

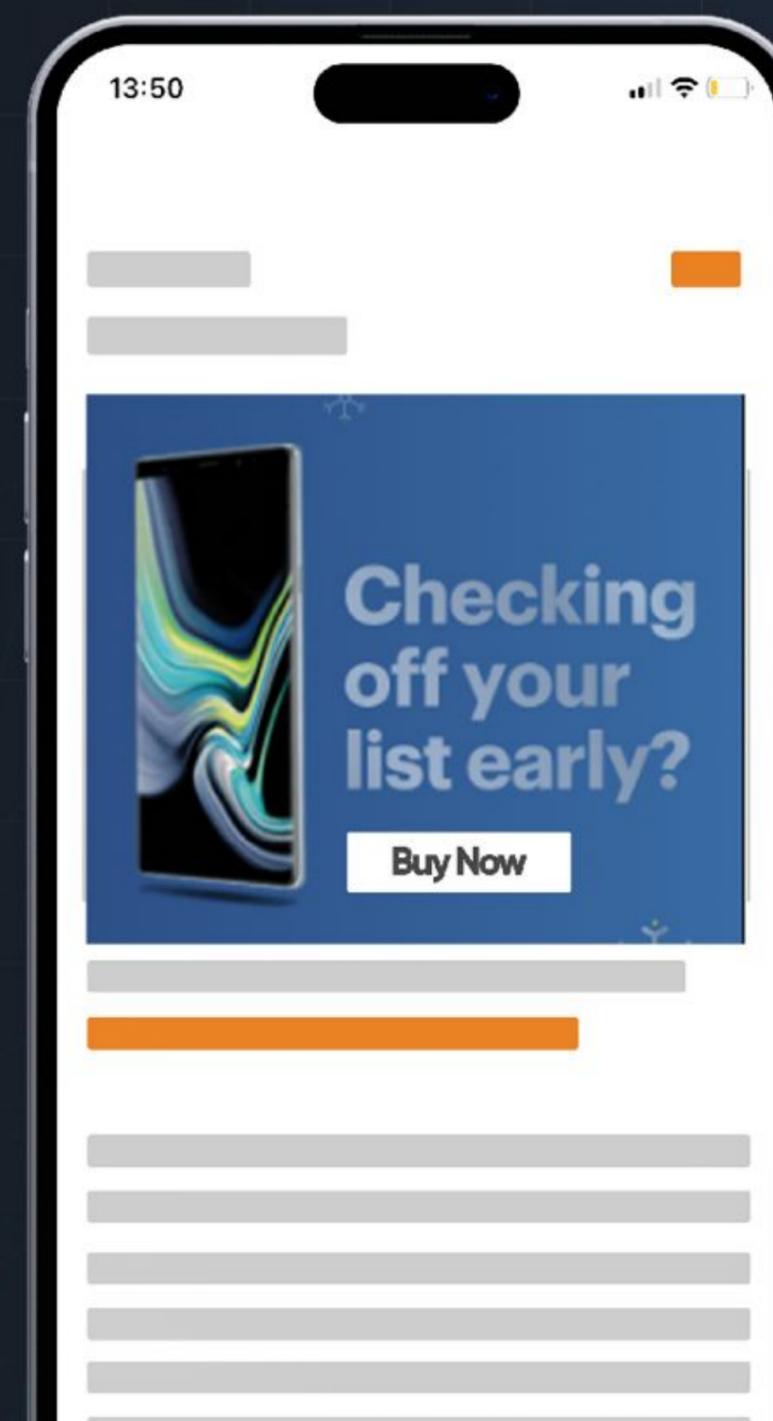
Mídia
Kit

**Mídia
Programática**

• O que é Mídia Programática

A Mídia Programática é o resultado da evolução natural do mercado publicitário, e pode ser definida como 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.



Vantagens da Programática



Entrega de anúncios em diferentes **portais e aplicativos**, com alcance de quase 100% dos sites brasileiros, sem a necessidade de negociação direta.



Entrega de anúncios personalizados de acordo com as características do público-alvo e com a etapa na jornada de compra.



Veiculação de anúncios nos principais formatos: **Display, Vídeo, Áudio, Native Ads, Out of Home e TV Conectada.**



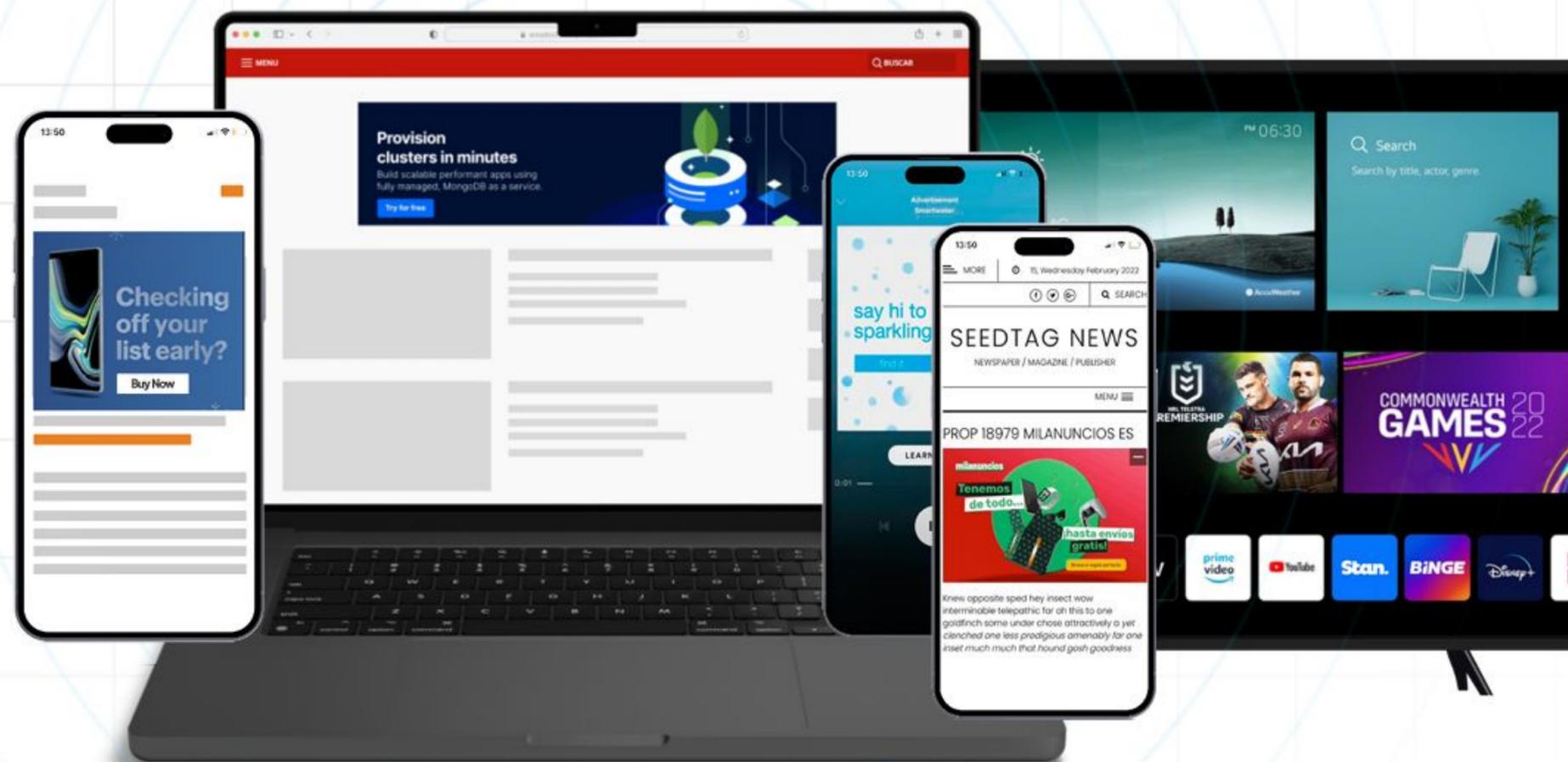
Segmentação dos usuários de acordo com o perfil e comportamento de navegação na internet, criando campanhas personalizadas para públicos específicos.



Acompanhamento das campanhas em tempo real, permitindo identificar os resultados e ajustes que podem ser feitos para potencializar seu desempenho.

Seus Anúncios na Prática

- Display
- Vídeo
- Áudio
- Native Ads
- CTV



[Confira as especificações](#)

Objetivos de Campanha



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 Publya 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**



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 do site e Email Marketing**
- **Onboarding de Dados**

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



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.

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



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.

Hyperlocal

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**
- Mídias **Vídeo**

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.

**pessoas que estão no local com min de 1km*

- **POI Location** - Pessoas que passaram no local

- Tipos de estabelecimento
Restaurantes, escolas, shoppings, etc.

