



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

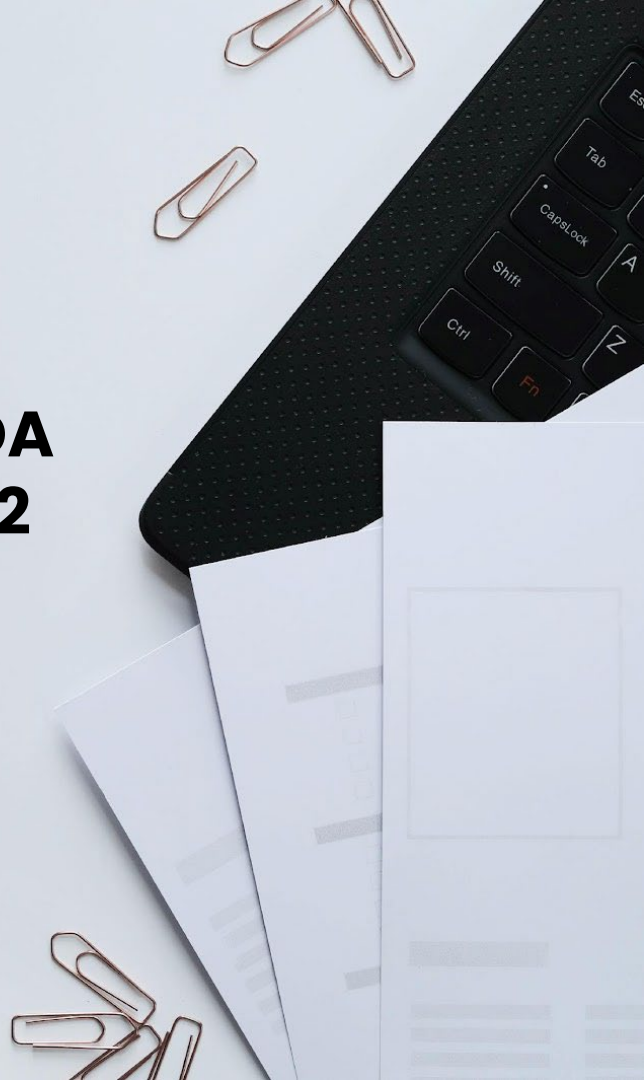
Marketing Digital



Branding Media



GUIA DA AULA 2



Conheça canais de branding

- Programática
- Segmentações



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Programática



Programática

Youtube

Display

Facebook + instagram

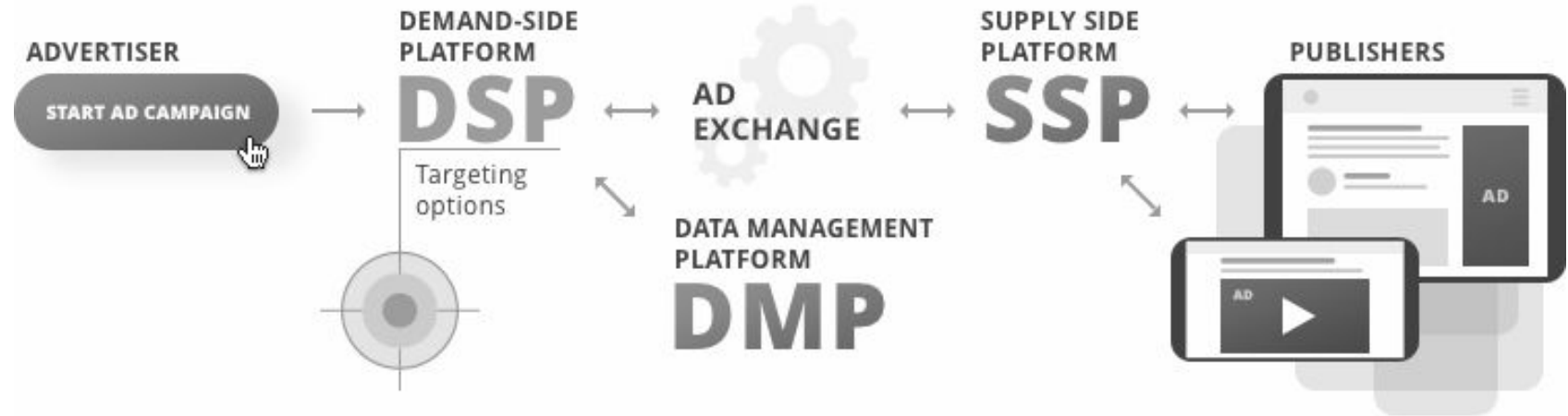
Influenciadores



PROGRAMÁTICA

A mídia programática nada mais é do que todos aqueles processos tradicionais de comprar mídia através de veículos diretamente, centralizados para compra em softwares, em leilão e em tempo real.





A Mídia Programática é operada através de uma DSP (Demand Side Platform) que é um software em que é possível acessar inventário de mídia online, disponibilizados pelos donos dos sites (Publishers) por meio de AdExchanges: mercado de espaços publicitários.

