



**APOSTILA CURSO
MARKETING DIGITAL**

Marketing digital

Marketing digital são ações de comunicação que as empresas podem se utilizar por meio da Internet e da telefonia celular e outros meios digitais para divulgar e comercializar seus produtos, conquistar novos clientes e melhorar a sua rede de relacionamentos.

Banner

No início da intranet comercial (antes de 2000) o banner era a principal peça de marketing digital. Com a evolução da tecnologia Flash da Macromedia, as peças deixaram de ser apenas GIFs animados, e evoluíram para Rich Media (internet rica) com muita interatividade e animações complexas.

Flash

O Flash proporcionou a criação de sites inteiros desenvolvidos nesta tecnologia, principalmente a a criação de hotspots promocionais de produtos/serviços como empreendimentos imobiliárias, lançamentos de carros e todo tipo de conteúdo que necessite de um destaque especial.

Marketing de Busca

Com o advento do Google, o mercado de mídia mudou definitivamente. O usuário, ao realizar uma busca, tornou-se poderoso quanto à publicidade que quer visualizar, pois ele decide em qual resultado da busca irá clicar, ou seja, no resultado mais relevante para ELE.

O marketing de busca são estratégias para posicionar o(s) site(s) de sua empresa nas primeiras colocações do Google. Há duas maneiras para colocar sua empresa no Google: Através dos Links Patrocinados (AdWords) e da Otimização de Sites (SEO - Search engine optimization). A primeira são técnicas para criar os anúncios pagos do Google e a segunda são técnicas para organizar o conteúdo e estrutura do site de modo que o site seja encontrado pelo seu potencial cliente no momento que ele faz uma busca.

Existem outros players de links patrocinados como o Yahoo!Search Marketing e o UOL Links Patrocinados.

Blogs, Redes Sociais e Web 2.0

A facilidade de publicar conteúdo na internet está transformando o consumidor de um canal receptor para um emissor de informação. Desde a criação de fãs clubes, comunidades, elogios e reclamações, e qualquer informação antes restrita a poucos, agora é pública e interfere na opinião de outros consumidores. Aprender a interagir com estes consumidores é um desafio do atual profissional de marketing. As tendências de marketing estão mudando com advento de comunicação da Web 2.0, wikis, redes sociais, blogs, dentre outros, que promovem novas interações dos internautas no ciberespaço. A nova tendência de pesquisar mercados, divulgar produtos, serviços e marcas corporativas nesse ambiente virtual é que podemos definir como o objetivo principal do Marketing Digital.

Marketing na Internet – Web Marketing

O desenvolvimento empresarial está mudando rapidamente e levando as empresas a se adaptarem a um modelo relacional nas suas estratégias de marketing, sendo que aí entra a internet como o grande instrumento de comunicação. O seu potencial não é só a comunicação e informação, mas funciona cada vez mais como um instrumento de venda. Enumeram-se algumas vantagens da utilização da internet na estratégia de marketing:

1. Permite uma maior acessibilidade – comunicação 24h/dia, 7dias/semana, 365dias/ano;
2. Melhora e possibilita a personalização na individualização das mensagens;
3. Cria uma enorme interatividade com os seus clientes e os que são potenciais. Isto, porque o receptor/cliente pode selecionar a informação e comunicar como melhor entender com o emissor/empresa;
4. Permite quantificar, avaliar de imediato e de forma viável o impacto da estratégia de comunicação com o mercado;
5. O baixo custo associado a essa comunicação que se vai multiplicando uma vez que o número de utilizadores vai aumentando.

Com tudo o que está descrito, muitas vezes as suas potencialidades não são totalmente aproveitadas, sobretudo quando estamos a falar na interação com os consumidores. Sumariamente, expõem-se alguns conceitos básicos e ferramentas que o Web marketing disponibiliza:

1. Web site - onde dinamizamos a estratégia de e-marketing da empresa.
 - a) Site institucional: para apresentação da empresa e mostruário dos seus produtos ou serviços;
 - b) Site comercial: venda direta dos produtos da empresa;
 - c) Microsite: Web site mais pequeno que serve de suporte à comunicação que se pretende transmitir.
2. Email - caixa de correio eletrónico. Funciona como verdadeira carta electrónica e é um instrumento de comunicação direta que se envia a um ou vários destinatários.
3. Banner - área de imagem para atrair um visitante a determinado site. Importante para ajudar a definir os alvos da comunicação.
4. Motores de busca - site de pesquisa de informação na internet através de palavras-chave.

Para uma empresa implementar o marketing na internet, necessita antes de tudo de identificar o público-alvo, isto é, os alvos da comunicação serem utilizadores da internet. A estratégia de marketing na internet deve estar em consonância com a estratégia de marketing definida na empresa, isto é: com o seu posicionamento, com os seus segmentos-alvo e coerência com ações de comunicação que a empresa efetua. Como objetivos, deve criar um canal de vendas, dar a conhecer a empresa e produtos, potenciar a sua imagem e notoriedade, criar valor acrescentado aos seus clientes e no caso de pretender internacionalizar-se, deve ter uma forte presença na Web alargando a sua área de influência no negócio. Deve também definir as ações que pretende realizar on-line, definir a forma de atualização dos conteúdos do site e ter aplicações que possam medir a sua performance on-line.

