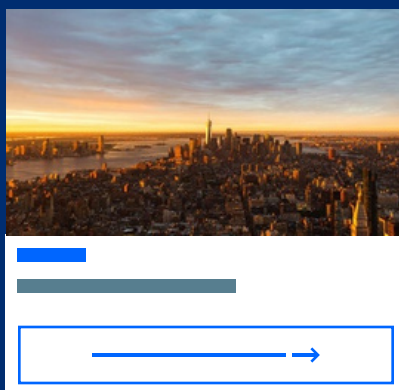
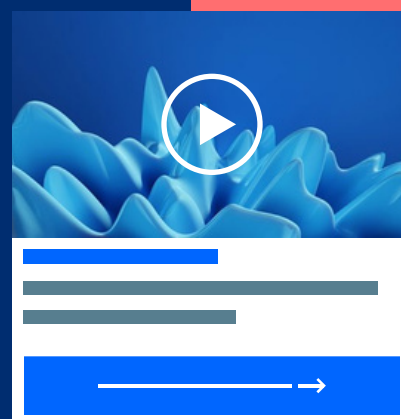




Plataforma Global de Publicidade

Diretrizes de publicidade e políticas de aceitação



Sumário

1. Diretrizes básicas da campanha

2. Categorias

2.1. Notícias e websites

2.2. Marcas e filiais

3. Políticas de conformidade de conteúdo

3.1. Conteúdo

3.1.1. Conteúdo proibido

3.1.2. Conteúdo restrito

3.2. Práticas

3.2.1. Práticas proibidas

3.2.2. Práticas restritas

3.3. Rankings de
conteúdo

4. Diretrizes criativas

4.1. Orientações para miniaturas

4.2. Orientações gerais

4.3. Classificações criativas

4.4. Práticas criativas proibidas

4.5. Melhores práticas criativas

5. Fluxo de moderação

6. Resumo criativo do pedido

1. Diretrizes básicas da campanha

A **MGID** fornece distribuição de conteúdo dentro de várias categorias e rankings. Isso permite que os anúncios atendam aos requisitos de cada site em que são exibidos.

Cada anúncio é moderado separadamente. A categoria e a classificação dependem do design real de cada unidade de anúncio em particular (p. ex., duas categorias diferentes podem ser aplicadas para o mesmo site de notícias).

Formas de distribuição de conteúdos que correspondem aos tipos de campanha:

● **Promoção de Produtos** — publicidade de produtos ou serviços com a intenção de gerar vendas e desenvolver a marca.

● **Promoção de Conteúdo**— publicidade da um artigo sobre um site que tem informativo, entretenimento ou valor persuasivo sem a tentativa para vender qualquer produto ou serviço.

● **Search feed** — promoting result feeds of specific keywords on search engines (Google, Bing, Yahoo, etc.).

2. Categorias



→ 2.1. Notícias e sites

T1 Automotive

Significado Geral

Estilos de carros automático, shows de automóveis, tecnologia, tipos de automóveis, cultura de carros, ajuste automático, vídeos de câmera de traço, motocicletas, assistência na estrada.

T1 Business and Finance

Significado Geral

Dicas sobre como ter sucesso, ganhar dinheiro, escolher alternativas financeiras, histórias de sucesso, dicas e truques de orçamento, artigos de negócios, mercado de ações, notícias de finanças de última hora

T1 Careers & Education

Significado Geral

Estágios e aconselhamento de carreira, planejamento de carreira, busca de emprego, entrevistas, habilidades vocacionais, construção de equipe de escritório

T1 Education

Significado Geral

Assuntos escolares, conteúdo educacional, fóruns, blogs, dicas e tutoriais, apresentações, revisões de escolas e universidades, MBA, IELTS, GMAT

T1 Events and Attractions

Significado Geral

Últimas notícias sobre o que está acontecendo em todo o mundo, tradições, leis, atividades sociais, vida social, galerias de fotos

T1 Family and Relationships

Significado Geral

Relacionamentos entre pessoas: namoro, casamentos, uniões civis, divórcio, casamento, amizades, questões de gênero, orientação sexual, irmãos, família extensa, infidelidade.

Questões sobre relações sexuais entre dois adultos: dicas, questões embaraçosas, como fazer.

Dicas para pais.

T1 Fine Art

Significado Geral

Traje, dança, design, artes digitais, fotografia de belas artes, arte moderna, ópera, performance art, teatro, escultura

T1 Food and Drink

T2 Alcoholic Beverages

Significado Geral

Comparações de marcas, receitas, cerveja, história

T2 Cooking

Significado Geral

Churrascos e grelhados, jantar fora, tendências alimentares, cozinhar e comer saudável, cozinhar e assar, dietas especiais (veganas, vegetarianas), cozinhas mundiais, preparação de alimentos, receitas, comentários de produtos

T1 Healthy Living

T2 Fitness and Exercises

Significado Geral

Benefícios, aeróbica, levantamento de peso, corrida, natação, ciclismo, academias

T2 Nutrition

Significado Geral

Alimentação saudável, benefícios, planos de dieta, limpa

T2 Wellness

Significado Geral

Yoga, massagem, reiki, mindfulness, psicologia, problemas e condições de saúde, sintomas, meditação

T1 Hobbies and Interests

Conceitos chocantes ou difíceis de acreditar, fatos surpreendentes, vídeos virais, galerias de fotos;

Descobertas e inovações;

Histórias ou conteúdos com a intenção de entreter, questionários online não educativos, testes de personalidade;

Notícias e comentários globais relevantes e dignos de nota a nível mundial, não específicos de uma única região ou país;

Histórias cômicas, conteúdo divertido, piadas, animais engraçados;

Passatempos específicos, astrologia, horóscopos, caligrafia, campismo, recolha, tricot e outros passatempos e interesses;

Dicas e truques úteis ou úteis, geralmente desconhecidos ou DIY, para ajudar a melhorar ou facilitar a vida e as tarefas diárias.

**T1 Home and Garden****Significado Geral**

Jardinagem, eletrodomésticos, entretenimento em casa, melhoria da casa, qualidade ambiental interna, decoração de interiores, paisagismo, decoração ao ar livre, remodelação e construção, casas inteligentes, casas giratórias

T1 Movies**General meaning**

Informações do filme, incluindo comentários, classificações e biografias, recomendações para novos filmes para assistir, alugar, transmitir ou possuir

T1 Music and Audio**Significado Geral**

Vídeos de música, canais de música, gráficos, podcasts, comunidades de fãs, blogs relacionados à música, galerias, prêmios, músicos, ferramentas de audição de música e aplicativos

T1 News and Politics**Significado Geral**

Notícias internacionais, crimes locais, desastres naturais, notícias e comentários sobre políticas globais e locais, leis.

T1 Pets**Significado Geral**

Aves, gatos, cães, peixes e aquários, animais de grande porte, adoções de animais de estimação, répteis, medicina veterinária

T1 Pop Culture**Significado Geral**

Mortes de celebridades, famílias de celebridades, casas de celebridades, gravidez de celebridades, relacionamentos de celebridades, escândalo de celebridades, estilo de celebridade, fofocas, sessões de fotos, vídeos virais

T1 Real Estate**Significado Geral**

Apartamentos, locais de desenvolvimento, propriedades do hotel, casas, propriedade industrial, terra e fazendas, propriedade de escritório, propriedade de varejo, propriedades de férias

T1 Science**Significado Geral**

Ciências biológicas, química, ambiente, genética, geografia, geologia, física, espaço, astronomia

T1 Sports**Significado Geral**

Conteúdo inspirado em esportes sobre jogos e eventos, jogadores, história do esporte, cultura, estatísticas, resultados, avaliações

T1 Style and Fashion

Produtos e regimes de cuidados pessoais, dicas e truques, revisões de produtos de beleza;

Arte corporal - tatuagens, henna, pintura corporal;

Vestuário, jóias, calçado, acessórios, street style, tendências da moda.

T1 Technology and Computing**Significado Geral**

Inteligência artificial, realidade aumentada, Computação, eletrônicos de Consumo, Robótica, realidade virtual

T1 Television**Significado Geral**

Animação, crianças, comédia, drama, factual, feriado, música, realidade, ficção científica, novela, interesse especial, esportes

T1 Travel**Significado Geral**

Embalagem, acessórios de viagem, locais de viagem, preparação de viagem, tipo de viagem

→ 2.2. Marcas e filiais

T1 Automotive

Significado Geral:

Produtos e serviços auto-relacionados

Tipos de ofertas: pesquisas de carros, vendas de carros, suplementos de automóveis, peças de reparo, promoções de carros, auto-tuning, personalização

T1 Books and Literature

Significado Geral:

Livros de arte e fotografia, biografias, literatura infantil, quadrinhos e graphic novels, livros de receitas, ficção, poesia, livros de viagem, literatura de jovens adultos

Tipos de ofertas: Audiolivros, E-books, hardback, paperback, todos os gêneros, clubes de livros

T1 Business and Investings

T2 Business I.T.

