

Publicidade Gráfica na Internet

Display Advertising é publicidade gráfica na internet que surge junto ao conteúdo nas páginas web, aplica-se de mensagens instantâneas, emails, etc. Esses anúncios podem incluir texto, logotipos, imagens ou mesmo vídeo. Mesmo quando os seus potenciais clientes não clicam no anúncio eles estão expostos à sua mensagem. Como é que o display advertising contribui para as suas iniciativas de marketing online? Resultados imediatos. Sendo mais utilizada para divulgação e notoriedade de marca, também pode ser muito efectiva na aquisição de contactos imediatos de potenciais clientes. Publicidade segmentada. Pode utilizar um grande número de critérios comportamentais e de contexto, demográficos e geográficos, e até biograficos, para segmentar o destinatário da sua mensagem. Monitorizar o seu investimento. Pode monitorizar o desempenho das suas campanhas diariamente e medir indicadores como Impressões, Cliques e Conversões para calcular o seu ROI. Publicidade a um custo competitivo. Pode conseguir mostrar a sua mensagem a uma larga audiência com um pequeno orçamento. As campanhas de publicidade Pay-per-click (PPC) implicam o pagamento apenas quando alguém clica no seu anúncio, não é importante o número de vezes que ele é mostrado. A "primeira impressão" é crucial. Um anúncio display tem que apelar à curiosidade, atrair a atenção imediata dos utilizadores que o vêem, e encoraja-los a clicarem. Utilizando a combinação correcta de imagens, cores e texto o seu anúncio pode destacar-se no meio de muitos outros. Dicas para melhor a Taxa de Conversão do seus anúncios display: Keep it simple. Mais que uma mensagem num anúncio geram confusão. Uma ideia principal, talvez uma secundária e uma oferta apelativa são suficientes. Um claro e sucinto apelo à acção. O que você pretende que o utilizador faça ao ver o seu anúncio deve de ser claro e fácil de ver, e deve de coincidir com o objectivo da sua campanha. Coloque o seu apelo à acção num botão. Por exemplo "Clique Aqui", "Compre já", "Saiba mais", etc. Melhore a criatividade. Use vídeos ou banners interactivos para chamar a atenção. Um design apelativo deve colocar em destaque o conteúdo de um modo visualmente apelativo. Inclua palavras-chave no anúncio. Uma das estratégias (muitas vezes esquecida) passa por incluir palavras-chave utilizadas na campanha no título e/ou descrição dos anúncios. Dessa forma, quando alguém pesquisa por essas palavras o seu anúncio tem mais possibilidades de se destacar. Evite os links quebrados. Verifique e verifique de novo todos os links e assegure-se que todos levam os utilizadores onde os quer levar. Uma página errada, uma página não encontrada, não só é um desperdício de dinheiro (que gastou no clique) como é uma má experiência para o utilizador que pode impactar a credibilidade da sua marca. Um design profissional tem melhores resultados. Mesmo que o seu objectivo não seja criar notoriedade de marca, os seus anúncios devem de ser atractivos, profissionais e envolventes. Contrate o serviço de um profissional em vez de fazer tudo você mesmo.

Sobre o Autor

Carlos Venancio Consultor de Marketing Digital

Source: <http://www.artigoppt.com>