Glossário

% novas visitas – visitantes que acessaram o site uma única vez

Conteúdo – Dimensão utilizada para extrair dados da navegação realizada no site

CPC – Custo Por Clique, forma de cobrança do Google Adwords

CPM – Custo Por Mil (impressões), valor pago a cada mil impressões do anúncio

CTR - Click-Through Rate ou Taxa de Clique é o número de cliques sobre o número de impressões

Dimensões – Categorias em que estão os dados do relatório, são elas:

- Visitantes
- Fontes de tráfego
- Conteúdo
- Metas
- Comércio Eletrônico

Exibições de página ou Page View – número de páginas vistas no site

Fontes de tráfego – Dimensão utilizada para descobrir de que origem os usuários entraram no site, podem ser:

Mecanismos de Pesquisa CPC – forma paga de aparecer no buscador

Mecanismos de Pesquisa Organic – forma não paga de aparecer no buscador

Tráfego direto (acessos diretos ao site)

Sites de Referência (sites com links que direcionem ao seu, também contabiliza banners e e-mail marketing)

Impressões - Exibições de anúncios

Metas – objetivo proposto no site

Métricas – Dados a serem aplicados nas Dimensões

Página de destino – Página pela qual o usuário acessou o site

Página de saída - Página pela qual o usuário deixou o site

ROI – Return On Investment ou Retorno sobre o Investimento, calcula-se (Receita - Custo) / Custo

RPC – Return Per Client ou Retorno Por Cliente, calcula-se Receita Bruta / Visitas

Taxa de rejeição – Porcentagem dos usuários que acessaram a página, mas não continuaram navegando no site

URL ou Uniform Resource Locator – Identifica um endereço exato na internet, por exemplo "http://www.internetinnovation.com.br/curso-google-analytics.asp" indica o endereço exato com informações do curso de Analytics da Internet Innovation

Visitas – Acessos ao site

Para anunciantes: Google AdWords

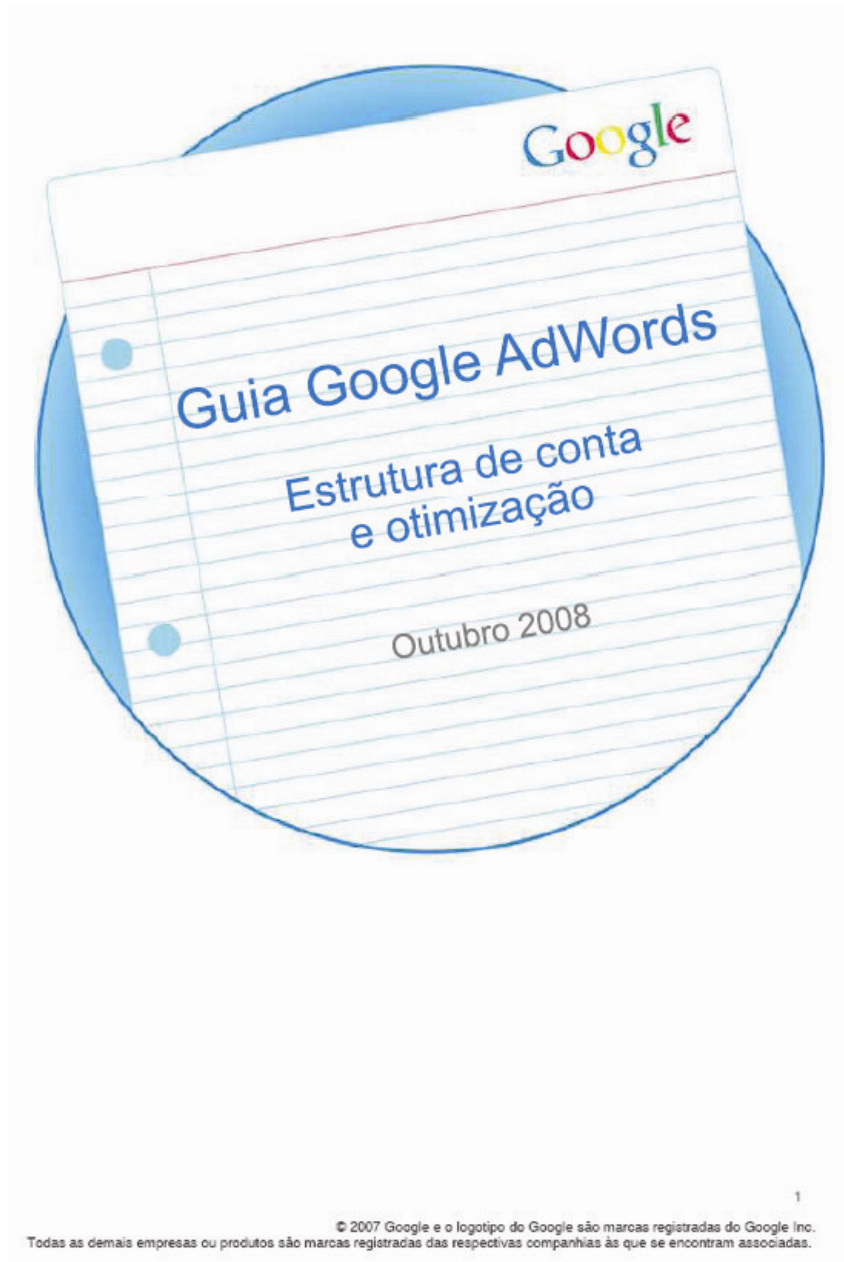
- Conquiste mais clientes para a sua empresa: Anuncie para pessoas que fazem pesquisas no Google e em nossa rede de publicidade
- Alcance pessoas que procuram ativamente informações sobre seus produtos e serviços on-line
- Controle facilmente os custos – pague somente quando alguém clicar em seu anúncio