Significado Geral

Products and services designed for business investment through means of stock trading and investment

Tipos de ofertas:

Negociação de opções de ações confiáveis, ações baseadas em IPO, vídeos, livros, blogs, oportunidades de investimento, participação (conteúdo legalmente restrito)

T2 Currencies

Significado Geral

Criptomoedas

T1 Events and Attractions

T2 Casinos and Gambling

Significado Geral

Promoção de sites que contenham ou tenham links para conteúdo relacionado a jogos de azar online (legalmente restrito)

Tipos de oferta

Loteria, sorteios, apostas esportivas online, bingo, sites de caça-níqueis

T2 Events

Significado Geral

Acontecimentos

Tipos de ofertas:

Ingressos, pré-venda, informações sobre eventos

T1 Family and Relationships

T2 Dating

Significado geral

Serviços de namoro onde duas ou mais pessoas se conectam

Tipos de ofertas

Sites de namoro para amizade, amor, diversão

T2 Marriage and Civil Unions

Significado geral

Pessoas que coabitam

Tipos de ofertas

CDs e aulas para pais, terapia familiar, melhoria familiar, programas de construção de relacionamento, produtos para casais

T2 Pick up

Significado geral

Como namorar e construir um relacionamento

Tipos de ofertas

Aulas, livros e CDs para aumentar a autoconfiança para namoro, aprender a falar com outras pessoas, dicas de namoro

T1 Food and Drink

T2 Alcoholic Beverages

Significado geral

Ofertas relacionadas com bebidas alcoólicas

Tipos de ofertas

Fornecedores pré-qualificados, descontos em bebidas, promoções de vinícolas, soluções de redução de custos, ofertas de bares

T2 World Cuisines

Significado geral

Ofertas relacionadas com alimentos

Tipos de ofertas

Marcas de alimentos em todo o mundo, aulas de culinária, descontos em supermercados e promoções, ofertas de lojas, ofertas de refeições

T1 Healthy Living

T2 Children's Health

Significado geral

Necessidades de saúde infantil

Tipos de ofertas

Livros sobre saúde infantil, produtos específicos para as necessidades de saúde infantil, vitaminas, suplementos de ervas

T2 Fitness and Exercise

Significado geral

Benefícios, aeróbica, academias, exercícios em casa

Tipos de ofertas

Livros, CDs, aulas online, equipamentos de fitness, planos de treino e assistência

T2 Nutrition

Significado geral

Alimentação saudável, benefícios, planos de dieta

Tipos de ofertas

Detox, shakes, receitas, livros de receitas, CDs

T2 Weight Loss

Significado geral

Dieta e controle de peso

Tipos de ofertas

Dietas, suplementos naturais, shakes, bebidas, assistência, planos de perda de peso



T2 Wellness

T3 Alternative Medicine

Significado geral

Qualquer coisa fora da medicina tradicional

Tipos de ofertas

Livros e CDs medicinais, serviços, livros ou CDs sobre acupuntura, terapias energéticas, ervas medicina, medicina ayurvédica

T3 Brain Booster

Tipos de ofertas

Produtos naturais para melhorar o cérebro à base de ervas

T3 Muscle Building

Significado geral

Construir músculos naturalmente

Tipos de ofertas

Impulsionadores da testosterona e crescimento natural do músculo suplementos, pós, dispositivos

T3 Smoking Cessation

Significado geral

Parar de fumar

Tipos de ofertas

Livros, CDs, suplementos naturais, patches

T2 Women's Health

Significado geral

Necessidades de saúde das mulheres

Tipos de ofertas

Programas de bem-estar para mulheres, ofertas de aumento do peito, higiene feminina

T1 Home and Garden

T2 Gardening

Significado geral

Serviços e produtos de jardinagem

Tipos de ofertas

Ferramentas para jardinagem, instruções, CDs, aulas, equipamentos de jardinagem, assistência de design, fertilizantes

T2 Home Improvement

Significado geral

Produtos e serviços relacionados à renovação ou adição à casa

Tipos de ofertas

Serviços de renovação doméstica, serviços de design doméstico, produtos de remodelação (janelas, materiais de cobertura, pintura, etc), aulas, CDs, eletrodomésticos

T2 Home Security

Significado geral

Hardware de segurança instalado em uma propriedade e pessoal

práticas de segurança

Tipos de ofertas

Sistemas de segurança residencial, alarmes, dispositivos, sistemas de bloqueio

T1 Medical Health

T2 Cancer

Significado Geral:

Sinais e sintomas de câncer, métodos preventivos

Tipos de ofertas:

Resultados de pesquisa de feed, guias sobre nutrição adequada ou conselhos sobre exames

T2 Diseases and Conditions

T3 Blood Disorders

Significado Geral:

Produtos de saúde que auxiliam no tratamento e prevenção de distúrbios sanguíneos

Tipos de ofertas:

Produtos e Ofertas de Tratamento, Remédios de Ervas, Métodos Preventivos e Suplementos, Livros, CDs

T3 Bone and Joint Conditions

Significado Geral:

Produtos de saúde e beleza que auxiliam as condições ósseas e articulares

Tipos de ofertas:

Cervical colares, bandagens, coletes e roupas, palmilhas, correção e melhoria da postura, livros, CDs

T3 Diabetes

Significado Geral:

Tratamento e prevenção da diabetes

Tipos de ofertas:

Remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, bálsamos, livros, CDs

T3 Digestive Disorders

Significado Geral:

Produtos de saúde que auxiliam na digestão e auxiliam no tratamento de distúrbios da digestão.

Tipos de ofertas:

Produtos e Ofertas de Tratamento, Remédios de Ervas, Métodos Preventivos e Suplementos, Bebidas, Líquidos, Livros, CDs

T3 Endocrine and Metabolic Diseases

Significado Geral:

Produtos de saúde que ajudam no tratamento e prevenção de doenças endócrinas e metabólicas, incluindo, mas não limitado a hipertireoidismo e hipotireoidismo (por exemplo, amiloidose, problemas da tireóide, doença renal)

Tipos de ofertas:

Produtos e Ofertas de Tratamento, Remédios de Ervas, Métodos Preventivos e Suplementos, Livros, CDs

T3 Eye and Vision Conditions

Significado Geral:

Produtos de saúde e beleza que ajudam as condições oculares e visuais

Tipos de ofertas:

Máscaras oculares, óculos corretivos, terapias preventivas, remédios caseiros e fitoterápicos, lentes de contato, livros, CDs

T3 Foot Health

Significado Geral:

Produtos para fungos nos pés, lesões nos pés e tornozelos, problemas musculares e tendões, problemas nas unhas dos pés

Tipos de ofertas:

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, ceras, cremes, dispositivos, livros, CDs

T3 Hemorrhoid**Significado Geral:**

Tratamento e prevenção de hemorróidas

Tipos de ofertas:

Produtos e ofertas de tratamento, remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, livros, CDs

T3 Medical Services**Significado Geral:**

Comportamento e assistência em saúde

Tipos de ofertas:

Produtos para atendimento domiciliar, consultoria em saúde, imunizações, transporte médico, livros, CDs

T3 Papilloma**Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que auxiliam o papiloma e doenças parasitárias

Tipos de ofertas:

Remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, loções, terapia de imersão, dispositivos, livros, CDs

T3 Prostatitis**Significado Geral:**

Tratamento e prevenção da prostatite

Tipos de ofertas:

Produtos e ofertas de tratamento, remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, livros, CDs

T3 Psoriasis**Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que ajudam a psoríase

Tipos de ofertas:

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, ceras, cremes, dispositivos, livros, CDs

T3 Sexual Health**Significado Geral:**

Problemas de saúde sexual

Tipos de ofertas:

Produtos e tratamentos, suplementos, ofertas de disfunção erétil quando permitido, problemas de potência, terapias, vídeos, tutoriais, conselhos de saúde sexual, apoio à saúde sexual, livros, CDs (são proibidas ofertas relacionadas com DST)

T3 Skin and Dermatology**Significado Geral:**

Produtos e serviços para coceira, erupção ou irritação da pele

Tipos de ofertas:

Soluções de pele, tratamento da acne, loções, cremes, ceras, remendos, remédios home, bebidas, dispositivos, suplementos, livros, CDs

T3 Sleep Disorders**Significado Geral:**

Produtos que melhoram o sono, evitam o ronco e relaxam as pessoas antes de dormir

Tipos de ofertas:

Adesivos anti-ronco, dispositivos, alfinetes, chás relaxantes, CDs, uma gama completa de opções de tratamento e soluções para um sono melhor

T3 Varicosis**Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que ajudam as varizes

Tipos de ofertas:

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, ceras, dispositivos, bandagens, livros, CDs

T2 Ear, Nose and Throat Condition**Significado Geral:**

Produtos que ajudam a orelha, nariz e garganta.

