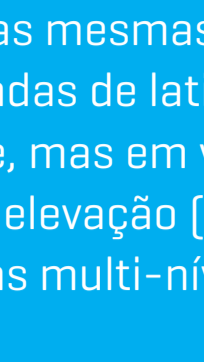


Um olhar mais próximo à linguagem específica de marketing relacionada a localização: os termos e conceitos que marcam e profissionais de marketing devem conhecer e aplicar com parcimônia e atuem de forma prática e eficiente com **campanhas location-based**.

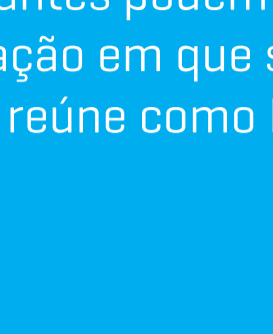
DEFININDO DADOS DE LOCALIZAÇÃO

TERMOS GERAIS



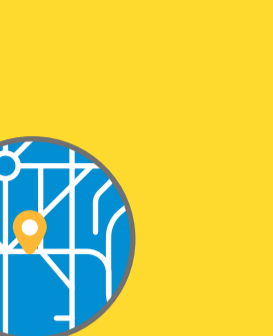
ALTITUDE

Coordenadas Z ou dados de elevação que podem ser incluídos com coordenadas (X e Y) de latitude/longitude de GPS (conforme definido abaixo). Altitude ajuda a definir múltiplos lugares dentro das mesmas coordenadas de latitude e longitude, mas em vários níveis de elevação (como estruturas multi-nível).



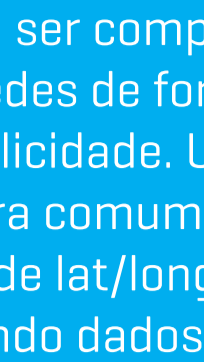
AOI

Significa Area of Interest (Área de Interesse), indicando as delimitações exatas em torno de uma entidade física.



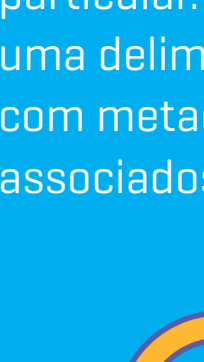
POI

Abreviação de Place of Interest (Lugar de Interesse) ou Point of Interest (Ponto de Interesse). Anunciantes podem definir uma localização em que seu público alvo se reúne como POI.



LAT/LOG

Abreviação de latitude e longitude, lat/long fornece coordenadas geográficas para uma localização em particular. Sinais de lat/long podem ser obtidos em aparelhos móveis e podem ser compartilhados com redes de fornecimento de publicidade. Uma maneira comum de obter sinais de lat/long é utilizando dados de interação com publicidade. Este método pode fornecer sinais de um conjunto maior de aparelhos, mas, dependendo da dimensão de cada fornecedor, pode ser limitado a um número menor de sinais por cada aparelho. A segunda maneira é pelo próprio aparelho.



LOCALIZAÇÃO VS LUGAR

Localização é, geralmente, extremamente específica e definida pela latitude e pela longitude, indicando um local geográfico físico em particular. Lugar descreve uma delimitação espacial com metadados/atributos associados.



AUDIÊNCIA BASEADA EM LOCALIZAÇÃO

Segmentos de público criados com base em comportamento espacial/off-line de usuários, ou seja, os lugares que eles visitam no mundo físico.

FONTES DE DADOS

DE ONDE VOCÊ OBTÉM DADOS DE LOCALIZAÇÃO?



BLUETOOTH

Um padrão de tecnologia sem fio encontrada na maioria dos aparelhos móveis/portáteis que é desenvolvida para interações e comunicações em curta distância.



GRÁFICO DE LOCALIZAÇÃO

Uma maneira de mapear uma localização geográfica em um gráfico bidimensional, geralmente em um plano X-Y.



WI-FI

Um padrão de tecnologia sem fio geralmente utilizada para conectar aparelhos móveis à Internet. Wi-Fi pode ser utilizado para determinar a localização combinando localizações de pontos de Wi-Fi reconhecidos ao roteador de Wi-Fi que está fornecendo o sinal; por exemplo, é provável que alguém que se conecte a um Wi-Fi que se sabe que é localizada em uma lanchonete esteja nessa lanchonete.



