



BUMPER ADS

Vídeo não pulável de curta duração - **6 segundos** - para alcançar mais clientes e aumentar reconhecimento de marca

1st Month
For Only
\$0.01

HostGator



Ad · 0:01



hostgator.com

0:05 / 0:06

Tempo do
anúncio

"Pacific Dreams" A California Surfing Film

1,849,887 views

Vídeo principal

6.8K

432

SHARE

...

Your video will
begin in 1

Tempo até o
vídeo principal

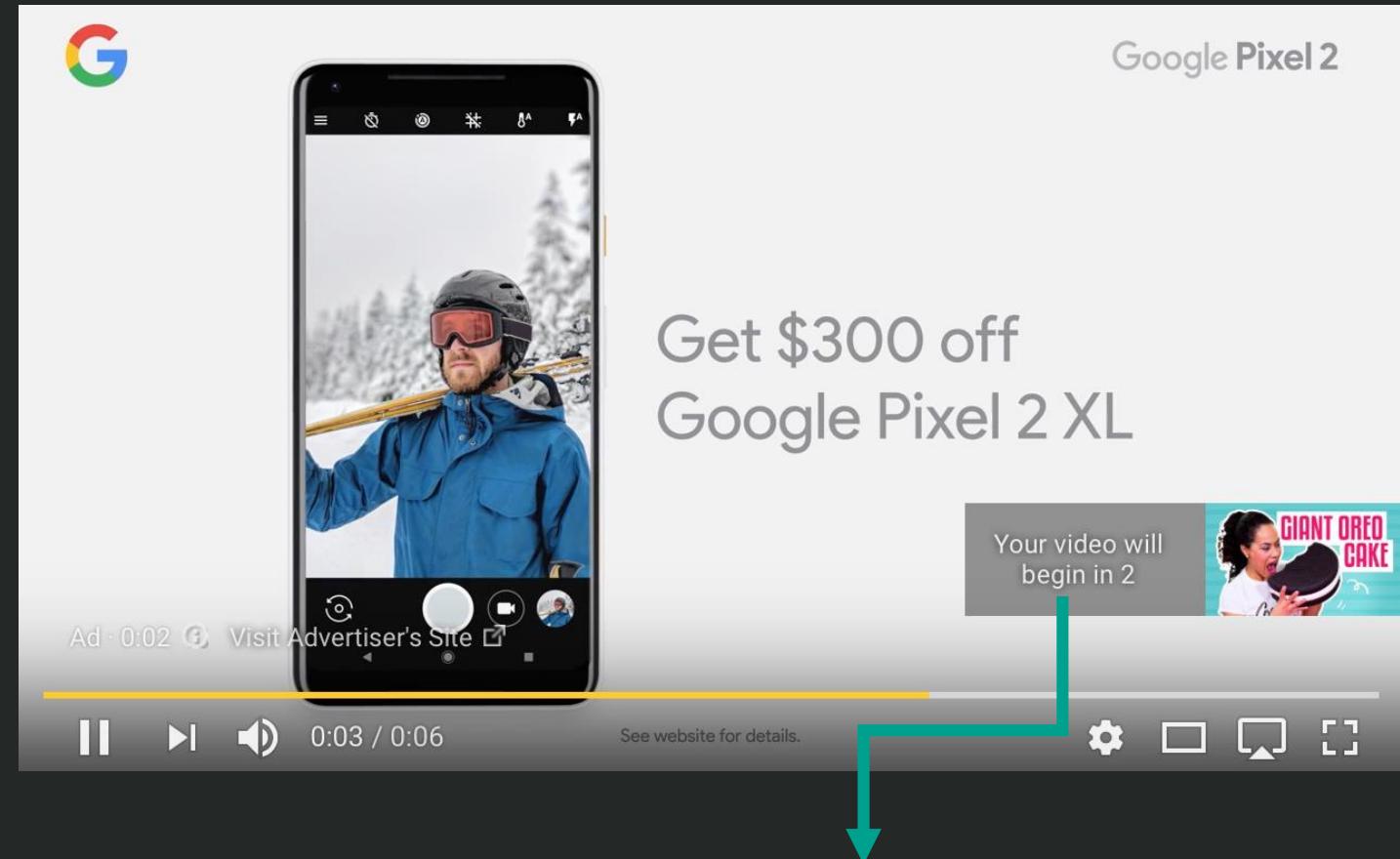


QUANDO USAR?

- Ideal para campanhas com foco em alcançar muitos usuários para gerar **Brand Awareness** a um excelente custo-benefício.
- Perfeito para campanhas de **marketing integrado** em diferentes mídias/canais.
- Campanhas de **remarketing** onde você deseja relembrar ofertas, promoções, ideias, etc.

COMO FUNCIONA?

- O anúncio tem duração de **6 seg ou menos**
- Exibido antes, durante ou depois de outros vídeos
- Não há a opção de pular o vídeo



“Seu vídeo vai começar em 2s”



COBRANÇA

- Os anúncios bumper usam lances de **CPM (custo por mil impressões)**.
- Sendo assim, a cobrança é baseada em impressões



METAS DE CAMPANHA

Os **anúncios Bumper** podem ser utilizados em campanhas com objetivos de:

- Alcance e reconhecimento da marca
- Campanha criada sem uma meta



TOP 5 CASES

+ 3 cases bônus do BR

Rank #5 - Youtube Ads Leaderboard: Corona



OUTSIDE WE ARE FREE

Rank #4 - Youtube Ads Leaderboard: Good Knight



Meaning, total protection for children.

*रचनात्मक प्रस्तुति

Rank #3 - Youtube Ads Leaderboard: Géramont



Oui

Non

Nur für kurze Zeit!

Rank #2 - Youtube Ads Leaderboard: Mom's Touch



Rank #1 - Youtube Ads Leaderboard: Samsung Galaxy



Galaxy S8 | S8+

Pre-book Now*

Bônus BR - Youtube Ads Leaderboard: Club Social



Bônus BR - Youtube Ads Leaderboard: Casas Bahia

**PARA
TUDO**

Acesse:
casasbahia.com.br
televendas **3004-6336**

CASAS
BAHIA

Bônus BR - Case: Coca-Cola



5 DICAS PARA OTIMIZAÇÃO



1. Destaque “**palavras-chave**” no anúncio. Dificilmente as pessoas vão clicar no seu link, mas se o vídeo for memorável talvez elas pesquisem por ele depois.
2. A comunicação deve ser **simples** e direta, sem mensagens complexas.
3. Vídeos com **AÇÃO** funcionam melhor que textos. Portanto, use pouco texto e, se possível, apenas em elementos visuais de destaque.
4. Seja relevante para o **contexto**.
5. Provoque. Amplifique. Reverbere.

1. Provoque

Estimule a curiosidade do público com bumper ads e, no lançamento, conte a história toda com o vídeo completo em TrueView.

2. Amplifique

Veicule simultaneamente bumper ads e formatos de vídeo mais longos (TrueView ou Google Preferred) para obter mais alcance e impacto.

3. Reverbere

Veicule o vídeo completo (TrueView) e use bumper ads no remarketing para comunicar mensagens de follow-up e atualizações sobre o produto.



Fonte: Think with Google



m2up

The logo consists of a teal-colored graphic element followed by the text "m2up". The graphic element is composed of three horizontal bars of varying lengths, creating a stylized letter 'm' shape. The text "m2up" is written in a white, sans-serif font.