

## Pesquisa: O uso da Internet para formação e lembrança de marca.

Percepção e Lembrança de Anúncios Online • Anúncios online são amplamente percebidos pelos consumidores: 71% notam anúncios em mecanismos de busca e 50% em sites de rede social e de compartilhamento de vídeo. • Pelo menos 70% dos entrevistados afirmam lembrar-se de anúncios online de marcas ou categorias de produtos por eles compradas ou pesquisadas recentemente. • A lembrança de um anúncio online é influenciada pela relação entre natureza/foco do site e formato/ tipo do anúncio online: - Anúncios de texto e anúncios com imagens estáticas são mais lembrados em sites de rede social. - Anúncios com imagens dinâmicas, ou mesmo em vídeo, são mais lembrados em sites de compartilhamento de vídeo. • Anúncios online aumentam a exposição e lembrança da marca. 58% dos respondentes lembram-se de anúncios online de uma marca previamente conhecida e 10% afirmam recordar-se de anúncios online de marcas até então desconhecidas. • 40% dos usuários notam anúncios online enquanto navegam casualmente pela Internet, enquanto outros 35% percebem tais anúncios quando efetuam buscas ou pesquisas específicas online. • 90% dos entrevistados dizem que o anúncio online de que se lembram mais vividamente aumentou seu interesse e propensão de compra do produto e/ou marca anunciados. • Pelo menos metade dos entrevistados afirmam ter comprado o produto/ marca cujo anúncio online se lembram mais intensamente.

### 2. Influência dos Diferentes Formatos de Anúncios Online.

• No processo de aprendizagem sobre marcas e produtos, anúncios online são considerados mais efetivos do que a maioria das outras mídias, como outdoors, rádio e anúncios impressos para pelo menos 80% dos respondentes. • Mais de 76% dos respondentes afirmam que anúncios online aumentam sua probabilidade de compra da marca/ produto anunciados. • Anúncios online com imagens dinâmicas foram considerados o formato com maior poder de influência na compra de marca/produto e o segundo formato mais efetivo para aprender sobre marcas e produtos, atrás apenas da televisão. • 96% dos usuários tiveram alguma reação ao anúncio online do qual se lembram mais vividamente – 70% clicaram no anúncio para ler informações adicionais e 10% voltaram a Internet para pesquisar sobre a marca/ produto. • Fonte: Google

Para saber mais acesse [www.clinks.com.br](http://www.clinks.com.br) Agência Certificada Google Adwords

## Sobre o Autor

Agência Certificada Google Adwords, 100% focada e especializada em Links Patrocinados (SEM), Otimização de Site (SEO) e Curso Google Adwords. A Clinks tem profissionais com a Certificação GAP (Google Advertising Professional).

Source: <http://www.artigopt.com>