Para proprietários de sites: Google AdSense

- Maximize o potencial de receita do seu site com anúncios segmentados por contexto
- Personalize anúncios para harmonizá-los com o seu site
- Monitore o desempenho de diferentes formatos e localizações por meio de relatórios on-line





ESTRUTURA DA CONTA



POSICIONAMENTO



CPC máximo X Índice de qualidade

LIMITE DE CARACTERES

- Título: 25 caracteres
- Linhas de texto: 35 caracteres cada
- URL de visualização: 35 caracteres

Os 10 Erros Mais Comuns em Links Patrocinados

- Erro número 1: Escolher palavras-chave genéricas;
- Erro número 2: Falta de ênfase no que seu produto/serviço tem de único;
- Erro número 3: Não usar a palavra-chave no anúncio;
- Erro número 4: Enviar os visitantes para sua home page;
- Erro número 5: Criar somente um grupo de anúncio;
- Erro número 6: Lançar sua campanha com somente um anúncio;
- Erro número 7: Usar somente a opção de "correspondência ampla";
- Erro número 8: Investir pouco no começo da campanha;
- Erro número 9: Não estabelecer limites de veiculação para sua campanha;
- Erro número 10: Deixar de monitorar continuamente os resultados;

Formatos de Banners

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce

80h
de duração



468 x 60 Full Banner

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce

80h
de duração



728 x 90 Cabeçalho

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce e Marketing Digital

80h
de duração

Aprenda conceitos nas áreas de: estratégias, gestão de pessoas, logística, estoques, finanças, tecnologia da informação, e mais.

VAGAS LIMITADAS. INSCREVA-SE !



250 x 250 Quadrado

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce e Marketing Digital

80h
de duração

Aprenda conceitos nas áreas de: estratégias, gestão de pessoas, logística, controle de estoques, finanças, tecnologia da informação, mídia na internet e mais.

VAGAS LIMITADAS. INSCREVA-SE !



200 x 200 Quadrado Pequeno

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce e Marketing Digital

80h
de duração

Professores que atuam nas melhores instituições como: USP, ESPM e FGV.

Aprenda conceitos nas áreas de: estratégias, gestão de pessoas, logística, controle de estoques, finanças, tecnologia da informação, mídia na internet e mais.

VAGAS LIMITADAS. INSCREVA-SE



336 x 280 Retângulo grande

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce e Marketing Digital

80h
de duração

Professores que atuam nas melhores instituições como: USP, ESPM e FGV.

Aprenda conceitos nas áreas de: estratégias, gestão de pessoas, logística, controle de estoques, finanças, tecnologia da informação, mídia na internet e mais.

VAGAS LIMITADAS. INSCREVA-SE



300 x 250 Retângulo Inline

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce e Marketing Digital

80h
de duração

Professores que atuam nas melhores instituições como: USP, ESPM e FGV.

Aprenda conceitos nas áreas de: gestão de pessoas, logística, estoques, finanças, tecnologia da informação e mídia na internet.

VAGAS LIMITADAS. INSCREVA-SE



120 x 600 Arranha-Céu

Curso de Formação de Gerente de E-Commerce e Marketing Digital

80h
de duração

Professores que atuam nas melhores instituições como: USP, ESPM e FGV.

Aprenda conceitos nas áreas de: gestão de pessoas, logística, estoques, finanças, tecnologia da informação e mídia na internet.



