

5 FATORES de VISUALIZAÇÃO

Com o avanço da tecnologia, é possível mensurar quais anúncios foram visualizados na internet. E cada vez mais os anunciantes estão investindo em impressões visualizadas em vez de impressões entregues. Por isso, é importante entender quais motivos afetam a visibilidade dos anúncios. Analisando os resultados das plataformas de anúncios em display, incluindo Google e DoubleClick, descobrimos cinco fatores essenciais para que o anúncio tenha uma boa visualização, incluindo a posição, o tamanho e os melhores formatos.

IMPRESSÕES VISUALIZADAS Um novo padrão da indústria

Um anúncio em display é considerado visualizado quando **50% dos pixels aparecem** na tela por período mínimo de um segundo, conforme definido pelo Media Rating Council.

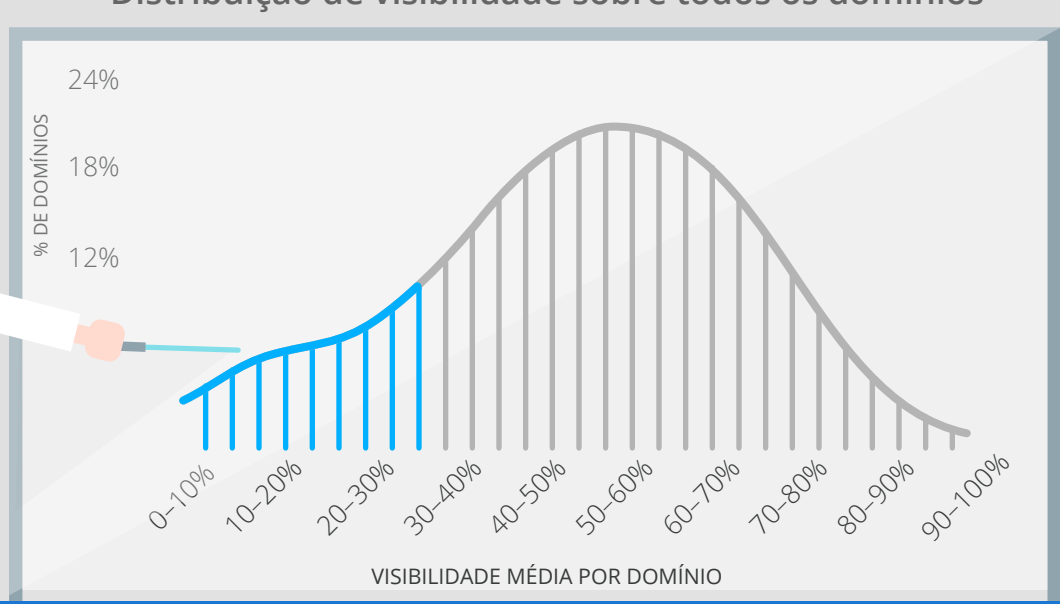
Taxa de visualização: porcentagem de anúncios considerados visualizados a partir do número total de anúncios mensurados.



1 A visibilidade do anunciante

A maioria das impressões que não foram visualizadas está em um pequeno número de anunciantes; **56,1% de todas as impressões** não são visualizadas, mas a **visibilidade média do anunciante é de 50,2%**.

