Proprietary + Confidential

Conceitos básicos de Publicidade Programática

Luiz Felipe Bitencourt - Outubro 2019

Proprietary + Confidential

Palestrante

Luiz Felipe Bitencourt

Gerente de parcerias e desenvolvimento de mercado

Formado em Publicidade e Propaganda, atua há mais de 6 anos no mercado de mídia programática, tendo experiências nos mais variados papéis dessa indústria. Como veículo, foi responsável pela criação da área de mídia programática de um dos maiores e-commerces do país. Como comprador de mídia programática, foi responsável pela gestão e atendimento de clientes como Diageo, Uber e Ambev, sempre no ambiente programático. Hoje atua como gerente de parcerias e desenvolvimento do mercado programático no Google ajudando veículos e anunciantes a se comunicarem de forma mais eficiente.



Proprietary + Confidential

Agenda

- O que é mídia programática?
- RTB, DSP, SSP, DMP - O papel de cada tecnologia na compra programática
- Modelos de compra e venda programática - Do leilão aos deals garantidos
- Melhores práticas para monetizar o seu inventário
- Perguntas e Respostas

Proprietary + Confidential

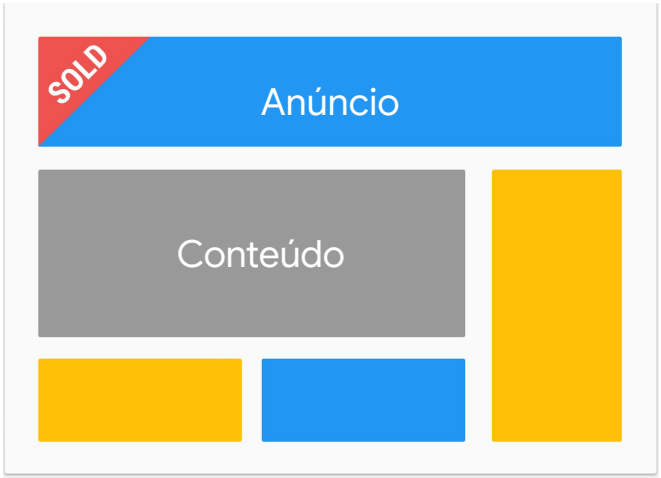
O que é mídia programática?

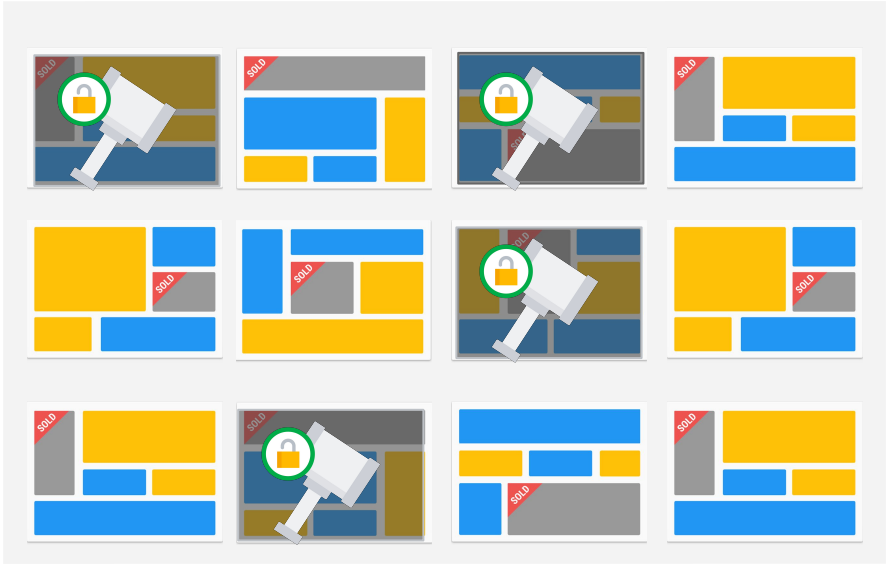

Mídia programática é o uso de **tecnologia** para a **automação** da compra e venda de mídia digital em **tempo real.**

Google

Proliferação de sites + fragmentação das audiências = necessidade de automação

Proprietary + Confidential





Proprietary + Confidential

A mídia programática nasceu da convergência de três fatores:

Grandes audiências acessíveis (exchanges)



Disponibilidade de dados (histórico de navegação, cookies, etc)



Tecnologia e infraestrutura
(Real time bidding)



Compra de audiência em escala (Mídia Programática)

Google

Proprietary + Confidential

Benefícios para os anunciantes:



Escala massiva

Alcance entre milhares de veículos, com acesso a todo o tipo de formatos e plataformas



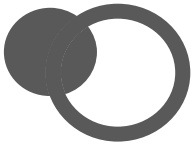
Segmentação precisa

Possibilidade de encontrar a audiência certa no contexto certo para conectá-los com suas marcas



Eficiência operacional

Processos padronizados com toda compra e reporting em um único lugar, garantindo mais tempo para a estratégia



Tranparência

Acesso a insights através de relatórios transparentes, identificando falhas e ajustando a estratégia em tempo real

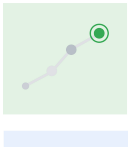
Proprietary + Confidential

Benefícios para os veículos:



Acesso a novos compradores

Expansão do seu universo de clientes através da demanda programática



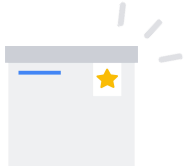
Maximização de receita

As plataformas programáticas oferecem ferramentas que te ajudam a conseguir o melhor valor para cada espaço



Eficiência e escala

Processos financeiros e operacionais automatizados garantem mais eficiência no dia a dia



Tecnologia de ponta

Tenha acesso as últimas novidades tecnológicas e se mantenha sempre atualizado

Um dia, toda compra de mídia será programática.



