

Microsoft quer publicidade em software

por Maria Fernanda Malozzi .

Aproveitar as diversas plataformas para oferecer espaço publicitário é o objetivo da Microsoft. A empresa, atenta aos movimentos do mercado, oferecerá, a partir dessa semana, espaço para anunciantes no Office Online, ferramenta online complementar para o pacote Office - que abrange os programas Word, Excel, PowerPoint e Outlook - plataforma até então não explorada pela empresa.

De acordo com Leandro de Paula, diretor comercial da Microsoft Digital Advertising Solutions,

o Office Online permite que o usuário possa buscar auxílio no uso dos programas por meio do site. E a audiência dessa página é elevada e segmentada.

"Resolvemos aproveitar esse nicho porque temos audiência, não temos concorrentes e vamos aproveitar a nossa expertise que já é usada em outras plataformas, como o MSN", explicou.

O Office Online é um site aberto ao público, mas suas ferramentas só podem ser usadas pelo usuário que possui os programas da Microsoft.

O perfil dos usuários, de acordo com o diretor comercial, é em sua maioria de homens (58%), entre 25 a 49 anos (46%) e tomadores de decisão (20%).

"Percebemos que os usuários

Divulgação

Página terá um anunciante em formato skyscraper ou showcase

do Office Online são consumidos em potencial por causa do seu perfil e também, porque quando entram no site, estão abertos a todo tipo de informação, inclusive a publicitária", afirmou Leandro.

A Microsoft disponibilizará dois formatos para os anunciantes: o showcase (um quadrado 300 x 250, à direita da página) e o skyscraper (retângulo na vertical, de 160 x 600 na lateral da página). Outro diferencial dessa plataforma é que terá apenas um formato para um anunciante por página.

Como o espaço publicitário começou a ser oferecido nesta semana, ainda não há nenhum anunciante fechado, mas Leandro aposta nos anunciantes de telecomunicação e tecnologia.

"A publicidade online tende a trabalhar cada vez mais o target, o que chamamos de behaviour target. A adequação do conteúdo é outro ponto relevante nesse novo momento da publicidade online", afirmou Leandro.

MSN

A Microsoft começou a explorar espaços publicitários em outros meios em 2000, com a criação do MSN, programa de mensagens instantâneas. "O MSN foi criado como uma plataforma para ferramenta subsidiada pela publicidade e é um grande sucesso", disse Leandro.

Hoje, o MSN possui 35 milhões de usuários somente no Brasil, País de maior penetração do programa.