Distribuição de visibilidade sobre todos os domínios

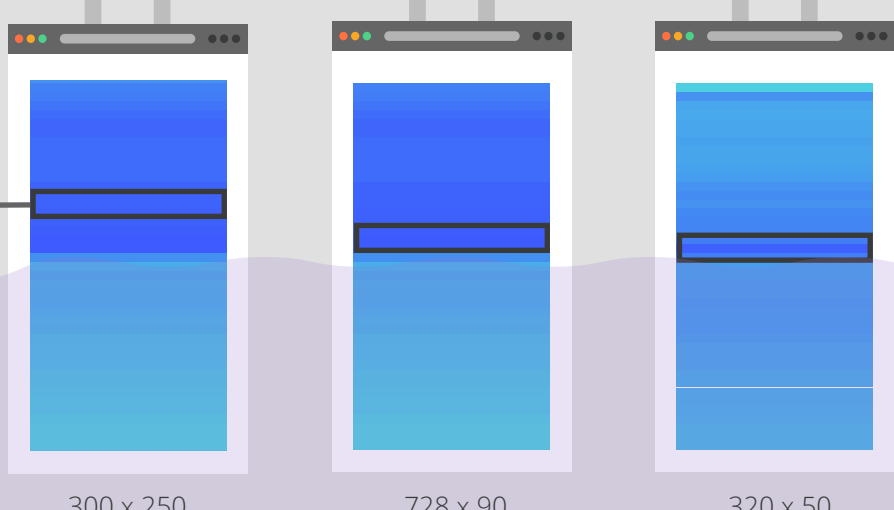


posição mais visualizada

2 A posição na página é importante ...

2

DOBRA DA PÁGINA



Posição mais visualizada na página

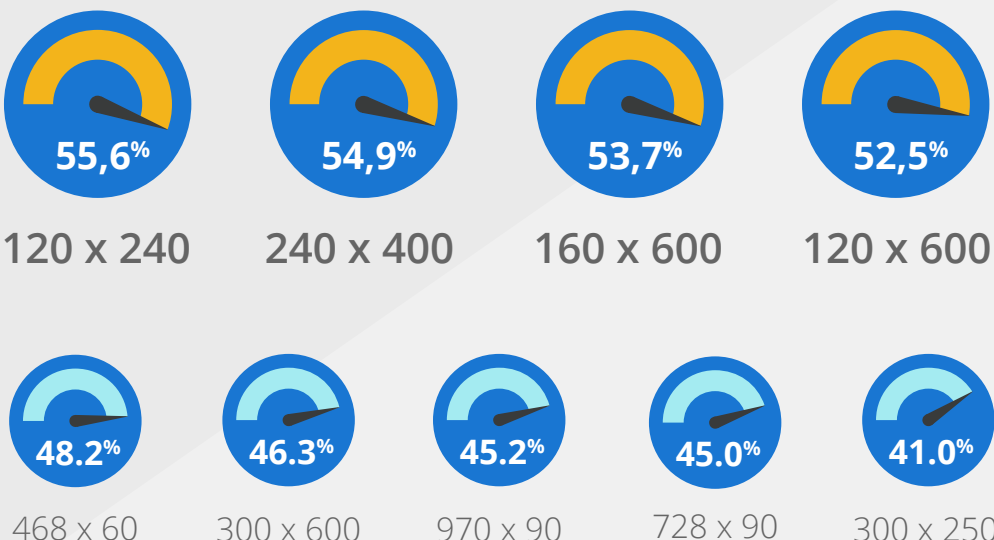
A posição mais visível é à **direita acima da dobra** e não no topo da página.

3 ... E o tamanho do anúncio também

O anúncio mais visualizado é na **posição vertical**. Ele permanece na tela por mais tempo enquanto os usuários conferem o restante da página.

Os tamanhos **mais utilizados** de anúncios.

Visibilidade por tamanho de anúncio



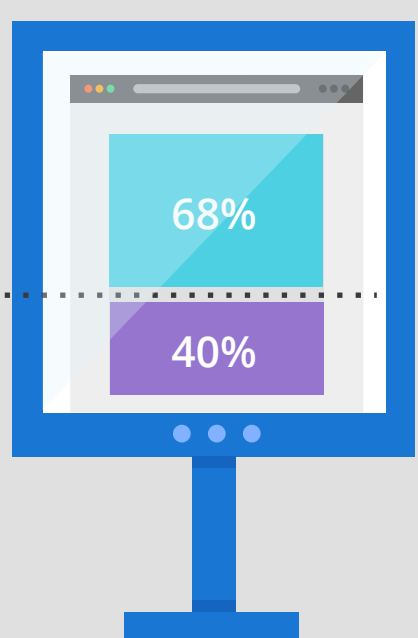
4 Acima da dobra não é o único lugar visível

4

taxa média de visualização

ACIMA DA DOBRA

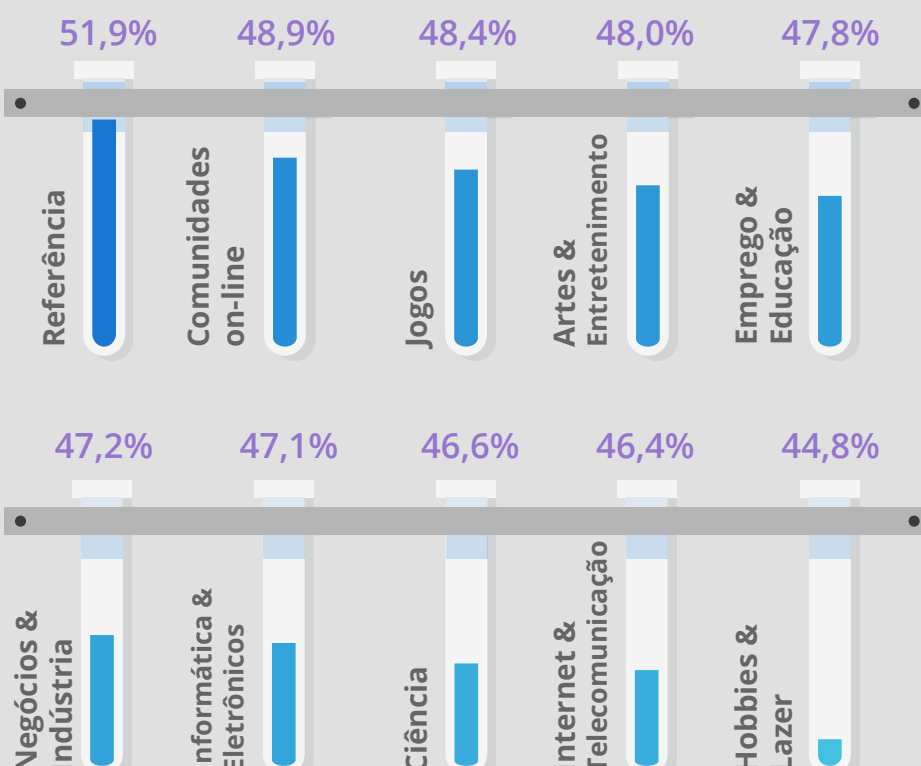
ABAIXO DA DOBRA



Os anúncios que são publicados logo **abaixo da dobra também têm uma porcentagem significativa de visualizações.**

5 A visibilidade varia de acordo com o mercado

O conteúdo que **prende a atenção do usuário, como jogos e entretenimento**, tem o maior índice de visualização.



Fonte: Google, estudo "The Importance of Being Seen: Viewability Insights for Digital Marketers Publishers", novembro de 2014, Estados Unidos.