Tipos de ofertas:

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, aparelhos auditivos, óleos, gotas nasais, sprays para garganta, livros, CDs

T2 Infectious Diseases**Significado Geral:**

Produtos que ajudam ou previnem doenças infecciosas, p. ex., Hepatite, Gripe, Covid, Clamídia; sintomas

Tipos de ofertas:

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, cremes, dispositivos, livros, CDs

T1 Personal Finance**T2 Financial Assistance****Significado geral**

Planejamento, organização, controle e monitoramento de recursos financeiros

Tipos de ofertas

Subsídios, assistência de caridade, benefícios, orientação financeira, apoio orçamental, obrigações, ações, hipotecas, ferramentas de navegação financeira

T2 Insurance**Significado geral**

Produtos e serviços que fornecem proteção contra a maioria dos riscos à propriedade, saúde, vida

Tipos de ofertas

Instruções, cotações de seguros, testes, pesquisas, formas de cobertura, modelos para obter uma vantagem inicial

T2 Personal Debt**Significado geral**

Soluções de dívida que exijam pagamento ou pagamentos de juros ou capital

Tipos de ofertas

Consolidação de empréstimos pessoais, programas e ofertas de empréstimos, IVA, linhas de ajuda, consultoria de dívida, planos de dívida



T2 Personal Investing

T3 Options

Significado Geral:

Trabalhar em casa, ganhar dinheiro

Tipos de ofertas:

Apostas combinadas sem risco, pesquisas on-line, aplicativos, esquemas legítimos, métodos 'pagos', binários (conteúdo legalmente restrito)

T3 Stocks and Bonds

Significado Geral:

Ferramentas do mercado financeiro, guias, aulas para iniciantes, ferramentas para investidores inexperientes

Tipos de ofertas:

Vídeos, livros, blogs, aulas, melhores práticas, como fazer, suporte, negociação de ações, ações vivas, oportunidades de investimento, participação, investimento em dívida, negociação de títulos, futuros, fundos mútuos, ETFs, empreendimentos, fundos de hedge, commodities (conteúdo legalmente restrito)

T2 Retirement Planning

Significado Geral:

Contexto financeiro que se refere à alocação de poupança ou receita para aposentadoria

Tipos de ofertas:

Inscrições em contas bancárias para poupança de aposentadoria, modelos de risco de aposentadoria, soluções financeiras, planos de aposentadoria, tendências de taxas, metas de renda

T1 Pets

Significado geral

Produtos e serviços para adoção de animais de estimação

Tipos de ofertas

Deleites dos animais de estimação, suplementos, brinquedos, e fontes do grooming, adoção dos animais de estimação, produtos dos cuidados médicos, cuidados veterinários, cuidados diurnos dos animais de estimação

T1 Real Estate

Significado geral

Comercial, residencial, de férias

Tipos de ofertas

Agências imobiliárias, ofertas especiais para compradores de imóveis, ofertas especiais de proprietários, experiência imobiliária, vídeo tutorial

T1 Shopping

T2 Business Services

Significado geral

Serviços e ferramentas projetados para ajudar empresas tanto no front-end quanto no back-end para fins de crescimento e desenvolvimento de negócios dentro de uma organização

Tipos de ofertas

Serviços de desenvolvimento de negócios, Aplicações empresariais, Ferramentas promocionais, Marketing

T2 Charity Funds

Significado geral

Serviços sem fins lucrativos que arrecadam dinheiro ou doam bens para causas de caridade, desde vários eventos da vida até circunstâncias desafiadoras. As ofertas são altamente restritas

Tipos de ofertas

Plataformas de Crowdfunding Sem Fins Lucrativos, Instituições de Caridade, Sem Fins Lucrativos, Serviços de Doação

T2 Content Media Format

Significado Geral:

Produtos e serviços nos quais os usuários têm acesso aos serviços por meio de um plano de assinatura e registro

Tipos de ofertas:

Serviços de plataforma de streaming, plataformas de conteúdo, streaming de áudio, jogos e assinaturas de mídia digital

T2 Couponing

Significado Geral:

Qualquer coisa que possa ser resgatada por um desconto financeiro ou desconto ao comprar um produto

Tipos de ofertas:

Sites de cupom com assinaturas, ofertas de cupom, cartões de super oferta, vales de supermercado

T2 Delivery

Significado Geral:

Produtos e serviços projetados em torno do transporte e entrega de mercadorias

Tipos de ofertas:

Entrega Comercial, Selos, Embalagem, Serviços de Correio, Empresas de Transporte e Camionagem, Fretes

T2 Education

Significado Geral:

Instituições destinadas a desenvolver ainda mais o conhecimento e educar no âmbito do currículo instrucional e cursos especializados

Tipos de ofertas:

Educação Primária, Universidades, Escolas Técnicas, Cursos Online, MBAs

T2 For Kids

Significado Geral:

Produtos para crianças à venda, exceto vestuário e produtos de saúde

Tipos de ofertas:

Utensílios de mesa para crianças, armazenamento, decoração e brinquedos, fraldas, pós para bebês e talcos, carrinhos de bebê, assentos de carro

T2 Gifts and Souvenirs

Significado Geral:

Presentes de nicho e colecionáveis

Tipos de ofertas:

Presentes artesanais exclusivos, pulseiras para caridade, lembranças locais, madeiras, figuras de barro, ímãs, molduras para fotos, cartões de presente pré-pagos

T2 Language Learning

Significado Geral:

Produtos e serviços para o avanço ou desenvolvimento de uma linguagem verbal ou não verbal

Tipos de ofertas:

Livros de Idiomas, Aulas de Idiomas, Cursos de Desenvolvimento Linguístico, Workshops de Linguagem e Escrita, Tutores, Programas Educacionais, Aplicativos/Dispositivos de Tradução



T2 Legal Services Industry

Significado geral

Serviços prestados por pessoas ou práticas associadas ao sistema judicial

Tipos de ofertas

Assistência Jurídica, Ações Coletivas, Advogados Pessoais, Advogados de Divórcio, Acordos

T2 Mobile Services

Significado geral

Aplicativos móveis que operam exclusivamente por meio de download móvel. Os usuários têm acesso aos produtos e serviços de um serviço móvel via Smartphones

Tipos de ofertas

Aplicativos de Construção de Relacionamento, Aplicativos de Monitoramento de Saúde, Aplicativo de Gerenciamento de Tempo

T2 Other Services

Significado geral

Bens fornecidos por outras pessoas, empresas, organizações que não se enquadram em outras subcategorias "Shopping". Tais bens e serviços não têm troca de bens físicos de vendedor para comprador

Tipos de ofertas

Serviços de limpeza, Assistência à construção de relacionamento, Roommate Services

T1 Sports

T2 Fishing Sports

Significado geral

Suprimentos de pesca

Tipos de ofertas

Catálogos, lojas de equipamento online, carretéis, barras

T2 Sporting Goods

Significado geral

Produtos desportivos para venda

Tipos de ofertas

Uniformes esportivos, equipamentos esportivos (trampolins, caiaques, bicicletas, tendas, piscinas, colchões de ar), equipamentos de ginástica (botas Kangoo, steppers, pistas de corrida, elípticos) acessórios de treinamento, grupo de equipamentos esportivos

T1 Style and Fashion

T2 Beauty

T3 Hair Care

Significado geral

Ofertas relacionadas com cuidados capilares

Tipos de ofertas

Lavagem e crescimento de cabelo, tratamento de cabelo e tutorial para venda, ferramentas de cabelo, secadores de cabelo e alisadores, chapinha e modelador de cachos