VAGAS LIMITADAS. INSCREVA-SE



160 x 600 Arranha-Céu Largo

Preços de Mídia no Portal Terra

Preços

 Abrir todos
 Imprimir todas

Home Page ▼

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Super Banner Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Super Banner Faixa horária Dia de Semana	1.500.000	Faixa	97.500,00
Super Banner Faixa horária Fim de Semana	600.000	Faixa	39.000,00
Botao 1 - Audiece Pulse - VENDIDO	800.000.000	Mensal	800.000,00
Botao 2 - Most Popular - VENDIDO	800.000.000	Mensal	800.000,00
Botao 3 - Enquete	700.000.000	Mensal	780.000,00
Botao 4 - Midia em destaque	700.000.000	Mensal	780.000,00
Botao 6 - Relógio	640.000.000	Mensal	500.000,00
Box 250x250 Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Box 250x250 Bloco 1 DS 9h as 12h	5.500.000	Bloco	280.000,00
Box 250x250 Bloco 1 FS 9h as 12h	2.000.000	Bloco	100.000,00
Box 250x250 Bloco 2 DS 12h as 15h	5.000.000	Bloco	250.000,00
Box 250x250 Bloco 2 FS 12h as 15h	2.000.000	Bloco	100.000,00
Box 250x250 Bloco 3 DS 15h as 18h	4.500.000	Bloco	240.000,00
Box 250x250 Bloco 3 FS 15h as 18h	2.000.000	Bloco	100.000,00
Box 250x250 Bloco 4 DS 18h as 21h	3.400.000	Bloco	170.000,00
Box 250x250 Bloco 4 FS 18h as 21h	2.500.000	Bloco	120.000,00
Half-Banner Diária Dia de Semana	25.000.000	Diária	125.000,00
Half-Banner Diária Fim de Semana	12.000.000	Diária	60.000,00
Patrocinio Nav Bar Esportes	n/a	Mensal	500.000,00
Patrocinio Nav Bar Noticias	n/a	Mensal	500.000,00
Patrocinio Nav Bar Diversao	n/a	Mensal	500.000,00
Patrocinio Nav Bar Vida e Estilo	n/a	Mensal	500.000,00

Diversão ▼

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Super Banner Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Super Banner Faixa DS (Landing, Sublanding e Artigo)	1.500.000	Faixa	95.000,00
Super Banner Faixa FS (Landing, Sublanding e Artigo)	800.000	Faixa	50.000,00
Box Indeterminado	n/a	CPM	100,00

Notícias

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Super Banner Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Super Banner Faixa DS (Landing, Sublanding e Artigo)	300.000	Faixa	20.000,00
Super Banner Faixa FS (Landing, Sublanding e Artigo)	100.000	Faixa	8.000,00
Box Indeterminado	n/a	CPM	100,00

Esportes

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Super Banner Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Super Banner Faixa DS (Landing, Sublanding e Artigo)	300.000	Faixa	20.000,00
Super Banner Faixa FS (Landing, Sublanding e Artigo)	100.000	Faixa	8.000,00
Box Indeterminado	n/a	CPM	100,00

Vida e Estilo

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Super Banner Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Super Banner Faixa DS (Landing, Sublanding e Artigo)	900.000	Faixa	58.000,00
Super Banner Faixa FS (Landing, Sublanding e Artigo)	500.000	Faixa	32.000,00
Box Indeterminado	n/a	CPM	100,00

Sub-Landing

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Super Banner Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Box Indeterminado	n/a	CPM	100,00

Artigo

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Super Banner Indeterminado	n/a	CPM	100,00
Half-Page	n/a	CPM	100,00

Mobile Formatos

Canais	Prev. de Entrega	Unidade	Preço Tabela(R\$)
Home-Diária Top Banner + Bottom Banner	8.000	Diária	19.000,00
Home-Box Últimas Notícias	n/a	Anual	500.000,00
Cota Notícias-3 meses	n/a	Patrocínio	150.000,00
Box Últimas Notícias-Notícias-Selo	n/a	Mês	26.000,00
Cota Esportes-3 meses	n/a	Patrocínio	150.000,00
Box Últimas Notícias-Esportes-Selo	n/a	Mês	26.000,00
Cota Diversao-3 meses	n/a	Patrocínio	150.000,00
Box Últimas Notícias-Diversão-Selo	n/a	Mês	26.000,00
Cota Vida e Estilo-3 meses	n/a	Patrocínio	150.000,00
Box Últimas Notícias-Vida e Estilo-Selo	n/a	Mês	26.000,00
Projetos Especiais	<i>Sob Consulta</i>	<i>Sob Consulta</i>	<i>Sob Consulta</i>

Preços de Mídia no Portal IG

Home (Tradicionais)		
Formato	Fator	Tabela
Selo de Patrocinio	Mensal	R\$ 400.000,00
Super Banner/ Expansível - Hora	3 Horas	R\$ 80.000,00
Super Banner/Expansível	Impressões	R\$ 70,00
Master Box/ Expansível 1024	Diária	R\$ 70.000,00
Island/ Expansível	Diária	R\$ 80.000,00
TV Flash	Diária	R\$ 25.000,00
Home (Intervenção)		
Frequencia 2	Diária	R\$ 100.000,00
Master Box Polite Download/ Island Polite Download**	Diária	R\$ 120.000,00
Canais e Sites (Tradicionais)		
Formato	Fator	Tabela
Super Banner/ Expansível	CPM	R\$ 70,00
Master Box / Expansível	CPM	R\$ 70,00
Combo Canal/ Expansível	CPM	R\$ 70,00
Full Banner/ Expansível	CPM	R\$ 70,00
Island/ Expansível	CPM	R\$ 70,00
Projetos Especiais	Mensal	Sob Consulta
Patrocinio	Mensal	Sob Consulta
Sites Parceiros	-	Sob Consulta

Tabela de Preços

*Validade (Maio a Outubro de 2009)