**Avaliar a disponibilidade do endereço/categoria.*

Sitelist

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

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

⚡ Disponíveis para:

- Mídia **Display**
 - Mídias **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 Publly são fornecidos por empresas como DoubleVerify, Peer39, IAS e Google.

Disponíveis para:

- Mídia **Display**
 - Mídias **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.

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**
- Mídias **Vídeo**

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 Publya mapear os usuários que abriram o e-mail.

Disponíveis para:

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

** 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 Publya 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 Publya 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 Publya 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:

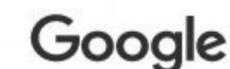
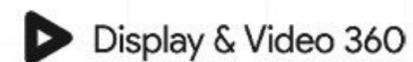
Mapeamento:

- 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:



Mídia
Kit

**Soluções
Especiais**

• **Áudio Digital**

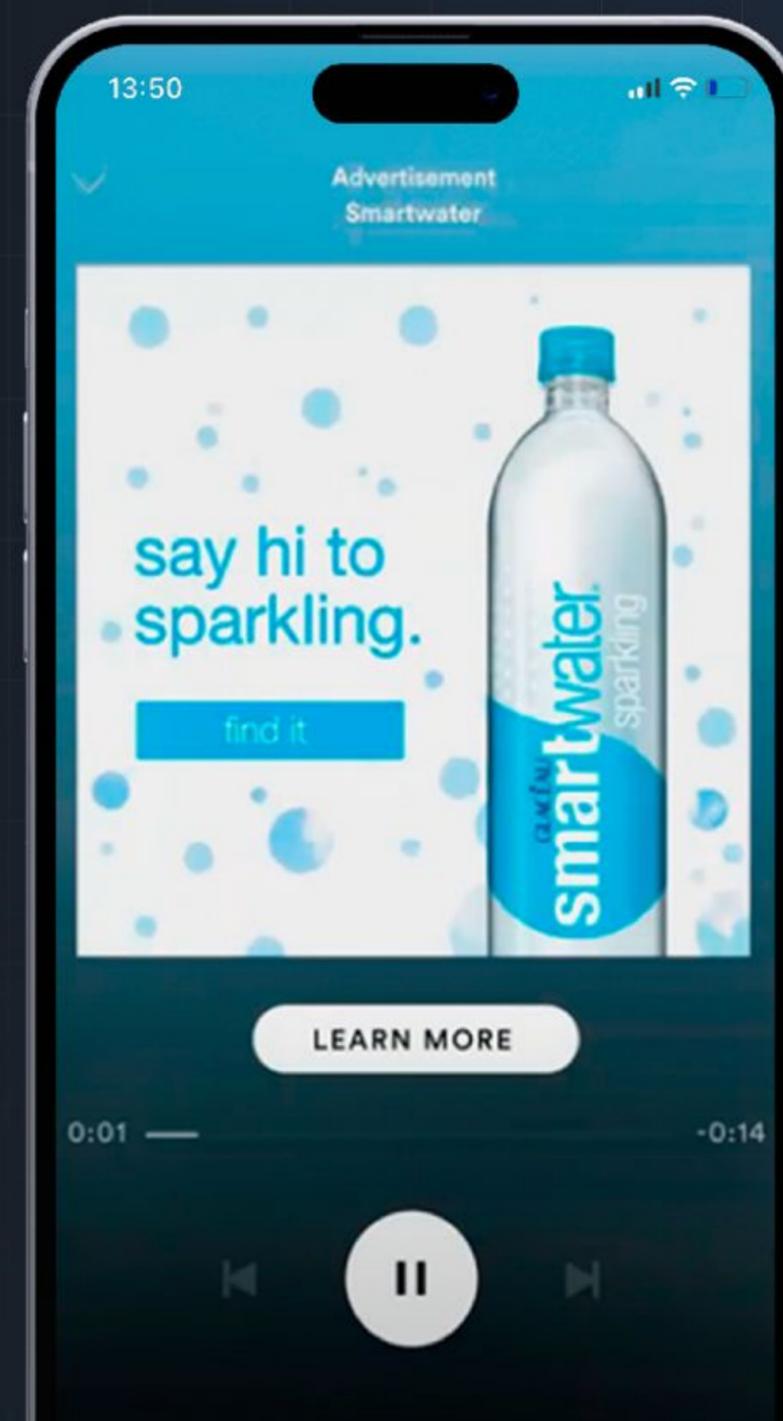
As plataformas de **streaming, podcasts e rádios online** alcançam consumidores brasileiros de todas as faixas etárias e classes sociais. Com os anúncios de áudio digital, as marcas podem fortalecer sua presença em momentos “sem tela”, se conectando com os usuários durante atividades rotineiras como: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

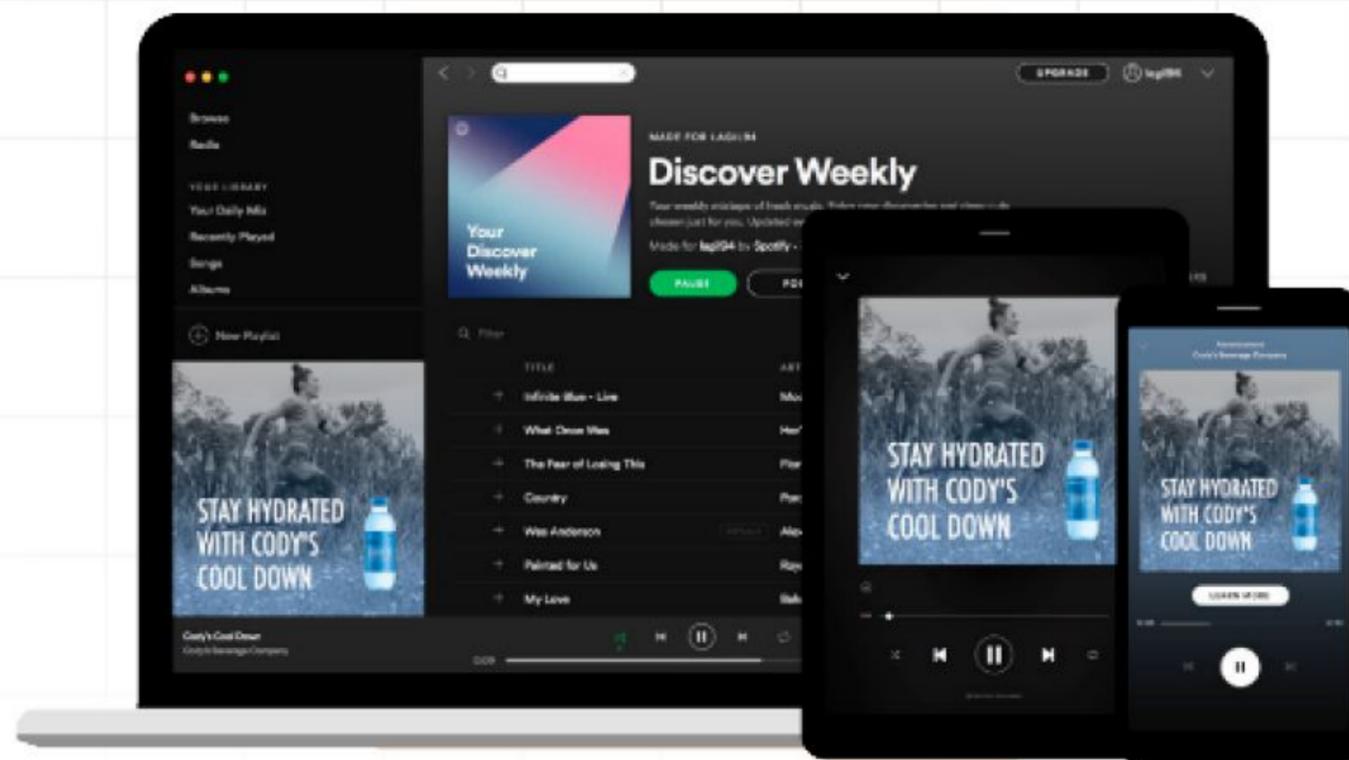
- Rádio Cidade
- Blomberg Radio
- Nova Brasil FM
- Sua Música
- Nova FM Campinas
- Áudio Globo
- Mix Rio



[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](#).