Outra ferramenta utilizada em Programática é a DMP (Data Management Platforms), que disponibiliza informações sobre públicos, como seu comportamento, intenção de compra. As DMPs conseguem extrair informações qualitativas sobre as audiências do site e mapeiam usuários também por meio de parcerias com portais da internet. Com isso, elas conseguem rastrear, usando cookies, o comportamento de navegação.

Já a SSP (supply-side platform) é a plataforma utilizada pelos publishers, para vender mídia digital de forma automatizada.





...



Exemplo:

Existe um site de viagens que tem espaço publicitário

Nesse site tem um perfil de pessoa que tem idade de 45 anos e se interessa pelo tema

A SSP identifica o perfil de público, avisa a Ad Exchange

A Ad Exchange comunica que tem espaço disponível

A DSP verifica se o espaço e público está de acordo e dá um lance;

A marca que der um lance maior, anuncia no espaço



Segmentações



SEGMENTAÇÕES

first, second, third party data



First: são os seus dados coletados através de formulários, da navegação de seu site, por exemplo

Second: são parcerias entre empresas, por exemplo: com um blog de viagens tem seu público que curte o tema, você pode anunciar especificamente para ele.

Third: são dados externos, fontes externas, quando compro campanhas por interesses por exemplo: pessoas com idade de 40 anos, HM, que curtem marca x, y, z.



Whitelists

Retargeting

Conteúdo semântico

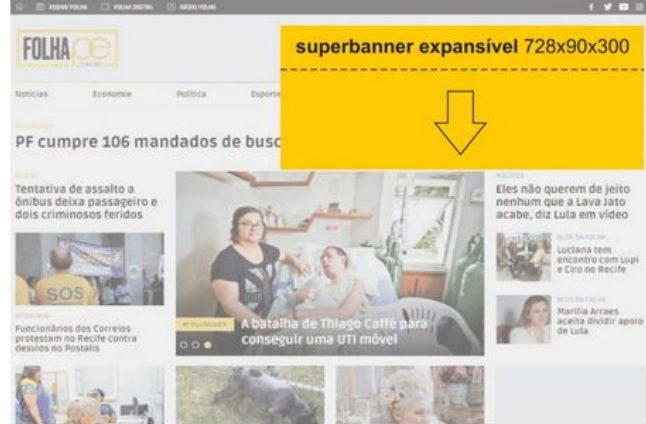
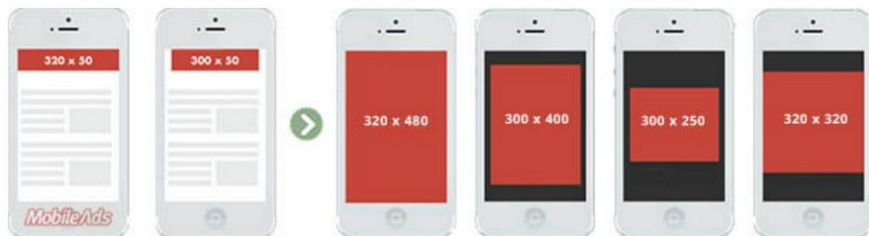
Onboarding de dados

(first-party data online com first-party data offline)





billboard
970x250



Youtube é outro forte canal para veiculação de mídia de branding, é possível trabalhar com impactos com vídeos mais curtos e mais longos, além de reservar espaços especiais.

Uma boa estratégia é trabalhar com diferentes formatos, comunicando uma mensagem em formatos maiores e reforçando com os menores e de apoio, como os anúncios da lateral.



