

# O Futuro da Mídia é Agora: Seu Guia Estratégico para Dominar a Publicidade em CTV em 2025





## Índice

1. **Introdução:** A Consolidação da CTV como Pilar de Mídia
2. **Decodificando o Ecossistema de CTV:** CTV, OTT e TV Linear
3. **Por que a CTV é um Canal Estratégico para 2025?**
4. **Performance Comprovada:** Case de Sucesso em Aquisição da ClearPier
5. **Os Desafios do Ecossistema CTV e Como Superá-los**
6. **Planejamento e Execução de uma Campanha de CTV de Alta Performance**
7. **A Sinergia Perfeita:** Potencializando sua Estratégia Omnichannel com CTV
8. **Considerações Finais:** A Vantagem Competitiva com a ClearPier
9. **Vamos Conversar!**

## 1. Introdução

# A Consolidação da CTV como Pilar de Mídia



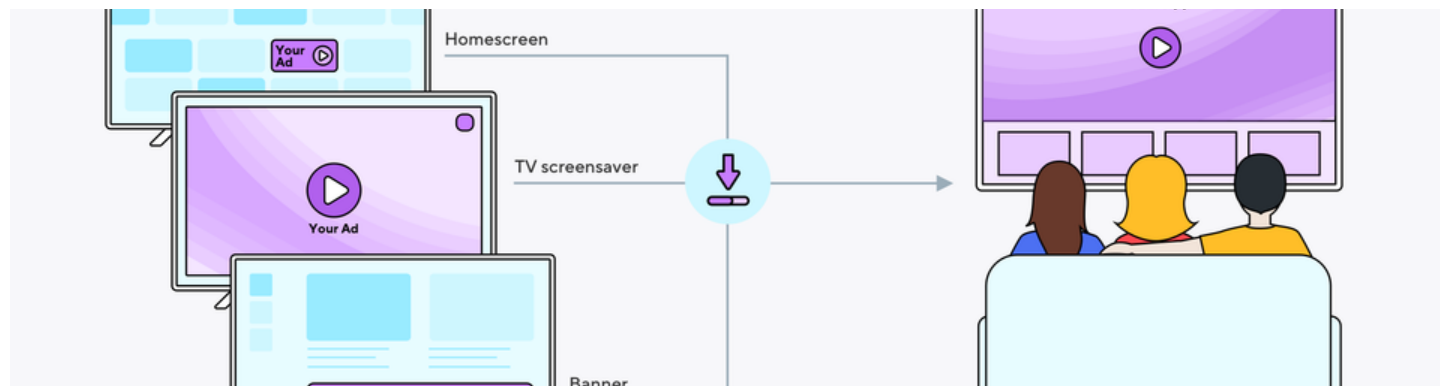
Em 2025, a publicidade em Connected TV (CTV) transcendeu o status de "tendência" para se firmar como um pilar essencial em qualquer plano de mídia moderno. O consumo de conteúdo via streaming não é mais uma alternativa, é o padrão. Para marcas que buscam crescimento sustentável, a CTV oferece uma combinação inédita: o impacto de tela cheia da televisão com a inteligência de dados e a mensuração precisa do marketing digital.

Este guia avançado foi projetado para aprofundar sua compreensão do ecossistema, equipando você com o conhecimento necessário para navegar em seus desafios e capitalizar suas oportunidades. Vamos explorar as nuances técnicas, as estratégias de mensuração e as táticas que transformarão seus investimentos em CTV em resultados de negócio reais e lucrativos.

## 2. Decodificando o Ecossistema de CTV

### CTV, OTT e TV Linear

Para dominar a CTV, é crucial entender sua terminologia e como ela se diferencia de outros formatos de TV.



**TV Linear:** É a televisão tradicional, transmitida via satélite ou cabo, com uma programação fixa e horários pré-determinados. A publicidade é massiva e de difícil mensuração.

**OTT (Over-the-Top):** Refere-se ao **método de entrega** de conteúdo de vídeo pela internet, "por cima" (over-the-top) da infraestrutura tradicional de cabo. Serviços como Netflix, YouTube e Globoplay são plataformas OTT.

