

## **IBOPE apresenta novos lançamentos ao mercado de publicidade na web**

*Durante o evento Internet sem limites, a empresa comunicou a mudança de nome do IBOPE//NetRatings para IBOPE Nielsen Online e revelou dois novos produtos para a medição da publicidade on-line.*

A internet como mídia é cada vez mais relevante, abrangente, e o monitoramento do mercado publicitário desse meio se faz cada vez mais necessário. Pensando nisso, o IBOPE Mídia e o IBOPE Nielsen Online lançam dois serviços inéditos focados no universo da propaganda on-line. O Monitor Evolution, do IBOPE Mídia, passa a incluir o ambiente digital na sua base de investimento publicitário, que até então contava com os meios tv, jornal, revista, rádio, tv por assinatura, cinema e outdoor. A ferramenta AdRelevance, do IBOPE Nielsen Online, permite visualizar o banner da mesma forma como foi veiculado na internet. O serviço fornece informações detalhadas e completas sobre as campanhas veiculadas na web, que vão desde o nome da campanha até o formato da peça.

Para Dora Câmara, diretora comercial do IBOPE Mídia, o lançamento é reflexo da constante preocupação do IBOPE em oferecer novas soluções para o mercado e atender às demandas de seus clientes. "Investimos muito em tecnologia e no desenvolvimento de ferramentas específicas para o meio internet, ambiente dinâmico e cada vez mais relevante. Já provemos serviços como planejamento de mídia on-line (WebRF), ampliamos a amostra do NetRatings contemplando o consumo no ambiente de trabalho, lançamos o AdRelevance e incluímos o meio internet no serviço de investimento publicitário", diz a executiva.

As ferramentas AdRelevance e Monitor Evolution foram apresentadas ao mercado no evento "Internet sem limites", dia 12 de março, no Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS). O encontro contou com a presença do executivo Jonathan Carson, presidente internacional da Nielsen Online, que discutiu o panorama da publicidade on-line no cenário mundial e suas formas de medição. O encontro promoveu, ainda, um painel de discussões com os executivos Flavio Ferrari, CEO do IBOPE Media, Guilherme Ribenboim, presidente do Yahoo!, Marcelo Epstein, diretor geral do UOL, Marcelo Lobianco, diretor de publicidade do IG, Osvaldo Barbosa, diretor geral do MSN, Paulo Castro, diretor geral do Terra, e Roberto Schmidt, diretor de desenvolvimento de produtos da Globo.com.

"A internet está se estabelecendo como uma mídia madura e global. O acesso à web móvel levará essa tendência para outros cenários e mercados. Nos próximos anos, o crescimento da propaganda on-line será conduzido pelas redes sociais, vídeos on-line e pela melhor mensuração de resultados", afirma Carson.

Na ocasião, o IBOPE//NetRatings, joint-venture entre o IBOPE Media e a Nielsen Online, comunica ao mercado a mudança de seu nome para IBOPE Nielsen Online. A medida estratégica ressalta a parceria com o player global Nielsen Online nos mercados latinos. "Acreditamos que nossa nova e valiosa marca continuará personificando nosso compromisso com as necessidades de nossos clientes e do mercado", destaca Fábila Juliasz, diretora executiva do IBOPE Nielsen Online.

### **Monitor Evolution**

A inclusão do meio internet na ferramenta Monitor Evolution começou a ser estudada em 2006 e teve, durante todo o projeto, a participação de seis portais nacionais de grande expressividade (Globo.com, IG, MSN, Terra, UOL e Yahoo!).

O Monitor Evolution possibilita a análise do investimento publicitário e da concorrência, permitindo avaliar o volume de investimento para diferentes produtos nos diversos meios e veículos. A partir dessa informação, é possível acompanhar a estratégia de comunicação de marcas e veículos concorrentes, bem como avaliar o desempenho de diferentes produtos. Para o meio internet, é possível avaliar campanhas publicitárias ou eventos específicos como categorias ou produtos e, assim, oferecer resultados como número de impressões e volume de investimento.

#### AdRelevance

O AdRelevance traz informações sobre campanhas, como sua duração e a frequência, assim como permite a visualização do conteúdo criativo. Ao todo, no Brasil, são monitorados mais de 200 canais, ou seja, portais e sites independentes com a produção de relatórios diários.

IBOPE apresenta novos lançamentos ao mercado de publicidade na web. **IBOPE**, mar. 2009. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em 13 mar. 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais