

US Media chama a atenção do mercado para opções de mídia que saem do óbvio

Representante comercial de marcas como WeTransfer e Tinder atua na América Latina

Kelly Dorez

Você já percebeu que o WeTransfer também pode ser uma mídia? Além do tradicional serviço de transferência de arquivos, ele também oferece espaço para anúncios de marcas com formatos como full screen do desktop. O inventário do WeTransfer ainda é pouco explorado pela publicidade brasileira, ao contrário de outros mercados como o do México, garante a US Media.

"Fazer publicidade no WeTransfer é muito relevante porque você não tem interferência de outras campanhas, é zero concorrência. A marca consegue mostrar o detalhe do produto. Isso chama muita atenção no México. O Brasil ainda não identificou o WeTransfer como uma plataforma de publicidade, mas temos vendido cada vez mais campanhas ali. No México, já teve mês que foi sold out. A gente tem mostrado essa oportunidade para as agências brasileiras para tirar o foco de players que já estão saturados", destaca Tatiana Koike, COO da US Media.

Hub de mídia na América Latina com sede em Miami (EUA), a US Media atua há mais de 20 anos como representante comercial, alocando campanhas em múltiplas plataformas, intermediando compra de mídia internacional e facilitando transações financeiras entre países. Hoje, além de WeTransfer, tem no seu portfólio marcas como Vevo, Tinder, Fandom, Sojern e TechTarget.

Além da representação exclusiva desses clientes, a US Media atua como intermediária de qualquer marca interessada em divulgar campanhas em países da América Latina e Miami. "Fazemos toda a parte de planejamento de mídia até a criação publicitária para campanhas, junto com o cliente e a agência. O objetivo é ajudar as marcas a entender como alocar e otimizar recursos em mídias de países diferentes. Esse é o nosso diferencial como especialista de mídia, com prestação de contas por meio de relatórios", diz Tatiana.

Passada a "febre" da mídia programática, a executiva afirma que hoje as estratégias são mais voltadas para campanhas em out of home, televisão e rádio. "Já colocamos, por exemplo, um megabanner da Magalu e Samsung na Times Square. Fizemos envolvimento para o Itaú em Miami também, entre várias ações de OOH para outras marcas."

Um dos objetivos da US Media é "evangelizar" o mercado brasileiro em relação a lançar um novo olhar sobre players como WeTransfer e Tinder, que podem complementar a jornada de mídia do consumidor de uma forma mais surpreendente e sair do óbvio. "Trata-se de uma oportunidade de diversificar o investimento dos anunciantes com alternativas que fogem do óbvio", pondera a COO da US Media.

"Fazemos toda a parte de planejamento de mídia até a criação publicitária para campanhas, junto com o cliente e a agência"



Tatiana Koike e COO da US Media, que atua como hub

AS NOVAS AGÊNCIAS

**Não mais de propaganda, promoções, marketing direto, digital...
A partir de hoje, 2024,**

AGÊNCIAS DE MARKETING & BRANDING

O parceiro estratégico essencial das empresas na nova economia. Planejados, capacitados, qualificados e certificados pelo MadiaMundoMarketing.

**Maiores informações e agendamento de reuniões
(11) 98990-0376**

