



 Marketing digital

 Especializada em captar atenção



Mídia Kit

YOU.AD

Hub de AdTechs

Publicidade Mobile

Publicidade que Engaja

Cenário

Somos uma hub de AdTechs que foram pensadas e desenvolvidas para garantir uma publicidade que engaje e que ajude a atingir os objetivos das marcas, pois este é o grande valor a ser considerado na composição de opções e recursos dos planos de mídia e na captação da atenção dos usuários digitais.

Economia da Atenção

Interação + Hiper foco + Comportamento

CRIATIVO + SEGMENTAÇÃO + DADOS

1

No cenário da comunicação atual, com tamanha dispersão, sobreposição de impactos e disputa pela atenção do usuário, **como entrar nas conversas e envolver as pessoas** com as mensagens das marcas?

2

Como ser memorável, pertinente e relevante?

3

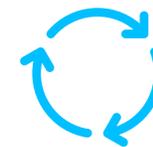
Onde achar e impactar as **pessoas mais adequadas para a campanha e marca?**



Envolver os consumidores



Ampliar a lembrança da mensagem



Garantir resultados qualitativos



Gerar leads qualificados



Soluções



1

INTERATIVIDADE

ANÚNCIOS INTERATIVOS

- Publicidade mobile
- Display interativo
- Engajamento voluntário
- Frequência até 2x
- Segmentação via programática
- Moeda = engajamento CPE

2

HIPERFOCO

ANÚNCIOS INTRÍNSECOS EM GAMES

- Publicidade mobile
- Display, vídeo e áudio
- Intrinsic in-game
- Frequência a ser definida
- Segmentação via programática
- Moeda = impressão CPM

3

OTIMIZAÇÃO DINÂMICA

ANÚNCIOS OTIMIZADOS

- Publicidade mobile e desktop
- Display e vídeo
- Otimização por AI
- Frequência a ser definida
- Segmentação via programática
- Moeda = conforme foco

Diferenciais



1

INTERATIVIDADE

ANÚNCIOS INTERATIVOS

A interação voluntária dos usuários no anúncio é o grande diferencial, o que gera maior envolvimento com a mensagem e uma lembrança ampliada em até 10x.

É uma forma gamificada de se envolver com mensagem em busca da captação da atenção das pessoas impactadas.

A distribuição via programática possibilita impactar e engajar os públicos de forma mais assertiva e pertinente.

2

HIPERFOCO

ANÚNCIOS INTRÍNSECOS EM GAMES

Seu grande diferencial está na exposição da marca no ambiente de hiperfoco, com baixa interferência e alto grau de imersão.

Game se torna uma nova mídia de massa em razão do número de horas jogadas por semana e pelo perfil amplo de seu público.

E somente esta adtech oferece a possibilidade dos **anúncios clicáveis**, possibilitando o monitoramento dos impactos e clicks

3

CRIATIVO COM OTIMIZAÇÃO DINÂMICA

ANÚNCIOS OTIMIZADOS*

A composição de cada anúncio vai mudando automaticamente em função da mensagem, meio, contexto e usuário ao que queremos impactar.

São criadas todas as variações de anúncios e vídeos dinâmicos que a campanha precisa, fazendo com que a mensagem seja ainda mais relevante, captando melhor a atenção do público.

Os lances são feitos para cada usuário, otimizando os objetivos de cada campanha para cada meio.

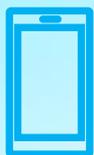
Ambientes



1

INTERATIVIDADE

ANÚNCIOS INTERATIVOS



MOBILE

2

HIPERFOCO

ANÚNCIOS INTRÍNSECOS
EM GAMES



MOBILE

3

CRIATIVO COM OTIMIZAÇÃO DINÂMICA

ANÚNCIOS OTIMIZADOS



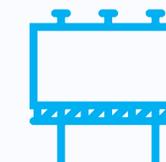
MOBILE



DESKTOP



CTV



DOOH

Formatos



1

INTERATIVIDADE

ANÚNCIOS INTERATIVOS

Display (com e sem vídeo)

