



INOVAÇÃO

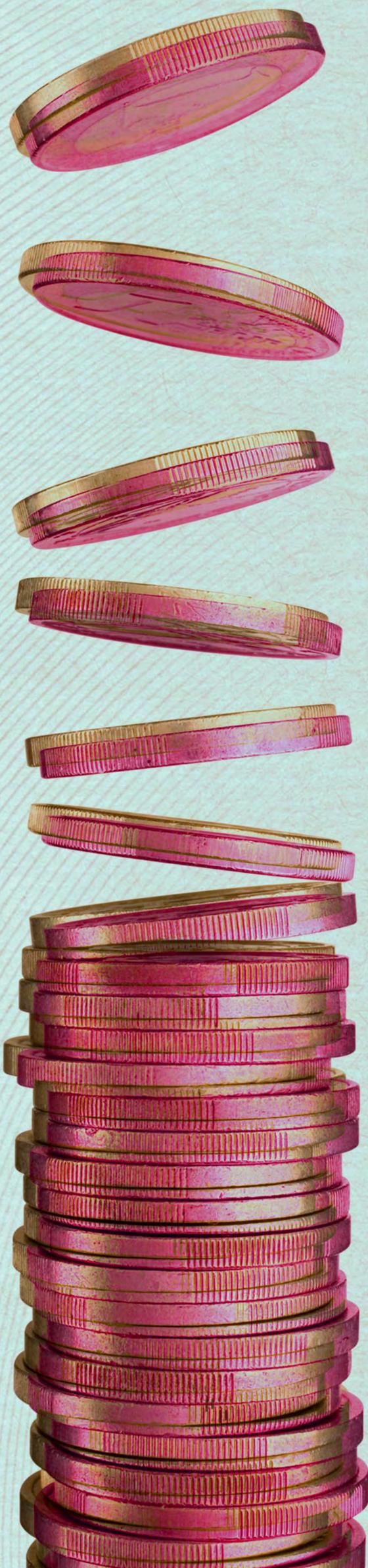
GUIA DA
**MÍDIA
PAGA**

**ON-LINE EM 2021
UM PANORAMA DE OPÇÕES E
NO QUE FICAR DE OLHO.**

SUMÁRIO

3	INTRODUÇÃO
4	DIFERENÇA ENTRE MÍDIA PAGA, MÍDIA PRÓPRIA E MÍDIA GANHA
6	TENDÊNCIAS DE MÍDIA PAGA NAS QUAIS FICAR DE OLHO EM 2021 E 2022
7	Os tipos de mídia paga
7	Social Ads
8	Search Ads
8	Remarketing
9	Native Ads
9	Amazon Ads: novidade
10	Produtos patrocinados
10	Marcas patrocinadas
10	Display
10	Lojas
11	Anúncios de áudio
11	Anúncios de vídeo
11	Amazon DSP
12	A mídia paga que é forte e vai continuar sendo
12	Google Ads
13	Google Shopping
13	YouTube Ads
14	Instagram Ads
14	Facebook Ads
14	LinkedIn Ads
15	TikTok Ads
15	Twitter Ads
16	ENTENDA AS PRINCIPAIS MÉTRICAS DE MÍDIA PAGA
17	CONCLUSÃO
18	SOBRE O SEBRAE MINAS
19	SOBRE O INOVAÇÃO SEBRAE MINAS

INTRODUÇÃO

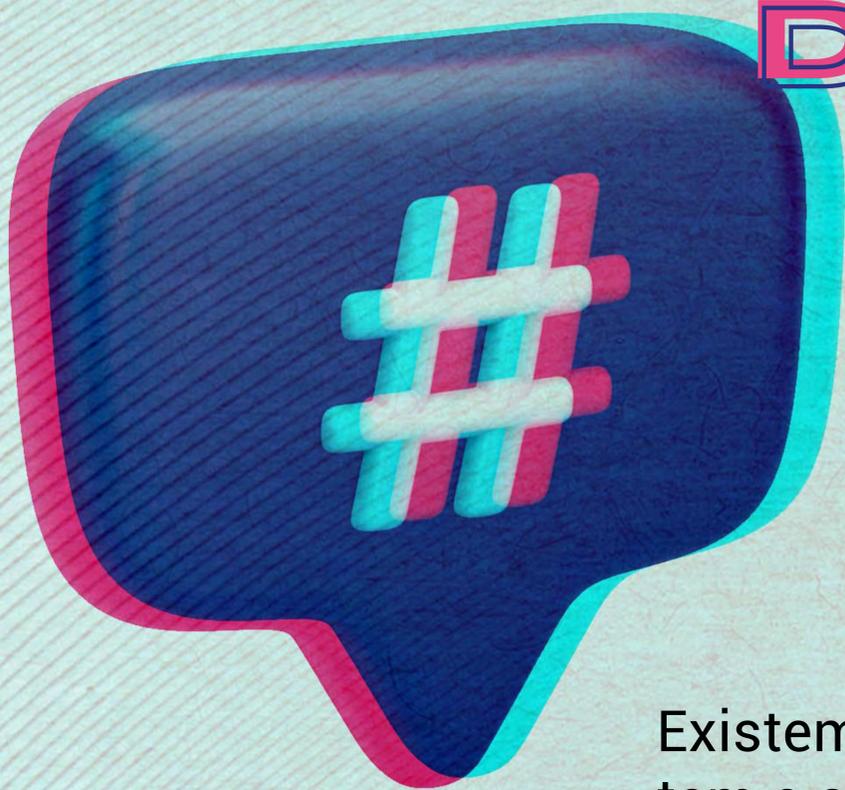


Estratégias de mídia paga são fundamentais para qualquer negócio que deseja fazer sucesso na internet. A fim de atrair os usuários certos ao seu site, é essencial investir em canais pagos; isso se torna mais importante a cada dia.