Google

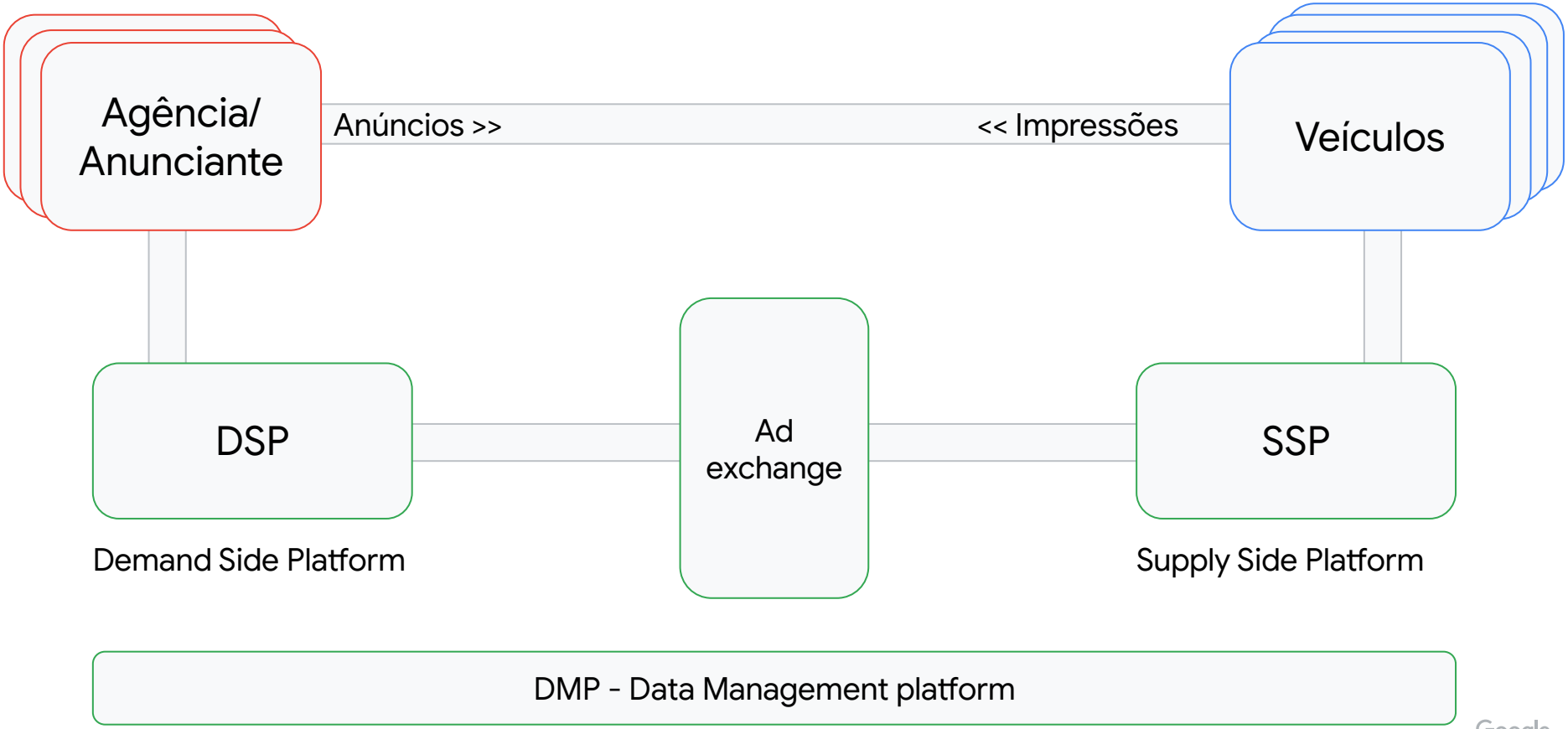
Proprietary + Confidential

RTB, DSP, SSP, DMP -

O papel de cada tecnologia na compra programática

Ecosistema Programático

Proprietary + Confidential

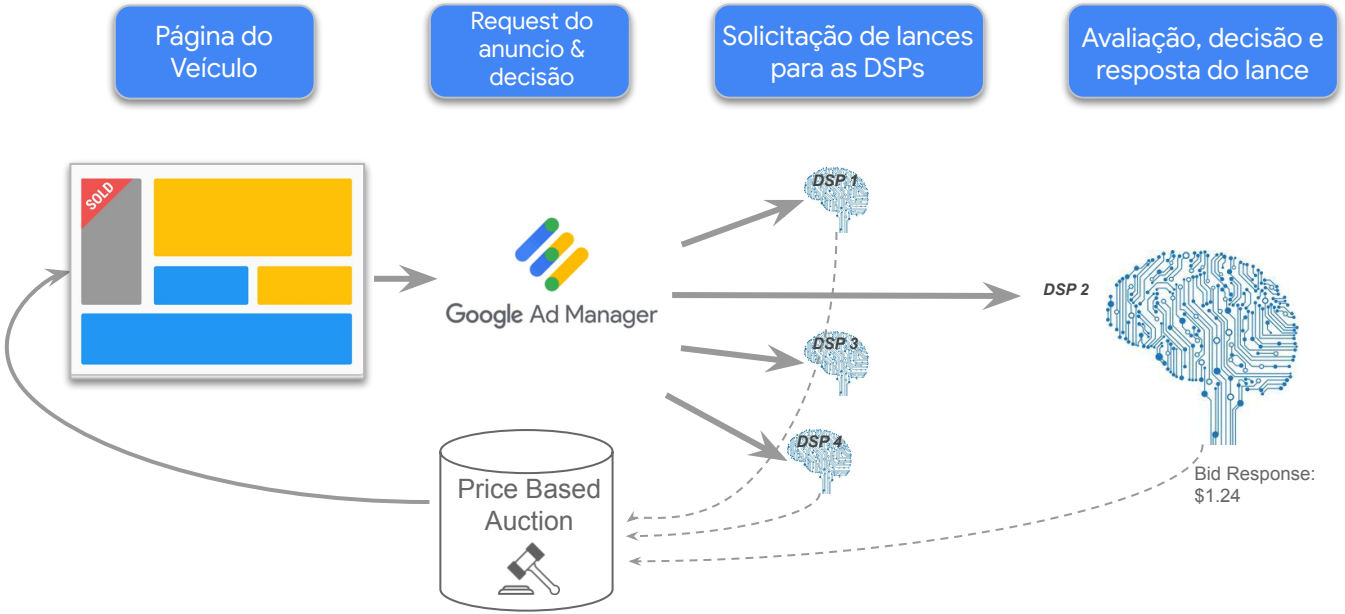


Google

Proprietary + Confidential

Real Time Bidding (RTB)- A tecnologia que faz acontecer

- Informações sobre o inventário são enviadas para **diversos** “bidders” ou “DSPs” para análise, em tempo real.
- DSP’s respondem com lances, ***ou não.***
- Lances recebidos competem pelo inventário em tempo real baseado no preço.



DSP : Demand Side Platforms

Demand Side Platform
Plataforma tecnológica que permite aos anunciantes comprarem em uma Exchange.

Simplificando:
A tecnología que se usa para comprar











SSP + Ad Exchanges

Supply Side Platform:
Plataforma que permite a veículos venderem seu inventário em uma Exchange e maximizar sua receita, tanto em vendas tradicionais como programáticas.

Exchange:
Tecnologia que permite um ecosistema aberto onde SSPs e DSPs transacionam.

Simplificando:
A tecnologia que se usa para vender e o lugar onde se realiza a negociação.



DMP: Data Management Platform

Data Management Platform:
Plataforma que coleta e armazena informações dos usuários para veículos e/ou anunciantes. Exemplo de informações: informações online, interesses, navegação, informação offline, etc...

Simplificando:
A ferramenta que permite gerenciar informações de usuários que navegam em nossos sites.