T3 Makeup and Accessories

Significado geral

Maquiagem e acessórios, marcas, aulas, vídeos

Tipos de ofertas

Valor da composição e jogos do presente, aplicadores da composição e ferramentas, estojos de maquiagem, tutoriais em vídeo e tutoriais

T3 Natural and Organic Beauty

Significado geral

A seleção de produtos de beleza orgânicos

Tipos de ofertas

Produtos orgânicos e cosméticos para venda, lavagens corporais, loções corporais, sabonetes, cremes

T3 Other Beauty Products

Significado geral

Produtos de beleza não listados

Tipos de ofertas

Produtos de correção do nariz, lip plumpers, outros produtos de beleza não categorizados

T3 Perfume and Fragrance

Significado geral

Perfume e produtos da fragrância para a venda

Tipos de ofertas

Perfume, fragrância e colônia fabricantes, lojas on-line, promoções, descontos, ofertas especiais, óleos de fragrância e barras, sprays corporais

T3 Skin Care

Significado geral

Ofertas relacionadas com cuidados da pele

Tipos de ofertas

Anti-envelhecimento, limpeza, firmeza, remédios de pele benéficos para venda, livros e CDs sobre cuidados com a pele, clubes de cuidados com a pele, cremes para a pele, suplementos, tutorial para anti-envelhecimento, produtos de clareamento da pele

T2 Children's Clothing

Significado geral

Seleção e melhores ofertas para roupas infantis

Tipos de ofertas

Compras on-line, ofertas de desconto, roupas usadas para venda, design de moda, guias de estilo

T2 Men's Fashion

T3 Men's Accessories

T4 Men's Jewelry and Watches

Significado geral

Seleção e melhores ofertas para jóias e relógios

Tipos de ofertas

Compras on-line e catálogos, ofertas especiais de jóias e seleções, relógios de marca

T4 Other Men's Accessories

Significado geral

Acessórios masculinos não listados

Tipos de ofertas

Acessórios masculinos sem categoria

T3 Men's Shoes and Footwear

Significado geral

Seleção e melhores ofertas para sapatos e calçados masculinos

Tipos de ofertas

Compras online e catálogos, marcas líderes, guias de estilo, design de calçado



T3 Men's Clothing

T4 Men's Outfits

Significado geral

Seleção e melhores ofertas para roupas masculinas

Tipos de ofertas

Compras on-line, ofertas de desconto, roupas à venda, ofertas de costura, design de moda, guias de estilo

T4 Men's Underwear and Sleepwear

Significado geral

Pijama masculino e vestuário íntimo

Tipos de ofertas

Compras online, ofertas de desconto, itens artesanais

T2 Personal Care

T3 Oral Care

Significado geral

Soluções de saúde e cuidados dentários

Tipos de ofertas

Odontologia cosmética, promoções de cuidados bucais, revisões de produtos, soluções ortodônticas, clareamento dos dentes, tutorias sobre escovação e uso do fio dental, pastas de dentes, produtos de enxaguatório bucal

T3 Shaving

Significado geral

Seleção de produtos e soluções de barbear

Tipos de ofertas

Barbearando clubes, barbearando produtos e ferramentas, escovas, navalhas e lâminas, lojas online, barbear cosméticos incluindo sabonetes e espumas, vídeos, tutoriais

T2 Women's Fashion

T3 Women's Accessories

T4 Other Women's Accessories

Significado geral

Acessórios femininos não listados

Tipos de ofertas

Acessórios femininos não categorizados

T4 Women's Jewelry and Watches

Significado geral

Seleção e melhores ofertas para jóias e relógios

Tipos de ofertas

Compras on-line e catálogos, jóias especiais ofertas e seleções, relógios de marca

T3 Women's Clothing

T4 Women's Intimates and Sleepwear

Significado geral

Seleção e melhores ofertas de roupas íntimas e pijamas femininos

Tipos de ofertas

Compras online, ofertas de desconto, peças de lingerie artesanais

T4 Women's Outfits

Significado geral

Seleção e melhores ofertas para roupas femininas

Tipos de ofertas

Compras online, ofertas de desconto, roupas usadas para venda, costura, design de moda, guias de estilo

T3 Women's Shoes and Footwear

Significado geral

Seleção e melhores ofertas para sapatos femininos e calçado

Tipos de ofertas

Compras online e catálogos, marcas líderes, estilo guias, design de calçado

T1 Technology and Computing

T2 Computing

T3 Computer Peripherals

Significado geral

Dispositivos periféricos conectados a um sistema de computador para adicionar funcionalidade

Tipos de ofertas

Mouse, teclado, monitor, impressora, scanner

T3 Computer Software and Applications

Significado geral

Qualquer aplicativo ou grupo de programas projetados para o usuário final

Tipos de ofertas

Remoção de spyware, atualização de computador, serviços de instalação de hardware, VPN, extensões, recuperação de dados, substituições de tela, diagnóstico e atualizações de computador, programas e aplicativos para diferentes fins

T3 Desktops

Significado geral

Loja de computadores de mesa, aluguer, reparação

Tipos de ofertas

Melhores compras, aluguel de PC para negócios e privados, melhores ofertas

T3 Laptops

Significado geral

Vendas do portátil e do caderno, cuidado, reparo, arrendamento

Tipos de ofertas

Laptops para venda, notebooks usados, melhores ofertas, aluguel de laptops para empresas e particulares

T2 Consumer Electronics

T3 Cameras and Camcorders

Significado geral

Câmeras e filmadoras para venda e aluguel

Tipos de ofertas

Câmeras SLR digitais, câmeras sem espelho, filmadoras e câmeras de ação GoPro

T3 Energysavers

Significado geral

Dispositivos para reduzir o uso de energia elétrica, descubra onde o desperdício é, e descubra como cortá-lo

Tipos de ofertas

Economizadores de energia, sistemas elétricos, caixas de energia



T3 Other Electronics

Significado geral

Eletrônicos de consumo não listados

Tipos de ofertas

Bancos de energia, consoles de jogos e outros eletrônicos

T3 Self Defense

Significado geral

Produtos de auto-defesa e segurança pessoal online

Tipos de ofertas

Itens de segurança, lanternas militares, alarmes pessoais e dispositivos de segurança, dispositivos de iluminação e sinal, bússolas, produtos de sobrevivência (armas, armas de atordoamento, sprays de pimenta são proibidos)

T3 Smartphones

Significado geral

Smartphones para venda e aluguel

Tipos de ofertas

Smartphones e acessórios

T3 Solar Panels

Significado geral

Painéis solares e sistemas fotovoltaicos solares

Tipos de ofertas

Descontos especiais em painéis solares on-line, ofertas quentes

T3 Tablets and E-readers

Significado geral

Tablets e E-readers para venda e aluguel

Tipos de ofertas

Tablets e leitores eletrônicos, e-books, acessórios

T3 Wearable Technology

Significado geral

Dispositivos vestíveis para venda e aluguel

Tipos de ofertas

Trackers, fone de ouvido Bluetooth, óculos, fones de ouvido, fones de ouvido VR

T1 Travel

Significado geral

Produtos de viagem, ofertas, acessórios

Tipos de ofertas

Pacotes de férias e aluguel, vídeos de viagem e how-tos, produtos de viagem (tapetes de praia, sacolas de praia, bagagem, kits), agências de viagens, promoções, passeios, ofertas de última hora, descontos, reserva de hotel, planejamento de viagem, promoções de voos, cruzeiros

T1 Video Gaming

Significado geral

Jogar jogos online, clubes, associações, parafernália do jogo

Tipos de ofertas

eSports, jogos móveis, jogos de PC, vários gêneros de jogos online, podcasts, plataformas de jogos, CDs, livros, minigames, jogos de browser

3. Políticas de conformidade de conteúdo



→ 3.1. Conteúdo

3.1.1. Conteúdo Proibido

- Aborto
- Adulto
- Promoção do álcool
- Encontros casuais
- Contraceptivos
- Parafernália de drogas
- Exploração de menores
- Conteúdo grotesco
- Jogo ilegal
- Drogas ilícitas
- Câmaras ao vivo
- Menores sexualizando
- Substâncias psicoativas
- Equipamento de espionagem
- Produtos do tabaco
- Tráfico ou exploração
- Armas e explosivos

3.1.2. Conteúdo Restrito

- Álcool
- CBD
- Site de Encontros
- Cigarros eletrônicos, vapers, não-misturas para fumar nicotina e produtos relacionados
- Economia de Energia
- Serviços financeiros
- Jogos de Azar e Jogos
- Cuidados de saúde e medicamentos ICO, opções binárias, negociação
- Detectores de radar
- Religião (pode ser mencionado para campanhas publicitárias de caridade. No entanto, cada caso é revisto individualmente)
- Software
- Assinaturas
- Loteria
- Serviços de streaming de vídeo e cinemas online
- Voluntariado

→ 3.2. Práticas

— 3.2.1. Práticas proibidas

A **MGID** tem o direito de rejeitar e/ou bloquear conteúdo, recusar produtos ou serviços, independentemente de sua categoria, recusar anunciantes e anúncios por qualquer motivo, se for considerado não conforme com as diretrizes da MGID.