Veja algumas estatísticas que comprovam a tendência crescente da mídia paga:

- Espera-se que, até 2022, os gastos com mídia paga mobile passem de 280 bilhões de dólares. [Fonte](#)
- 68% dos profissionais de Marketing acreditam que a mídia paga seja “muito importante” ou “extremamente importante”. [Fonte](#)
- 33% dos profissionais de Marketing utilizam mídia paga para aumentar a visibilidade da marca. [Fonte](#)

Assim, com o objetivo de vencer a concorrência e se tornar parte da vida de novos clientes, sua empresa precisa investir em mídia paga. Neste e-book, entenda mais do papel que essa estratégia cumpre no Marketing Digital e fique por dentro das principais tendências das quais você vai precisar para trabalhar em 2021.



DIFERENÇA ENTRE MÍDIA PAGA, MÍDIA PRÓPRIA E MÍDIA GANHA.

Existem diferenças entre a mídia que você já tem e aquela que precisa adquirir. Entenda melhor esses termos e trace estratégias mais inteligentes pensando nisso:

- **Mídia paga:** nesta categoria, estão todos os anúncios pagos, seja na pesquisa do Google, seja nas redes sociais, seja em outros. É aquele espaço que você pode comprar, e o alcance varia de acordo com o investimento.
- **Mídia própria:** são os espaços que você possui, que construiu. Pode ser o seu blog, suas redes sociais etc.
- **Mídia ganha:** é a mídia orgânica e espontânea, que você adquire por meio de técnicas de SEO, por exemplo. Assim, não gera custos, pelo menos não diretamente.

O sucesso de uma estratégia de Marketing mora no equilíbrio entre esses três tipos de mídia. A mídia paga, especificamente, traz vários benefícios. Veja só:

1

Geração de tráfego, ajudando negócios, mesmo os muito novos, a atrair usuários qualificados de forma rápida.

2

Aperfeiçoamento do seu branding, contribuindo para a visibilidade e a percepção de marca. Utilizar ações de Remarketing, por exemplo, reforça a característica “top of mind” do seu negócio.

3

Flexibilidade nesse investimento, uma vez que você pode investir pouco e ainda conquistar bons resultados. Você consegue ajustar de acordo com seu orçamento, podendo alterar a quantidade a qualquer momento.

4

Resultados rápidos. Investir em mídia ganha, com SEO, por exemplo, deve também fazer parte da sua rotina. No entanto, é um processo demorado, diferente da mídia paga, que pode aumentar o tráfego em pouco tempo.

5

Possibilidades de segmentação infinitas. Você pode atrair um público qualificado, escolhendo por idade, cargo, localização e muito mais.

**TENDÊNCIAS
DE MÍDIA
PAGA NAS
QUAIS DEVE
FICAR DE
OLHO EM
2021 E
2022**

Confira, a seguir, o que
você deve saber de
mídia paga para investir
nos próximos anos.



