

Única escolha sobre o conteúdo da aula

Uma gráfica tradicional (empresa familiar) que atua com grandes tiragens de impressão para grandes empresas (b2b), lançou uma loja virtual para atuar no segmento de e-commerce (B2C). Para essa nova empreitada no segmento B2C, a gráfica vai segmentar inicialmente para um nicho específico do mercado (designers gráficos).

Para o período de setembro, outubro, novembro e dezembro a unidade de negócios virtual da gráfica vai fazer uma campanha de awareness para fortalecer a marca e a prestação de serviço no segmento gráfico. O investimento será de 15k por mês além de informações do briefing completo. O que consideramos importante para montar um planejamento de mídia programática?

Selecione uma alternativa

- A** Baseado em nosso público alvo, podemos sugerir sites que o público alvo navegue com frequência. Além disso, podemos acessar as bases de dados da empresa ou dados de terceiro.
- B** Apenas com os itens citados já podemos fazer um bom planejamento.
- C** Basta observarmos os históricos de campanhas anteriores.
- D** O feeling é fundamental para o planejamento de qualquer campanha.