■ SEGURANÇA DA MARCA

- Quaisquer práticas de interação que desencadeiem redirecionamentos para páginas de web de terceiros
- Navegação cega
- Páginas quebradas e/ou em branco
- Camuflagem
- Violação de direitos autorais
- Páginas de erro
- Widgets de marca falsa
- Domínios falsos
- Widgets falsos
- Conteúdo ofensivo, ameaçador ou inapropriado, que inclui, mas não se limita a discriminação, suicídio, exposição de problemas graves de saúde, etc.
- Spoilers, incluindo aqueles que escondem conteúdo proibido
- Fonte de vídeo não oficial
- Sites projetados para imitar fontes legítimas originais
- Sites em construção

■ PRIVACIDADE E SEGURANÇA

- Bloqueio do navegador
- Drive-by download
- Malicious software
- Malvertising
- Phishing
- Sites infectados com malware

■ LEGAL

Todas as ofertas sugeridas para colocação estão sujeitas a um exame jurídico exaustivo. Qualquer e todo o conteúdo, aceito pela MGID, permanecerá sempre 100% legalmente admissível e em conformidade com os TOS da MGID, que estão disponíveis publicamente online. Cada oferta aprovada é sempre investigada por uma equipe de especialistas legais em relação à sua conformidade com os regulamentos legislativos atualizados e as regras reais de negócios de publicidade.

3.2.2. Práticas Restritas

PROMOÇÃO DE MÚLTIPLAS OFERTAS

Produtos e serviços rotativos dentro de um URL devem cair na mesma vertical (p. ex., 5 produtos diferentes para perda de peso (Garcinia Cambogia, Choco Slim, etc.).

OFERTA GERADORA DE LEADS

As páginas Web com ofertas destinadas a recolher informações sobre os clientes devem fornecer ao utilizador informações exaustivas sobre:

- Termos e condições;
- disclaimer;
- Política de privacidade.

O usuário deve poder expressar ativamente seu consentimento para o processamento de dados pessoais - pode ser uma caixa de seleção, pop-up ou qualquer coisa visível, que deve ser aceita pelo usuário.

PRODUTOS DE GRAÇA

Produtos ou serviços não podem ser distribuídos completamente gratuitamente. Testes gratuitos são permitidos se tiverem condições transparentes de compra, .pagamentos futuros e entrega

ABORDAGENS PROIBIDAS:

Enganar os usuários com falsas promessas de obter algo de graça; promover produtos gratuitamente sem uma descrição completa do serviço.

3.2.2. Práticas Restritas

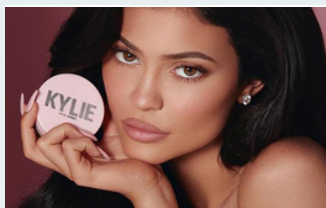
CELEBRIDADE

Podem ser utilizadas imagens e nomes de celebridades nos seguintes casos:

Para promoção de **produtos/serviços**:

- quando uma celebridade é proprietária do produto;
- quando uma celebridade é um representante, pessoa publicitária de uma marca;
- Ele/ ela concede permissão para usar seu nome para anunciar um produto.

Usando a imagem ou o nome de uma celebridade para fins de publicidade sem o seu/ seu conhecimento e consentimento (apenas para páginas de destino do produto) é proibido.



Kylie Skin apresenta produtos veganos para todos os tipos de pele

SAIBA MAIS >



Silvio Santos diz: Faça isso para perder 3kg por semana

SAIBA MAIS >



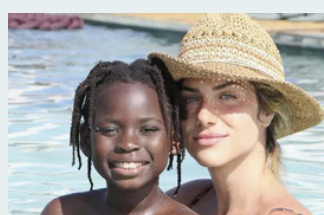
Para promoção de **conteúdo/artigos**:

- Os títulos dos anúncios devem ser 100% relevantes para o artigo.
- Evite abordagens clickbait para títulos e imagens.
- Fotos de celebridades devem ser neutras; nenhuma imagem/título ofensivo é permitido.
- O anúncio deve ser de natureza informativa e, em nenhum caso, deve humilhar ou desacreditar a pessoa.



35 celebridades que são LGBTQIA+ e você talvez não saiba

SAIBA MAIS >



Péssima mãe? A razão para o filho de Gio Ewbank voltar à África

SAIBA MAIS >

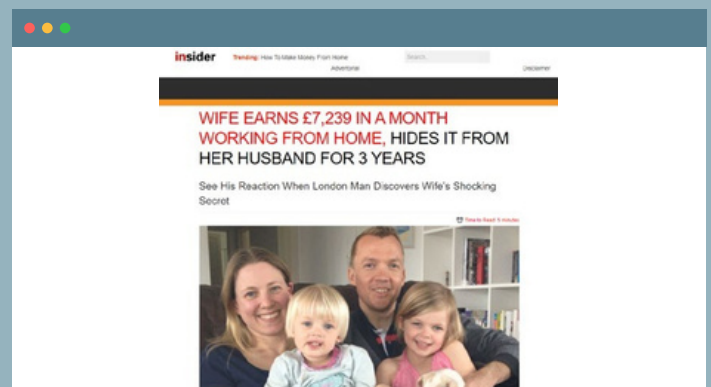
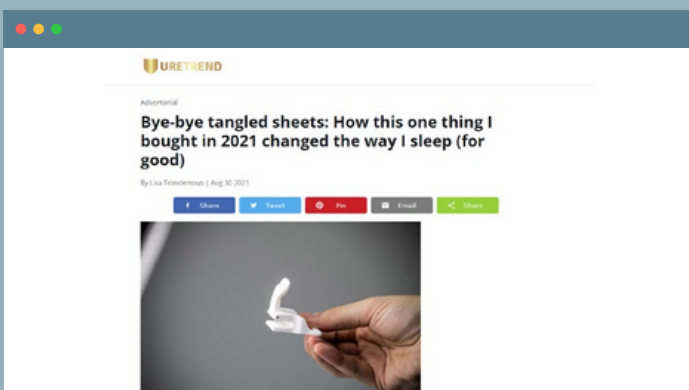
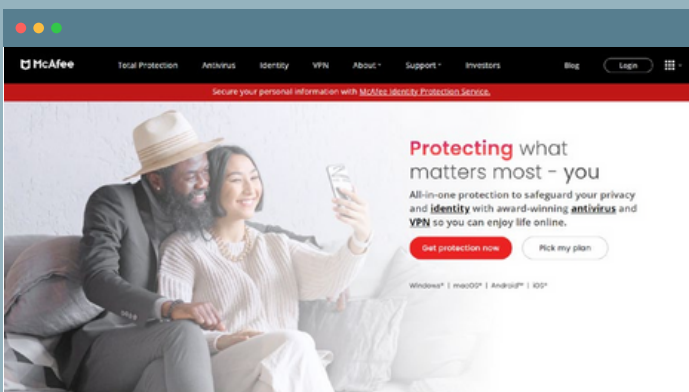


→ 3.2. Rankings de conteúdo

ALTO RANKING DE SEGURANÇA

A alta classificação abrange conteúdo, serviços e produtos de alta qualidade e credibilidade. O ranking abrange uma ampla variedade de assuntos - desde sites de marca a anúncios limpos, todos em estrita conformidade com os regulamentos locais e internacionais.