Distribuído em
SITES e APPS

MOBILE 320x480 | 300x250 | 768x1024

2

HIPERFOCO

ANÚNCIOS INTRÍNSECOS EM GAMES

Display, vídeo e áudio

Distribuído em
GAMES CASUAIS

320x480 | 300x250 | 768x1024

3

CRIATIVO COM OTIMIZAÇÃO DINÂMICA

ANÚNCIOS OTIMIZADOS

Display e vídeo dinâmicos

Distribuído em
SITES, APPS, RETAIL MÍDIA,
TVS CONECTADAS

DIVERSOS

Segmentações



ANÚNCIOS INTERATIVOS



AUDIÊNCIA

Cria filtros demográficos, baseados em gênero, idade e renda

+

Interesses e comportamentos



CONTEXTUAL

Impacta o usuário através do conteúdo que está acessando, gerando maior relevância



GEOLOCALIZAÇÃO

Direciona a campanha para as áreas frequentadas pelo target

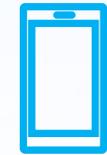
Região
Bairros
PDV
PDV Concorrentes



CONSUMO

Distribui a campanha em determinadas localizações de maior potencial de consumo da marca

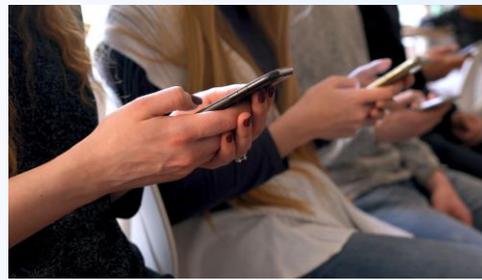
Shopping, Parques,
Eventos



APP BEHAVIOR

Impacta usuários baseados nos aplicativos que utilizam em seus devices

Estratégia Impactos



ANÚNCIOS INTERATIVOS



GEOCOLLECT

Permite coletar dados dos IDs de mobiles em áreas geográficas determinadas para uma audiência específica e impactá-la posteriormente com a campanha



RETARGETING

Permite re-impactar os usuários que tiveram algum contato com a campanha com novos criativos e mensagens



FOOTPRINT

Mensura quantas pessoas se deslocaram até os PDVs da marca após serem impactados pelas campanhas dos anúncios interativos

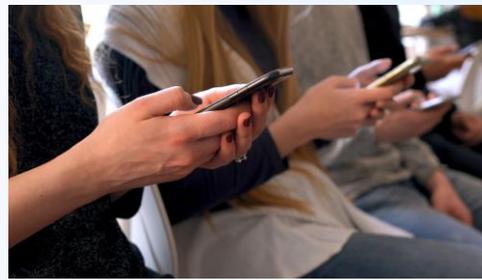


SMART PIXEL

Monitora o site da marca criando base de dados dos usuários que visitaram os site com foco no retargeting

Mensura as visitas após 7/15/30 dias

Segmentações



ANÚNCIOS EM GAMES



AUDIÊNCIA

Cria filtros demográficos, baseados em gênero, idade e classe social

+

Interesses

ANÚNCIOS OTIMIZADOS



AUDIÊNCIA

Cria filtros demográficos, baseados em gênero, idade e classe social

+

Interesses



OPEN WEB

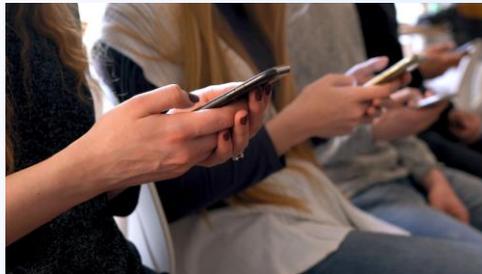
Busca impactar usuários no target da campanha, sem segmentação de idade, classe ou gênero



LOOKALIKE

Busca impactar usuários com perfil similar ao target da campanha para ações de remarketing

A atenção



1

INTERATIVIDADE

ANÚNCIOS INTERATIVOS

INTERAÇÃO = ATENÇÃO

AUMENTO MEMORABILIDADE

Os usuários estão propensos a lembrarem até 10x mais quando eles engajam com o anúncio interativo.

68% das pessoas preferem aprender de forma cinestésica.