Formatos Disponíveis

- **Spots de Áudio**

Formato: MP3, OGG ou WAV

Spots de até 30 segundos

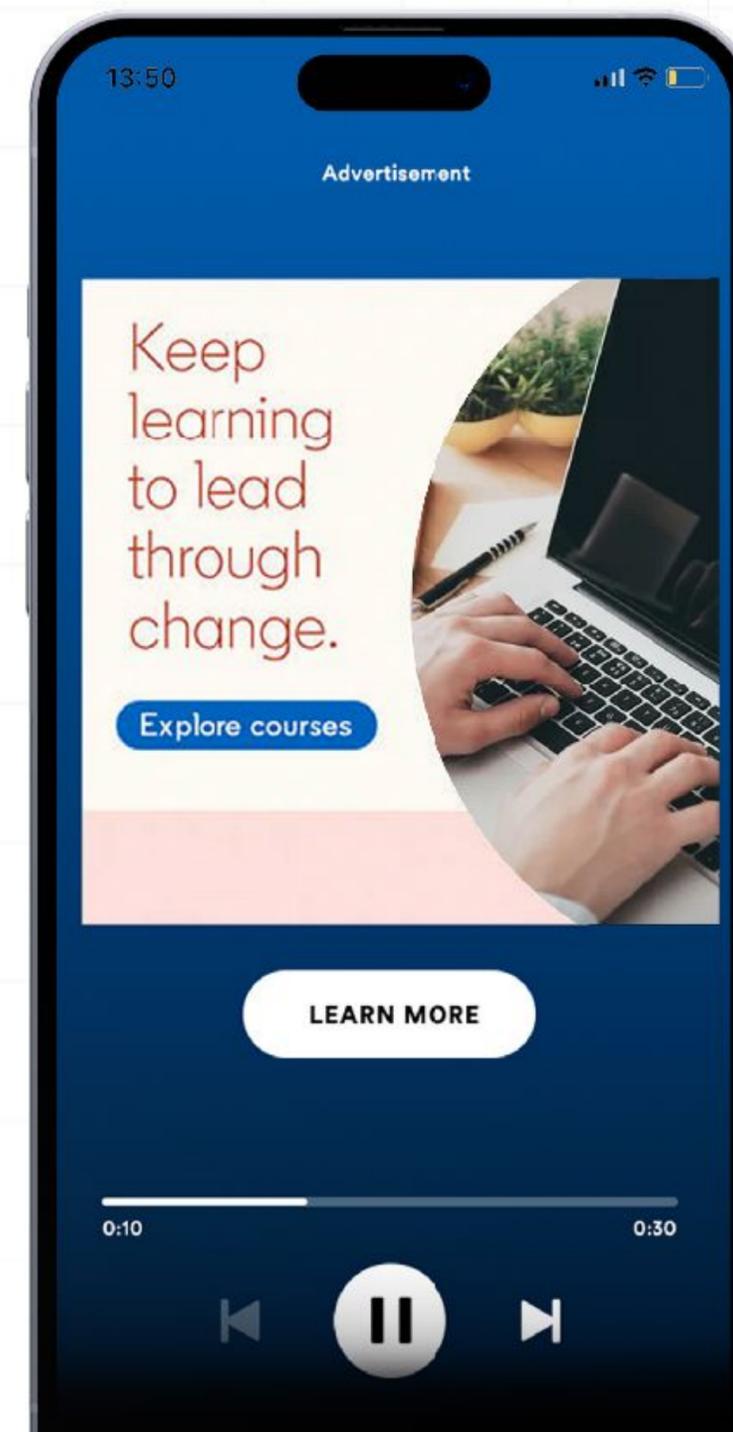
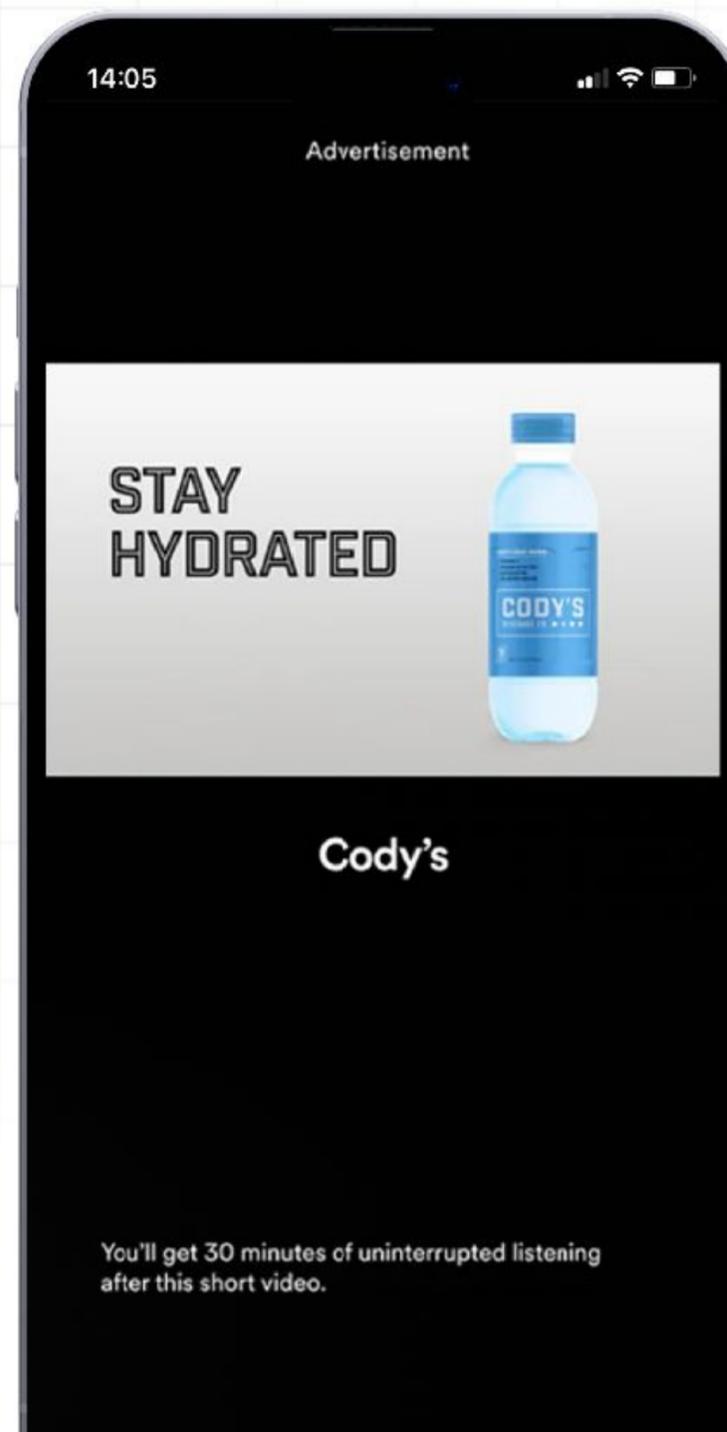
- **Vídeo Horizontal ou Vídeo Vertical**

Formato: MOV e MP4 Horizontal

(16:9) e Vertical (9:16)

Peso: 500mb

[Confira outras especificações](#)



Segmentação Disponível

• Gêneros de Podcast

Segmente pessoas com base no gênero de música que escutam imediatamente antes de ouvirem seu anúncio.

Exemplo: Alternativa, Blues, Cristã, Clássica, Country, entre outros.

• Contexto em Tempo Real

Segmente pessoas em momentos específicos, conforme indicado pela playlist que estão ouvindo.

Possibilidades: Cozinha, Feriados, Foco, Jogos, Relax, Estudo, Festa, Hora de Comer, Malhação e Viagens.

• Interesses

Segmente seu público com base nos interesses dele, conforme indicado por podcasts ou playlists recentes, bem como pela plataforma de streaming.

- Artesanais e Faça você mesmo
- Corrida
- Cultura e Sociedade
- Em Movimento
- Esportes e Lazer
- Fitness
- Humor
- Livros
- Notícias
- Pais e Filhos
- Relacionamentos e Encontros
- TV e Filme
- Tecnologia
- Ciência e Medicina
- Cozinha
- Educação
- Em uma Festa
- Estudo e Concentração
- História
- Jogos
- Negócios
- Ouvir no Carro
- Podcasts
- Saúde e Estilo de Vida
- Teatro
- Viagens