Condições Comerciais

- ✓ A campanha só terá início após o término dos processos operacionais que a antecedem.
- ✓ Peças veiculadas somente com aprovação prévia do MSN.
- ✓ Relatórios de terceiros não terão validade como comprovação de entrega de campanha, para este fim apenas relatórios fornecidos pelo MSN AdReport, que tem seus dados auditados pela Price Waterhouse Coopers.
- ✓ A proposta tem validade de 30 dias após o envio da mesma.
- ✓ Faixa horária é considerado target. Para 3 ou mais targets, será adicionado 15% ao valor. Para target comportamental (BT) será acrescentado 50% ao valor do placement.
- ✓ Para formatos que utilizem tecnologia Rich Media Comum, será adicionado 40% ao valor.
- ✓ Para formatos que utilizem tecnologia Rich Media Viral, será adicionado 65% ao valor.
- ✓ Para Special Offer, será adicionado R\$ 5,00 ao valor para cada target escolhido.
- ✓ Para as três primeiras posições de Tab a veiculação mínima é de 6 meses.
- ✓ O valor mínimo de investimento é igual a R\$ 12.000,00 (doze mil reais)
- ✓ Para venda de audiência deve haver a compra de pelo menos 3 formatos (halfbanner, superbanner e showcase). A venda de audiência significa que o placement não deve ser escolhido, ou seja, não será identificado o local onde a peça irá aparecer.
- ✓ Política de peças MSN: <http://advertising.msn.com/wwdocs/user/en-us/cap/brazilian/index.html>

Tabela de Preços			
Produto	Fator	Preço	Rich Media Incluso no Preço?
Channels - MSN Vídeo	CPM	R\$ 56.50	Não
Channels - Showcase	CPM	R\$ 39.50	Não
Channels - Super Banner	CPM	R\$ 28.50	Não
Home Page - Home Page Ad Text Sábado e Domingo	2 dias	R\$ 63,000.00	Não
Home Page - Home Page Ad Text Dias Úteis	Diário	R\$ 40,500.00	Não
Home Page - Home Page Banner Módulo de Ações 24h Expansível	Diário	R\$ 27,000.00	Não
Home Page - Home Page Banner Módulo de Ações 24hs	Diário	R\$ 13,500.00	Não
Home Page - Home Page Showcase 24h sem Rich Media	Diário	R\$ 80,000.00	Não
Home Page - Home Page Showcase Faixa Horária 3 horas	3 horas	R\$ 21,276.00	Não
Home Page - Home Page Showcase Faixa Horária 3 horas com Rich Media	3 horas	R\$ 31,500.00	Sim
Home Page - Home Page Showcase 12hs com Rich Media	9h00 - 21h00	R\$ 85,000.00	Sim
Home Page - Home Page Premium Takeover 24hs (Showcase Expand)	Diário	R\$ 203,000.00	Sim
Home Page - Home Page Showcase 24hs com Rich Media	Diário	R\$ 128,000.00	Sim
Home Page - Single PeelBack	Diário	R\$ 50,000.00	Não
Home Page - Home Page Intervenção 24hs com Rich Media	Diário	R\$ 266,000.00	Sim
Network - Run of Channels (Showcase)	CPM	R\$ 39.50	Não
Network - Run of Channels (Super banner)	CPM	R\$ 28.50	Não
Network - Run of Channels All Formats (Showcase e Super banner)	CPM	R\$ 32.00	Não
Network - Run of Network (Skyscraper)	CPM	R\$ 5.00	Não
Network - Run of Network (Showcase)	CPM	R\$ 25.00	Não
Network - Run of Network All Formats (Skyscraper, Half banner, Showcase e Super banner)	CPM	R\$ 19.00	Não
Office Online - Showcase	CPM	R\$ 39.50	Não
Office Online - Skyscraper	CPM	R\$ 12.00	Não
Windows Live Hotmail - Showcase napágina de confirmação de envio de e-mail 24hs	Diário	R\$ 36,500.00	Não
Windows Live Hotmail - Showcase Hotmail Today 24hs	Diário	R\$ 36,500.00	Não
Windows Live Hotmail - Monster	CPM	R\$ 45.00	Não
Windows Live Hotmail - Showcase	CPM	R\$ 22.50	Não
Windows Live Hotmail - Skyscraper	CPM	R\$ 3.50	Não
Windows Live Hotmail - Special Offers	CPM	R\$ 23.00	Não
Windows Live Messenger - Half Banner	CPM	R\$ 17.00	Não
Windows Live Messenger - Half Banner Expansível	CPM	R\$ 32.00	Sim
Windows Live Messenger - Half Banner Super Expansível	CPM	R\$ 45.00	Sim
Windows Live Messenger - Messenger Agents	Mensal	Sob Consulta	Não
Windows Live Messenger - Messenger Alertas	Mensal	Sob Consulta	Não
Windows Live Messenger - Messenger Game	Mensal	R\$ 101,000.00	Não
Windows Live Messenger - Messenger Personal Expression	Mensal	R\$ 170,000.00	Não
Windows Live Messenger - Messenger TAB - 1 à 6 Posição	Mensal	R\$ 270,000.00	Não
Windows Live Messenger - Messenger TAB - 7 à 15 Posição	Mensal	R\$ 195,000.00	Não
Windows Live Messenger - Messenger TV	Mensal	Sob Consulta	Não
Windows Live Messenger - MSN Today	CPM	R\$ 8.00	Não
Windows Live Messenger - MSN Today Special	Diário	R\$ 94,000.00	Sim
Windows Live Messenger - Showcase	CPM	R\$ 22.50	Não
Windows Live Messenger - Text Link	CPM	R\$ 1.15	Não
Windows Live Spaces - Showcase	CPM	R\$ 22.50	Não
Windows Live Spaces - Skyscraper	CPM	R\$ 3.50	Não