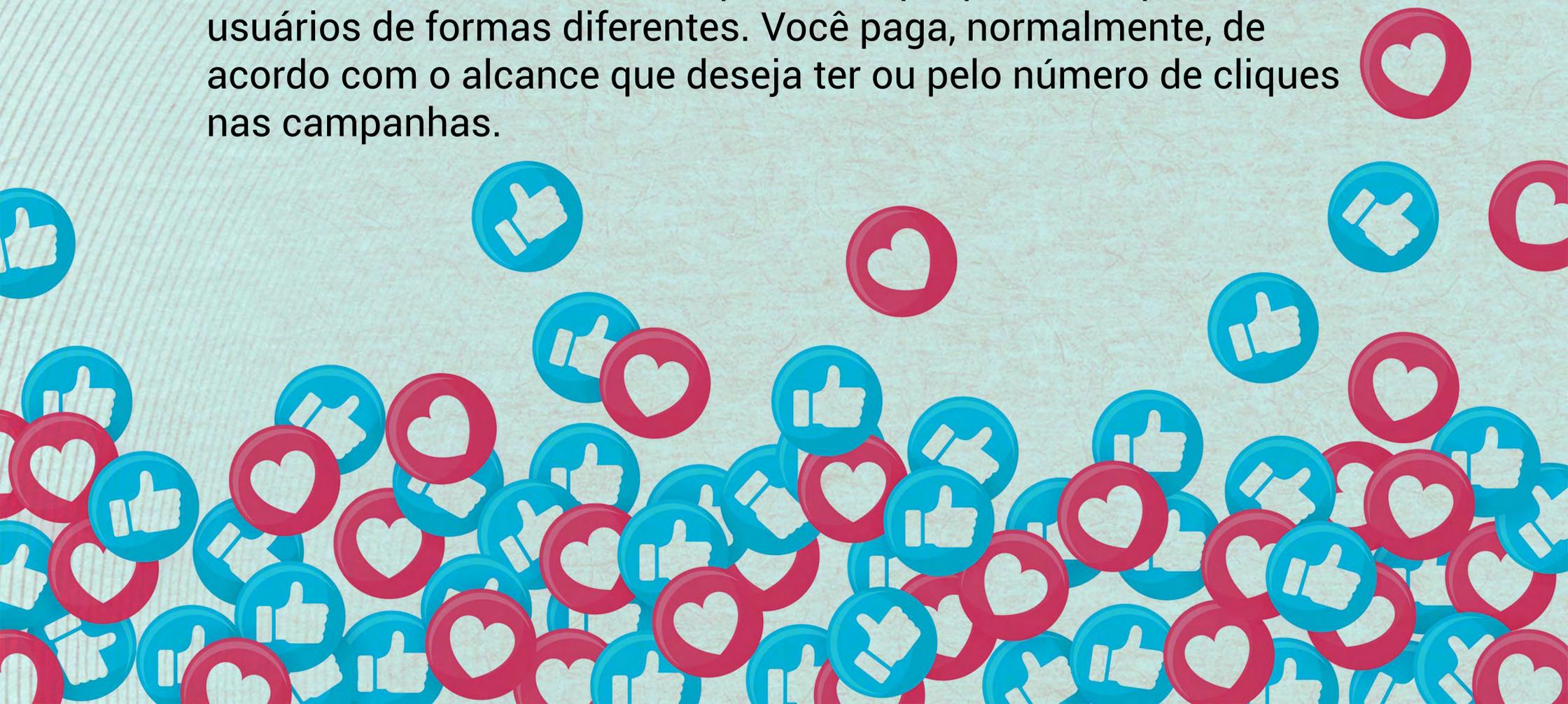
1 OS TIPOS DE MÍDIA PAGA

Na mídia paga on-line, você pode explorar diversos tipos de anúncios e publicações existentes.

SOCIAL ADS

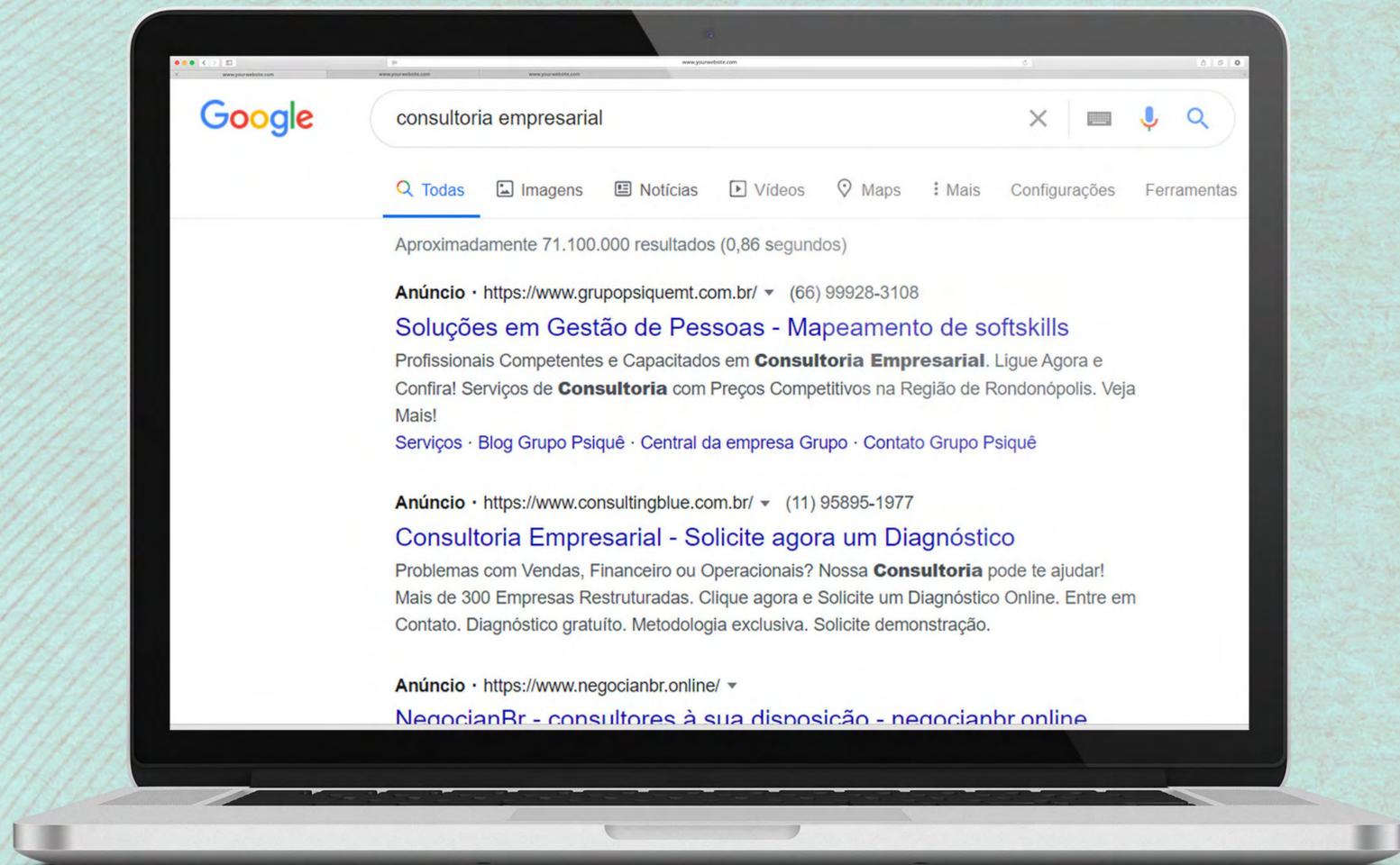
As redes sociais têm um alcance incrível, principalmente quando você investe em anúncios pagos e em impulsionamento. O Facebook, por exemplo, tem mais de 2,7 bilhões de usuários ativos. Você não pode deixar esse potencial todo de lado.

