

À ABC ENERGIA

Ref.: relatório de publicidade – Janeiro 2007

Relatório de Eficácia Publicitária (REP):

Resultado Mensal (Home Page):

Cliente: ABC ENERGIA

Peça publicitária: Full Banner – Topo de Página

Veiculação: HOME PAGE

Período: 01/01/2007 a 31/01/2007

Nível 1

Número total de impressões: **14.857**

Nível 2

Número de clicks-thru no banner: **68**

Taxa média de click-thru: **0,45%***

Maior taxa de click-thru (17/01): **3,21%*** *média nacional (0,22% - fonte: Ibope NetRatings)

Obs.: O resultado desta campanha foi muito bom , estando acima da taxa nacional de clicks-thru.

Nível 3

A ação não foi direcionada para atingir o nível 3

Quadro comparativo de resultados dos últimos quatro meses - Full Banner na seção Newsletter

Nível 1		Nível 2			
Mês	Impres.	Clicks	Taxa Click Thru	Maior Taxa	
Out	14.965	59	0,39%	19/10	2,89%
Nov	15.894	72	0,45%	03/11	3,44%
Dez.	13.264	55	0,41%	11/12	2,45%
Jan.	14.857	68	0,45%	17/01	3,21%

Observações:

1. Toda vez que nosso usuário vê o banner, o anunciante se faz presente por meio de um trabalho de comunicação que chamamos de “branding”, que contribui para manter “share of mind”, ou seja, garante mais atenção a marca em detrimento à concorrência.
2. O material da internet tem baixo custo de criação, mudanças contribuem para melhores resultados de click-thru. A troca de materiais faz com que se mantenham os níveis de atenção em relação a marca. A internet é um meio extremamente dinâmico, o que sugere mudanças programadas e constantes;
3. Ofertas e promoções ajudam a obter retornos ainda melhores de taxas de click-thru;

Atenciosamente,

Deny TenenblatGerente Comercial
Grupo CanalEnergia