

MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

SOCIAL ADS YOUTUBE

Opções de mídia na rede de
vídeos mais popular do
mundo



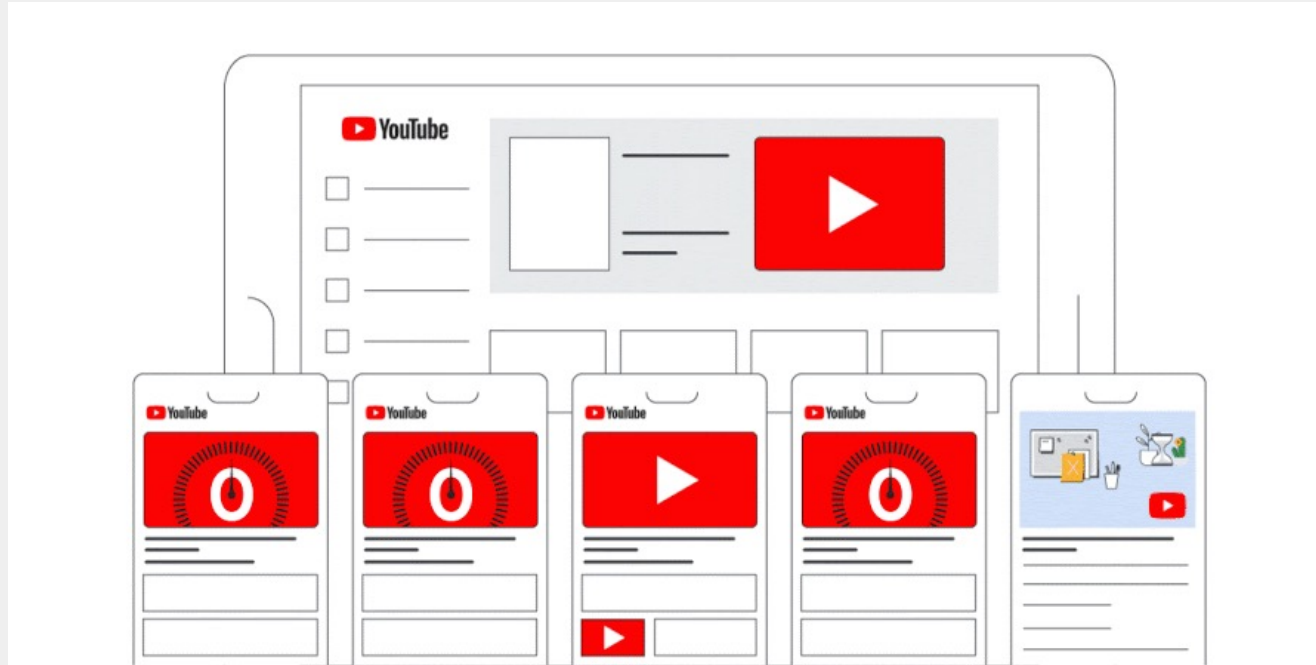
COMO FUNCIONAM OS ANÚNCIOS NO YOUTUBE?

O YouTube possui audiência equivalente a uma emissora de TV. Em 2016 o Google divulgou que já tinha mais audiência dos que os 10 maiores canais da TV americana.