Existem muitos formatos disponíveis, que podem impactar os usuários de formas diferentes. Você paga, normalmente, de acordo com o alcance que deseja ter ou pelo número de cliques nas campanhas.



SEARCH ADS

Quando temos dúvidas quanto a qualquer coisa, recorremos ao Google. Essa regra se tornou parte da nossa vida, e as marcas podem conquistar espaço nesse meio. Para investir em pesquisa, você deve ter uma conta no Google Ads e escolher palavras-chave adequadas ao seu negócio.



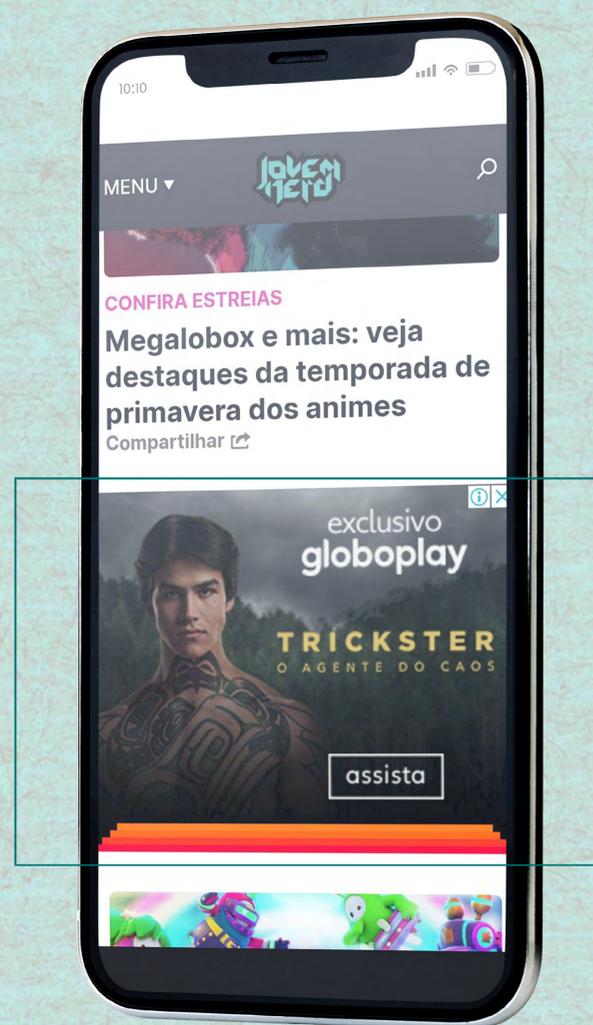
RE MAR KE TING

Este formato serve para alcançar pessoas que já tiveram contato com seu site e sua marca. Assim, é uma forma de lembrar a pessoa sobre os seus produtos e serviços, trazendo quem já deu o primeiro passo, o que torna menor o esforço para converter.

É possível veicular anúncios de Remarketing no Google, por meio da rede de display, e também nas redes sociais.

NATIVE ADS

Esses anúncios procuram atrair usuários dentro de um contexto que faça sentido. São muito comuns em sites de notícia, em forma de conteúdo sugerido, normalmente no final de posts. A vantagem é oferecer anúncios sem precisar interromper o leitor, trazendo sugestões que se relacionem com o que ele já tem interesse.



AMAZON ADS:

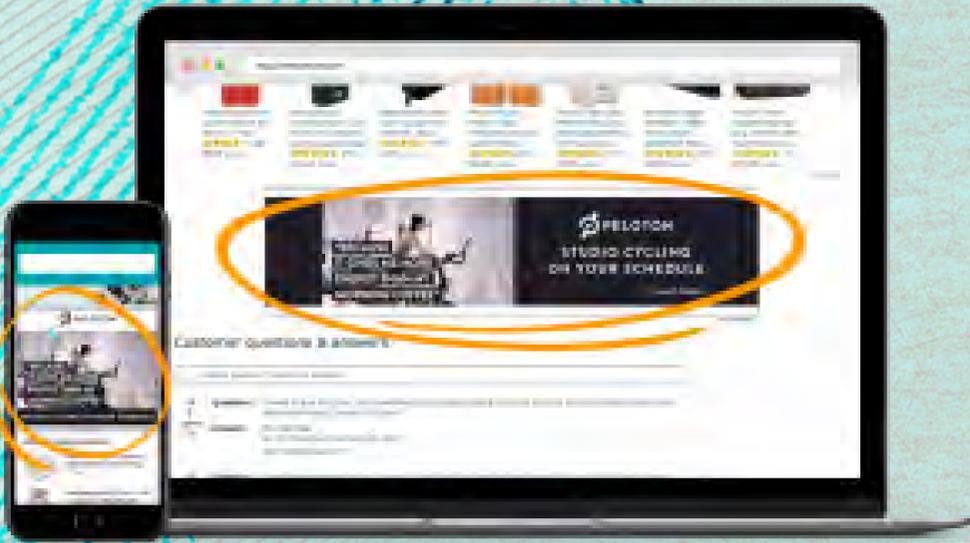
NOVIDADE

A Amazon é uma das maiores empresas do mundo, e claro, não poderia deixar de oferecer sua plataforma para anunciantes. Existem muitos formatos e maneiras de atrair usuários para o seu site e seus produtos, especialmente quando você vende por meio do marketplace da Amazon. Nem todas estão presentes no Brasil; no entanto, vale já conhecer e ficar de olho.