Preços de Mídia no Portal Globo.com

R\$

abril a junho/2009



Lista de Preços

preços / home

site	mídia	formato	unid. de venda	preço
Home	Cota de Participação	Mini Banner Banner Ret. Peq. / Médio ¹	Cota Mensal	R\$ 293.000
Home	Mídia Avulsa	Big Banner	Diária (dia útil / fds)	R\$ 95.000 / R\$ 58.500
Home	Mídia Avulsa	Floating (DHTML)	Diária (dia útil / fds)	R\$ 95.000 / R\$ 58.500
Home	Mídia Avulsa	Selo	Diária (dia útil / fds)	R\$ 15.500 / R\$ 11.000
Home Mobile	Cota Participação Mobile	Mobile Banner Banner Ret. Peq. / Médio ²	Cota Mensal	R\$ 51.000

¹ Veiculação RSC por segmento (notícias/esportes/entretenimento). ² Veiculado em sites de notícias.

preços / esportes

site	mídia	formato	unid. de venda	preço
Sites de esportes	Mídia Avulsa	Banner Super / Full / Exp.	CPM	R\$ 50
		Banner Ret. Peq. / Médio	CPM	R\$ 50
Globoesporte.com Capa	Cota de Participação	Mid Banner	Cota Mensal	R\$ 73.500
	Mídia Avulsa	Floating (DHTML)	Diária (dia útil / fds)	R\$ 30.600 / R\$ 23.400
Globoesporte.com Mobile	Cota Participação Mobile	Mobile Banner	Cota Mensal	R\$ 26.500
		Banner Ret. Peq. / Médio		

preços / notícias

site	mídia	formato	unid. de venda	preço
Sites de notícias	Mídia Avulsa	Banner Super / Full / Exp.	CPM	R\$ 55
		Banner Ret. Peq. / Médio	CPM	R\$ 55
G1	Cota de Patrocínio	Insert de Marca Banner Ret. Peq. / Médio	Cota Mensal	R\$ 200.000
	Cota de Participação Vídeos	Vinhetas, Comercial e Banner	Cota Semanal (seg. a dom)	R\$ 13.400
Capa	Cota de Participação	Mid Banner	Cota Mensal	R\$ 75.500
	Mídia Avulsa	Floating (DHTML)	Diária (dia útil / fds)	R\$ 31.500 / R\$ 23.100
G1 Mobile	Cota Participação Mobile	Mobile Banner Banner Ret. Peq. / Médio	Cota Mensal	R\$ 48.500

preços / entretenimento

site	mídia	formato	unid. de venda	preço
Sites de Entretenimento	Mídia Avulsa	Banner Super / Full / Exp.	CPM	R\$ 52
		Banner Ret. Peq. / Médio	CPM	R\$ 52
Entretenimento capa	Cota de Participação	Mid Banner	Cota Mensal	R\$ 34.500
	Mídia Avulsa	Floating (DHTML)	Diária (dia útil / fds)	R\$ 16.000 / R\$ 11.300

preços / ferramentas

site	mídia	formato	unid. de venda	preço
Globo Vídeos	Mídia Avulsa	Banner Ret. Peq. / Médio	CPM	R\$ 35
Globo Vídeos Mobile	Cota Participação Mobile	Mobile Banner	Cota Mensal	R\$ 24.500
		Banner Ret. Peq. / Médio		
Blogger, Baixatudo, Globo Vídeochat	Mídia Avulsa	Full / Exp. / Super Banner	CPM	R\$ 35
Kit.net	Mídia Avulsa	Full / Exp. Banner	CPM	R\$ 35
Globo Jogos	Mídia Avulsa	Banner Ret. Médio	CPM	R\$ 35
Globo Shopping	Mídia Avulsa	Banner Ret. Peq. / Médio	CPM	R\$ 35

Shopping Uol – Vantagens

 **Central do Anunciante SHOPPINGUOL**
VENDENDO MAIS PARA SUA EMPRESA[®]

► Onde estou: [Central de Anunciante Shopping UOL](#) » [Vantagens](#)

GUIA DO ANUNCIANTE **Aumente suas vendas! Anuncie no Shopping UOL**

[Cadastre-se já](#)

Vantagens **Transforme a sua empresa em um Caso de Sucesso**  [CADASTRE-SE JÁ](#) ►

[Perguntas Frequentes](#)

[Página de Resultados](#)

[Depoimentos](#)

[Parceiros](#)

[Fale conosco](#)

[Instruções de Qualidade](#)

- Divulgue suas ofertas para mais de 10 milhões de consumidores/ mês;
- Pessoas físicas e jurídicas podem anunciar;
- Não precisa ter site para anunciar;
- Divulgação simultânea em shoppings parceiros como shoppings da Folha, BOL, HSW, Charges, Valor Online entre outros;
- Shopping UOL: possui os CPCs mais atrativos do mercado.
- Acompanhamento instantâneo de seus resultados
- Segundo maior comparador de preços do Brasil
- Divulgação de suas ofertas para um público altamente qualificado
- Aumento de vendas através de divulgação qualificada no maior portal
- Melhor custo x benefício, comparado com qualquer outra mídia tradicional
- UOL: Portal líder em audiência e tempo de navegação da internet

Dúvidas
Ligue para:
 **(11) 5627-3434**
ou
 **0800 721 5151**
das 9h00 às 18h45, de segunda a sexta-feira, ou envie uma mensagem pelo [Fale Conosco](#)

 **Aumente já suas vendas, anuncie no Shopping UOL**

BuscaPé

Conhecendo o BuscaPé



O sistema do BuscaPé oferece gratuitamente ao consumidor o serviço de busca e comparação de preço, produtos e serviço, e diversas ferramentas para decisão de compra.