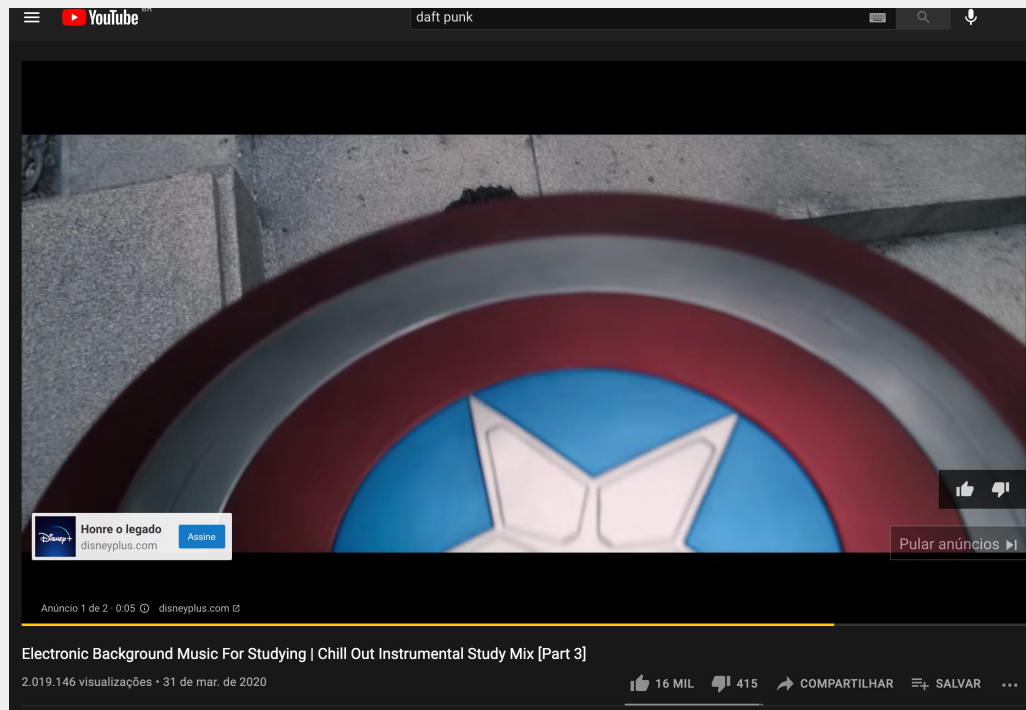


FORMATOS DE MÍDIA

YOUTUBE



ANÚNCIO IN-STREAM PULÁVEL



São anúncios que, após 5 segundos, podem ser pulados.

O anunciante só paga por quem não pulou.

ANÚNCIO IN-STREAM NÃO-PULÁVEL

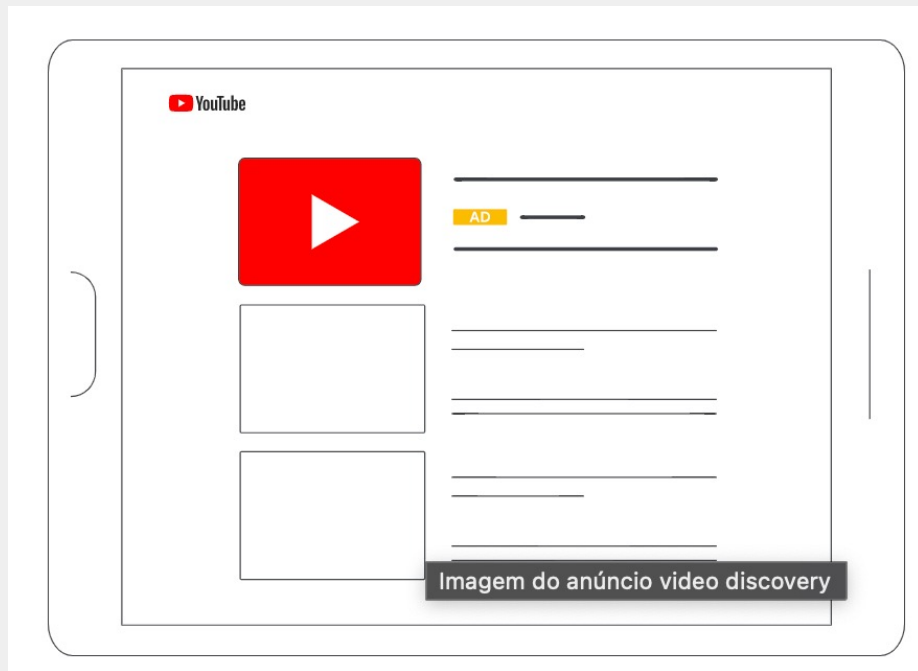


Esses anúncios possuem 15s e não podem ser pulados pelo usuário.

Garantem que a mensagem inteira seja comunicada.



ANÚNCIO YOUTUBE DISCOVERY



São anúncios de “descoberta” onde um vídeo é sugerido para o usuário.

O anunciante só paga se a pessoa clicar para assistir.