PRODUTOS PATROCINADOS

São anúncios de produtos específicos dentro da Amazon, cobrados por clique, que aparecem nos resultados de busca do site e nas páginas de produto. É possível comprar no Brasil.



MARCAS PATROCINADAS

São como os produtos patrocinados, mas direcionam para a marca, e não para produtos específicos. Assim, é possível enviar listas inteiras, com muitos produtos, aos usuários. Já estão disponíveis no Brasil.

DISPLAY

São banners e outros tipos de criativo visual que aparecem para os usuários de acordo com seu interesse de compra na Amazon.

LOJAS

São páginas gratuitas dentro da Amazon que mostram todos os produtos disponíveis da sua marca. É possível criar lojas no Brasil.

ANÚNCIOS DE ÁUDIO



São anúncios que rodam na versão gratuita da Amazon Music, aparecendo em equipamentos como Alexa, Echo e Fire TV, além das versões mobile e desktop.

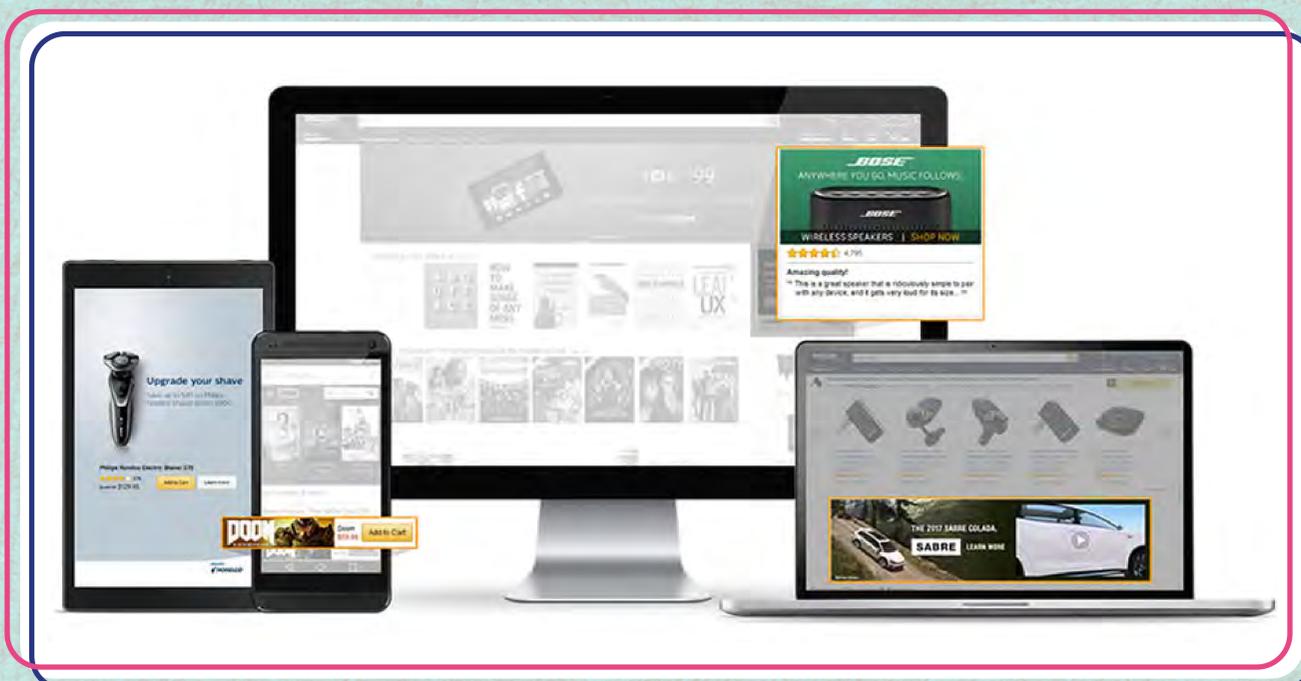
ANÚNCIOS DE VÍDEO

Aparecem nas TVs, canais de patrocinadores, IMDB e IMDbTV. Podem ser incluídos dentro e fora da própria Amazon.

AMAZON DSP

É a plataforma de demanda de mídia da Amazon, onde se pode comprar mídia programática dentro e fora do site. Está disponível no Brasil.

Além de todas essas opções de anúncio, a Amazon oferece a plataforma **Sizmek Ad Suite**, na qual os anunciantes podem comprar, distribuir e medir os resultados de suas campanhas.



3 A MÍDIA PAGA QUE É FORTE E VAI CONTINUAR SEENDO

Confira os anúncios fundamentais para a sua estratégia e que devem ficar mais fortes nos próximos anos.