EXAMPLES

tail Target Audience & Insights Lab

navegg

Audience Manager

bluekai

datalogix

Proprietary + Confidential

Tipos de Compra programática

Proprietary + Confidential

Resumindo os modelos de compra programática



1 veículo

Todos os compradores da Exchange

Menor prioridade na compra

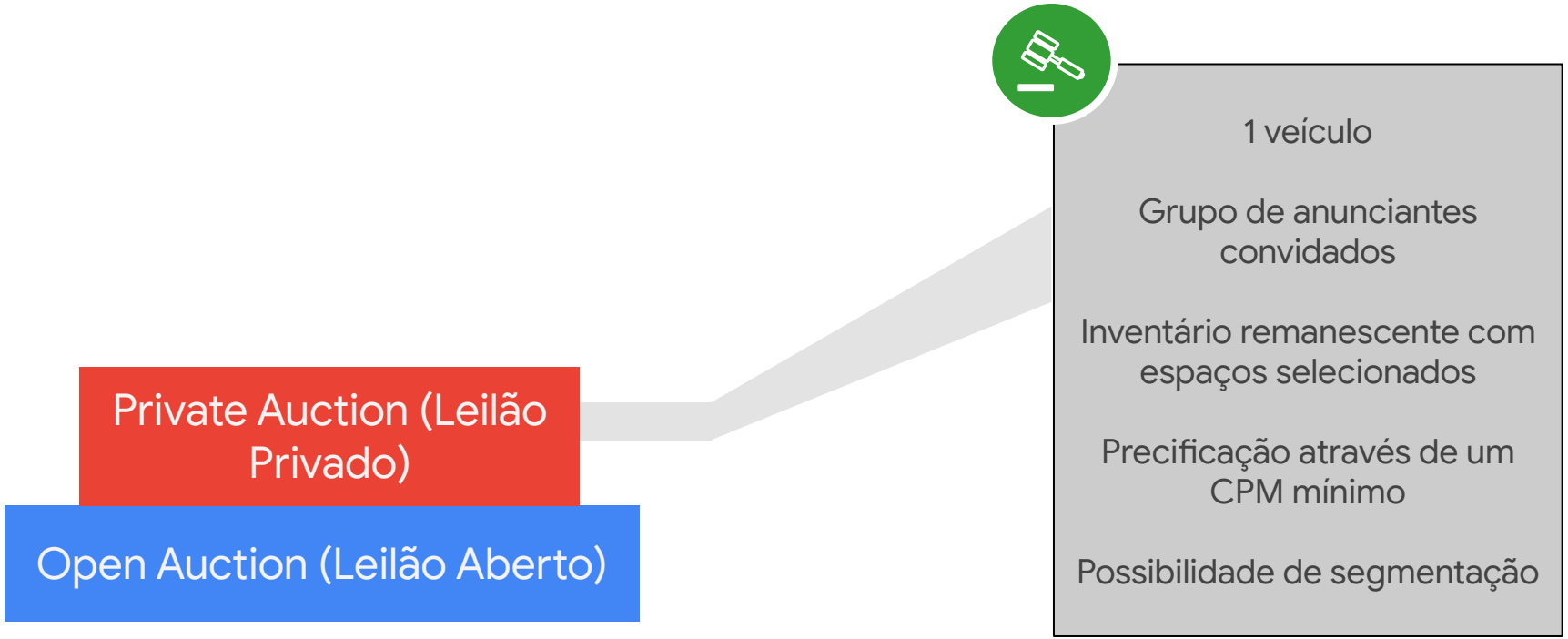
Inventário remanescente

Precificação através de um CPM Mínimo

Open Auction (Leilão Aberto)

Proprietary + Confidential

Resumindo os modelos de compra programática



Proprietary + Confidential

Resumindo os modelos de compra programática



1 veículo

1 comprador

Inventário selecionado

Maior prioridade na compra (maior do que nos leilões aberto e privados)

