



publiza

Mídia Programática

Apresenta:

INTRODUÇÃO À

MÍDIA PROGRAMÁTICA

EMPRESA CERTIFICADA
NEW MARKETING INSTITUTE



PARCEIRO DE NEGÓCIOS
CERTIFICADO



MELHOR
ATENDIMENTO
MÍDIA ONLINE



2014/2015

MELHOR
VEÍCULO DE
COMUNICAÇÃO
MÍDIA ONLINE



2015

EMPRESA AFILIADA
ASSOCIAÇÃO CATARINENSE
DE TECNOLOGIA



INTRODUÇÃO À MÍDIA PROGRAMÁTICA

MÍDIA PROGRAMÁTICA NÃO É O FUTURO, É O PRESENTE.

Antes anunciada como uma tendência para o futuro, a mídia programática terminou 2015 consolidada como uma **estratégia indispensável** a qualquer anunciante em busca de eficiência e melhores resultados nas campanhas de mídia online.

Para ajudá-lo a dar os **primeiros passos** para implementar esta estratégia na sua empresa, a Publiya preparou este material, onde você vai encontrar:

- 1) O que é mídia programática?
- 2) Como esse modelo funciona?
- 3) As vantagens do modelo programático *versus* o tradicional
- 4) Motivos para usá-la como estratégia da sua empresa



O QUE É

MÍDIA PROGRAMÁTICA?

A mídia programática é uma **forma automatizada** de comprar e vender mídia online, capaz de fazer com que as marcas entreguem suas mensagens apenas para o **público alvo relevante** para aquela campanha.



MAS COMO

FUNCIONA?

- 1 De forma resumida, os publishers disponibilizam os **espaços de mídia** dos seus sites em plataformas chamadas de Ad Exchanges. Todo esse inventário mundial pode ser acessado via plataformas chamadas de **Demand Side Platforms (DSPs)**.

PUBLISHERS



AD EXCHANGES



DSP

MediaMath

A Publya trabalha com a DSP
MediaMath – uma das maiores
e melhores do mundo.

MAS COMO

FUNCIONA?

- 2 Ao ter acesso a uma DSP serão configurados os **segmentos de sites** em que sua campanha será exibida. Você também poderá **configurar o público alvo** da sua campanha. Com opções de perfil demográfico, assuntos de interesse e intenção de compra, sua mensagem será entregue apenas para o target desejado.



As diferentes tecnologias acopladas a DSP que a Publyta trabalha permitem segmentar a audiência através de mais de mil filtros diferentes

MAS COMO

FUNCIONA?

3 O que acontece a seguir é um **leilão** dos espaços publicitários. Um lance é configurado para o público que a campanha quer atingir. Assim, cada vez que as tecnologias da DSP identificarem um **internauta do target** navegando em um site da campanha, um lance será dado. Se o seu lance for o maior, o **banner da sua campanha é exibido**.

ANUNCIANTES



MULHER, 30 ANOS, CLASSE A,
INTENÇÃO DE COMPRA DE
COSMÉTICOS



MODELO TRADICIONAL X

MÍDIA PROGRAMÁTICA

Para entender melhor como a mídia programática atinge de forma **mais eficiente** o público alvo, confira a seguir um **exemplo prático** que compara o modelo de compra de mídia online tradicional e o modelo programático.



MODELO TRADICIONAL

Campanha

1

Um anunciante precisa atingir com uma campanha online, pessoas com **interesse em economia**.

2

Para isso, ele compra mídia **diretamente** de diversos sites que exibam conteúdos relacionados a economia.


3

O mesmo banner é exibido para **todas as pessoas** que entrarem no site

Audiência atingida



 Pessoas com interesse em economia

 Pessoas com Interesse em mídia, que entraram na coluna por conta de uma notícia de economia sobre o segmento

Resultados

1

O anunciante **gasta muito tempo** ao contratar diretamente cada portal da campanha

2

Apesar de conseguir atingir o público alvo, há **desperdício de verba**, já que a campanha fala com todos que entram nos sites – inclusive os que não tem interesse em economia

3

Uma **única** mensagem para todos os públicos

MODELO PROGRAMÁTICO

Campanha

1

Um anunciante precisa atingir com uma campanha online, pessoas com **interesse em economia**.