ANÚNCIO YOUTUBE BUMPER

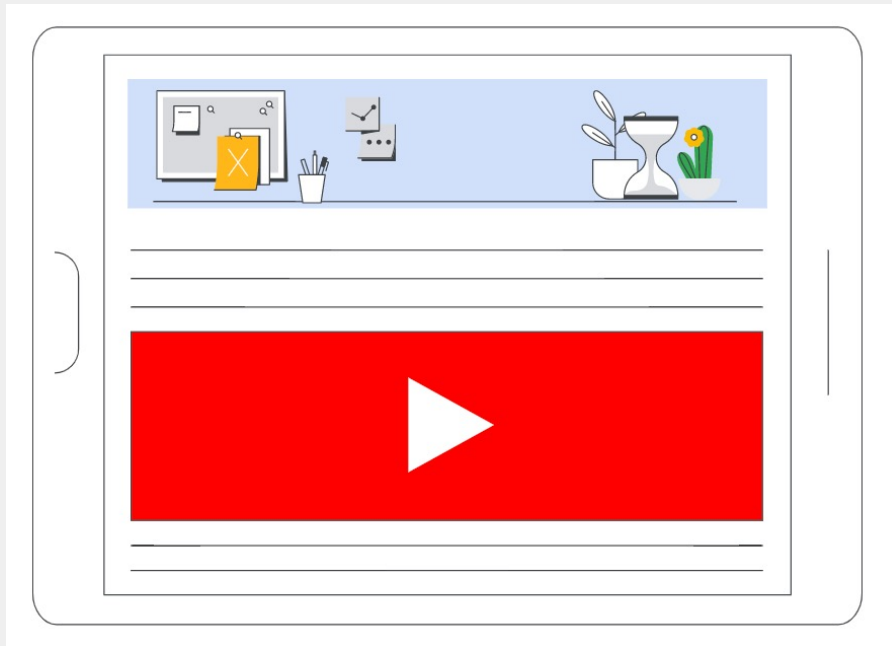


Esse formato consiste em um vídeo de até 6 segundos não-pulável.

Bom para alcançar muitas pessoas com uma mensagem curta.



ANÚNCIO YOUTUBE OUTSTREAM

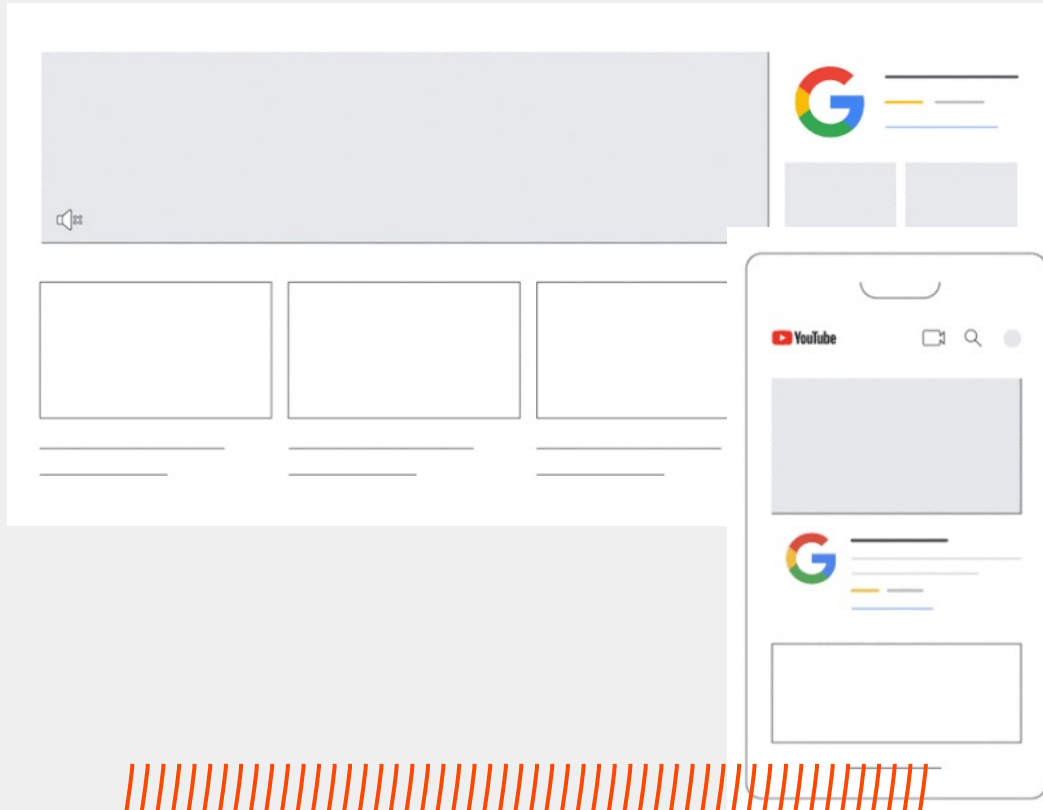


Um formato exclusivo de dispositivos móveis onde o vídeo começa a rodar na timeline no mudo.