Na hora da decisão o BuscaPé é a solução líder na América Latina com presença no [Brasil](#), [Argentina](#), [Colômbia](#), [México](#) e [Chile](#).

Presença líder na América latina

- Passe o mouse nos países em amarelo e conheça a atuação do BuscaPé em toda América Latina



BuscaPé Brasil
www.buscapede.com.br

- Atuação desde 1999
- 19.000.000 usuários únicos/mês
- Mais de 10.000.000 ofertas cadastradas
- Mais de 90.000.000 page views/mês

*Dados BuscaPé set/07

JáCotei



Coloque a sua empresa no JáCotei.com.br

Você escolhe uma verba programada para divulgar sua empresa no JáCotei.

● Plano Único

Você determina um valor de investimento e assim que seu saldo acabar sua loja sai imediatamente do JáCotei, retornando somente quando você inserir novo crédito.

Determinar Investimento:

VALOR	QUANTIDADE DE CLIQUES	CPC
A) Investimento: R\$ 400,00	Cliques: 1.000	R\$ 0,40
B) Investimento: R\$ 760,00	Cliques: 2.000	R\$ 0,38
C) Investimento: R\$ 1.110,00	Cliques: 3.000	R\$ 0,37
D) Investimento: R\$ 1.750,00	Cliques: 5.000	R\$ 0,35
E) Investimento: R\$ 3.300,00	Cliques: 10.000	R\$ 0,33

Escolher Plano:

A B C D E

Inserir Logo de 130X45 pixels (Custo de R\$ 0,01 a mais por clique)

SIM NÃO

Considerações:

- Será cobrada uma taxa de pesquisa cadastral no valor de R\$20,00 somente no primeiro investimento, e a mesma será impressa e enviada pelo Correio ao cliente junto com a Nota Fiscal. O valor acima será revertido em cliques.
- Os cliques são contabilizados quando o usuário acessa sua loja à partir de um link do JáCotei, através de uma comparação ou de algum espaço promocional.
- A sua loja terá logo na página de comparação de preços caso selecione a opção (deverá ser fornecido).
- O valor do clique escolhido é que definirá o posicionamento de sua empresa no site. Caso deseje alterar para mais poderá fazê-lo.
- Após o pagamento o JáCotei procederá à inclusão da loja, e o prazo de inclusão será enviado após essa confirmação.
- O login e senha para acompanhamento de seus cliques e estatísticas no JáCotei serão encaminhados no máximo em 48h após o início de sua divulgação no site.
- Esta proposta é válida por 10 dias.
- Outras condições não especificadas nesta proposta poderão ser discutidas com nossa área comercial.

**Escolha o plano acima, envie os dados de sua loja na Ficha de Inscrição,
e comece a fazer ótimos negócios!**

Contato Comercial:

E-MAIL: comercial@jacotei.com.br

Tel.: 11 3288-3151 (Ramal: 23)

Fax: 11 3541-3671

Internet Innovation – CNPJ 07.754.561/0001-25

Rua Helena, 170, cj 64 – Vila Olímpia – CEP 04552-050 – São Paulo/SP

Fone: (11) 3031 1131 (11) 3031 8568 – www.internetinnovation.com.br – faleconosco@internetinnovation.com.br

ShopFácil

 [ShopFácil Funcionário](#) [Cadastre-se no ShopFácil](#) [Minha Conta](#) [ANUNCIE CONOSCO](#)
[Loja SuperFácil](#)

PARA LOJISTAS

- [Anuncie Conosco](#)

PARA USUÁRIOS

- [Informações](#)
- [Central de Atendimento](#)

Você está em > [Página Inicial](#) > [Informações sobre o ShopFácil](#) > [Para usuários](#) > **Informações**

PARA USUÁRIOS

Informações



Conheça o ShopFácil

O ShopFácil é uma ferramenta de pesquisa com o objetivo de oferecer informações que ajudem o consumidor a decidir pela melhor compra.

Confira abaixo as principais características dos serviços que o ShopFácil oferece para facilitar as suas compras:

- **Comparação de produtos lado-a-lado:** Nesta área, você pode comparar produtos e preços rapidamente, facilitando a sua escolha no momento da compra.
- **Mais pesquisados:** Criado para você ficar por dentro do mercado e saber os produtos mais pesquisados de todo o site e por categoria.
- **Avaliação de produtos e loja:** Se quiser a opinião sobre algum produto ou loja, você poderá verificar o que os outros clientes disseram e também deixar a sua opinião.
- **Central ShopFácil:** Temos um central de atendimento, por telefone e e-mail, para que você possa tirar todas as suas dúvidas. Quando precisar, entre em contato conosco. Nós teremos o maior prazer em atendê-lo!
- **Esses são apenas alguns serviços que o ShopFácil oferece para você.** Comece a utilizar agora mesmo e veja como é simples e rápido. Aproveite e cadastre-se para receber as nossas ofertas por e-mail e para dar sua opinião sobre lojas e produtos.