Precificação através de um CPM fixo negociado

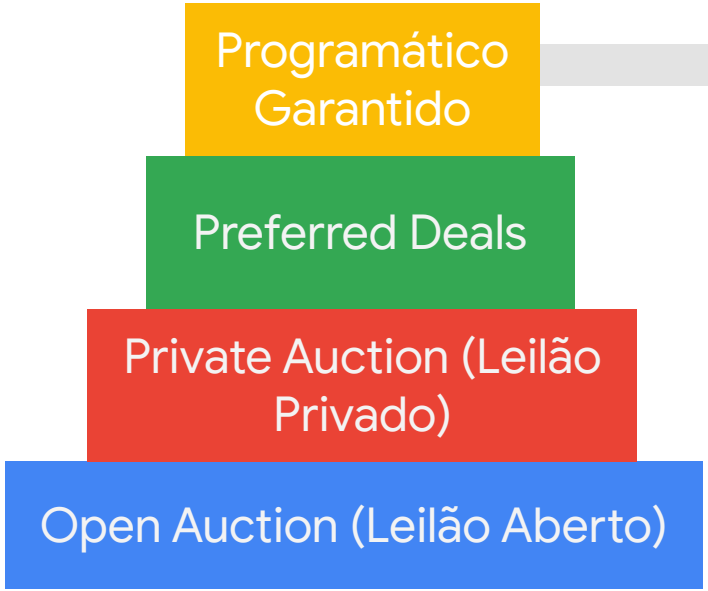
Sem garantia de investimento mínimo

Confidential + Proprietary

Google

Proprietary + Confidential

Resumindo os modelos de compra programática



1 veículo

1 comprador

Inventário selecionado, formatos premium.

Maior prioridade dentre as compras programáticas

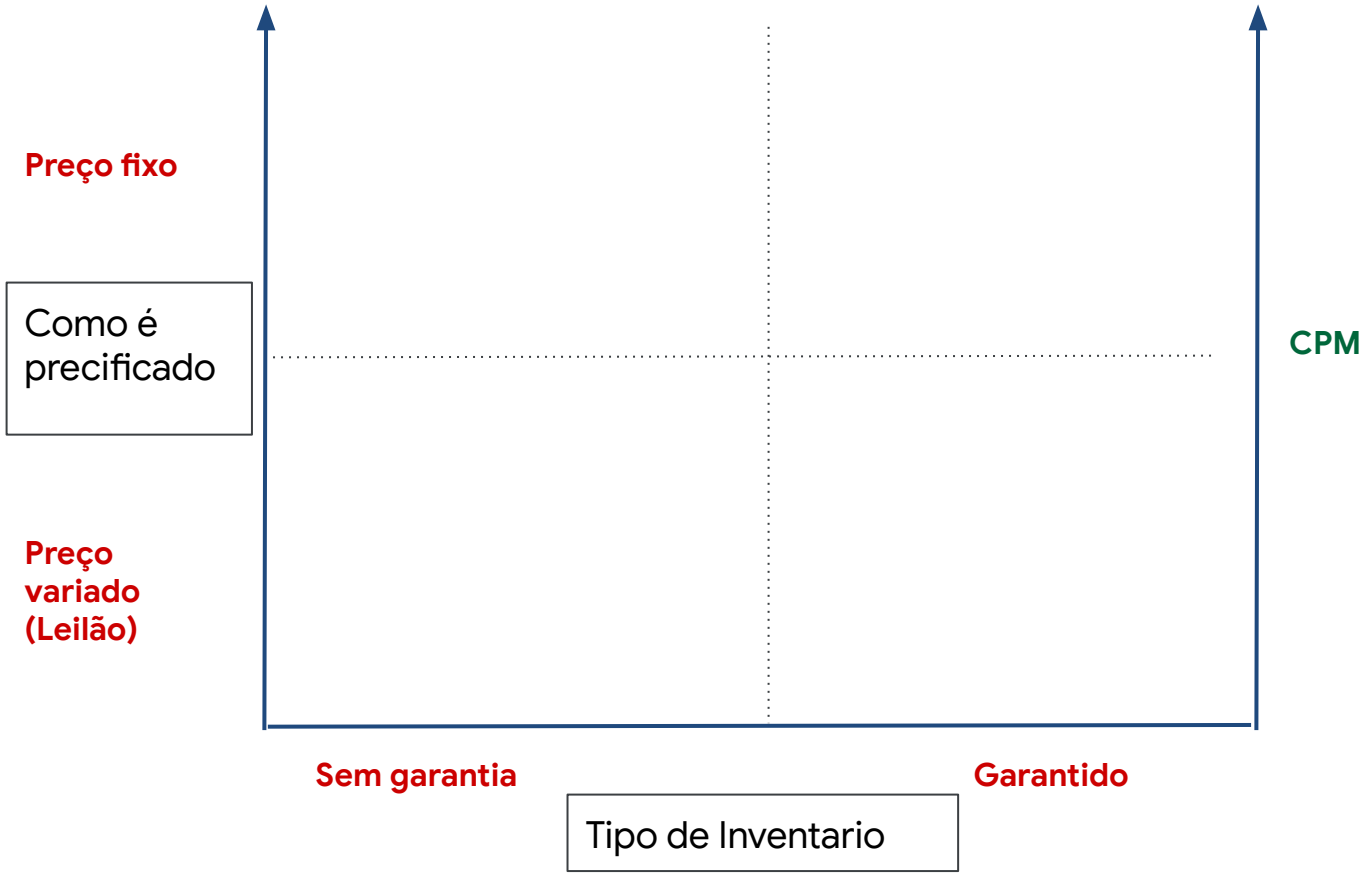
Precificação através de um CPM fixo negociado

