráfego para o Site



Native Video Card:

Vídeo de até 15 segundos
Nome da marca, subtítulo e botão de ação.



Objetivos:

- Visualização de Vídeo

Segmentações:



Gênero



Idade



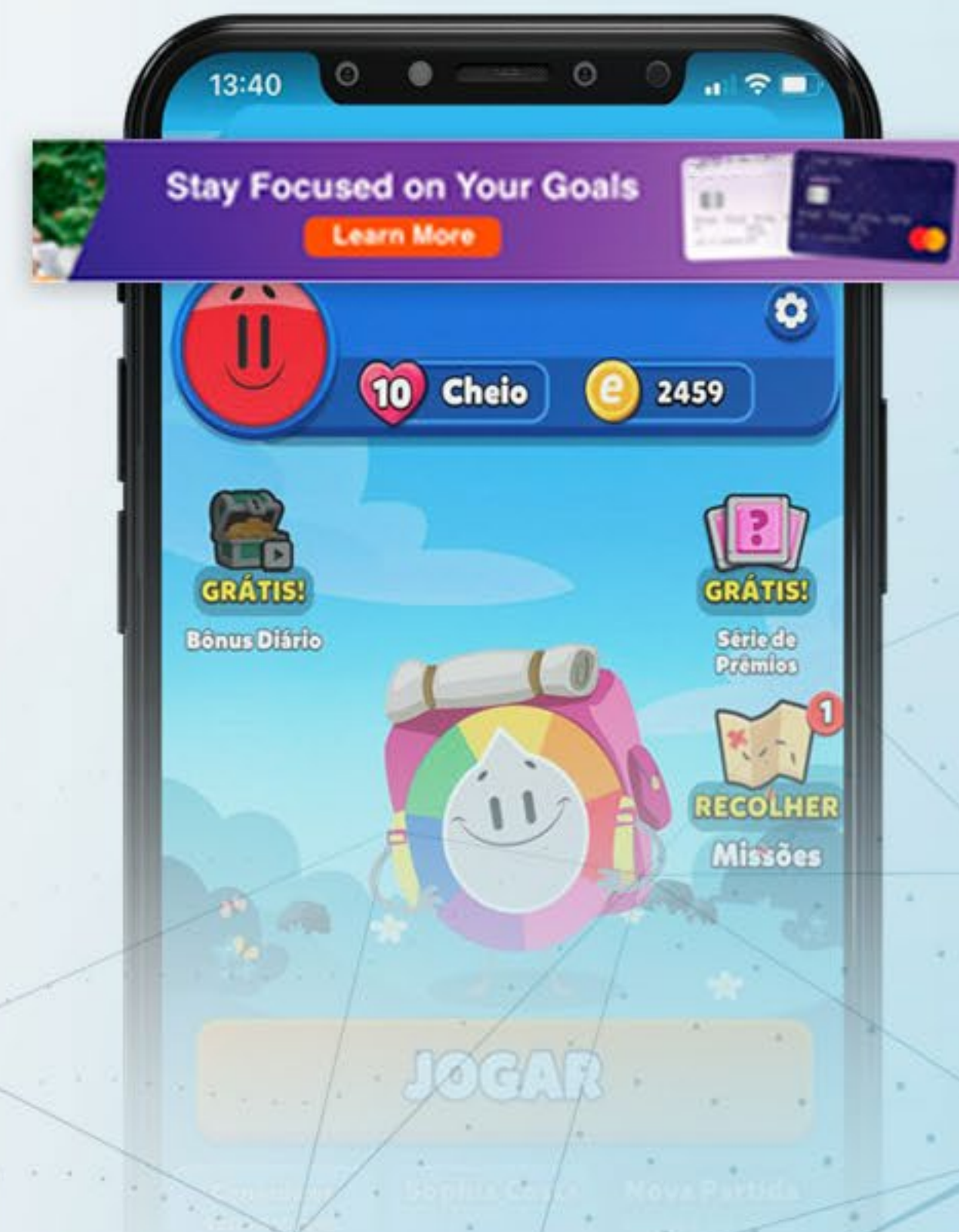
Região

[Confira as especificações](#)

Jogos Mobile

Alcance a audiência dos aplicativos de jogos mais populares do mercado, como o Perguntados, Angry Birds e Fruit Ninja. Com mais de **2.200 jogos**, a rede da flame ads by etermax, permite a veiculação de anúncios durante as partidas, como forma de bonificar o usuário ou construindo um jogo personalizado para a marca.