**CTV (Connected TV):** Refere-se ao **dispositivo** utilizado para assistir a esse conteúdo: a própria televisão conectada. Isso inclui Smart TVs, consoles de videogame e dispositivos de streaming (Roku, Apple TV, Chromecast).

**Em resumo: um usuário assiste a conteúdo OTT em um dispositivo CTV.** Sua campanha de publicidade em CTV será veiculada nesse ambiente.

### 3. Por que CTV é um Canal Estratégico para 2025?

#### A. Alcance Massivo em um Ambiente Premium e de Alta Atenção

Os anúncios em CTV são exibidos em tela cheia, com som ativado, e frequentemente não podem ser pulados (altíssima taxa de conclusão de vídeo - VCR). Isso garante que sua mensagem seja absorvida em um ambiente imersivo, livre das distrações de outros feeds digitais.

#### B. Precisão Cirúrgica na Segmentação

A CTV permite ir muito além da segmentação demográfica básica. As estratégias avançadas incluem:

- **Dados First-Party:** Utilizar seus próprios dados de clientes para campanhas de retargeting ou para criar audiências lookalike.
- **ACR (Automatic Content Recognition):** Segmentar usuários com base no conteúdo (programas, filmes, anúncios de concorrentes) que eles assistem na TV linear ou em outros apps de streaming.
- **Segmentação Contextual e por Interesses:** Alcançar usuários enquanto consomem gêneros específicos de conteúdo (e.g., comédia, esportes, culinária).



#### C. ROI Mensurável e Atribuição Avançada

A grande revolução da CTV é a capacidade de medir o impacto real. As métricas vão além do alcance e frequência da TV tradicional, focando em KPIs de negócio:

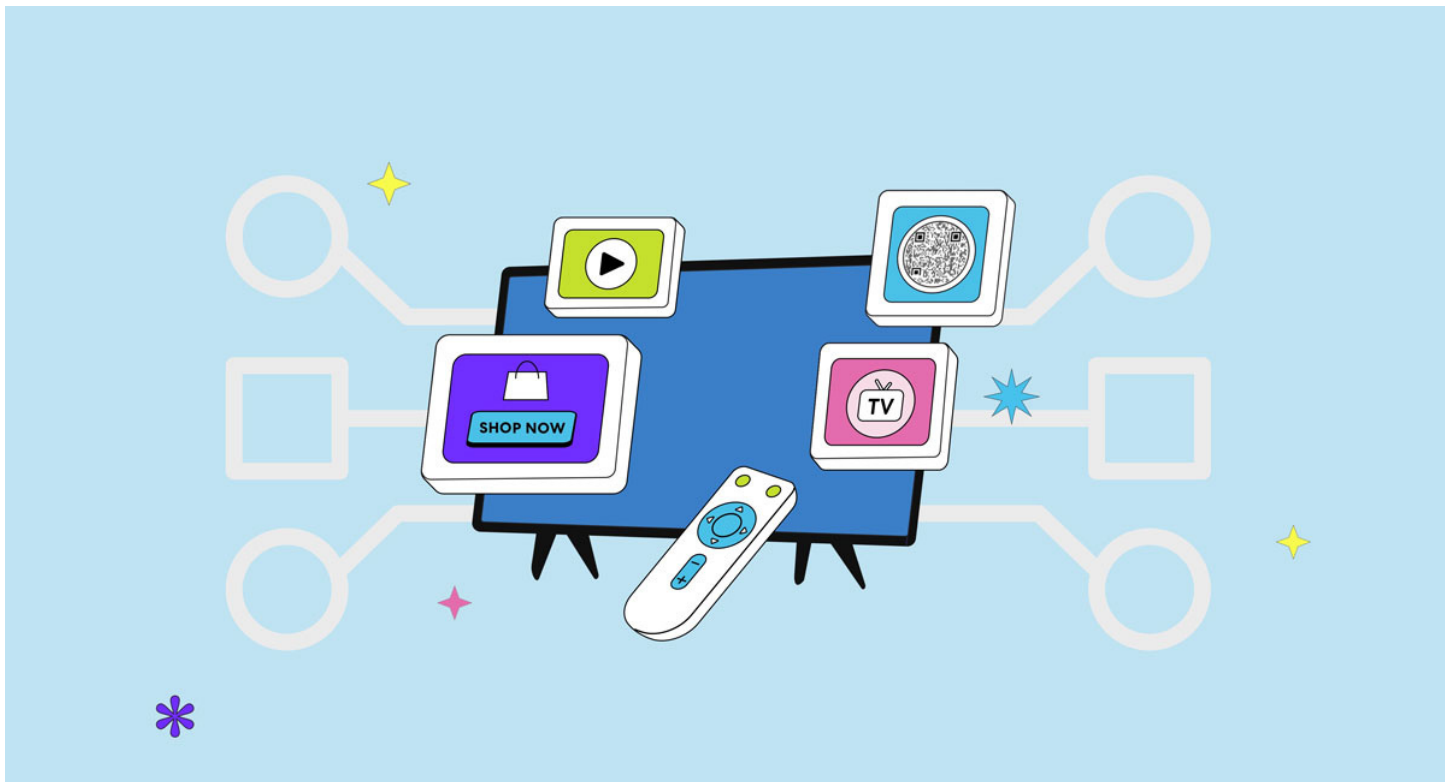
- **Atribuição View-Through:** Medir as conversões (compras, instalações de app) que ocorrem após um usuário visualizar um anúncio na CTV, mesmo sem clicar.
- **Medição Cross-Device:** Conectar a exposição ao anúncio na TV a uma ação realizada em outro dispositivo, como um smartphone ou desktop.
- **Testes de Incrementalidade:** Isolar o impacto real das suas campanhas de CTV, comprovando que elas geraram um aumento nas conversões que não ocorreria de outra forma.