Garantia total de investimento e inventário

Confidential + Proprietary

Os quatro tipos de acordo com o contexto

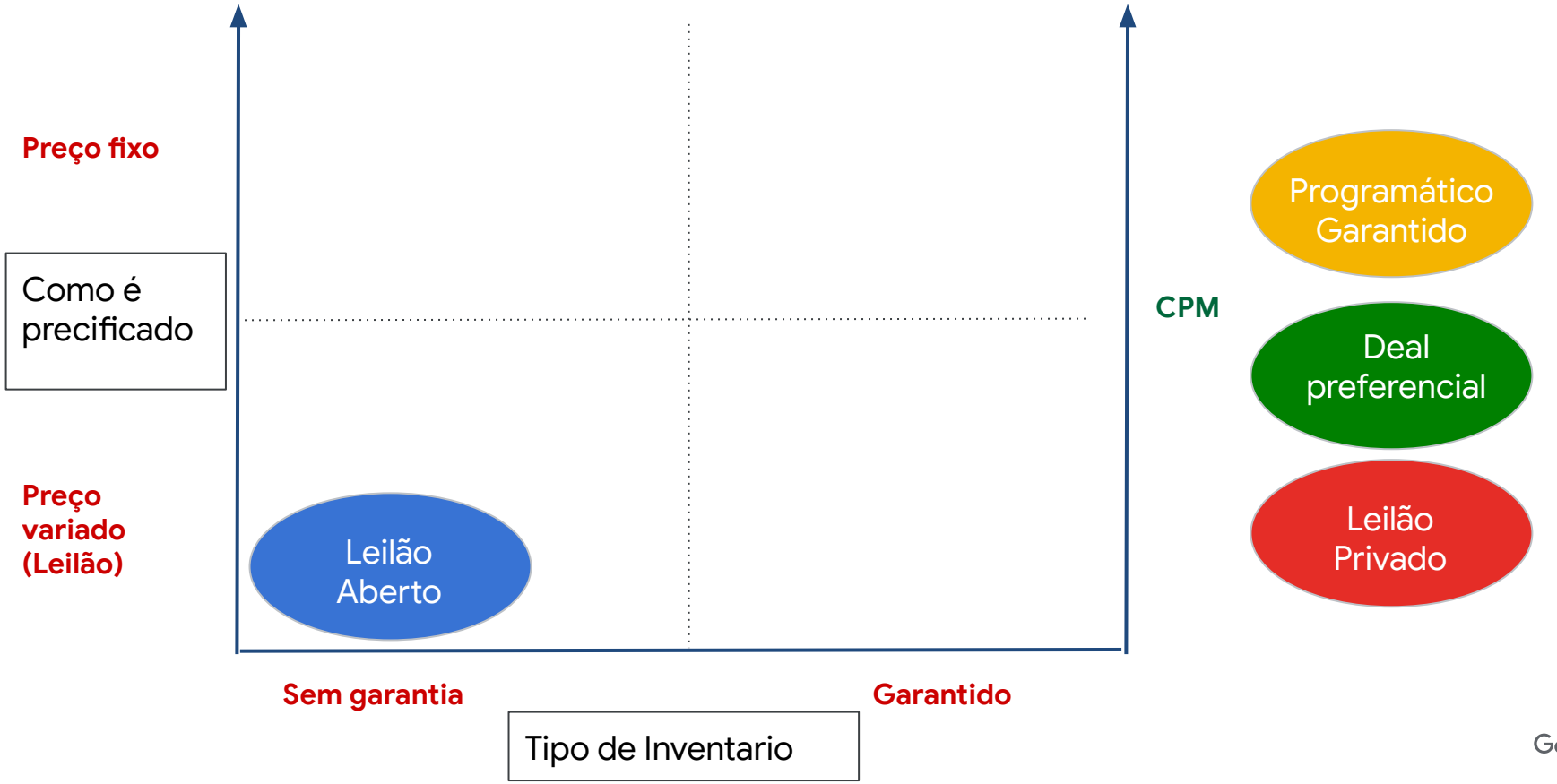
Proprietary + Confidential



Google

Os quatro tipos de acordo com o contexto

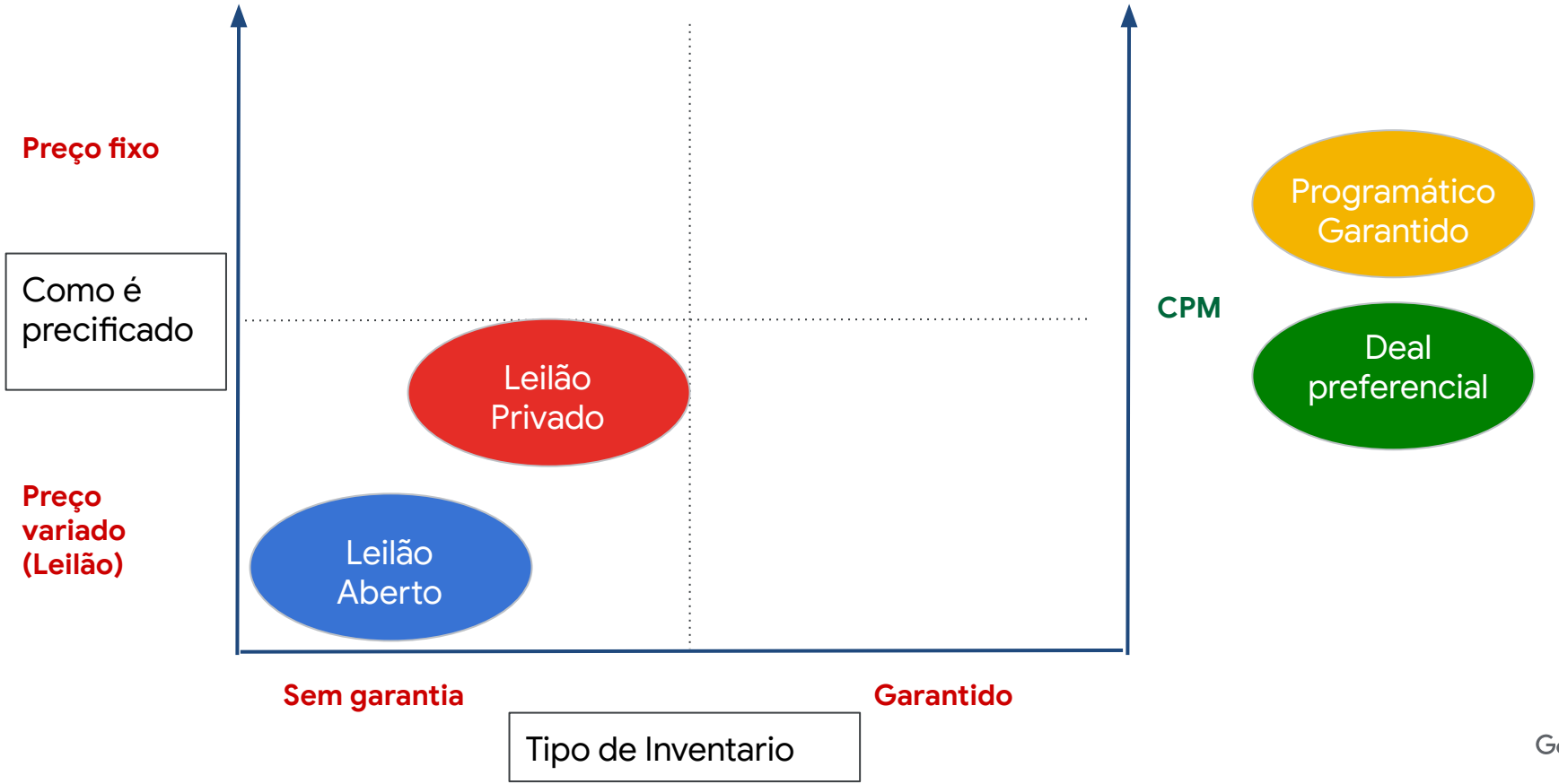
Proprietary + Confidential



Google

Os quatro tipos de acordo com o contexto

Proprietary + Confidential



Google

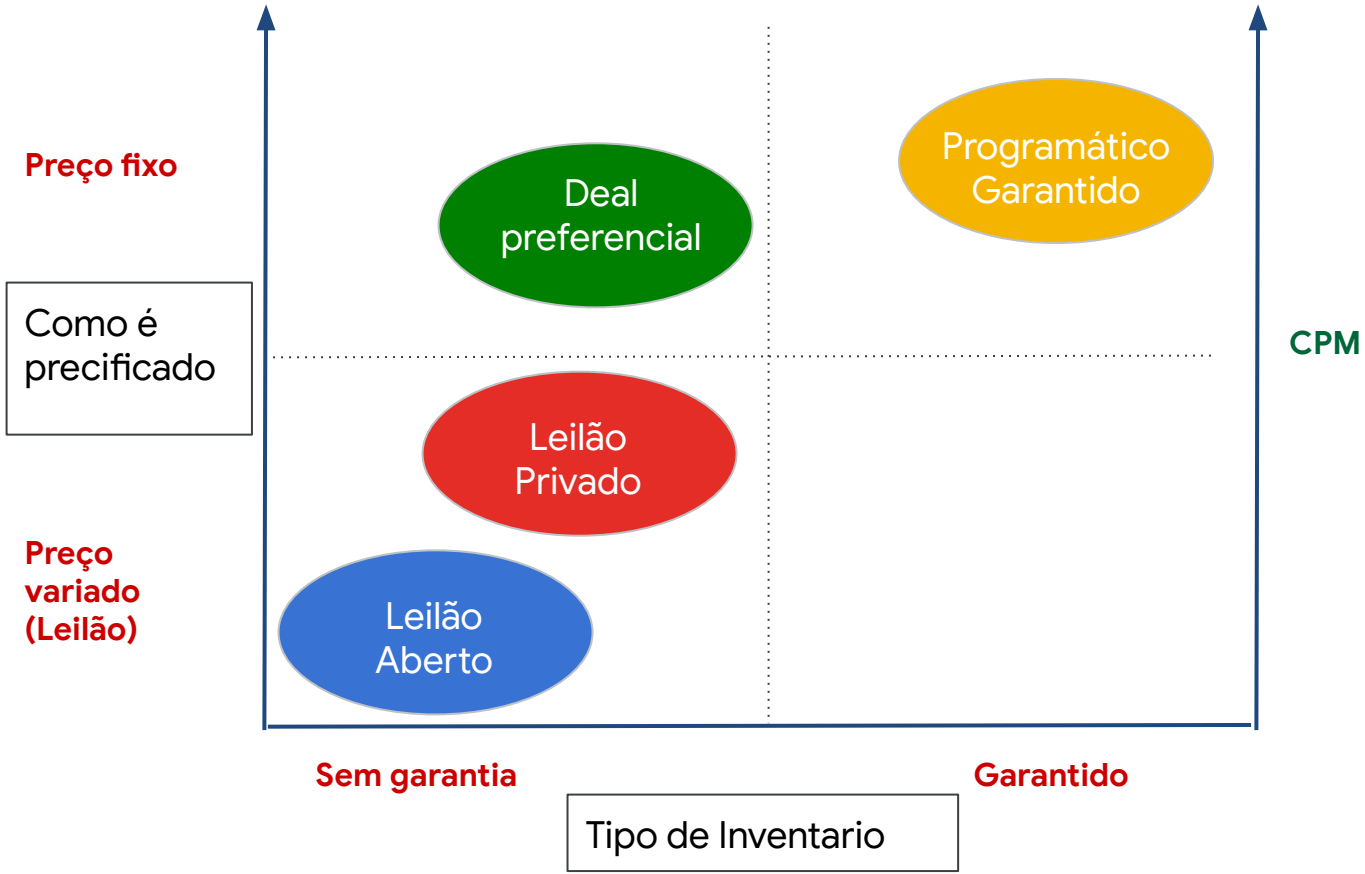
Os quatro tipos de acordo com o contexto

Proprietary + Confidential



Os quatro tipos de acordo com o contexto

Proprietary + Confidential



Proprietary + Confidential

Pontos importantes:



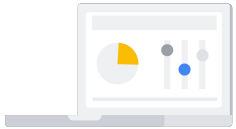
Leilão aberto é sua base de receita

Mesmo sendo o modelo mais simples o leilão aberto tem grande potencial de receita.



Quanto maior a prioridade, maior o preço

Deals garantidos tem o maior preço por oferecerem um acesso especial aos anunciantes



Qual modelo usar?

Cada modelo de compra e venda tem seus benefícios e características para os anunciantes.

Proprietary + Confidential

Melhores práticas para monetizar seu inventário

Proprietary + Confidential

Defina seu inventário de forma estratégica



Foco no usuário

Banners intrusivos prejudicam a experiência do usuários e podem bloquear seu site



Cada espaço tem seu preço

Defina preços diferentes para formatos diferentes. Formatos maiores costumam custar mais caro.



Pense multi telas

Cada vez mais usuários acessam a internet por dispositivos móveis. Como seu site responde neste ambiente?

Obrigado