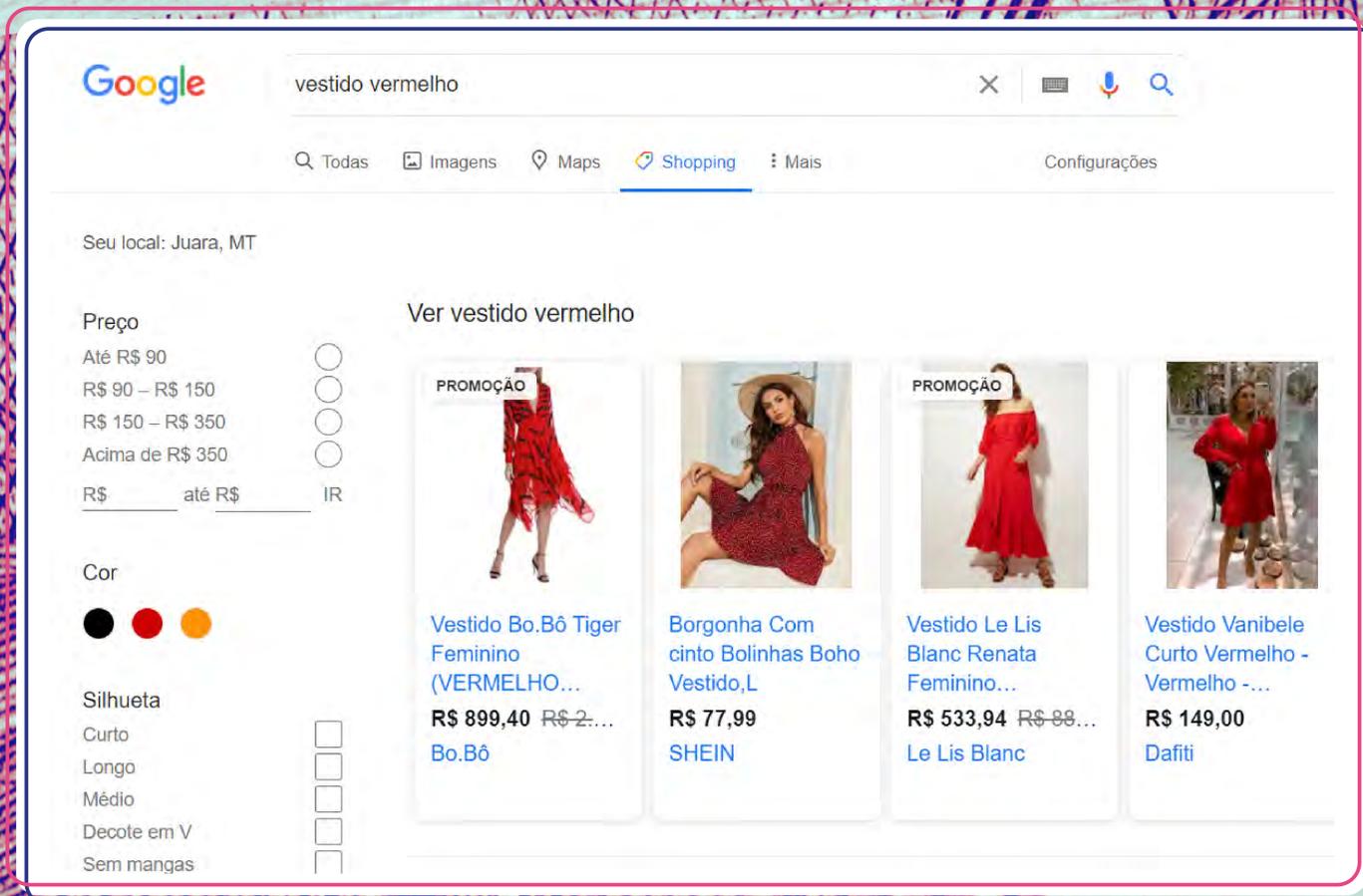
GOOGLE ADS

Investir nos anúncios do Google é muito importante para o seu negócio. Lá, é possível colocar a sua marca em evidência de várias formas, como links patrocinados na busca, em outros sites por meio do display, YouTube e Google Shopping.



GOOGLE SHOPPING

Esse canal é especialmente importante para e-commerces. O Google Shopping é uma busca específica para produtos e por lá é possível investir em anúncios e utilizar como uma vitrine virtual.



A compra é concluída no próprio site da marca, com o anúncio levando o usuário até lá. A chance de conversão é alta, uma vez que o usuário está buscando diretamente um produto.

YOUTUBE ADS

Os anúncios devem ser feitos por meio da plataforma Google Ads, já que o YouTube é de propriedade da empresa. As peças podem ser um vídeo ou um banner que aparece durante outros vídeos.