- > No Brasil são **mais de 76 milhões de jogadores** mobile
- > **16 aos 34 anos** é faixa etária predominante dos jogadores
- > **32% dos brasileiros jogam** por mais de uma hora diariamente



Segmentação Contextual:

Seleção de Jogos por categoria, exemplo:



Arcade, Ação, Aventura

Afinidade com públicos entre 13 – 24 anos



Esportes, Corrida e Estratégia

Afinidade com públicos entre 13 – 24 anos



Trívia e Conhecimento

Afinidade com públicos entre 18 – 45 anos



Cartas, Tabuleiro e Cassino

Afinidade com públicos entre 25 – 35 anos





Display:

Banner 320x50.

Geralmente está localizado na parte superior ou inferior da tela.

CTR: 0,20%



Objetivos:

- Tráfego



Interstitial:

Banner 320x480.

Cobre toda a tela.

É exibido quando uma partida é encerrada

CTR: 1,15



Objetivos:

- Tráfego



Rewarded Video:

Publicidade do tipo "Opt in".

O usuário interage com uma publicidade em troca de uma recompensa.

CTR: 4%



Objetivos:

- Visualização de Vídeo

Confira as especificações

Playable Ads

É um formato não intrusivo que oferece aos usuários uma experiência imersiva e divertida.

Você manda seu briefing e o jogo personalizado é montado especialmente para sua marca. Ao final do jogo é exibido um vídeo de até 30" ou um banner com chamada para ação.

Os formatos interativos favorecem a geração de uma **maior fidelização com a marca** além da sua capacidade evocativa e de percepção.

Confira dois exemplos de jogos aqui:

- **Ministério da Saúde**
- **Moet & Chandon**

[Confira as especificações](#)





Tv Conectada (CTV)

Dispositivo conectado à internet que permite acesso a conteúdos. A entrega de anúncios no formato de Vídeo acontece em tempo real, impactando os usuários durante a programação.

- > **40% dos usuários** pausaram o conteúdo para comprar ou aprender mais sobre um produto mencionado em um anúncio.
- > **32% de aumento na percepção** de que a marca tem uma história única para contar em comparação com a TV Tradicional.



Como Funciona



Smart TVs

Os modelos de TV mais recentes geralmente incluem aplicativos OTT pré-instalados ou oferecem aos usuários a opção de download.



Dispositivos de Streaming e Consoles de Jogos

Apps podem ser pré-instalados ou baixados no dispositivo.

Exemplos:

Consoles de Vídeo-Games



Smart TVs

SAMSUNG



VIZIO

Streaming Hardware



ROKU



Segmentações Disponíveis



Região Geográfica

Entrega de anúncios para dispositivos conectados em determinada localização: Capitais, Estados e País.



Contexto

Categoria do conteúdo que o usuário está assistindo no momento.

Exemplos por contexto:

- > Infantil
- > Esportes
- > Notícias
- > Culinária
- > Lifestyle
- > Entretenimento



Formatos Disponíveis

Veiculação de anúncios de vídeo em Smart TVs e dispositivos externos (console de jogos, streaming hardware, entre outros).



Especificações:

Vídeos de 15 a 30 segundos

Formatos: MP4

Resolução: 1280x720



Objetivos:

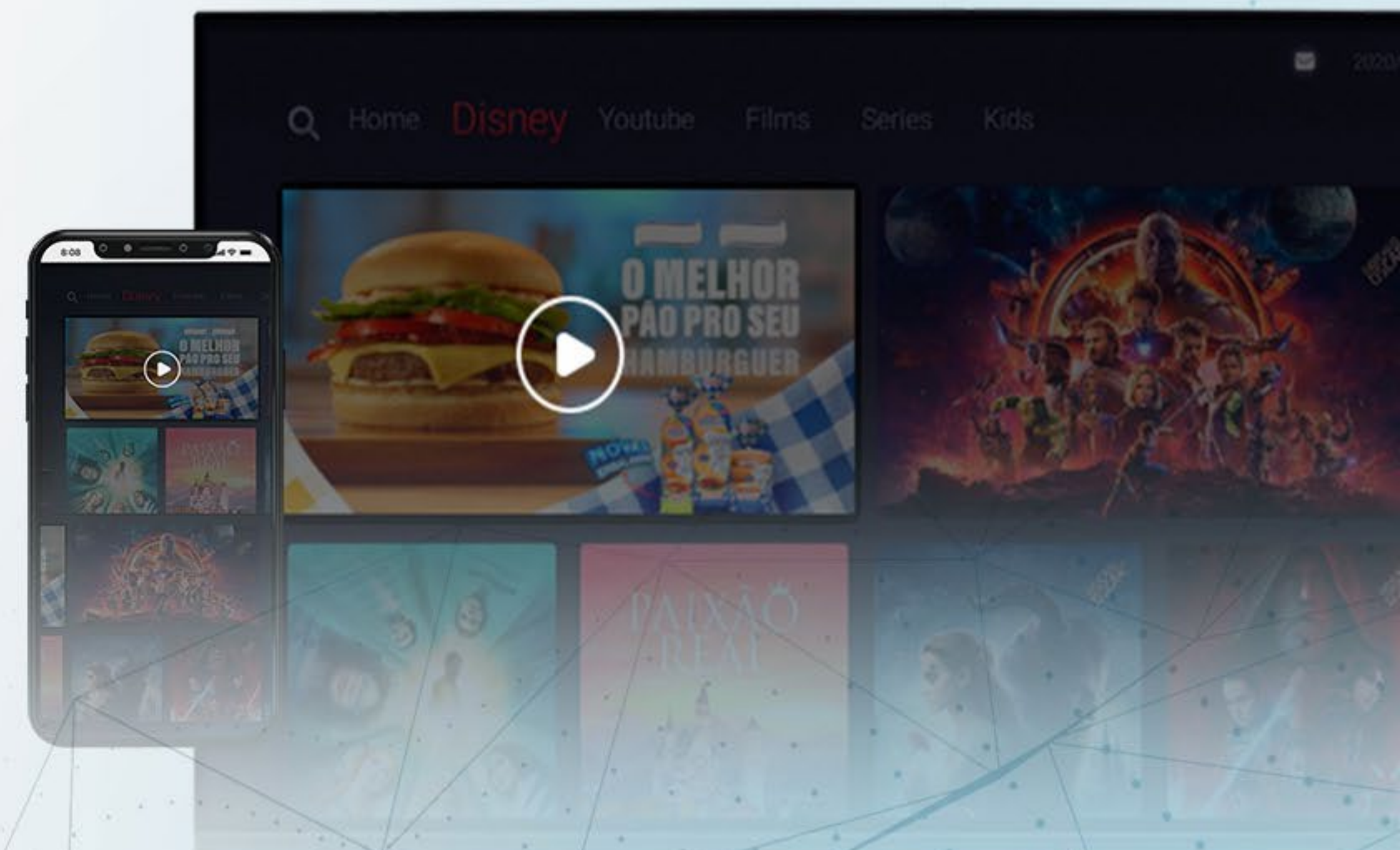
- **Alcance**
- **Reconhecimento de Marca**



Soluções TV Sync

Permite sincronizar **Campanhas Offline** (Rádio e TV) com **Campanhas Online** (Programática e Redes Sociais), gerando uma ação **Omnichannel** em tempo real.

- > **30% das pessoas** que assistem um comercial e se interessam pelo produto vão pesquisar na internet.
- > **90% dos brasileiros** assistem televisão com o celular na mão como segunda tela.
- > **Otimiza o plano de mídia em até 25%**, cruzando dados da veiculação na TV com Web Analytics.



Como funciona:

Ao fazer uma campanha com a Publɪya, você poderá solicitar a contratação da plataforma Tunad para o monitoramento das inserções feitas pela sua marca na rádio ou TV e também das marcas concorrentes.

Overview do processo:



Monitora

+5000 TV/Radio
+100 campeonatos
de futebol

Clima e condições de
trânsito nas principais
cidades do mundo.



Identifica

Detecta eventos e
conteúdos relevantes
em **Tempo Real**



Aciona

Mídia Programática
Search
Redes Sociais
Mobile



Mensura e otimiza

Compare a efetividade
das estratégias de TV
e do ambiente online.
Identifique melhorias
para as campanhas
online e offline.



Soluções Out of Home

O setor ocupa o terceiro lugar no share publicitário do Brasil, o que representa **R\$ 1,3 bilhão de investimentos**, segundo pesquisa do Cenp-Meios. Esses dados colocam a mídia OOH atrás apenas da TV aberta e internet.



Formatos Ad Mooh

Com foco em estabelecimentos comerciais e de serviço (salões de beleza, clínicas por exemplo), empresa conta com **mais de 1.400 telas**, que geram mais de **1 bilhão de impactos** mensalmente.

Exemplos de utilização:

Vídeos com duração de 15 segundos

Os vídeos não podem ter áudio, para campanhas com mais de um formato deve-se produzir uma peça para cada formato.

* Disponibilidade das telas e Valores sob consulta.