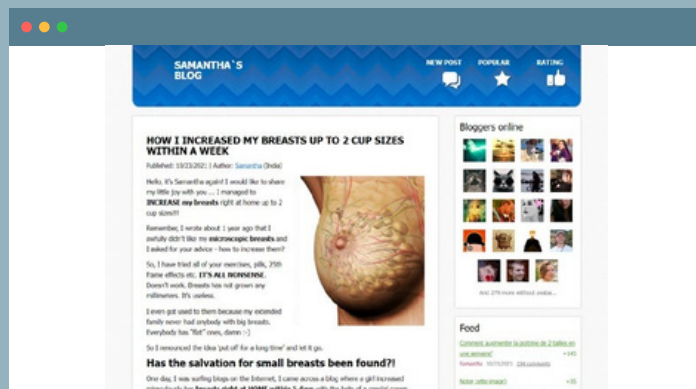
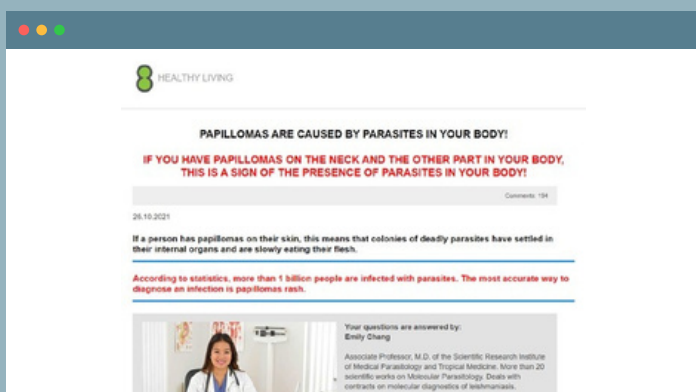
Landing pages podem conter até certo ponto informações exageradas, mas não enganosas, a fim de aumentar o interesse entre os clientes em potencial.



CLASSIFICAÇÃO DE SEGURANÇA MÉDIA

O ranking médio tem como objetivo cobrir conteúdo controverso, sensível, sexualmente sugestivo e sensacional que pode ser considerado muito provocativo por alguns públicos.

Abordagens que exploram materiais evidentemente desagradáveis, nudez, pornografia, erotismo e sexo explícito são estritamente proibidas.



4. Diretrizes criativas



Cada unidade de publicidade consiste em um título e uma imagem em miniatura. Uma unidade de publicidade (unidade de anúncio) é um meio coerente que vende ou promove um produto, serviço ou ideia. Juntos, visuais ousados e títulos fortes geram melhor engajamento do cliente e aumentam as taxas de cliques (CTR).

Por outro lado, uma mensagem enganosa ou pouco clara de um bloco de anúncios pode piorar a satisfação do usuário e aumentar a taxa de rejeição de um site. Portanto, cada bloco de anúncios deve segmentar seu público e dar aos usuários uma compreensão clara do que está na landing page.

9:41 Website

mgid.com

Título À procura de um SUV compacto?
65 símbolos (incluindo espaços)

Encontre as melhores ofertas aqui

Texto publicitário UMA SUPER OFERTA ADIANTE! >
75 símbolos (incluindo espaços)

Call-to-action (CTA)
30 símbolos (incluindo espaços)

→ 4.1. Orientações para miniaturas

A imagem em miniatura (estática ou animada) é o elemento-chave para um bloco de anúncios, pois chama a atenção do usuário e mantém sua atenção. No entanto, certifique-se de que o conteúdo anunciado é adaptado ao produto/ serviço que você promove.



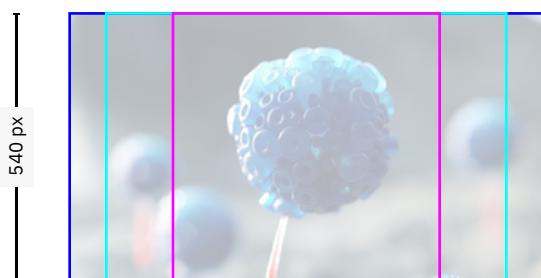
mgid.com

Título

Texto publicitário

CALL-TO-ACTION >

960 px



540 px

16:9

3:2

1:1

EXIGÊNCIAS DE IMAGEM PARA ANÚNCIOS ESTÁTICOS

Proporções: 16:9 (preferred), 3:2, 1:1

Formato: png, jpg, or static gif

Tamanho máximo: 5 MB

Proporções	Mínimo	Recomendado
16:9	640 x 360 px	960 x 540 px
3:2	600 x 400 px	900 x 600 px
1:1	500 x 500 px	800 x 800 px

EXIGÊNCIAS DE IMAGEM PARA ANÚNCIOS ANIMADOS

Dimensão mínima: 600x400 px

Proporções: entre 16:9 e 1:1 (as melhores práticas são 16:9, 3:2 ou 1:1)

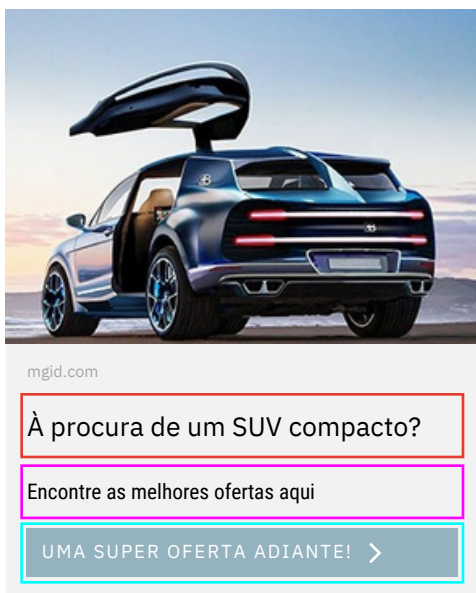
Duração do vídeo: no máximo 15 segundos

GIFs não devem exceder 5MB

Resolução: 1020x680 px ou mais

Formato: GIF

→ 4.2. Orientações gerais



- Título
- Texto publicitário
- Call-to-action (CTA)

	Comprimento	Tipos de Letras
Título	65 símbolos (incluindo espaços)	Em inglês - maiúscula Outras línguas - minúscula
Texto publicitário	75 símbolos (incluindo espaços)	Minúscula
Call-to-action (CTA)	30 símbolos (incluindo espaços)	Minúscula

GRAMÁTICA E REQUISITOS GERAIS:

- Certifique-se de que são utilizados os tempos verbais adequados;
- Respeitar partes do acordo de discurso;
- Aplique o espaçamento correto - não omitido ou
- Excesso de espaçamento entre palavras e/ou é permitida a pontuação;
- O título não deve conter qualquer período no final;
- Evite reticências (...), pontuação excessiva (e.g. !!!, """) e outros símbolos desnecessários (@, -->, <>, **);
- O idioma do título deve corresponder à campanha definição do idioma (a definição do idioma da campanha deve corresponder ao idioma do conteúdo);
- Use {Country} {Region} macros para qualquer idioma disponível para a campanha;
- O título não deve conter quaisquer informações de contacto (como endereços, correio electrónico, números de telefone, etc.); não são permitidos Emojis;
- O texto publicitário é obrigatório para campanhas de Marca de Nível e opcional para Nível White-Hat e Nível Geral.

REQUISITOS DO CTA:

- O CTA é uma opção disponível para todos os tipos de campanhas, no entanto, para campanhas de marca de nível, o CTA é obrigatório;
- o CTA não deve duplicar o título e o texto de descrição, mas não deve parecer complicado;
- O texto não deve apresentar mais do que uma pergunta;
- Não use macros e emojis;
- Certifique-se de que o idioma do seu CTA corresponde ao idioma do teaser;
- Fornecer aos usuários razões fortes para clicar imediatamente em/ comprar/ se inscrever.

→ 4.3. Classificações criativas

ALTO RANKING DE SEGURANÇA

A alta classificação engloba anúncios relevantes e de bom gosto que dão ao usuário uma compreensão clara de qual conteúdo, serviço ou produtos é promovido.

As miniaturas devem ser de alta resolução e devidamente orientadas. Fotos brilhantes e cativantes são recomendadas, no entanto, fotos não profissionais agradáveis também são permitidas. Títulos devem seguir a gramática e

regras de pontuação e refletir com precisão o conteúdo, serviço ou produto promovido. O exagero apropriado é aceitável.

Conceitos a evitar:

- Imagens de grande plano confusas;
- Imagens nojentas;
- Perturbações das condições sanitárias;
- Sugestionabilidade sexual em imagens em miniatura e títulos



Os carros mais icônicos dos filmes de James Bond

SAIBA MAIS >



Óculos de bloqueio de luz azul

SAIBA MAIS >



Faça trade em casa e potencialize seu futuro financeiro

SAIBA MAIS >



Como perder 31 kilos em um mês (beba isso uma vez por dia)

SAIBA MAIS >



O principal inimigo da diabetes foi descoberto! Açúcar cai para 5

SAIBA MAIS >



Quem são as famosas que engravidaram depois dos 40?