ShopFácil Comunidades

Você já deve ter parado para pensar no quanto a Internet se tornou importante na vida moderna. Com o crescimento da Internet no Brasil, tanto em número de usuários quanto em número de lojas, cada vez mais as pessoas estão interessadas em utilizar este meio para realizar negócios.

Através dessa necessidade foi criado o ShopFácil Comunidades, um shopping de acesso restrito para as comunidades conveniadas. Os produtos são negociados diretamente com os fornecedores para oferecer ao usuário produtos de qualidade pelo melhor preço de mercado. Veja a seguir quais comunidades estão disponíveis atualmente.

ShopFácil Funcionário

O ShopFácil Funcionário é um shopping virtual, voltado exclusivamente aos funcionários das empresas parceiras. Por meio deste canal, é possível que a empresa participe vendendo seus produtos para essa comunidade e também oferecendo, como benefício, as ofertas do ShopFácil Funcionário para seus funcionários.

ShopFácil Universitário

É um shopping virtual que oferece benefícios exclusivos aos clientes da conta Universitária Bradesco.

ShopFácil Empresa

O ShopFácil Empresa é um shopping virtual para promover a negociação entre empresas clientes Bradesco. Nele, a empresa tem a excelente oportunidade de vender e comprar produtos e/ou serviços em condições diferenciadas do mercado.

"Boas maneiras" nas ações de e-mail marketing

A **Associação Brasileira de Marketing Direto** (ABEMD) elaborou esta relação de "Boas maneiras" para contribuir na estruturação de ações de e-mail marketing. Trata-se de uma série de recomendações que conduzem a uma utilização ética, pertinente e responsável do e-mail como ferramenta de marketing. Estas orientações se fundamentam no respeito aos destinatários das ações e, também, no uso adequado da internet, o que certamente contribuirá para as empresas alcançarem os resultados desejados e construir um relacionamento sólido e de confiança mútua com clientes e prospects.

1. **Ética.**

Atuar dentro do Código de Ética da ABEMD, que conceitua detalhadamente as boas práticas no Marketing Direto.

2. **Opt in.**

O primeiro recebimento é muito importante, porque marca o início da relação. É preciso ter permissão para prosseguir o relacionamento, por meio do opt in do receptor, tanto quando ele procura como quando é procurado.

Quando é a pessoa quem procura a empresa, o campo onde é feita a opção pelo recebimento da mensagem deve estar visível e com descrição clara do produto ou serviço oferecido.

Quando é a empresa quem procura a pessoa, tratando-se do primeiro contato deve-se informar como foi possível chegar a ela, explicitar o produto ou serviço oferecido e apresentar de forma visível a alternativa opt in. Se a pessoa não responder o e-mail com essa alternativa assinalada, deve-se entender que não deseja receber novas mensagens.

3. **Opt out.**

Toda mensagem precisa ter opt out. É prerrogativa do receptor decidir o momento em que não quer mais receber mensagens de determinado emissário.

4. **Uso do endereço eletrônico.**

Quando houver cadastro prévio, deve ficar claro que o endereço eletrônico poderá ser utilizado para o envio de mensagens comerciais, ou seja, na geração de leads próprios ou, se for o caso, repassado também com a finalidade de envio de mensagens comerciais. E o receptor deve manifestar sua concordância com isso.

5. Tamanho dos arquivos.

Procure sempre limitar o tamanho dos arquivos enviados, seja no corpo das mensagens ou nos anexos. Deve-se ter sempre em mente o público da média inferior em capacitação tecnológica (software, hardware e modalidade de conexão). Sugere-se mensagens no formato txt ou html, este último com tamanho máximo de 12 KB, e que as figuras (gif's) não estejam anexadas na mensagem, mas sim localizadas em servidor próprio.

6. Auto-executáveis.

Não devem ser enviados arquivos com auto-funcionamento. Os auto-executáveis são arquivos que os programas gerenciadores de e-mail conseguem ler e interpretar, iniciando automaticamente algum processo que não é necessariamente desejado pelo receptor. Essa modalidade de arquivo também torna o sistema vulnerável à transmissão de vírus (voluntária ou não).

7. Relevância.

O consumidor não se incomoda em receber uma mensagem de cunho comercial, desde que seja relevante para ele. Portanto, preocupe-se sempre com o conceito de relevância.

8. Frequência.

Deve-se preferencialmente oferecer ao cliente que assinale a opção de sua preferência na frequência de recebimento de informações ou solicitar que ele opte entre as diversas alternativas de periodicidade que lhe são oferecidas. Quando não for possível oferecer que faça a opção, deve-se deixar claro qual a frequência de envio das mensagens.

Política de relacionamento.

É sempre conveniente que se tenha clareza na política de relacionamento adotada, o que pode ser feito por meio de um contrato/compromisso assumido formalmente com o consumidor.