



Qual a importância  
de um banner  
para site?

**Prof. Andrea Garcia**  
**Aplicativos de Design**

# Conteúdo

01

Os formatos de banners

02

Impacto visual

03

Tamanhos mais comuns

04

Mensuração financeira e de audiência

O Banner é a estratégia de **Marketing Digital** que mais se aproxima da propaganda tradicional e quem sabe por isso ainda é o formato que recebe a maior parte dos investimentos. **Uma campanha bem planejada** é capaz de divulgar a marca, gerar tráfego para o site, blog ou redes sociais, e incentivar o fechamento de compra do cliente indeciso.

O acesso aos números em tempo real e sua fácil operação permitem que a sua marca faça adaptações e modificações ao longo da execução da campanha, por isso que ficar de olho no número de visitas trazidas para o site versus o números de impressões do Banner é uma maneira eficaz de comprovar se a campanha está despertando interesse no público ou não.





Os Formatos de banner

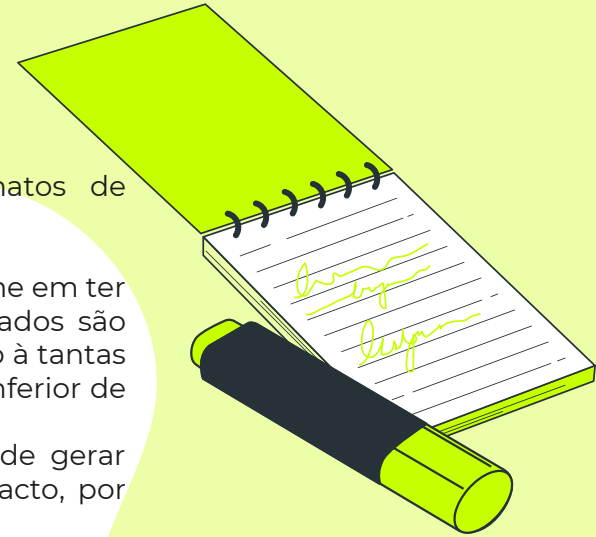
Quando se trata de banner, existem muitos formatos de anúncios:

**Estático:** foi o primeiro tipo usado na internet e se resume em ter imagens fixas. Mesmo sendo fáceis de serem criados são considerados entediantes e ultrapassados em meio à tantas inovações, por isso acabam gerando um número inferior de respostas;

**Animado:** é quando o banner tem mais frames e pode gerar algum tipo de ação com mais informação e impacto, por isso traz mais resultados do que o anterior;

**Interativo:** se o objetivo é envolver o internauta em alguma ação, essa é a maneira mais popular. Você gera interação direta para preencher um formulário, responder uma pesquisa ou acessar uma **landing page** para baixar um material, por exemplo.

**Pop-Up:** os anúncios pop-up são muito populares, mesmo que sejam considerados invasivos e incômodos. O formato expõe o usuário ao anúncio assim que ele faz a abertura de página, obrigando-o a removê-lo para continuar a navegar;





Impacto Visual

As **imagens valem por mil palavras**, por isso lembre que um banner de site deve ser simples e relevante para chamar atenção e **conquistar clientes**. Ao criar um anúncio poluído você diminui as chances do usuário clicar nele e entrar em seu site, por exemplo. Ter um especialista em publicidade e design é a melhor maneira de fazer um **planejamento digital gráfico** ser assertivo e gerar bons números.