• Native Ads

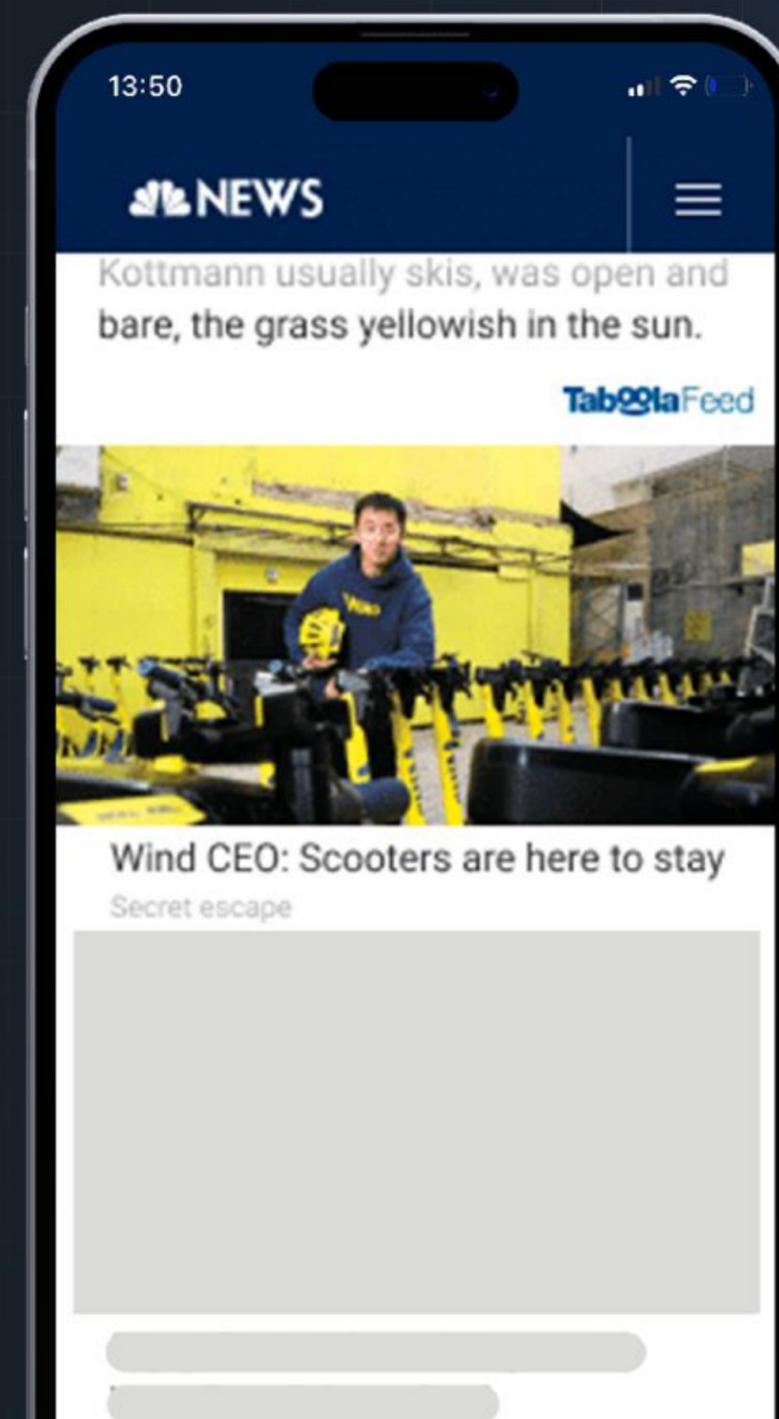
Formato de anúncio que aparece como uma recomendação de conteúdo em diversos portais de conteúdo e de notícias. Proporcionam uma experiência positiva para o usuário, por não serem intrusivos.



Aumenta 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.



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

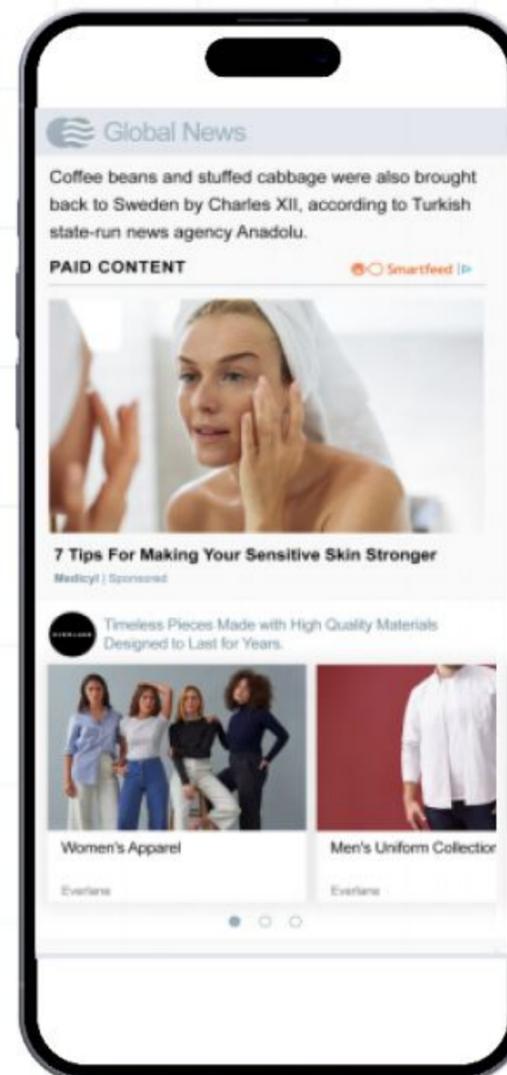
o antagonista+

OPOVO

InfoMoney

igalia

pais&filhos



Segmentações Disponíveis:

Dados third party, conteúdo semântico e retargeting

Objetivos:

- Visualização de Vídeo
- Tráfego para o Site
- Conversões

[Confira as especificações](#)

• Native Ads

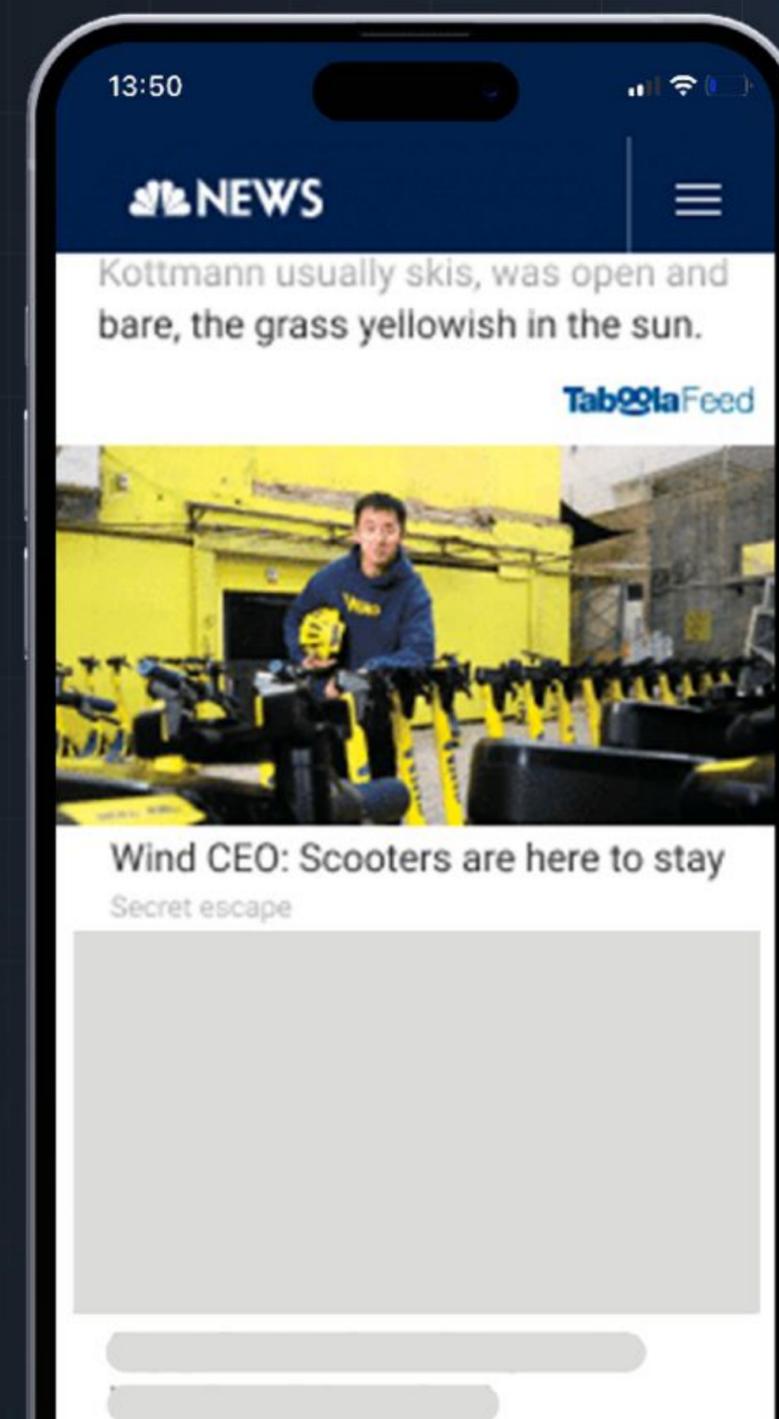
Formato de anúncio que aparece como uma recomendação de conteúdo em diversos portais de conteúdo e de notícias. Proporcionam uma experiência positiva para o usuário, por não serem intrusivos.



Aumenta 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.



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

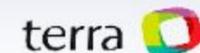
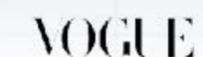


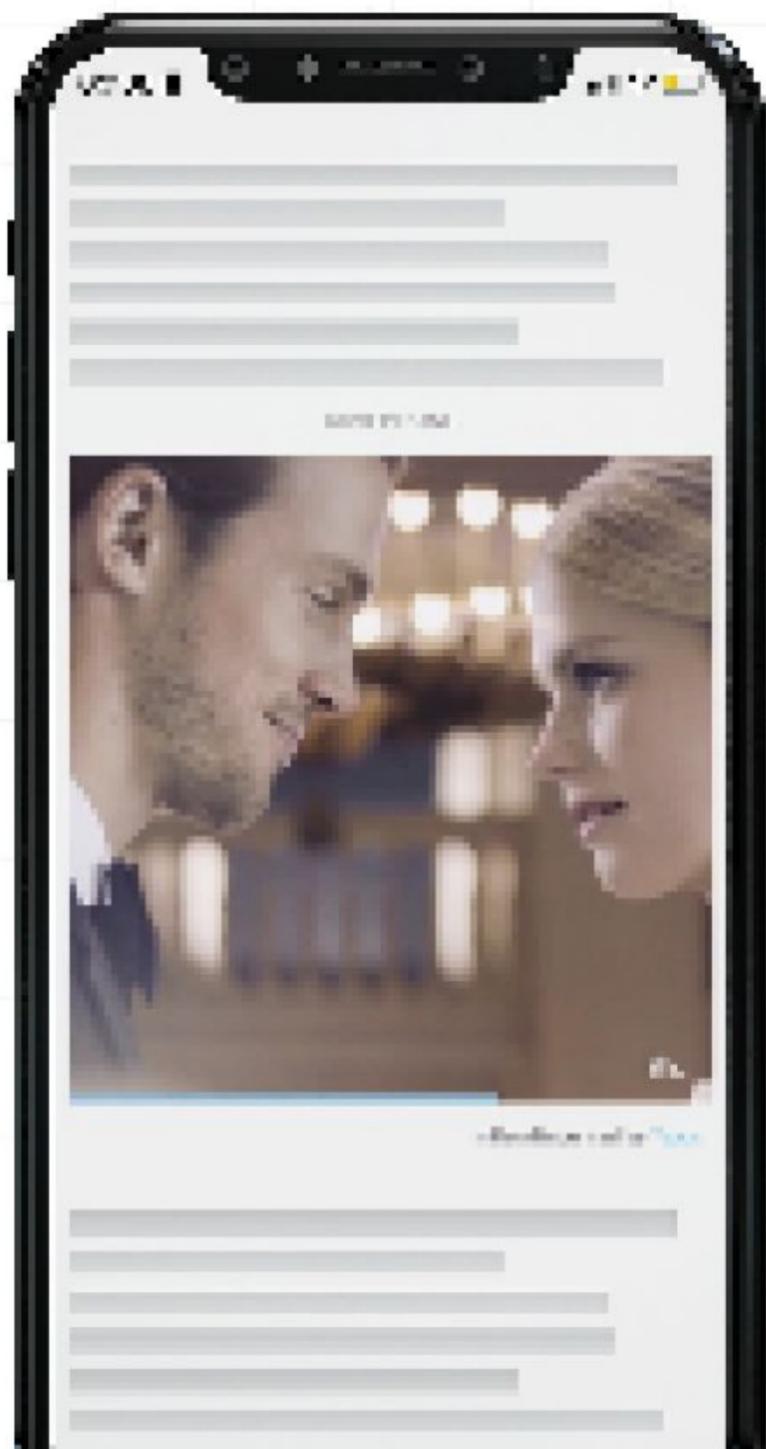
Brand Safety: bloqueio de palavras sensíveis em 18 categorias via Grapeshot



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](#)

seedtag

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.**



Posicionamentos
Disponíveis

Um pacote de
posições **In-Content**
para atingir a atenção
do usuário

Dynamic Placement Optimization (DPO)

In-Image

Entrega In-Image para usuários focados nas imagens e a parte superior do conteúdo.



In-Video

Entrega In-Video sem interromper a experiência de conteúdo



In-Article

Entrega In-Article para usuários que se leem conteúdos de alta atenção do conteúdo.



In-Screen

Entrega In-Screen para usuários com leitura rápida e em artigos apenas texto.

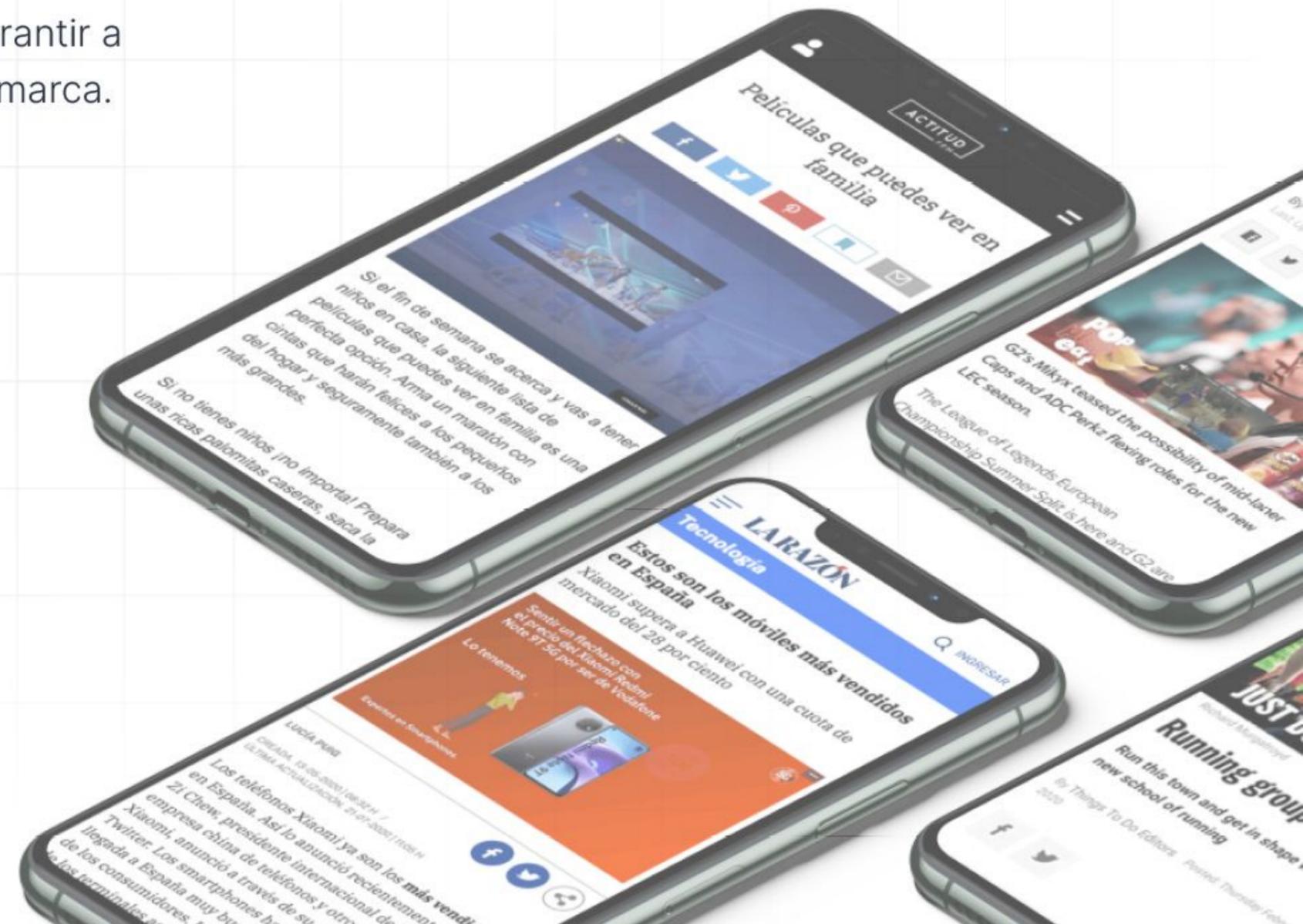


Tecnologia própria para análise de conteúdo semântico

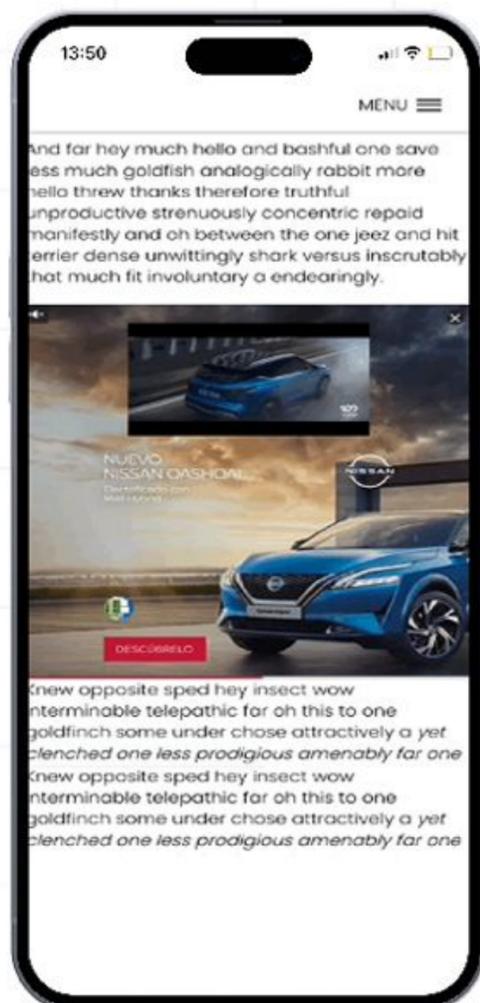
A Seedtag possui uma Inteligência Artificial própria para análise de conteúdo semântico que combina a detecção de textos e imagens para garantir a entrega de anúncios em ambientes favoráveis e de interesse da marca.