SAIBA MAIS >

CLASSIFICAÇÃO DE SEGURANÇA MÉDIA

O ranking médio abrange criativos que podem ser mais agressivos, sensacionais ou controversos em sua natureza e/ ou podem estar relacionados a assuntos sexuais.

As imagens em miniatura devem ser de qualidade suficiente. A gramática adequada é obrigatória. Os criativos podem utilizar conceitos desagradáveis, estranhos, mas não perturbadores ou abomináveis.

Miniaturas sexualmente atraentes e títulos sugestivos podem ser usados desde que não pareçam vulgares e ofensivos. Nudez, pornografia, erotismo ou sexo explícito são estritamente proibidos.



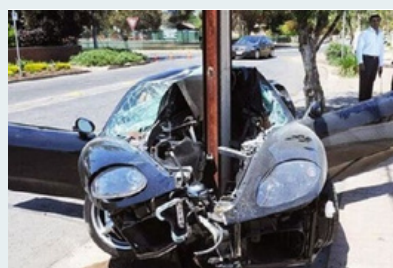
Esta dieta pode ser boa para você

SAIBA MAIS >



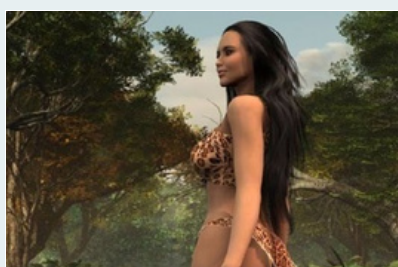
Tipos estranhos de massagem. Nem todo mundo se atreve a tentar

SAIBA MAIS >



10 piores acidentes de carro. Só espero que eles tenham seguro

SAIBA MAIS >



O melhor jogo para homens é muito realista

SAIBA MAIS >



Você deve saber o que os especialistas dizem sobre encontros online

SAIBA MAIS >



Uma maneira surpreendente de aumentar seus seios sem implantes!

SAIBA MAIS >

Observação! Por favor, note que o ranking do anúncio é determinado tendo em conta o conteúdo e rankings criativos. Se um ranking for menor que o outro, o ranking médio será definido como o ranking do anúncio.

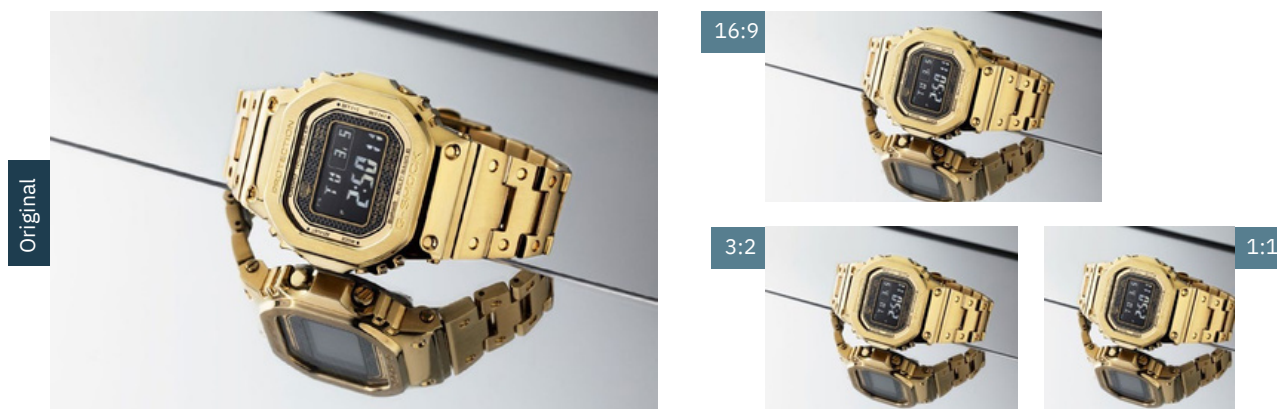


→ 4.4. Práticas criativas proibidas

- Pornografia
- Cadáveres
- Cenas de defecação
- Discriminação
- Intolerância
- Nudez
- Enfarte
- Violência (tiroteio, tragédias, agressão sexual, ferimento, automutilação)
- Linguagem explícita
- Discurso de ódio
- Declarações enganosas, falsas e exageradas
- Palavras obscenas, difamatórias e ofensivas em qualquer idioma
- Gramática ruim, palavras redundantes, pontuação excessiva
- Maiúsculas para exagero

→ 4.5. Melhores práticas criativas

A MGID usa uma solução de corte automatizado para adaptar cada imagem a tamanhos de posicionamento personalizados nos sites de todos os parceiros. Portanto, uma imagem orientada para a paisagem com uma proporção de 16:9 ou 1:1 é a melhor prática.



Algumas outras dicas para garantir que sua imagem seja cortada corretamente

Escolha uma imagem com um único ponto de foco claro e um plano de fundo relativamente simples. Evite imagens com vários assuntos ou fundos ocupados para evitar qualquer coisa vital ser cortada da imagem.



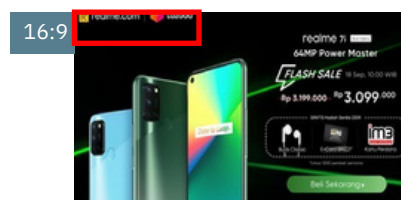
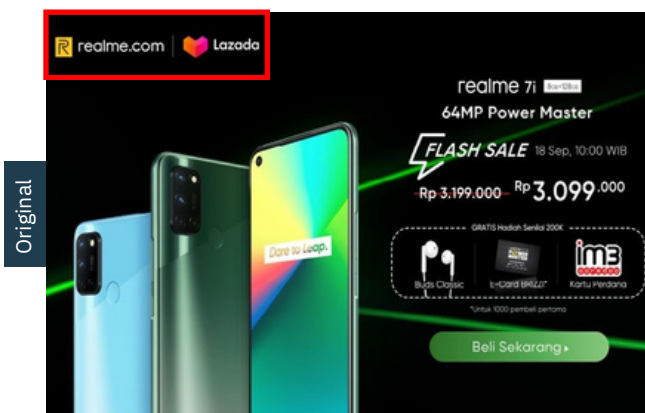
Evite imagens com texto pequeno.



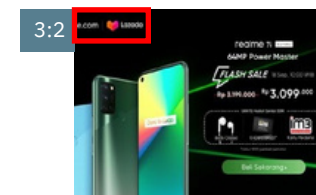
Observe como essa imagem é cortada em uma miniatura 1:1.



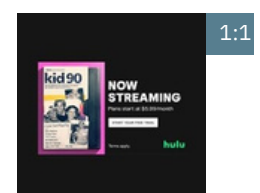
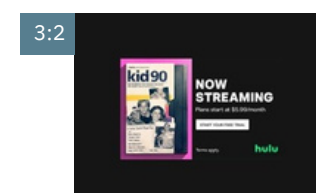
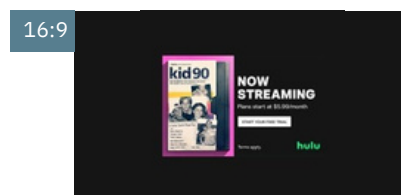
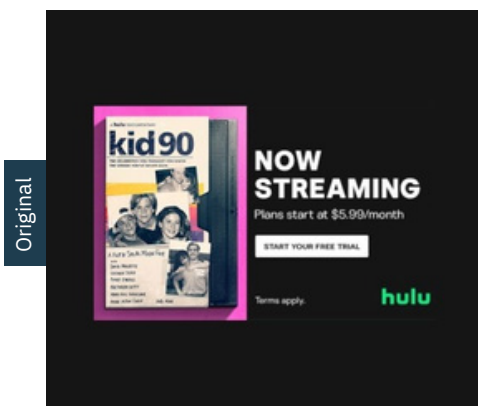
Evite imagens que incluam logótipos da marca ou camadas de texto. Estas poderão não ser bem cortadas e acabarão por ficar fora do centro.



Notar o caminho o texto é cortado em uma colocação 3:2 e 1:1



Nos casos em que um logotipo e texto são necessários para as imagens, o fundo adicional deve ser usado.



Algumas dicas para aumentar o engajamento a partir de suas imagens em miniatura

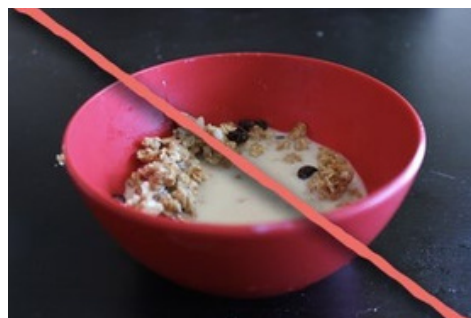
Use uma imagem onde o assunto da foto está olhando para a câmera. Isso imita o caminho que usamos o contato visual para atrair a atenção na vida real e produz um aumento médio de CTR.