LOCALIZAÇÃO DE PONTOS DE ACESSO

Uma localização definida, como um roteador de internet sem fio, que também pode servir como localização de grande interesse para um anunciante.



COOKIE

Um pequeno fragmento de informação (ou seja, código de programação) que fica armazenado em um navegador com a finalidade de identificar aquele navegador durante uma atividade pública e entre visitas ou sessões. Cookies, geralmente, são programados para expirar. Alguns cookies são programados para permanecer no navegador temporariamente (por exemplo, durante uma sessão) e alguns são programados para permanecerem retidos por períodos maiores.



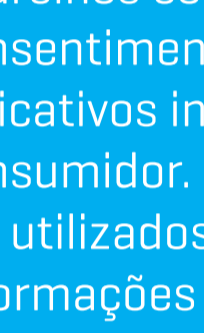
GPS

Abreviação de Global Positioning System (Sistema de Posicionamento Global), o GPS usa sinais de satélite para determinar a localização física de um aparelho em especial. Quando um aparelho móvel de um usuário solicita novas coordenadas de lat/long de GPS, o aparelho recebe sinal de um dos 24 satélites que orbitam a Terra*.



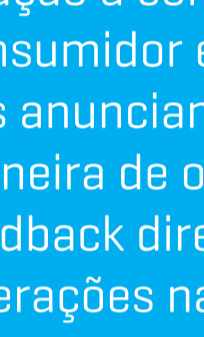
SDK

Abreviação de Software Development Kit (Kit de Desenvolvimento de Software). No linguajar das tecnologias de publicidade móvel, um parceiro anunciante que integra um aplicativo via SDK, provavelmente, será capaz de coletar dados de localização mais exatos do que os conectados de outras maneiras, como um Application Programming Interface (API - Interface de Programação de Aplicativos). Isto ocorre porque, quando um usuário dá permissão para um aplicativo, os SDKs são capazes de solicitar pontos de dados de localização do sistema operacional do aparelho com mais frequência, dentro do aceitável. Se um SDK solicita a localização muito frequentemente, pode ocorrer um gasto de bateria mais alto do que o normal.



IP DERIVADO/ENDEREÇO DE IP

Um endereço de IP é o número de protocolo único e específico de internet fornecido para todos os dispositivos com acesso à internet como um servidor web. Dados derivados de IP são informações obtidas de um endereço de IP e do comportamento na internet associado a ele.



TRIANGULAÇÃO (TRILATERATION)

A prática de utilizar dados coletados de pontos diferentes para determinar uma localização central. Por exemplo, dados de celular de diferentes torres podem ser triangulados para determinar a localização mais específica do aparelho.

* FONTE: [HTTPS://WWW.FAA.GOV/ABOUT/OFFICE_ORG/HEADQUARTERS_OFFICES/JATO/SERVICE_UNITS/TECHOPS/NAVSERVICES/GNSS/FAQ/GPS/](https://www.faa.gov/about/office_org/headquarters_offices/jato/service_units/techops/navservices/gnss/faq/gps/)

COMO VOCÊ OBTÉM DADOS DE LOCALIZAÇÃO?

DADOS DE SEGUNDO PLANO

Dados de Localização coletados por um aplicativo ou SDK enquanto o aplicativo não está sendo ativamente executado.

DADOS DIRETOS OU SDK

Dados de localização coletados de aplicativos ou SDKs com base no sistema operacional que administra serviços de localização.

DADOS DE PAINEL (LEVANTAMENTO DE DADOS COM BASE EM PAINÉIS E APLICATIVOS)

Painéis e outros dados em aparelhos com consentimento prévio de aplicativos instalados pelo consumidor. Eles podem ser utilizados para se obter informações adicionais sobre compras. Os levantamentos são, particularmente, especializados na compreensão do humor, afinidade e comportamento com relação a compras do consumidor e oferecem aos anunciantes uma maneira de obter um feedback direto sobre as interações na loja. Esta abordagem também tem o benefício de compreender quando um consumidor visitou uma loja, mas não completou a compra.

DADOS DE TRANSAÇÃO

Informações e dados relacionados a transações, sejam elas relacionadas a comércio ou de outra maneira.

CHECK-INS

Uma atividade realizada por eles para confirmar que eles estão em uma Localização específica.

