

Publicidade programática: o que é e como funciona?



MIGUEL SOARES
CEO da Partteam

A publicidade programática é uma tendência que veio para ficar. Ao longo da última década, o mundo da publicidade tem permitido às marcas e empresas uma precisão sem precedentes no alcance e ativação dos seus públicos-alvo. A publicidade padronizada para todos os públicos já não funciona! Os clientes e utilizadores das novas tecnologias querem e esperam experiências mais personalizadas, com mais frequência. A expansão dos meios de comunicação e dos dados que agora existem dos clientes tornam a compra e venda de anúncios um processo mais complicado.

O que é a publicidade programática ?

A publicidade programática é um termo que abrange diferentes tecnologias que automatizam a compra, o posicionamento e a otimização da publicidade, realizada em tempo real ou quase real, com diferentes níveis de controlo e automação. O principal objetivo consiste na substituição de atividades humanas na negociação de espaços de publicidade. Isto oferece aos anunciantes a capacidade de saber exatamente em que meio estar, qual o anúncio certo a exibir, em determinada hora para a audiência certa. A revolução já começou, a publicidade programática veio mudar a forma como os anunciantes compram espaço publicitário com novos standards, numa indústria cada vez mais tecnológica, dos quais a velocidade, personalização e dados são

gerados em tempo real tornando o processo de compra mais rápido e eficaz.

Como a publicidade programática alterou a forma como os consumidores veem a publicidade ?

A publicidade programática transformou-se no novo padrão e representa parte da publicidade de “display digital” que é comprada e vendida nos diferentes mercados, como no Reino Unido e nos EUA. A tecnologia programática permite dados online e offline altamente detalhados para exibir anúncios. Esta situação acaba por beneficiar não apenas o anunciante, mas também o consumidor, que recebe uma experiência totalmente relevante, porque assiste e vê o que realmente lhe interessa. Entender as relações humanas é um processo contínuo, não existe uma fórmula

que dite a maneira mais eficaz de criar impacto no consumidor.

Experiências impressionantes quase sempre são positivas para o cliente. Criar experiências positivas vai garantir que o público-alvo queira sempre revê-las.

Como funciona a publicidade programática ?

Resumidamente e de uma forma simples, a publicidade programática funciona através da automatização de processos de compra e venda, que consiste em:

1. Escolher um público-alvo;
2. Definir o investimento para causar impacto;
3. Pesquisar sites e locais onde o público-alvo está presente;
4. Comprar de forma inteligente e estudada os espaços de publicidade, exatamente na hora em que o público-alvo está online.

A publicidade programática permite, assim, a compra de diferentes espaços / inventários como displays, vídeos, social, mobile, etc.

Além de conduzir a outras formas de negociação em dois modelos distintos:

- **Reservado** – negociação através de uma DSP (Demand Side Platform) que usam dados concedidos pelo DMP (Data Management Platform) para encontrar o público-alvo mais adequado ao anunciante (Private Deal ou Private Ad Exchange);

- **Não Reservado** – Inventário dentro da Ad Exchange (Rede de Anúncios), qualquer pessoa com acesso a uma DSP consegue comprar.

Vantagens da publicidade programática

Tempo: O processo de compra da publicidade era totalmente manual e consumia muito tempo. Para anunciar agora além de ser um processo mais fácil, também é muito mais simples, através do leilão em tempo real (RTB) removendo assim a complexidade que antes existia. O RTB permite a automatização de funções de compra, uma vez que propicia a habilidade de comprar inventário com base em impressões e usuários.

Redução de custos: A publicidade programática está cada vez mais a ser utilizada, também pela otimização do investimento, diminuindo assim, a dispersão da verba publicitária. Tudo isto, devido também à automatização dos processos, direcionando o anunciante para o público-alvo relevante.

Segmentação: Além de eficiente em custos, a publicidade programática permite o alcance da audiência em vários locais, numa única compra. Desta forma, é possível identificar as características mais relevantes do público-alvo e usar esses insights para atingir de forma personalizada o consumidor.

Resultados: Agora é possível através desta ferramenta trocar e experimentar diferen-

tes meios criativos, peças, canais, técnicas, estratégias de targeting e analisar. Isto permite a otimização de campanhas e, assim, perceber o que poderá funcionar melhor. Resumindo, as maiores vantagens da publicidade programática são: campanhas personalizadas de acordo com perfil de navegação, idade, género, intenção de compra, localização, etc. ; anunciantes decidem quanto desejam pagar por impressões; evitar a dispersão de anúncios em locais de desinteresse e sites aleatórios; análise de dados reais e específicos.

A publicidade programática no offline através dos mupis digitais

Engana-se quem pensa que a publicidade programática está limitada apenas ao *online*. Atualmente, ela pode e chegou também ao mercado *offline*, por exemplo, através dos mupis digitais (DOOH).

A publicidade programática DOOH tem as seguintes vantagens:

- Oferece maior eficiência no gastos para as marcas porque é possível segmentar o micropúblico;
- Facilita o fluxo de trabalho;
- Dá aos profissionais da publicidade OOH (Out Of Home) o direito de programar no digital e potencialmente aproveitar orçamentos digitais.

Cada vez mais existem diferentes ferramentas disponíveis que ajudam a identificar quem está a visualizar os displays digitais.

PUB

SEJA LIVRE SENDO DONO DE UMA EMPRESA

“Neste livro pretendo demonstrar que é possível e acessível a uma pessoa comum tornar-se livre, através da criação e desenvolvimento de um negócio, percorrendo vários passos até atingir o estado de dono do negócio que criou.” (o autor)

“Quando pensares fazer, faz.
Assim terás sempre sucesso e paz.”

Autor Miguel Matos

Páginas 192

PVP €13.70



Compre já em <http://livraria.vidaeconomica.pt>