Sua cobrança é por impressão para visualizações a partir de 2 segundos.



ANÚNCIO YOUTUBE MASTHEAD

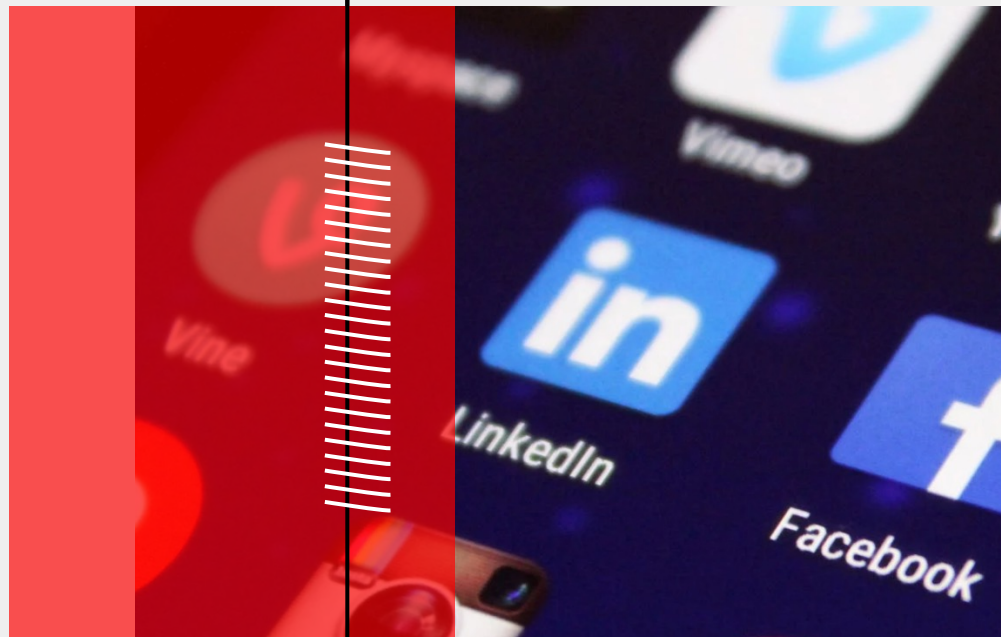


Talvez o formato mais premium do YouTube, mostra o anúncio para todas as pessoas que entrarem em um determinado dia no Desktop, Mobile e TV.

Faz sentido em lançamentos com muita verba.

SOCIAL ADS LINKEDIN

Opções de mídia para a
maior rede corporativa do
mundo



QUAL A IMPORTÂNCIA DO LINKEDIN?

Hoje é a principal rede para assuntos corporativos e foi comprada pela Microsoft em 2016 por cerca de 26.2 bilhões de dólares.

As pessoas costumam *gastar tempo* em outras redes e *investir tempo* no LinkedIn.



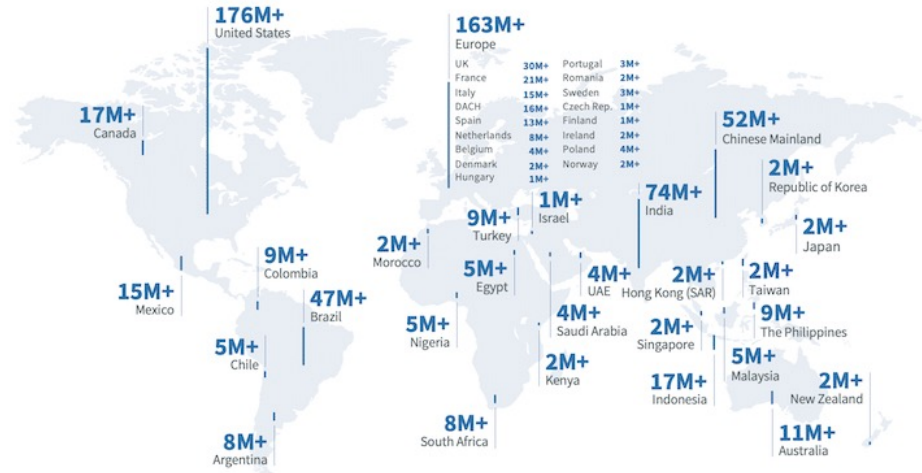
DADOS DO LINKEDIN

Segundo o próprio

LinkedIn, **80%** dos
leads B2B do mercado
são gerados na rede.