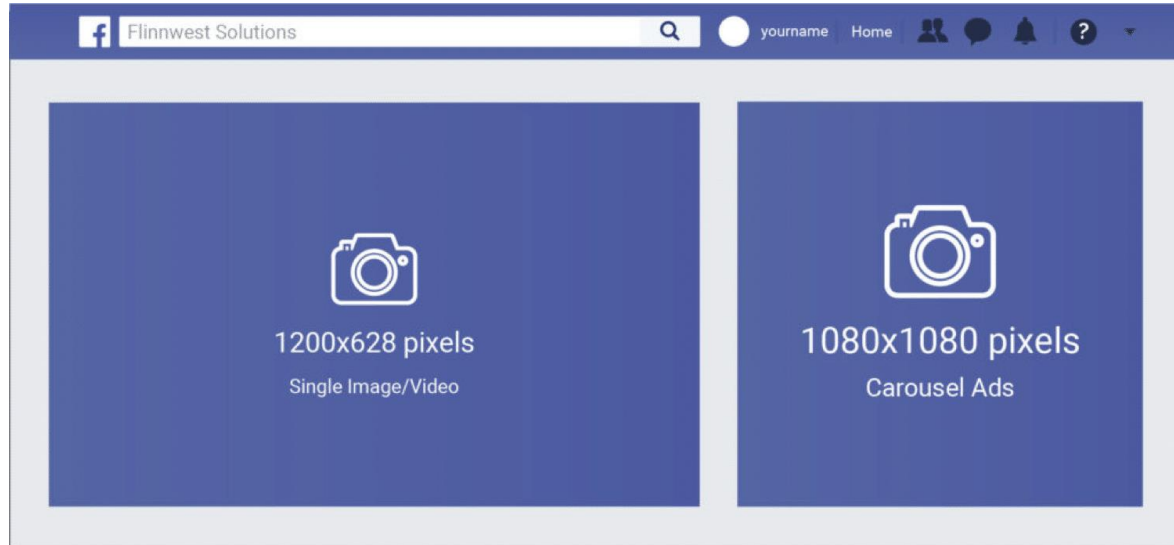




Tamanhos mais comuns

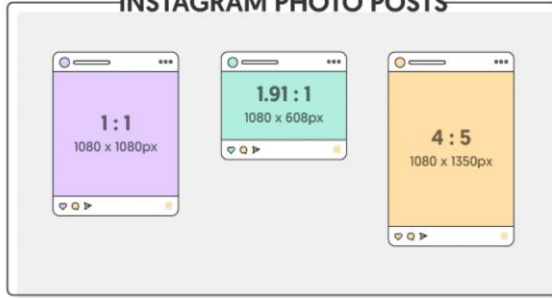


# Facebook - Imagem de Feed e Carrossel



# Instagram

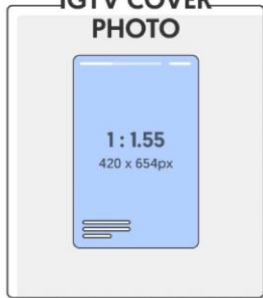
## INSTAGRAM PHOTO POSTS



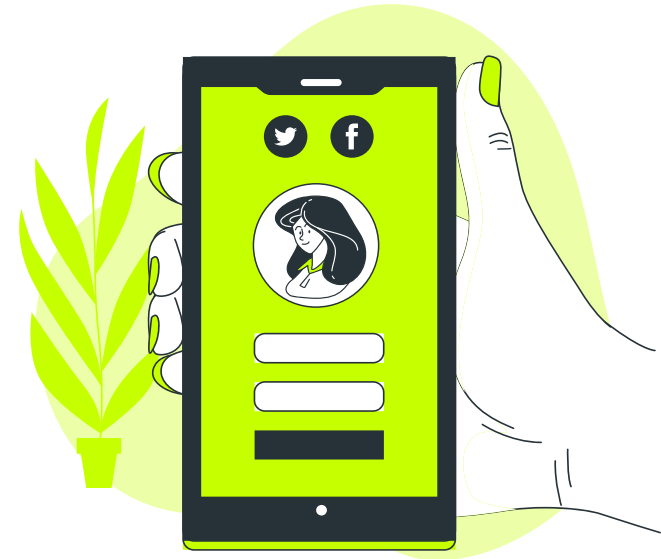
## INSTAGRAM STORIES



## IGTV COVER PHOTO



## INSTAGRAM VIDEO POSTS





Mensuração financeira e de  
audiência

Quando a receita investida é baseada na impressão dos anúncios, ou seja, **na quantidade de vezes que aquele banner foi exibido, não levando em consideração o número de cliques**, significa que a empresa optou pelo **CPM** (Custo por Mil), formato que expõe mil banners por vez e tem valor variado de acordo com o portal e espaço escolhidos. Muito popular em campanhas que envolvem blogs e portais de notícias, as visualizações únicas são contabilizadas (se um visitante for exposto 5 vezes, ele será contabilizado apenas 1 vez) e geralmente a empresa paga um valor fixo para cada mil impressões do banner. Por ser mais completa, é indicada para marcas que já possuem uma estrutura de marketing bem definida.

Já quando o formato é **CPC (Custo por Clique)** os números de impressões ou vendas não são levados em consideração e o anunciante paga um valor fixo para cada clique que o banner receber. É o modelo mais indicado para as marcas que estão começando a anunciar por ser fácil de controlar (a empresa pode determinar uma meta baseando-se na quantidade de cliques e adaptar o orçamento ao longo da execução, por exemplo), e se diferencia por mostrar o número exato de internautas que se interessaram pelo anúncio. Vem ganhando força também por ser o modelo mais utilizado pelo Google Adwords e Facebook Ads.

Por último temos o **CPA** (Custo Por Aquisição), formato mais caro e complexo de anúncios, onde o **anunciante pagará para a plataforma apenas quando o objetivo da campanha for alcançado (venda, download de ebook, visualização de vídeo, preenchimento de cadastro, etc)**. Por ter custo mais elevado, a estratégia é recomendada para empresas que tenham clientes de longa vida útil ou com margem ampla de lucro dos produtos.

A melhor maneira de definir o formato de banner para site é conhecendo a fundo o público-alvo e a realidade da sua empresa, além de fazer testes A/B para encontrar o jeito mais eficiente de converter o anúncio.



# Referências

Fonte:

<https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/banner/importancia-banner-para-site/>

<https://kinsta.com/pt/blog/tamanhos-dos-anuncios-de-banner/#quais-so-os-tamanhos-de-banners-mais-comuns>