GARANTIA DE 100% DE VISIBILIDADE

Criativo que garante de 100% de visibilidade. Se engajou, viu.

2

HIPERFOCO

ANÚNCIOS EM GAMES

HIPER FOCO = ATENÇÃO

MENOR DISPERSÃO

Os usuários estão focados no jogo e com alta concentração e foco. Desta maneira, os poucos estímulos acabam sendo mais memoráveis.

AMBIENTE DE ENTRETENIMENTO E ESCOLHA VOLUNTÁRIA

O usuário é impactado em um momento mais relaxado e com maior possibilidade de absorção das mensagens.

3

CRIATIVO COM OTIMIZAÇÃO DINÂMICA

ANÚNCIOS OTIMIZADOS

OTIMIZAÇÃO = ATENÇÃO

MAIOR ADEQUAÇÃO

Os usuários são impactados conforme o momento, o estágio de relação com a marca/campanha, o dia da semana, etc., gerando maior pertinência e lembrança do impacto.

MENSAGEM OTIMIZADA DE ACORDO COM O USUÁRIO

O usuário é impactado de forma mais personalizada com seu perfil e interesse o que torna a campanha mais relevante.

JORNADA DO CONSUMIDOR

AWERENESS



ANÚNCIO INTERATIVO MOBILE: ENGAJAMENTO VOLUNTÁRIO, MEMORABILIDADE.
ANÚNCIOS IN-GAME MOBILE: AMBIENTE DE HIPERFOCO, 100% DE VISIBILIDADE.
ANÚNCIOS DCO: PERSONALIZAÇÃO EM TEMPO REAL.



SEGMENTAÇÕES ASSERTIVAS: AUDIÊNCIA, CONTEXTUAL E GEOCOLLECT
OTIMIZAÇÃO DO CRIATIVO DE ACORDO COM ETAPA DO CONSUMIDOR
MULTICANAL: WEB, DOOH, CTV, RETAIL MEDIA



CONSIDERAÇÃO

CONVERSÃO



PÓS-CAMPANHA

BRANDLIFT

RETARGETING = MOBILE PARA CTV/DOOH (VIA IP)
LANCES INDIVIDUAIS OTIMIZADOS
IMPACTOS NO DECORRER DA JORNADA

FOOTPRINT
FLUXO NO PDV

ANÚNCIOS INTERATIVOS



<https://bit.ly/3cmNhGB>



Materiais necessários para criação

Estão são os assets necessários para a criação da interatividade:

Arquivos digitais

KV da Campanha

Materiais gráficos com alta resolução
com layers editáveis (PSD/AI)

Fontes

Logotipos em alta resolução ou vetor

Imagens dos produtos (pack shots)

Textos específicos

Audiovisual

Vídeos com alta resolução (MP4),
formatos (preferencialmente na
vertical) e duração necessárias
(indicação sugerida de máxima de
10') ou editáveis.

ANÚNCIOS INTRÍNSECOS EM GAME

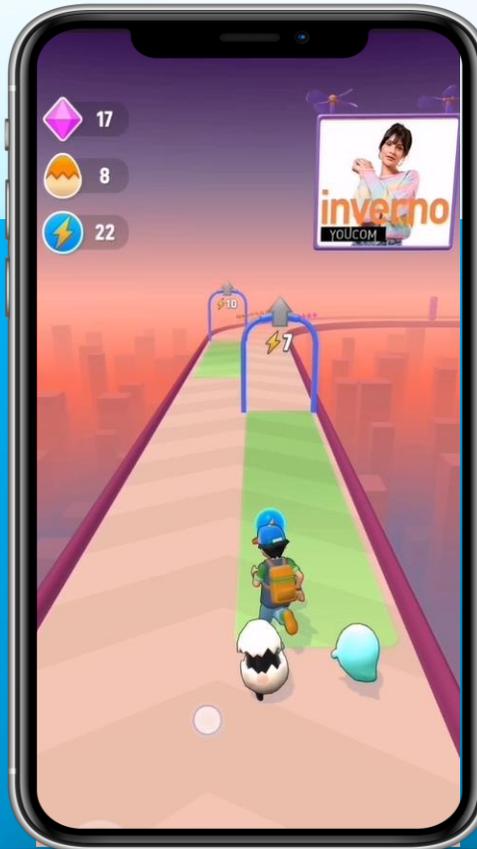
Display e Vídeo*

Os anúncios são posicionados para alta exposição e melhor visibilidade.