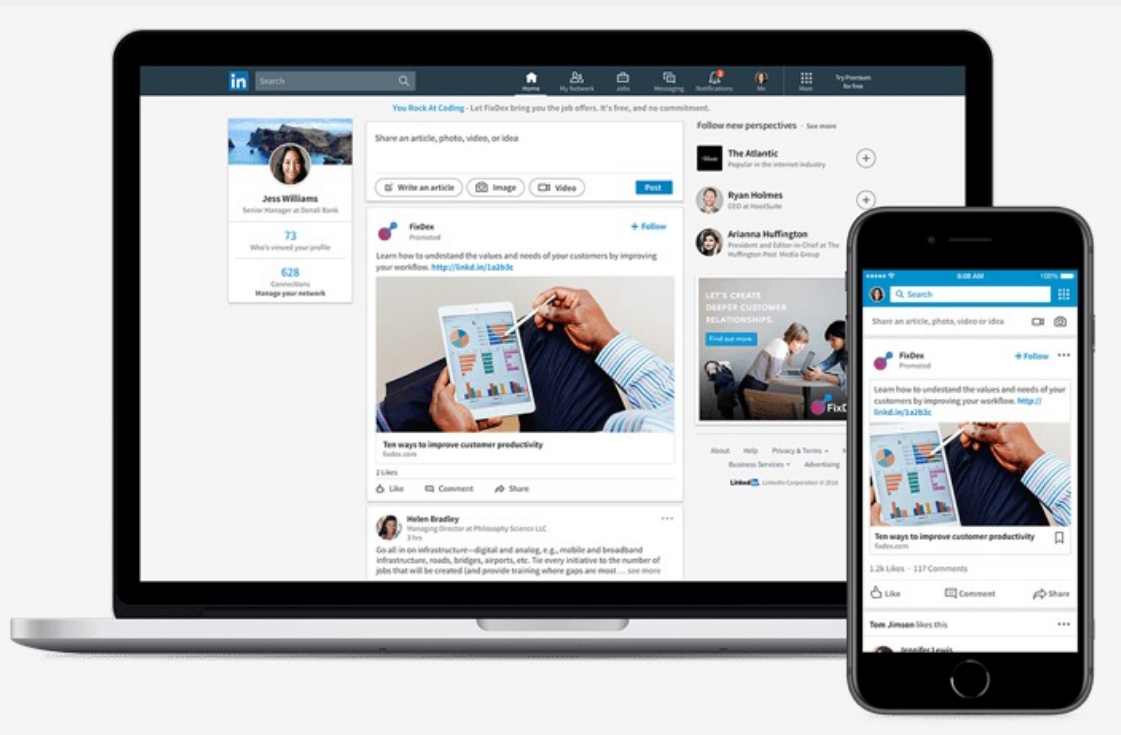
O **Brasil** é um dos
principais mercados da
rede.