Descreva seu produto para que você alcance esse objetivo: interação mental. Os participantes eram mais propensos a comprar a caneca quando a alça estava virada para a direita (em direção à mão dominante da maioria das pessoas).



Coloque um instrumento ou utensílio à direita.



Posicione a abertura do seu produto em direção ao visualizador.



Remova o produto da embalagem.

SIM

NÃO

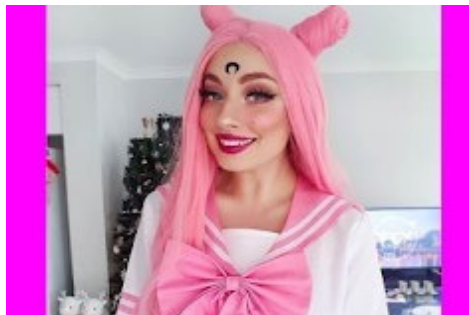
Alta resolução vs Baixa resolução.



Edição de fotos criativas vs Edição de fotos amadoras



A imagem deve preencher os parâmetros de tamanho (sem espaço ao redor da imagem).



Enquadramento



Imagem de qualidade vs Imagem esticada.



Elementos que se misturam na imagem naturalmente

vs

Elementos excessivos e irritantes.



Banco de imagens/ imagens livres para uso comercial/ imagens compradas

vs

Imagens com marca d'água usadas sem permissão (violando as leis de direitos autorais).



Destaque relevante **vs** Destaque irrelevante



Elementos relevantes à Região **vs** Elementos irrelevantes à Região



5. Fluxo de moderação

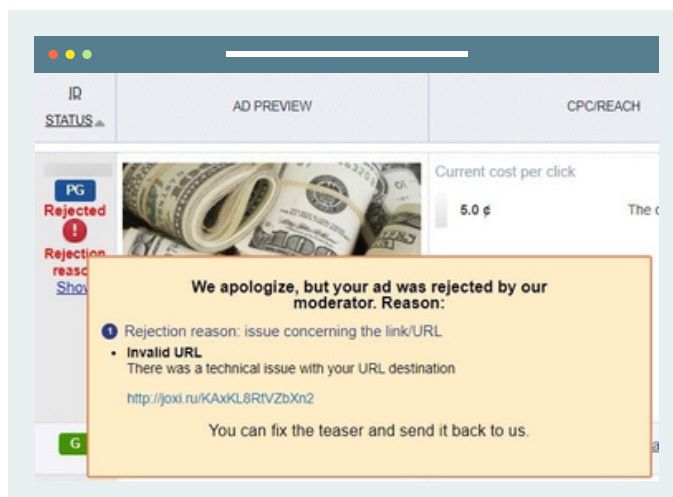
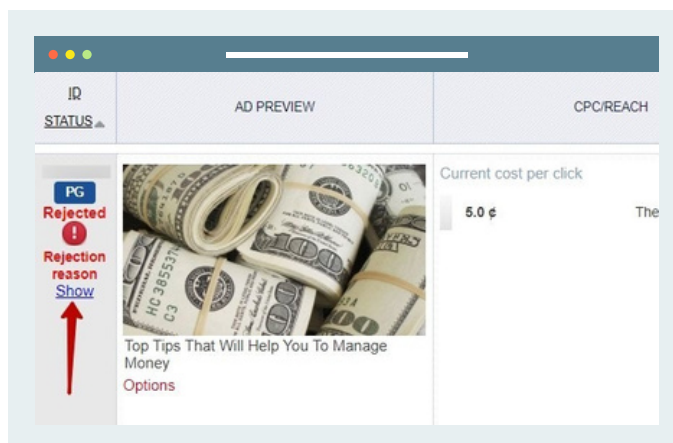


Para garantir os altos padrões de todos os materiais anunciados, a equipe de conformidade da MGID analisa minuciosamente o URL de destino, o conteúdo da página de destino e a página de oferta, imagem em miniatura e título de cada bloco de anúncios. No processo de moderação, usamos algoritmos automáticos e verificações manuais, utilizando software interno e externo. Um dos nossos parceiros é o GeoEdge. Ele protege a segurança de nossos anúncios e protege os usuários e editores contra malware e práticas não amigáveis.

Nós nos esforçamos para o formato nativo genuíno, é por isso que todos os anúncios são revisados e moderados por falantes nativos. Estamos fazendo o nosso melhor para completar o processo de moderação dentro de 24 horas. No entanto, se for necessário um inquérito adicional, o tempo de reexame pode ser prolongado.

Após a verificação final, o controle de conformidade não acabou - os anúncios em rotação também estão sendo constantemente monitorados. Se algum conteúdo não conforme for detectado, ações imediatas serão tomadas para bloquear/rejeitar o anúncio ou fornecer ao anunciante um período de trânsito definido para revisão.

Se o anúncio não passar na moderação, ele será rejeitado com uma explicação clara e capturas de tela do que deve ser ajustado.



Uma vez que o problema é corrigido, o anúncio pode ser reenviado para moderação.

Se o motivo de rejeição for ignorado de propósito e o anúncio for enviado com moderação pela terceira vez sem abordar o problema, ele será excluído.

6. Creative request brief



Por favor, faça as seguintes perguntas ao seu cliente antes de enviar um pedido criativo:

IMAGEM

1. Logo

- 1.1. Formato do logo png; svg; eps; pdf
- 1.2. Disposição e tamanho (por favor fornecer uma amostra se não estiver especificado no Manual de Marca)
- 1.3. Fundo (cor, efeitos, amostra é preferido)

2. Image criteria

- 2.1. devemos manter as cores da marca ou alternativas aceitáveis?
 - 2.2. A miniatura deve representar o produto ou conceitos associados aceitáveis?
 - 2.3. Preferências dos arredores (casa, natureza, escritório, etc.)
 - 2.4. Carga emocional (assustador, bondade, aconchego, alegria, etc.)
 - 2.5. Sexo dos personagens principais, idade, nacionalidade, etc.
 - 2.6. Humor dos personagens principais (triste, feliz, sorridente, cansado, etc.)
 - 2.7. Elementos adicionais (isenção de responsabilidade, CTA, ícones, botões, vendas, descontos, etc.)
 - Elementos preferíveis jpg, png; svg; eps; pdf
 - Disposição e tamanho (por favor fornecer uma amostra se não estiver especificado no Manual de Marca)
 - Fundo (cor, efeitos, amostra é o preferido)
 - Se o CTA for necessário, que mensagem deve ser refletida? Se o preço ou o desconto devem ser especificado, quais são os números?
3. Formato da imagem (imagem completa, colagem, antes e depois)
 4. Enviar amostras de imagens preferíveis

MANCHETE

1. Tom de voz
2. Call to Action
3. Vantagens do produto/serviço (p. ex., assistência 24 horas)
4. Macros (ex. {Region} ou {Country})
5. Formatos de texto
 - Contar histórias
 - Comparação
 - Resolução de problemas
 - etc.
6. Devemos mencionar o nome do produto/serviço em cada texto do anúncio?



Texto do anúncio (descrição)

1. Tom de voz
2. CTA
3. Benefícios do produto/serviço (ex. suporte 24 horas)
4. Macros
5. Formatos de texto
 - contar histórias
 - Comparação
 - Resolução de problemas
 - etc.
6. Devemos mencionar o nome do produto/serviço em cada texto do anúncio?

CTA (call to action)

1. Tom de voz
2. Mensagem

Geral

1. Quais são as características do produto que devemos focar?
2. Há algo que devemos evitar mencionar?
3. Qual é o seu público-alvo?
4. Rankings criativos preferidos
5. Se os materiais criativos são fornecidos pelo cliente, mas há menos materiais do que o número de anúncios solicitados, o que devemos fazer com os anúncios restantes? Devemos apresentar nossas ideias ou devemos usar os materiais duas vezes? (p. ex.: 10 anúncios solicitados, mas os materiais fornecidos podem cobrir apenas 5 deles)
6. Abordagens preferíveis: experimentos vs melhor desempenho
7. Objetivo da campanha publicitária - redirecionamento, registro, compra, etc

Recomendações

1. Versão atualizada e/ou mais recente do Manual de Marca
2. Links úteis: site oficial, redes sociais, etc