INSTAGRAM ADS

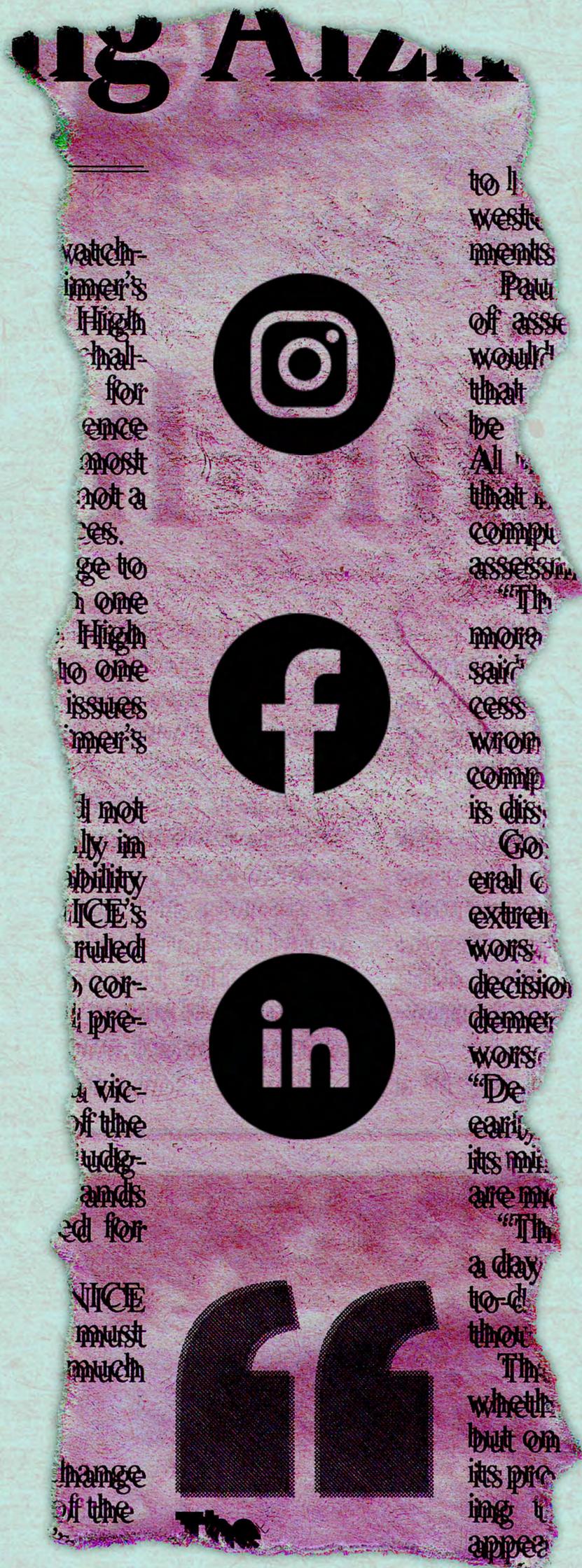
Feitos por meio da plataforma de gerenciamento de negócios do Facebook, os anúncios do Instagram têm muitos formatos disponíveis. Podem-se promover vídeos, GIFs, carrosséis de imagens, stories interativos, imagens clicáveis e muito mais.

FACEBOOK ADS

Para anunciar no Facebook, basta ter uma página da sua empresa e uma conta no Gerenciador de Anúncios. Você pode promover posts criando segmentações de público, a fim de atingir as pessoas certas. É possível ainda combinar anúncios do Facebook e do Instagram, veiculando o mesmo nas duas plataformas.

LINKEDIN ADS

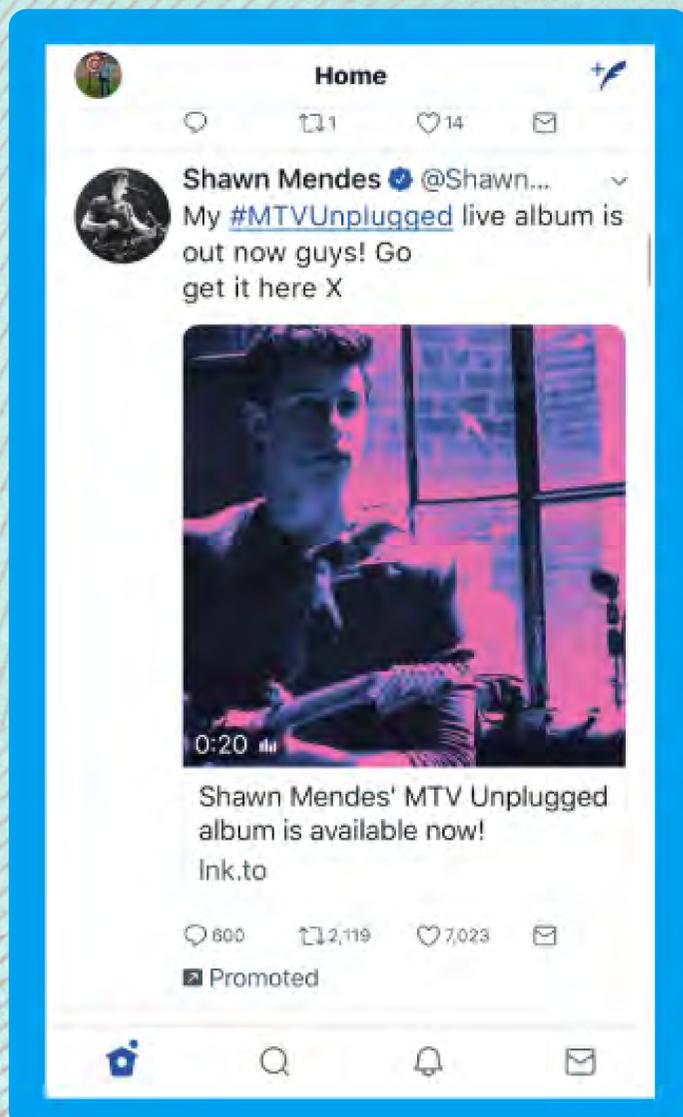
A plataforma é específica para quem possui negócios B2B, já que é um espaço dominado por empresas e seus profissionais. Assim, se seu negócio busca ser fornecedor de outros, é uma ótima ideia investir na plataforma. Vale ressaltar que os anúncios por lá são mais caros do que em outras plataformas. Por isso, prepare-se para investir mais dinheiro do que em outros lugares.



