Banners

- Definição;

- Características;

- Cases;

- Referências;

**Definição**

Banners é uma palavra de origem Inglesa, cujo significado pode ser traduzido como bandeira ou faixa.

Banners são peças publicitárias de formato retangular ou quadrado usadas tanto em ambientes digitais, que podem ser criadas para publicação em sites e portais na internet, quanto físicos que são impressas em lonas, papéis, tecidos e plásticos para serem utilizadas como materiais promocionais em pontos de venda, exposições e demais eventos.

O principal objetivo dos banners digitais não está ligado a apenas serem vistos pelas pessoas, mas sim que elas, efetivamente, cliquem nos anúncios.

**Características**

**Banner Digital:**

No digital, podem ser estáticos, animados ou interativos, com as versões animadas e interativas gerando mais engajamento. Eles precisam ser atraentes, com mensagens claras e concisas, e seguir regras técnicas específicas dos sites. A criação de banners deve ser feita por profissionais de design gráfico ou propaganda para garantir qualidade e evitar problemas legais.

* **Banners estáticos:** representam modelo mais simples, com uma imagem fixa, que não proporcionam movimentações ou interações com os usuários, a comunicação transmite uma mensagem clara e objetiva, assim como uma boa escolha do design e cores e possuem extensões, como: jpeg, png ou gif.
* **Banners animados:** são uma forte tendência nas estratégias de marketing digital das empresas que utilizam movimento para atrair a atenção do público-alvo na internet.
* **Banners interativos:** permitem que os usuários interajam com o conteúdo, aumentando o engajamento e a taxa de cliques. Você tem a opção de interagir com o anúncio, que sempre proporciona um convite para uma ação específica.

Banner Físico:

Os banners tradicionais ainda são bastante utilizados nas chamadas “mídias offline”, até mesmo porque os jornais e revistas, por exemplo, continuam em circulação no mundo inteiro e onde têm pessoas consumindo esse tipo de leitura, sempre haverá espaço para a divulgação de produtos e serviços.

**Características dos Banners**

Formatos Variados:

Interatividade:

Posicionamento Estratégico

Call to Action (CTA)

Medição de Resultados

### **Etapas do processo de criação de banners digitais:**

#### **Brief:** coleta de informações tanto da empresa quanto do material específico)

#### **Boneco:** estruturação primária para banners

#### **Textos:** desenvolvimento de todos os conteúdos do material

#### **Aprovação do conteúdo:** Revisão e aprovação do material

#### **Direção de arte:** diagramação do material, fotografia, ilustrações, gráficos

#### **Aprovação virtual:** Revisão e aprovação da arte digital

#### **Correções e ajustes:** Realizações de modificações caso necessário

#### **Aprovação final:** Aprovação definitiva do material

#### **Fechamento de arquivo:** Preparação do arquivo para entrega e publicação

Banners desenvolvidos pela agência incluem: criação de textos, ilustrações, diagramação e o fechamento do arquivo

**Cases**

# *DL Cor Convênios*

A DL Cor é uma empresa com mais de 20 anos de atuação em SC, atua no segmento de serviço através da venda planos funerários e crematórios, além da rede de benefícios oferecidos através de seus parceiros.

## *DL Cor Convênios antes da Market Prae*

O site estava desatualizado e não era usado como ferramenta na estratégia de marketing. O cliente usava apenas o facebook e não tinha instagram. Possuía uma agência na época que atendia de forma reativa. As ações de marketing aconteciam sem planejamento.

Planejamento Estratégico

Branding

Criação de Conteúdo

Desenvolvimento Web

Gestão de Mídias Sociais

Gestão de Trafego

Mídias Elerônicas

Mídia Impressa Endomarketing

**Referências**

<https://conceitoideal.com.br/servicos/web/banner-digital>

<https://grupodpg.com.br/banners-digitais-o-que-voce-precisa-saber/>

<https://marketprae.com.br/glossario/banner-definicao-importancia-marketing-digital/>

<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/9116/9116_4.PDF> pag 57 e 58.

**Definição**

VC sabe qual o significado da palavra Banner? Banners é uma palavra de origem Inglesa, cujo significado pode ser traduzido como bandeira ou faixa.

Banners são peças publicitárias de formato retangular ou quadrado usadas tanto em ambientes digitais, que podem ser criadas para publicação em sites e portais na internet, quanto físicos que são impressas em lonas, papéis, tecidos e plásticos para serem utilizadas como materiais promocionais em pontos de venda, exposições e demais eventos.

O principal objetivo dos banners digitais não está ligado a apenas serem vistos pelas pessoas, mas sim que elas, efetivamente, cliquem nos anúncios.

* **Banners estáticos:** representam modelo mais simples, com uma imagem fixa, que não proporcionam movimentações ou interações com os usuários, a comunicação transmite uma mensagem clara e objetiva, assim como uma boa escolha do design e cores. e possuem extensões, como: jpeg, png ou gif.
* **Banners animados:** são uma forte tendência nas estratégias de marketing digital das empresas que utilizam movimento para atrair a atenção do público-alvo na internet.
* **Banners interativos:** permitem que os usuários interajam com o conteúdo, aumentando o engajamento e a taxa de cliques. Você tem a opção de interagir com o anúncio, que sempre proporciona um convite para uma ação específica.

**E como Case de Sucesso nós simulamos uma Campanha Promocional By Nelle**

A By Nelle lançou uma campanha de looks de crochê com descontos de 70% na primeira peça e 50% na segunda. Utilizando banners digitais atraentes, a promoção também foi divulgada em redes sociais, e-mail marketing e no site da marca. Como resultado, esperamos um aumento de 35% nas vendas e fortalecimento do relacionamento com clientes antigos e novos.

ka

therolecuritiva

kaqto

Case

A By Nelle lançou uma campanha promocional com banner digital com objetivo de aumentar as vendas e o engajamento.

A estratégia utilizada foi uma promoção exclusiva de looks de crochê com 70% off e 50% na segunda peça.

Banners digitais foram criados com design atraente, destacando as ofertas e direcionando os clientes para a página de compras. A promoção foi divulgada em redes sociais, e-mail marketing e no site da marca.

**Resultado:** A campanha gerou um aumento de 35% nas vendas durante o período promocional e fortaleceu o relacionamento com clientes fiéis e novos consumidores.