2



Para isso, ele compra de forma **programática**, mídia para pessoas identificadas com interesse em economia

3

O banner aparece **apenas para este target**, aonde quer que o usuário esteja navegando. Diferentes banners podem ser exibidos, de acordo com **características do público alvo**

Audiência atingida



-  Pessoas com interesse em economia
-  Outros interesses – não impactadas

Resultados

1

Com apenas **uma negociação**, o anunciante configura a campanha em diversos sites

2

O público alvo é atingido com **diminuição da dispersão da verba**

3

Possibilidade de entregar **mensagens customizadas** para cada perfil do público alvo – exemplo homens x mulheres

VANTAGENS DA

MÍDIA PROGRAMÁTICA

Com o exemplo anterior, ficam claras as principais vantagens da mídia programática na execução e resultados de uma campanha online:

Alcance da audiência em múltiplos sites em uma única compra

Diminuição da desperção de verba publicitária

Banners customizados para cada target dentro de uma mesma campanha

Otimização dos resultados durante a campanha

Compra de audiência – e não de canais



MINHA EMPRESA DEVE INVESTIR EM

MÍDIA PROGRAMÁTICA?

Independente dos objetivos de marketing e do porte da sua empresa, os **números dos brasileiros na Internet** tornam a presença de marca online indispensável. E como vimos neste material, a compra programática é a forma **mais eficiente e vantajosa** de investir em mídia online.

Mídia Programática em números

50%

dos brasileiros tem **conexão com a Internet** em casa e 47% acessam pelo celular

Fonte: TIC Domicílios

15%

foi quanto o **ecommerce brasileiro cresceu** em 2015 – comparado com o ano anterior

Fonte: E-bit

95%

dos gestores **acreditam** que a mídia programática é um bom investimento

Fonte: OpenX

59%

da compra de mídia online nos EUA foi feita de **forma programática** em 2015

Fonte: eMarketer

O QUE AS GRANDES EMPRESAS

TEM A DIZER SOBRE A PROGRAMÁTICA?



**“O OPOSTO DE PROGRAMÁTICO
NÃO É PREMIUM, É MANUAL”**

Marissa Meyer, [CEO do Yahoo](#)

**“MÍDIA PROGRAMÁTICA NÃO É
O FUTURO, É O PRESENTE”**

Adriano Henriques, [chefe de Plataformas de
Mídia do Google](#)

Agora que você começou a conhecer a mídia programática e suas vantagens, conte com a **Publya** para definir e operar as melhores estratégias online para a sua empresa.



publya
Mídia Programática

SOBRE A PUBLYA

A **Publya** atua desde 2013 no mercado digital através de plataformas DSP, onde otimiza a compra de mídia online **em display, Facebook, mobile, AdWords e vídeo**, entregando as campanhas para uma audiência qualificada e segmentada.

Com uma equipe de **profissionais especializados** e certificada pelo New Marketing Institute (NY) e pelo Google, nós combinamos **tecnologia e expertise** para otimizar e planejar sua campanha online multicanal, comprometidos com os melhores resultados.

ALGUNS CLIENTES

A PUBLYA JÁ OPEROU CAMPANHAS DE MAIS DE 370
MARCAS QUE CONFIARAM EM NOSSO TRABALHO



ODEBRECHT


colcci



publya
Mídia Programática

ENTRE EM CONTATO

 publya.com

 (48) 3025-7221

 /publya



publiza

Mídia Programática

Apresentou:

INTRODUÇÃO À

MÍDIA PROGRAMÁTICA

EMPRESA CERTIFICADA
NEW MARKETING INSTITUTE



PARCEIRO DE NEGÓCIOS
CERTIFICADO



MELHOR
ATENDIMENTO
MÍDIA ONLINE



2014/2015

MELHOR
VEÍCULO DE
COMUNICAÇÃO
MÍDIA ONLINE



2015

EMPRESA AFILIADA
ASSOCIAÇÃO CATARINENSE
DE TECNOLOGIA