TIKTOK ADS

O “app do momento” também oferece anúncios. É ideal para quem tem o entretenimento como foco e um público mais jovem. Entenda se o seu público está por lá antes de investir. Além disso, o conteúdo precisa conversar com a plataforma. Por essa razão, é importante entendê-la profundamente antes de investir.

SAIBA MAIS DO TIKTOK LENDO OUTRO DOS NOSSOS E-BOOKS.



TWITTER ADS

O Twitter oferece anúncios bem específicos, como o formato “first view”, que mostra o anúncio assim que o usuário acessa a rede social. Também é possível posicionar entre tweets na timeline do usuário, além de promover hashtags e ganhar visibilidade nos assuntos do momento.

ENTENDA AS PRINCIPAIS MÉTRICAS DE MÍDIA PAGA

O investimento em mídia pode gerar muitos frutos, mas é preciso acompanhar os resultados e ficar atenta ao que precisa ser alterado. Confira as principais métricas:

- **CPC:** Custo por Clique, definido pelo anunciante e que pode ser otimizado com anúncios mais bem escritos e com a audiência mais bem selecionada.
- **CPM:** Custo Por Mil impressões, é o custo para o anúncio aparecer 1.000 vezes, e também pode ser otimizado.
- **CPA:** Custo Por Aquisição, ou seja, o que você paga a cada conversão. Assim como CPC e CPM, pode ser otimizado, buscando mais conversões por um preço menor.
- **CPD:** Custo Por Disparo, muito utilizado em campanhas in-mail no LinkedIn e é o preço cobrado por cada mensagem enviada na rede.
- **CPV:** Custo Por Visualização, utilizado em anúncios de vídeo, como no YouTube, e define qual será o valor para cada visualização da propaganda.
- **CPE:** Custo Por Engajamento, é o preço definido para cada ação de engajamento gerada pelo anúncio, como compartilhamentos e comentários.

CONCLUSÃO

Como você viu, as estratégias de mídia paga são fundamentais para um negócio que quer crescer. Existem muitas opções de investimento, com formatos diferentes e plataformas que comportam qualquer tipo de empresa.

Fique sempre de olho nas novidades. Todos os dias surgem novas oportunidades no Marketing Digital. Basta saber escolher aquelas que casam com os objetivos do negócio e podem contribuir com seu crescimento.

Aqui no Inovação Sebrae Minas, você certamente estará atualizado em relação a tudo que há de novo no mundo do Empreendedorismo.

Continue acompanhando o Portal Inovação Sebrae Minas e avance ainda mais nas suas Estratégias de Marketing.

CLIQUE AQUI!

SOBRE O SEBRAE MINAS

O Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas de Minas Gerais é uma entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos.

Integra o Sistema Sebrae, criado pela Lei nº 8.029/90 e pelo Decreto nº 99.570/90, hoje formado por uma unidade central – Sebrae Nacional – e por unidades operacionais localizadas em cada Estado da Federação e no Distrito Federal.

Sediado na capital Belo Horizonte, o Sebrae em Minas Gerais abrange os 853 municípios mineiros com atendimento em nove sedes regionais.

O Sebrae Minas oferece orientação a quem deseja abrir, diversificar ou ampliar um empreendimento, além de desenvolver projetos e articular-se com vistas à disseminação e à criação de políticas públicas que favoreçam o crescimento dos pequenos negócios.

SOBRE O INOVAÇÃO SEBRAE MINAS

COMO AUMENTAR A COMPETITIVIDADE DE EMPRESAS E REGIÕES?

A plataforma Inovação Sebrae Minas foi criada para ajudar empreendedores e gestores públicos a encontrar as diversas respostas que existam para essa pergunta.

Não acreditamos na ideia de Inovação apenas como algo grandioso, complexo e com base tecnológica. Pensando dessa forma, inovar parece fazer parte de uma realidade distante da maioria das pessoas, empresas e regiões.

A Inovação, entretanto, pode estar em uma mudança simples de atitude, na definição de um novo processo, no aperfeiçoamento de um produto e em tudo aquilo que de alguma forma possa ser melhorado.

Existem empresas e regiões no Brasil e no mundo passando por desafios muito parecidos com o seu. Aqui você verá como elas estão utilizando a Inovação para vencer esse jogo.

Se ligue na plataforma Inovação Sebrae Minas e tenha acesso a ferramentas, cases, boas práticas, estudos, tendências, entrevistas e muito mais.

Queremos ser uma fonte de inspiração capaz de ajudar você a tornar a sua empresa ou a região mais competitiva por meio da Inovação. Inovar é pra você, pode acreditar. Quer saber mais?

Entre em contato!



INOVAÇÃO



Produzido em 2021.