## 4. Performance Comprovada: Case de Sucesso da ClearPier

A teoria se comprova na prática. A ClearPier Performance desenvolveu uma campanha 100% focada em CTV, utilizando segmentação avançada para alcançar o público-alvo do cliente no ambiente mais imersivo da casa: a tela da televisão.

- **Canal:** Connected TV (CTV)
- **Período:** Q3 de 2025
- **Modelo:** Foco em performance, otimizando para ações pós-instalação (eventos no aplicativo).
- **Estratégia:** Veiculação de anúncios em inventários premium de CTV, direcionando os usuários para a instalação do aplicativo e medindo o sucesso com base no engajamento subsequente, garantindo que o investimento fosse direcionado para a aquisição de usuários de alto valor (High LTV).

Ao focar em métricas como o **ROI superior a 3x** e a **taxa de engajamento próxima de 40%**, a ClearPier provou que é possível alcançar um **crescimento expressivo e de alta qualidade**, garantindo que cada real investido trabalhe para gerar mais valor para o negócio.



## 5. Os Desafios do Ecossistema CTV e Como Superá-los

Apesar de poderoso, o ambiente de CTV apresenta complexidades.



### O Desafio da Fragmentação

Com dezenas de fabricantes de dispositivos, sistemas operacionais e plataformas de streaming, o ecossistema é altamente fragmentado.

**Solução:** Trabalhar com parceiros, como a ClearPier, que possuem integrações consolidadas com todo o inventário disponível, simplificando a compra e a gestão.

### O Desafio da Mensuração Cross-Device

Como conectar o espectador da TV ao usuário do smartphone?

**Solução:** Utilizar plataformas de atribuição robustas e parceiros com tecnologia de "device graph" que conseguem mapear dispositivos dentro de um mesmo domicílio (household), geralmente via endereço de IP e outros sinais.

### O Desafio da Privacidade

Em um mundo sem cookies, como a segmentação funciona?

**Solução:** A CTV está nativamente mais bem preparada para o futuro sem cookies, pois nunca dependeu deles. A segmentação é baseada em dados de dispositivos, households e dados first-party, tornando-a mais resiliente às mudanças de privacidade.