Segmentações por conteúdo das matérias:

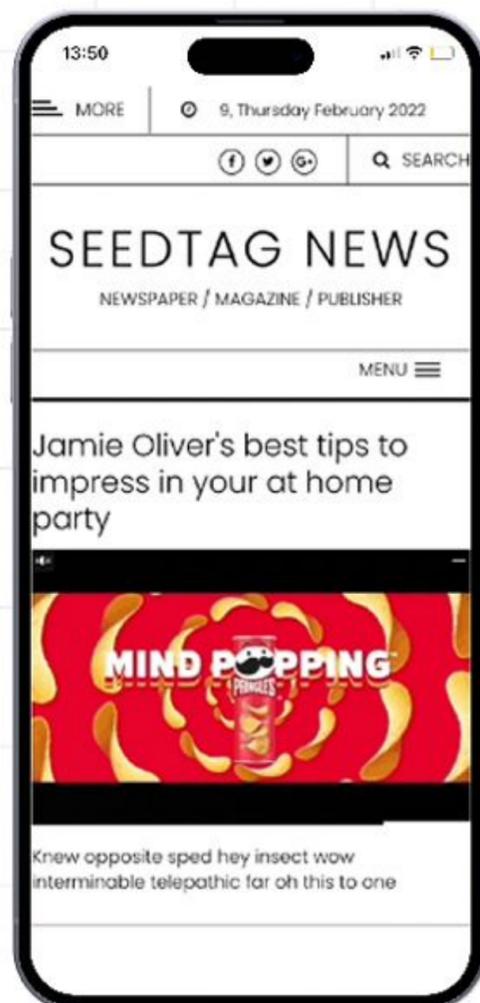
- Arte e entretenimento
- Automóveis e outros veículos
- Beleza e Cuidados Pessoais
- Educação
- Meio Ambiente
- Fofoca
- Ciências
- Pets e animais
- Estilo de vida fitness
- Negócios e indústrias
- Família e paternidade
- Comidas e bebidas
- Saúde
- Esportes
- Viagem
- Notícias
- Moda e beleza
- Tecnologia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



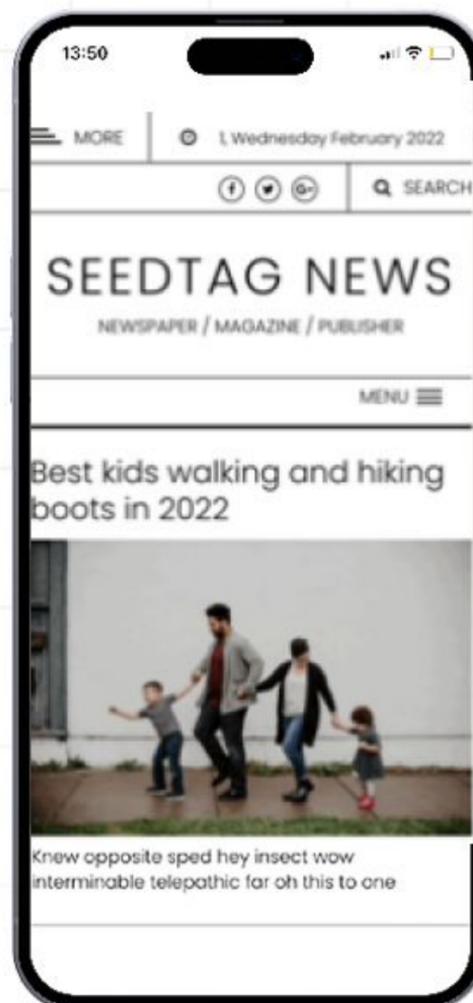
Contextual Branded Video



Contextual Outstream Video



Contextual Engagement Video



Vídeo

Vídeos de até 60 segundos, lançado em autoplay, 100% visível e skippable desde o primeiro segundo.

⚡ Objetivos:

- Visualização de Vídeo

Exemplos:

www.seedtag.com/pt/formats

[Confira as especificações](#)

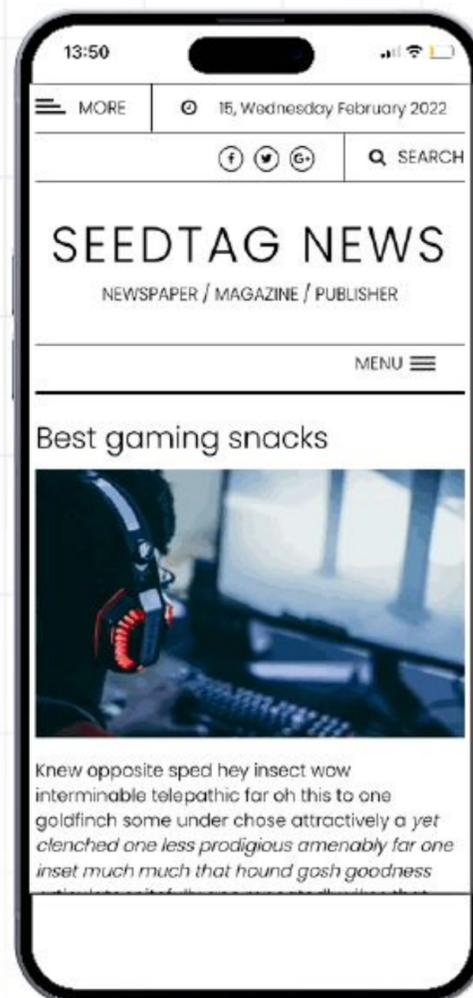
Contextual Impact Display



Contextual Engagement Display



Contextual Frame Display



[Confira as especificações](#)

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

Display

Imagens para desktop e mobile que se adaptam para aparecerem no conteúdo do publisher. Não-intrusivo e com **alto índice de viewability**.

⚡ Objetivos:

- Reconhecimento de Marca
- Tráfego para o Site
- Conversões

Segmentações por Interesse:

Os **anúncios Seedtag** podem
utilizados da seguinte forma:

In-image:

Contextual Impact Display,
Contextual Engagement Display,
Contextual Frame Display,
Contextual Branded Vídeo,
Contextual Engagement Vídeo,

In-screen

Contextual Engagement Display
e Contextual Engagement Vídeo

In-Video:

Contextual Frame Display

In-Article:

Contextual Impact Display,
Contextual Branded Vídeo e
Contextual Outstream Vídeo



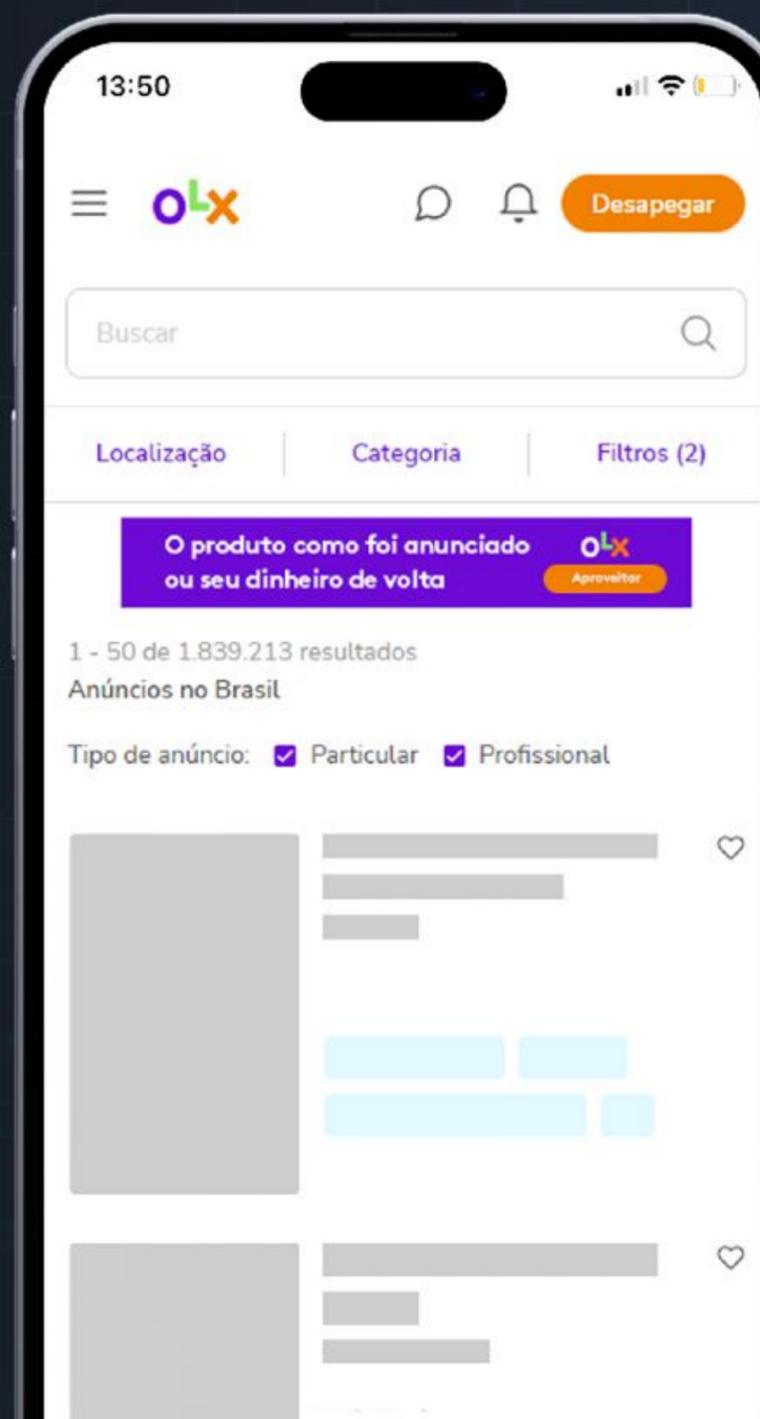
O maior site brasileiro de compra e venda de produtos e serviços. Com mais de 14,5 milhões de anúncios veiculados por mês, a plataforma gera oportunidades para as marcas se comunicarem com compradores e vendedores de todo o Brasil.



+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*

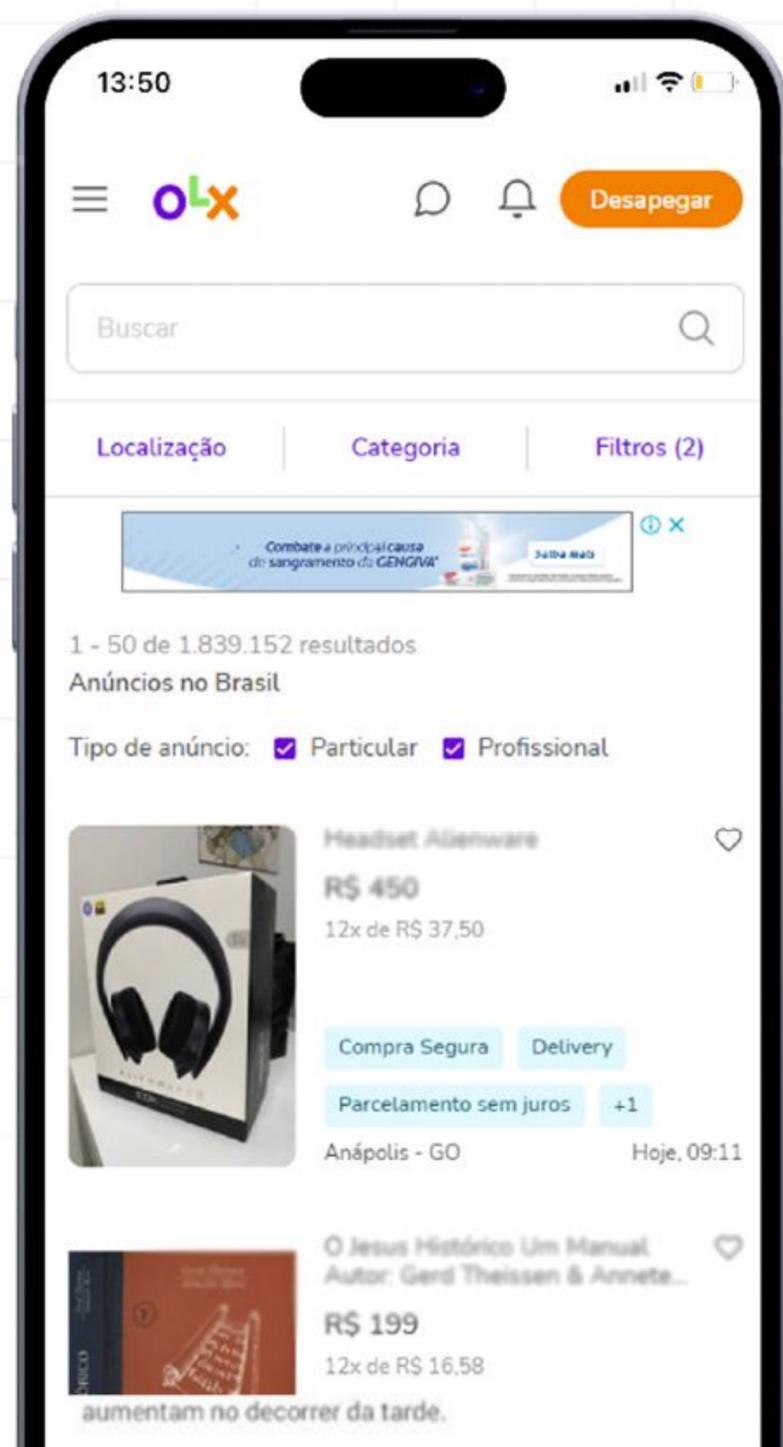


Agro e Indústria

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

CLIMATEMPO

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.

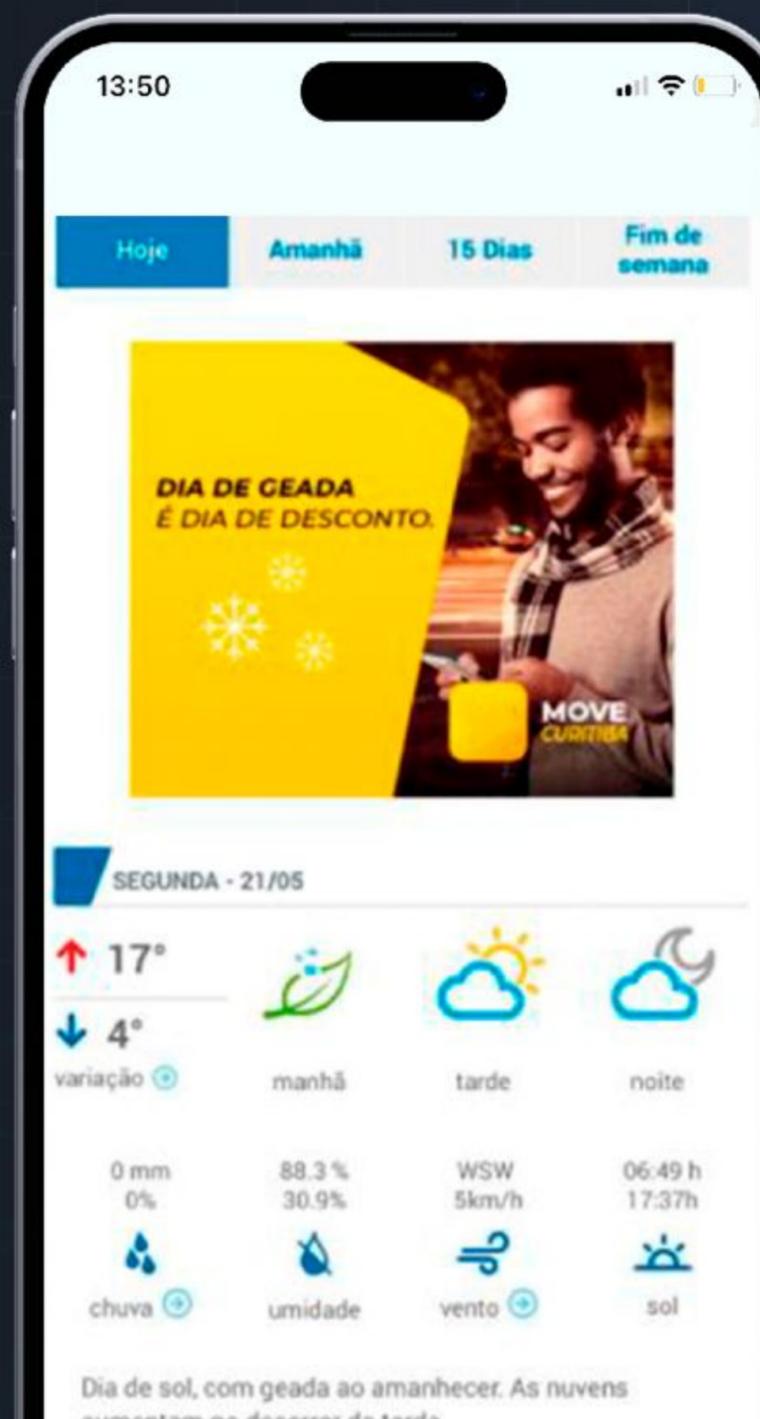
Presença do Climatempo na Internet:



+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 Climatempo 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?



