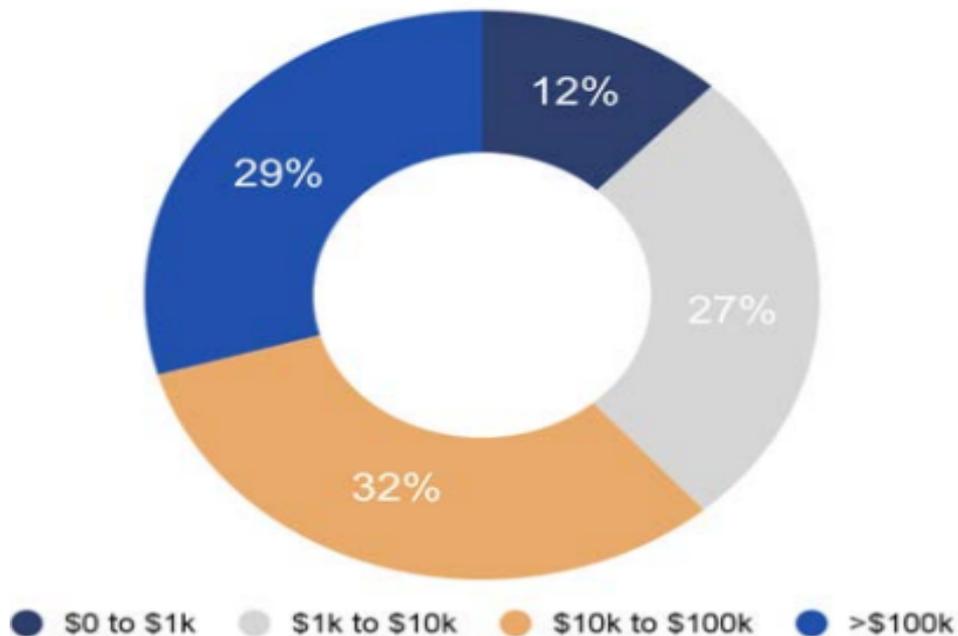

Estudo revela que 78% das pequenas empresas geram mais receita com anúncios digitais em comparação aos anúncios tradicionais

Um estudo realizado pelo Connected Commerce Council aponta que 78% das pequenas empresas relatam que os anúncios digitais geram mais receita em comparação aos anúncios tradicionais offline. No mercado atual de publicidade digital, as pequenas e médias empresas (PMEs) dos Estados Unidos têm mais oportunidades para alcançar potenciais clientes, vender produtos, impulsionar a receita e alcançar o sucesso. As PMEs que investem em publicidade digital (denominadas “Anunciantes PMEs”) reportam que essa forma de publicidade as ajuda a competir com empresas maiores (79%), alcançar seus públicos-alvo mais eficientemente do que com anúncios offline (82%) e gerar mais receita do que anúncios offline (78%).

Uma preocupação desses anunciantes é que mudanças significativas na publicidade digital, incluindo aquelas forçadas por novas legislações ou regulamentações, possam prejudicar seus negócios (69%).

Small Business Isn't Necessarily Small: SMB Advertiser Budget Levels



Apesar da publicidade digital ser frequentemente considerada o espaço de anunciantes menores com orçamentos limitados, 61% dos Anunciantes PMEs gastam mais de \$10.000 anualmente em publicidade, sendo que 29% despendem mais de \$100.000 por ano. Dado o sucesso da publicidade digital, não surpreende que 70% dos Anunciantes PMEs planejem comprar mais anúncios digitais nos próximos dois anos do que atualmente.

Os Anunciantes PMEs investem 67% de seu orçamento de publicidade em formatos digitais, incluindo social media (27%), busca (16%), display (9%), vídeo (9%) e formatos exclusivos para mobile (6%). As menores PMEs, aquelas com dez funcionários ou menos, dedicam ainda mais do seu orçamento à publicidade digital, com 74% dos gastos voltados para formatos digitais.

Além de comprar anúncios, muitas PMEs são publicadoras de conteúdo que vendem espaço publicitário (“Publicadoras PMEs”) em suas propriedades digitais, incluindo sites, newsletters, canais de vídeo e aplicativos móveis. Notavelmente, 87% das Publicadoras

PMEs postam conteúdo em suas propriedades digitais pelo menos semanalmente, criando oportunidades para monetizar esse conteúdo com anúncios: 92% dizem que a receita de publicidade digital contribui para o resultado final da empresa, com 51% relatando uma contribuição significativa. A venda de anúncios digitais é apenas uma das muitas maneiras pelas quais as Publicadoras PMEs geram receita.

Os resultados fundamentais são que os anúncios digitais são centrais para as estratégias de negócios gerais tanto para Anunciantes quanto para Publicadoras PMEs. Similarmente, 69% dos Anunciantes PMEs e 71% das Publicadoras PMEs relatam que não teriam conseguido lançar e sustentar seus negócios sem a receita proveniente de publicidade digital. E quatro em cada cinco Anunciantes e Publicadoras PMEs dizem que os anúncios digitais os ajudam a competir com negócios maiores, criando um mercado livre e justo

Clique [aqui](#) para ler a pesquisa na íntegra.

Category

1. Notícias

Tags

1. pme
2. redes sociais

Date

08/09/2024

Date Created

23/02/2024