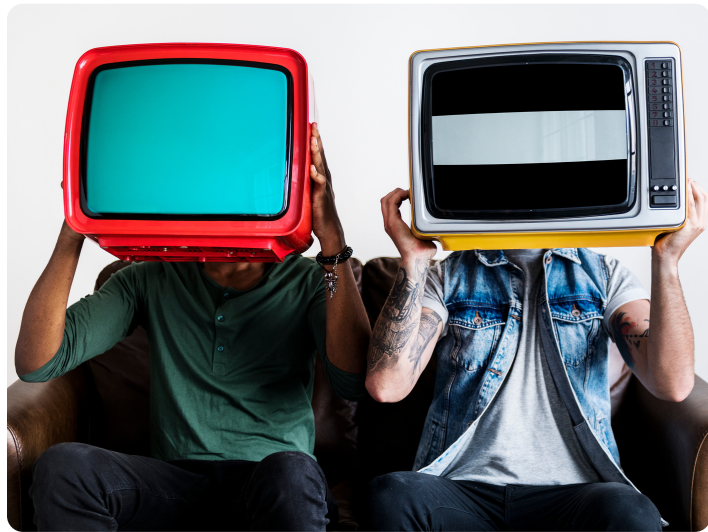
## 6. Planejamento e Execução de uma Campanha de CTV de Alta Performance

1. **Definição de KPIs Claros:** Comece com o fim em mente. Seus KPIs podem ser de topo de funil (VCR, Alcance Incremental) ou de performance (CPA, ROAS, Custo por Instalação, LTV).
2. **Estratégia de Segmentação Inteligente:** Combine diferentes táticas de segmentação (first-party, contextual, ACR) para criar uma estratégia de funil completo.
3. **Criativos Otimizados para a Ação:** Seus vídeos de 15 a 30 segundos devem ser visualmente impactantes. Para performance, inclua um **QR Code dinâmico** na tela. Ele é a ponte perfeita entre a TV e o celular, permitindo que o usuário aponte a câmera e seja levado diretamente para uma página de produto ou para a loja de aplicativos.
4. **Escolha de Parceiros Tecnológicos:** Você precisa de um parceiro que ofereça acesso a inventário premium, capacidades avançadas de dados, mensuração transparente e excelência criativa.
5. **Análise e Otimização Contínua:** Monitore a performance em tempo real. Quais criativos, públicos e plataformas estão gerando os melhores resultados? Otimize seus investimentos com base nesses insights.



## 7. A Sinergia Perfeita: Potencializando sua Estratégia Omnichannel com CTV

A CTV é o motor ideal para o topo do funil em uma estratégia omnichannel.



- **Descoberta (Topo de Funil):** Use a CTV para gerar awareness e desejo em larga escala, alcançando milhões de usuários em um ambiente de alto impacto.
- **Consideração e Conversão (Meio/Fundo de Funil):** Utilize os dados de quem visualizou seu anúncio na CTV para executar campanhas de retargeting altamente eficazes em canais de ação direta, como redes sociais, busca e display. Essa jornada conectada maximiza a eficiência do seu orçamento e aumenta drasticamente as taxas de conversão.

## 8. Considerações Finais: A Vantagem Competitiva com a ClearPier

Navegar no ecossistema de CTV exige mais do que apenas comprar mídia; exige expertise, dados e tecnologia. Hoje, crescer vai muito além de impulsionar instalações — trata-se de adquirir **usuários de qualidade**, alcançar **resultados mensuráveis** e construir um **crescimento lucrativo**. É para isso que a **ClearPier Performance (CPP)** foi criada.

### Por que as principais marcas confiam na ClearPier:

🌐 **Cobertura Completa:** Acesso a todos os principais inventários — ASA, OEMs, CTV, Playables e mais.

📊 **Vantagem de Dados:** Mais de **301M+** de pontos de dados first-party e **12.5B+** de impressões mensais que potencializam decisões e otimizações mais inteligentes.

🚀 **Escalabilidade:** Presença em **51 países**, com **13 escritórios globais** e mais de **425 anunciantes ativos**.

🎨 **Excelência Criativa:** Playables e criativos personalizados de alta performance, incluindo vídeos com QR Codes dinâmicos, todos desenvolvidos internamente, sem custo extra.

💡 **Estratégias Focadas em ROI:** Projetadas para maximizar a aquisição de usuários, LTV e retenção.

🔍 **Transparência Total:** Relatórios e otimizações em tempo real para manter cada campanha alinhada com seus KPIs.





## 9. Vamos Conversar!

**Pronto para transformar sua estratégia de marketing digital com o poder da CTV?**

Entre em contato para discutir suas necessidades.

E-mail: [info@clearpier.com](mailto:info@clearpier.com)

[Agendar uma chamada!](#)

Website: [clearpier.com](https://clearpier.com)