SEGMENTAÇÕES

Jüssi_TheStrategicAgency

Afinidade

Público-alvo personalizado

Demográficos

Mercado

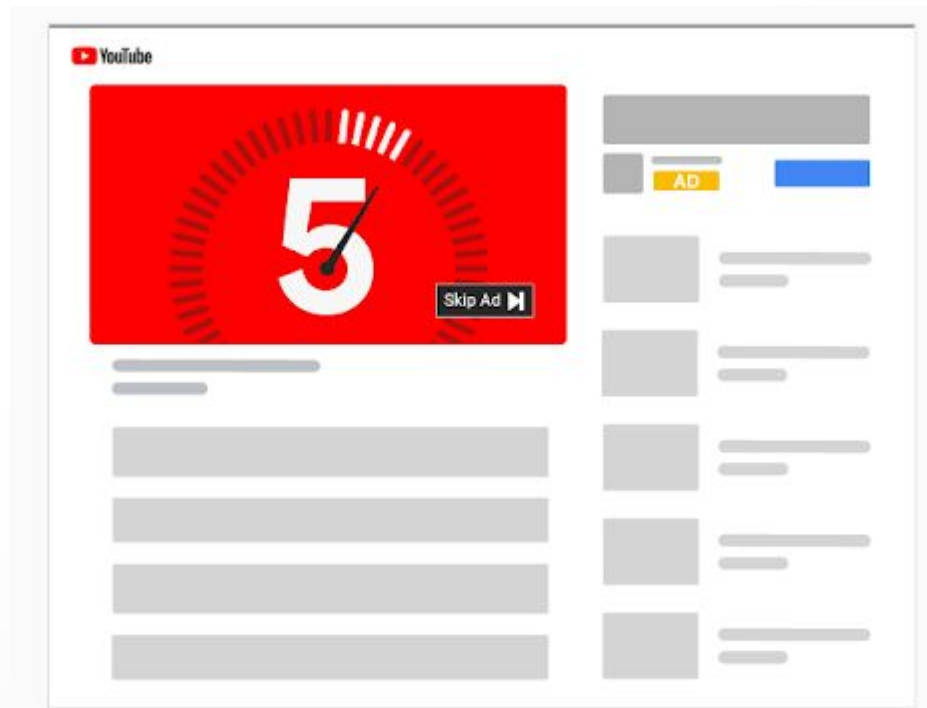
Listas

Semelhantes



ALGUNS DOS FORMATOS

Jüssi_TheStrategicAgency



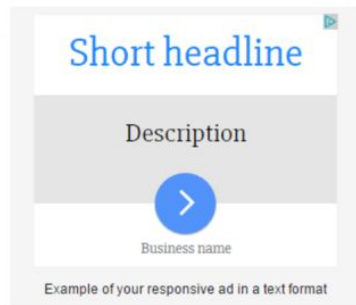
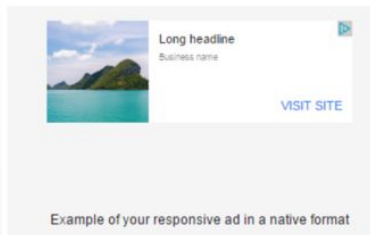
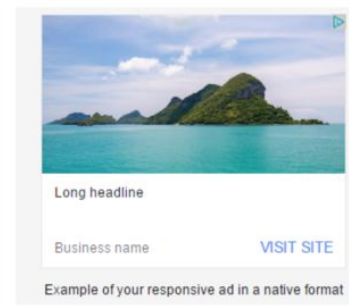
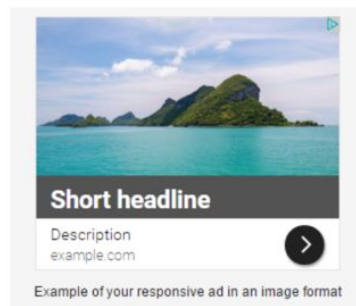
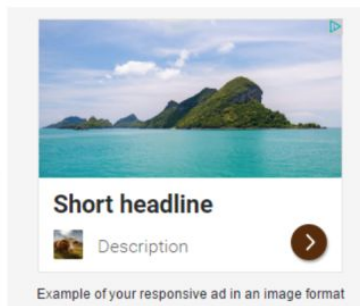
DISPLAY

Anúncios em formato de banners que são veiculados em um conjunto de sites parceiros do Google e que se associam para receber publicidade paga em seus sites.

As segmentações são as mesmas de Youtube



ALGUNS FORMATOS



ALGUNS FORMATOS

Jüssi_TheStrategicAgency

Cabeçalho: 728 X 90

Banner: 468 X 60

Quadrado Pequeno:
200 X 200

Quadrado: 250 x 250

Retângulo Médio: 300 X 250

Retângulo Grande: 336 X 280

Arranha-Céu: 120 X 600

Arranha-Céu largo: 160 X 600



SOCIAL ADS - FB+IG

As pessoas estão conectadas o tempo todo, cada vez mais, então esse canal é essencial em estratégias de mídia, inclusive no topo do funil. Dentro da plataforma é possível criar campanhas com objetivos de reconhecimento de marca, alcance, visualização e utilizar formatos que prendem a atenção do público.



SEGMENTAÇÕES

Jüssi_TheStrategicAgency

Interesses

Custom Audience (CA)

Lookalike



ALGUNS FORMATOS

Jüssi_TheStrategicAgency

Image



Carrossel



Video



Instant Experience



Stories



INFLUENCIADORES

Escolher influenciadores digitais para divulgação é uma forma de gerar visibilidade. Existem veículos que de acordo com o briefing seleciona perfis no Instagram, Youtube por exemplo, de diferentes tamanhos.



SEGMENTAÇÕES

No caso de influenciadores o que acontece é a escolha de perfis que tenham fit com a marca/ empresa que vamos anunciar. Existem empresas que selecionam e fazem todo o contato com os influenciadores.

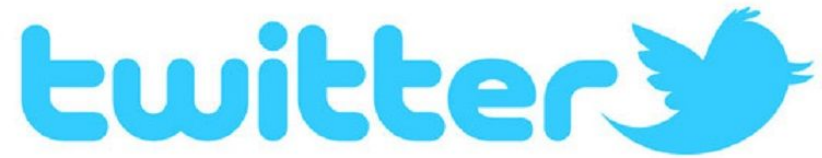


OUTROS VEÍCULOS

You**Tube** Creators.



Linked**in**



Bons estudos!