Formatos Elemidia

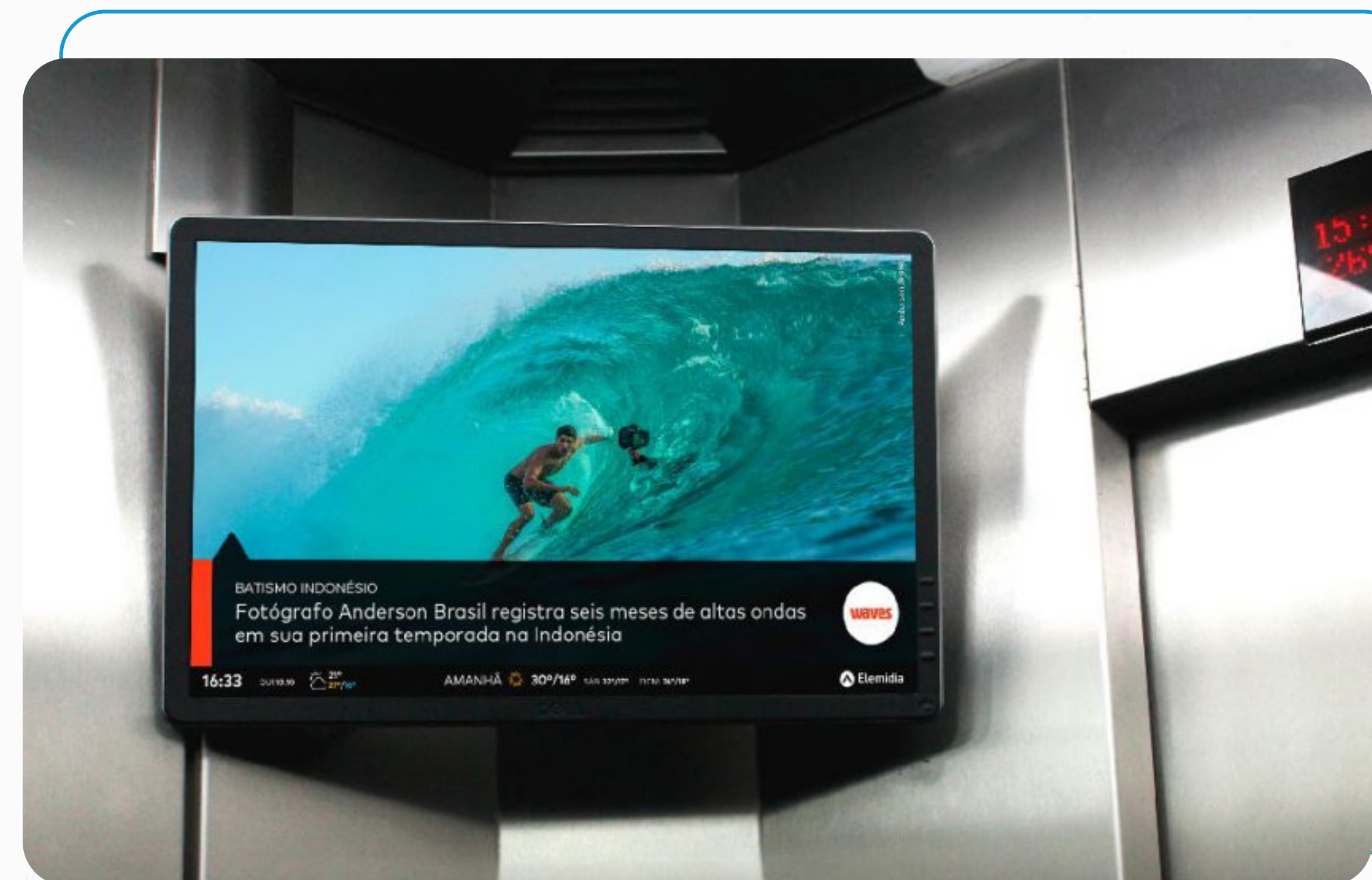
A Elemídia trabalha com telas em elevadores, em espaços como shoppings, edifícios corporativos e residenciais

O alcance semanal da rede é de **10 milhões de pessoas**, com uma cobertura de 16 mil telas, distribuídas em 52 cidades. Além disso, **55 mil empresas** estão alocadas nos ambientes de cobertura da rede

Especificações:

A veiculação dos anúncios é feita de **maneira inteligente**, levando em consideração horário, tipo de ambiente, temperatura e geolocalização.

**Disponibilidade das telas e Valores sob consulta.*





publiza
Mídia Programática

 +55 (48) **3025-7221**

 www.publiza.com



Rodovia José Carlos Daux, 500 – Sala 302
Techno Towers | João Paulo, Florianópolis – SC