Criativos standard IAB

Estáticos e dinâmicos

Anúncios clicáveis



*Video Ad Serving Template possibilita tags para verificação

Áudio*

Os formatos de áudio seguem as diretrizes da IAB: o nível do volume do áudio deve ser de 30% para que o anúncio em áudio seja reproduzido. Taxas mínimas de escuta de 70%.

Suporte VAST

"Pulável e não pulável"

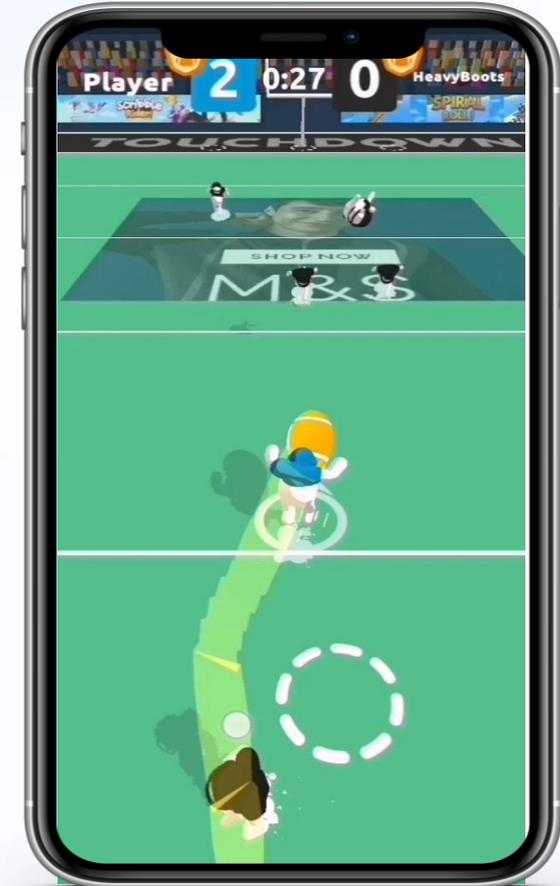
Anúncios acionados por localização 3D + logo complementar

* Altamente impactante e aceito pelos jogadores, com maiores índices de lembrança nas pesquisas de brandlift.



TapNation

Clicável



Em busca de performance, os anúncios apresentam a possibilidade de inserir a ação do **CLICK**, ampliando a mensagem da marca e uma nova atividade do gamer.

Ação voluntária do gamer. Click deve ser pertinente ao ambiente e ao comportamento do gamer, seguindo a premissa de não interrupção.

Média CTR : 0,65%

ANÚNCIOS COM OTIMIZAÇÃO DINÂMICA



Brandlift



1

LEMBRANÇA DA CAMPANHA

2

ASSOCIAÇÃO DE MARCA

3

INTENÇÃO DE COMPRAS

Recomendado até 3 perguntas, a serem definidas pelo cliente.

ANÚNCIO INTERATIVO

Para campanhas com verba a partir de R\$ 80.000,00, brandlift é entregue como bônus.

ANÚNCIOS EM GAMES

Campanhas com mínimo investimento de R\$ 60.000,00 em razão do volume necessário de cookies

ANÚNCIOS OTIMIZADOS

Para campanhas com verba a partir de R\$ 50.000,00, brandlift é entregue como bônus.

Plataformas

Empresas
desenvolvedoras
das soluções
ofertadas em
parceria com a
YOU.AD



GADSME

groovinads

Nossa Equipe



Margarida Galafassi

Operação e Conexão com o Mercado

+55 (51) 99283-7667
margarida@youad.com.br



Antônio Brisolla

Conexão com o Mercado

+55 (51) 9966-6616
antonio@youad.com.br



Analice Simões

Conexão com o Mercado

+55 (51) 99998-1918
analice@youad.com.br



Juliana Dornelles

Conexão com o Mercado

+55 (51) 99113-6322
juliana@youad.com.br