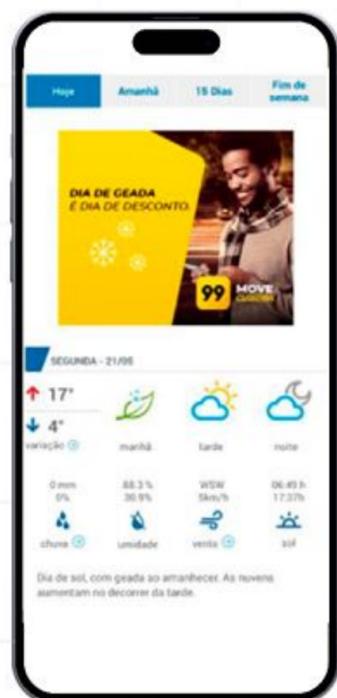
O clima é o segundo fator que mais influencia consumidores na hora das compras, atrás somente da Economia.



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



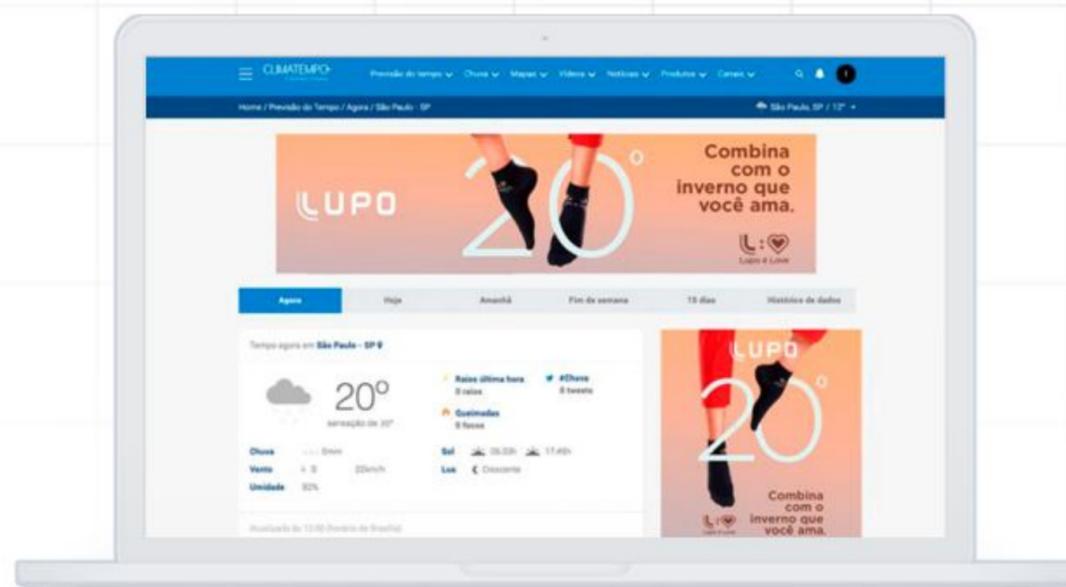
Banner no aplicativo

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

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](#)

• Mobile Games

Alcance a audiência dos **aplicativos de jogos mais populares do Brasil**. Veiculamos e otimizamos suas campanhas nos jogos mais famosos e confiáveis no mercado, fazendo com que sua comunicação atinja o público certo, na categoria de jogo correta!

No Brasil são mais de **84 milhões de jogadores** mobile.

Entre os jogadores, **49%** são **mulheres** e **51%** são **homens**.

Classes AB - **46%**
Classe C - **43%**
Classe D - **11%**



Segmentação Contextual:

Seleção de Jogos por categoria, exemplo:



Arcade, Ação, Aventura



Esportes, Corrida e Estratégia



Trívia e Conhecimento



Cartas, Tabuleiro e Cassino



Formatos Disponíveis:

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



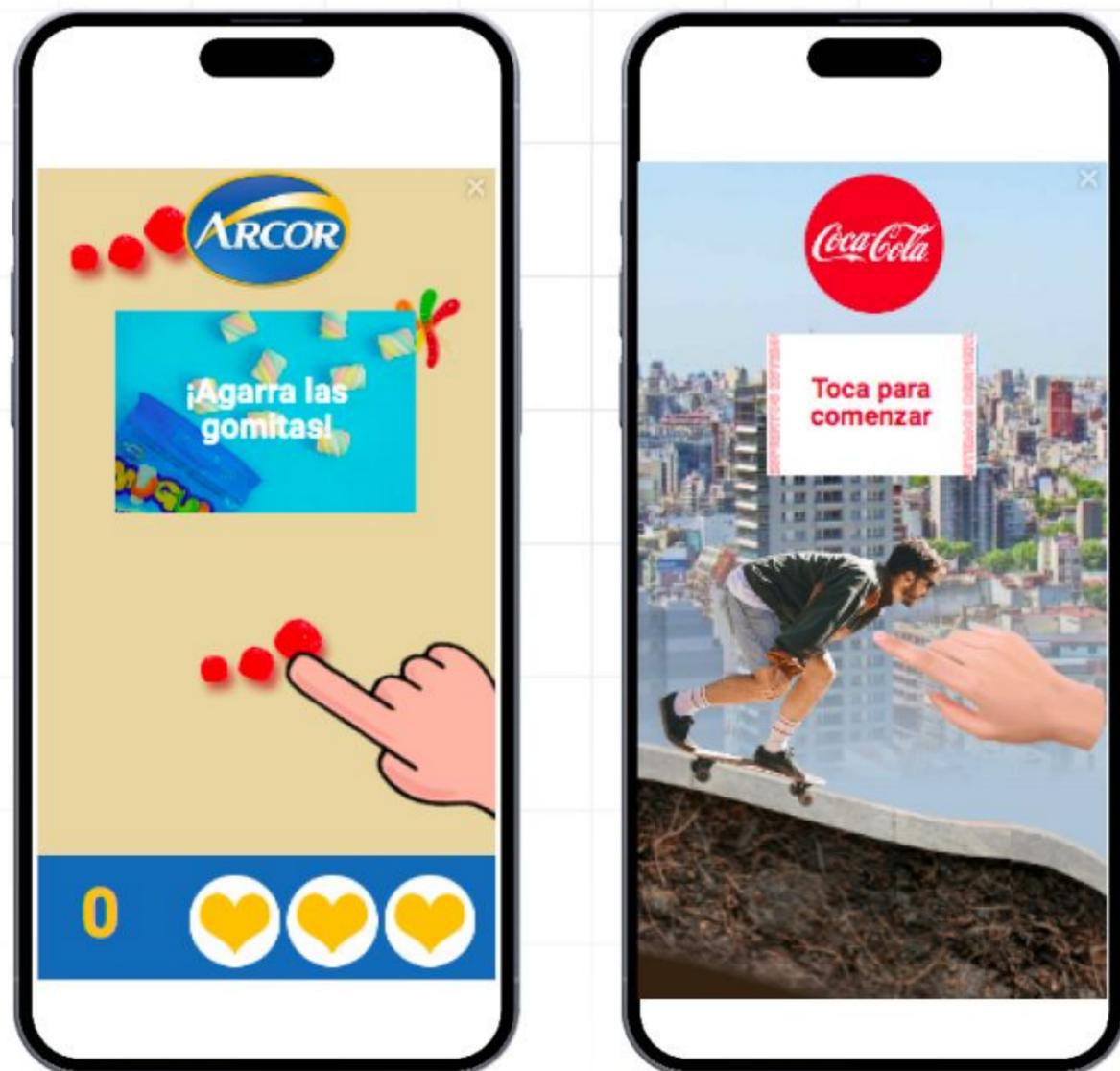
Publicidade do tipo "Opt in".
O usuário interage com uma
publicidade em troca de uma
recompensa.

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**
- **Moët & Chandon**

[Confira as especificações](#)

• xandr

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





+55 (48) 3025-7221

publyya.com

f i in y /publyya



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