BEACONS

Pequenos dispositivos que usam transmissões de rádio de baixa energia ou Bluetooth (BLE) como sinal para se comunicarem com dispositivos sem fio nas suas proximidades. Eles podem enviar ou receber informações.

DADOS FIRST-, SECOND-, THIRD-PARTY

A maneira como dados first, second e third-party são definidos e contabilizados é impactada por legislações locais. Por este motivo, consulte os diferentes conteúdos do IAB disponíveis para entender melhor as diretrizes relacionadas.

DADOS DE LUGAR

Informações que destacam tanto a localização física e geográfica quanto suas características particulares.

BIDSTREAM

Dados de localização que são recebidos ao se observar bids em open exchanges ou SSPs.

DADOS DE PRIMEIRO PLANO

Dados de localização que são coletados por um aplicativo ou SDK apenas quando o aplicativo está aberto e sendo executado.

NEAR-FIELD COMMUNICATIONS (NFC - COMUNICAÇÃO EM CAMPO PRÓXIMO)

Termo genérico para protocolos de comunicação (como Bluetooth) que dispositivos diferentes podem usar para enviar dados de uns para os outros.

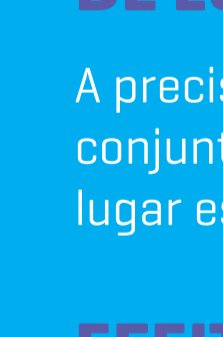
CONJUNTO DE FATORES

Um grande conjunto de dados de transação que podem incluir tráfego de pedestres ou algum outro meio para vendas totais ou atividades em um determinado lugar.

ESCOLHAS DE ABORDAGENS

COMO VOCÊ UTILIZA OS DADOS?

GEDCONQUESTING



Marketing ou publicidade com base em fornecimento de anúncios para pessoas que visitaram localizações no passado ou quando os consumidores estão próximos a um concorrente.

GEOTARGETING



Marketing ou publicidade com base em um ponto da localização geográfica em tempo real do público.

DELIMITAÇÃO GEGRÁFICA



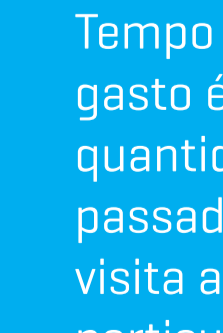
Um método de atribuir localizações geográficas de metodologias Point-Radius ou de Delimitação. A delimitação geográfica pode envolver metodologias Point-Radius ou de Delimitação. Na medição Point-Radius, um ponto central e um círculo de um raio específico estabelecido com base na latitude e longitude de um lugar, com os pontos de localização de dados dentro desse círculo atua como uma representação do lugar em si. Na medição de Delimitação, uma delimitação ou um polígono complexo é estabelecido, a qual costuma ser uma representação mais precisa e granular dos detalhes do lugar, com os pontos de localização de dados dentro deste polígono atuando como uma representação do lugar em si.

DIRECIONAMENTO PREDITIVO



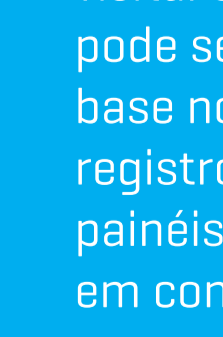
O fornecimento de anúncios para indivíduos específicos com base no que se acredita que seja provável que eles venham a querer ou fazer no futuro. Esta é uma aplicação comum de inteligência artificial e de aprendizado de máquina. Com base em dados sobre o que indivíduos semelhantes fizeram no passado, modelos de previsão são criados para determinar o que é provável que um consumidor venha a fazer no futuro.

DIRECIONAMENTO DE ANÚNCIOS POR PROXIMIDADE



O fornecimento de anúncios com base em se uma pessoa está numa localização em particular ou perto dela. Por exemplo, o proprietário de um shopping center pode decidir enviar anúncios para todos na praça de alimentação ou perto dela.

DIRECIONAMENTO HISTÓRICO



O fornecimento de anúncios para indivíduos específicos com base em dados gerados por eles no passado.