Nearly 740 million members in 200 countries and regions worldwide



FORMATO LINKEDIN

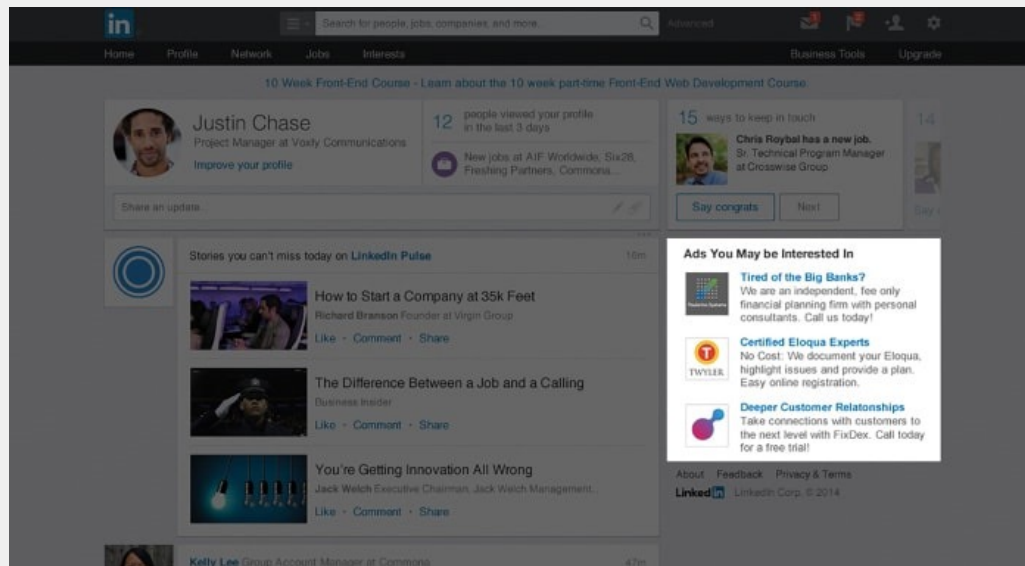
SPONSORED CONTENT



Os anúncios de conteúdo personalizado podem ser de texto, imagem ou vídeo e aparecem na timeline dos usuários.

FORMATO LINKEDIN

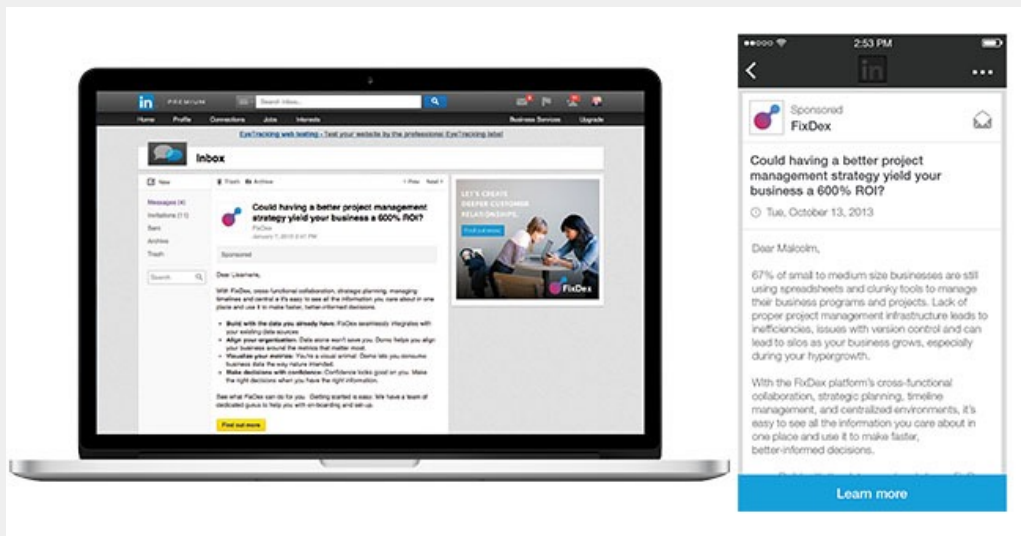
TEXT ADS



Anúncios em texto que aparecem na coluna lateral direita do usuário.



FORMATO LINKEDIN SPONSORED IN MAIL



É como um inbox patrocinado onde o anúncio consiste em uma mensagem privada para a segmentação definida.

OPÇÕES DE SEGMENTAÇÃO NO LINKEDIN

Experiência Profissional

- Função
- Nível de experiência
- Cargo
- Competências
- Anos de experiência

Interesses e Características

- Grupos do usuário
- Interesses do usuário
- Características do usuário

Matched Audiences

- Lista de contatos ou empresas
- Retargeting
 - Visitantes do site
 - Visitantes de páginas específicas
 - Visualizaram anúncio de vídeo
 - Abriram ou enviaram formulário de leads
 - Interagiram com LinkedIn Page
 - Confirmaram presença em evento da empresa no LinkedIn
 - Integrações dados de terceiros
 - Lookalike



OPÇÕES DE SEGMENTAÇÃO

NO LINKEDIN

Localidades

- País
- Cidade/Região

Empresa

- Conexões na empresa
- Setor da empresa
- Tamanho da empresa
- Nome da empresa
- Seguidores da empresa
- Taxa de crescimento da empresa
- Categoria da empresa
 - S&P 500

Dados Demográficos

- Idade
- Gênero

Formação Acadêmica

- Área de estudo
- Instituição de ensino
- Formação