DIRECIONAMENTO EM TEMPO REAL



Na publicidade, é o processo de enviar anúncios para alguém com base nos sinais sendo enviados no momento exato

REDIRECIONAMENTO



Para as finalidades do marketing baseado em localização, redirecionamento diz respeito ao fornecimento de anúncios com base em uma ação em particular que o consumidor tenha tomado em uma localização física. Por exemplo, se um consumidor visitou uma loja de sapatos, ele receberá, mais tarde, anúncios apresentando conteúdo daquela distribuidora enquanto utilizar sites e aplicativos fizeram.

MÉTODOS DE MENSURAÇÃO

COMO VOCÊ DETERMINA SE OS DADOS DE LOCALIZAÇÃO SÃO "BONS"?



LIMPEZA DE DADOS

Atividades para limpar um conjunto de dados, de modo que dados errôneos, enganosos e incorretos sejam removidos da visualização.

MENSURAÇÕES MACHINE-BASED

Dados que são obtidos especificamente de hardware ou software.

EXATIDÃO DE LUGAR

A precisão ou exatidão de um conjunto de dados de um lugar específico.

EFEITO TELETRANSPORTE (LIMPEZA COM BASE NA VELOCIDADE DE DESLOCAIMENTO)

Um filtro de limpeza de dados que filtra os dados de localização de usuários que são observados se movimentando em velocidades inexplicáveis.

MENSURAÇÕES PEOPLE-BASED

Dados que são obtidos especificamente de um indivíduo ou de um grupo de pessoas.

LIMPEZA DE LOCALIZAÇÕES

Trata-se da prática de classificar conjuntos de dados de localização para determinar com mais clareza os sinais principais e determinar a exatidão/abordagens dos dados de localizações e de lugares. De maneira geral, os sistemas coletam vários dados de várias fontes. Em casos em que não há controle direto sobre coleta de dados ou comportamento fraudulento, existe a possibilidade de que os dados não sejam confiáveis. Filtros de limpeza são aplicados para filtrar dados de localização ruins ou indesejados.

ANOMALIAS DE LOCALIZAÇÃO

Pode haver momentos nos quais os conjuntos de dados de localização podem fornecer dados errôneos ou enganosos. Por exemplo, às vezes, um endereço de IP de um país não bate com o valor das lat/long do país, ou há um grande número de solicitações de anúncios de regiões com baixa densidade de usuários. Alternativamente, outro tipo de anomalia pode ser quanto há solicitações de anúncios de um determinado dispositivo num curto espaço de tempo, mas de duas localizações diferentes, como a cidade de Nova York e o Cazaquistão.

DENSIDADE

Utilizam para determinar quantas pessoas estão em uma localização específica ou em um lugar em um determinado momento no tempo.

COMO VOCÊ MENSURA OS DADOS DE LOCALIZAÇÃO?

ANÁLISE DE COMPORTAMENTO

O uso de dados brutos para classificar usuários em classificações específicas de comportamento.



PREDISPOSIÇÃO

A probabilidade de que certa ação esteja prestes a ocorrer.



TEMPO DE ESPERA

Tempo de espera ou tempo gasto é, geralmente, a quantidade de tempo passada do início de uma visita a uma localização em particular ou a um lugar até a última atividade do público associada àquela visita. O tempo de espera pode ser relatado com base nos dados do sensor, registro ou participação em painéis do dispositivo, mas, em conceito, deve representar a atividade de um único acesso de um único usuário.

RELATÓRIO DE TRÁFEGO

É a medição do número de pessoas que estavam, fisicamente, em uma localização em particular durante um determinado período de tempo em conjunto com as informações sobre para onde eles foram naquela localização e quanto tempo eles passaram lá, entre outras variáveis observáveis. Medidas de Atribuições Off-line de iniciativas publicitárias e de marketing não digitais e seus efeitos em vendas, retenções, etc.

TRIBUIÇÃO MULTIPLATAFORMA

Soluções que permitem que anunciantes e seus parceiros aumentem a visibilidade no impacto de suas campanhas entre dispositivos diferentes e não apenas em plataformas digitais com base em navegadores. É a capacidade de creditar toda a atividade de uma campanha em uma única campanha, independentemente do dispositivo no qual a referida atividade tenha ocorrido.

LIFT DE TRÁFEGO DE PEDESTRES

Estudos de lift de tráfego de pedestres relacionam a exposição de uma campanha publicitária ao comportamento "de pedestre" no mundo físico; por exemplo, se o dispositivo exposto visitou mais tarde a localização desejada após a exposição.