



# BURGER KING® reforça exposição da marca com o Google Gadget Ads

Empresa experimentou – e aprovou – novo formato de publicidade on-line: anúncios interativos tiveram 25 milhões de impressões

## QUEM É O ANUNCIANTE

### BURGER KING® do Brasil

**Segmento:** Alimentação

**Número de restaurantes:**  
Mais de 50

**Número de funcionários:**  
Mais de 3 mil

**Sede:** São Paulo (SP)



“Conseguimos resultados fantásticos em termos de criar conhecimento de marca e também de mostrar a nossa filosofia”

Afonso Braga  
Gerente de Marketing do BURGER KING® do Brasil

## SOBRE OS GOOGLE GADGET ADS

Os Google Gadget Ads são miniaplicativos interativos que permitem a agências e anunciantes envolverem o público na Rede de Conteúdo do Google. Eles contam com diversos recursos multimídia e permitem incorporar dados, áudio, vídeo, mapas, imagens, animações em Flash, conteúdo HTML e JavaScript em um único anúncio. Construídos com a mesma tecnologia dos gadgets do iGoogle, podem ser alterados a qualquer momento e são compatíveis com todas as páginas da web. Ao internauta, são apresentados como miniaturas de sites dentro dos sites acessados, sem interferir na navegação.

O BURGER KING® está sempre atento às novidades da internet. Afinal, esse meio atrai grande parte de seu público-alvo, composto por jovens de 12 a 28 anos. O desejo de impactar internautas dessa faixa etária motivou a rede de restaurantes a aceitar, no final de 2007, um convite da Agência Climax e do Google Brasil. Tornou-se, assim, uma das primeiras empresas a experimentar um formato de anúncio on-line: o Google Gadget Ads.

Esses anúncios são miniaplicativos dotados de diversos recursos multimídia, como áudio, vídeo, mapas e animações em Flash. Exibidos em páginas da web, possibilitam a total interação do internauta, como se fossem pequenos sites dentro dos sites. E o melhor: sem interferir no conteúdo da página acessada. “A grande sacada é a micronavegação dentro da própria peça, sem que o internauta precise sair do conteúdo que ele escolheu na internet”, afirma Cristiane Bussab, Diretora de Planejamento da Agência Climax.

A proposta se adequou perfeitamente aos planos do BURGER KING®. Desde que chegou ao mercado brasileiro, em 2004, a rede enfrenta o desafio de concorrer com players estabelecidos há décadas no País. É uma tarefa árdua, que exige muita criatividade e inovação. “Precisamos priorizar estratégias que, com pouco investimento, causem um grande conhecimento de marca e, em seguida, provoquem experimentação de nossos produtos”, explica Afonso Braga, Gerente de Marketing do BURGER KING® do Brasil.

A campanha com os Google Gadget Ads foi concebida exatamente para atingir esses objetivos. Iniciada em novembro de 2007, a primeira fase trouxe um anúncio interativo com o cardápio da cadeia de restaurantes. Dividido em quatro seções (Sanduíches, Combos, Kids e Sobremesas), ele permitia conhecer qualquer produto por meio de fotos que podiam ser ampliadas. Em média, cada internauta clicou três vezes na peça, surpreendendo a Agência Climax. “A gente não esperava que o sucesso fosse tão grande logo no primeiro gadget”, diz Cristiane Bussab.

The screenshot shows a YouTube search results page for the query "lanche". The page includes the YouTube logo, navigation tabs for Videos, Categorias, Canais, and Comunidades, and a search bar. The search results are displayed in a grid format. The first result is a video titled "Hora do Lanche..." with a 5-star rating and 110 views. The second result is a video titled "Trio Caráiva, 'Paga Lanche', Verão 2007" with a 5-star rating and 1389 views. On the right side of the page, there is a prominent advertisement for Burger King, titled "A GENTE FAZ DO SEU JEITO". The ad features a grid of four menu items: "BK® STACKER QUADRUPLO", "WHOPPER® DUPLO com Queijo", "Chicken WHOPPER®", and "BIG KING®". The ad also includes the Burger King logo and the website URL "WWW.BURGERKING.COM.BR".



**“A grande sacada é a micronavegação dentro da própria peça, sem que o internauta precise sair do conteúdo que ele escolheu na internet”**

Cristiane Bussab  
Diretora de Planejamento da  
Agência Climax

## **SOBRE A REDE DE CONTEÚDO**

A Rede de Conteúdo do Google é um conjunto de milhões de sites de alta qualidade, páginas de notícias e blogs que estabelecem parceria com o Google para a veiculação de anúncios segmentados. Tal veiculação pode ser feita pelo anunciante por meio de uma seleção manual ou de forma contextual, utilizando ferramentas que selecionam as páginas mais relevantes para determinado produto e serviço e nelas publicam os anúncios.

Ao anunciar em sites da Rede de Conteúdo do Google (a maior rede de publicidade contextualizada do mundo), é possível atingir clientes potenciais em todos os estágios do ciclo de compras.

Para obter mais informações sobre como criar a sua própria campanha, visite:  
<http://adwords.google.com.br>

Se você planeja realizar uma campanha mais ampla e precisa da ajuda de especialistas, entre em contato com [vendas-br@google.com](mailto:vendas-br@google.com)

Para aproveitar a boa aceitação do público, foi desenvolvido outro anúncio, um pouco mais ousado. Exibido em dezembro, ele reproduziu a filosofia do BURGER KING®: A GENTE FAZ DO SEU JEITO™. O internauta podia criar, dentro do gadget, um sanduíche de acordo com sua preferência, escolhendo os hambúrgueres, a quantidade de queijo, a presença ou ausência de bacon e o tipo de molho e de salada. A novidade agradou: o número de cliques saltou para a média de cinco por usuário, chegando a nove em alguns casos.

O êxito da campanha foi medido pelo Google Analytics, uma ferramenta de métricas simples e detalhada, oferecida gratuitamente pelo Google. “Ela possibilita ter certeza de que seu público foi atingido, foi impactado”, afirma a Diretora de Planejamento da Agência Climax. Com o Analytics, é possível acompanhar todo o desenvolvimento da ação e aperfeiçoá-la continuamente até que os resultados esperados sejam alcançados.

Na campanha do BURGER KING®, o uso dessa ferramenta foi fundamental para definir os sites em que os anúncios seriam exibidos. Era preciso selecionar e acompanhar endereços específicos da Rede de Conteúdo do Google, atendendo à demanda da empresa de atingir o público jovem. “Pela limitação de verba, nós não conseguimos estar nos grandes meios, então é importante falarmos de forma segmentada”, afirma o Gerente de Marketing da rede. Dessa forma, a agência optou por sites com grande apelo junto aos jovens, como Baixaki, Vírgula, Fliperama e Papajogos. Além dos sites parceiros do Google, a ação também foi veiculada no YouTube, onde obteve grande audiência.

Ao final de seis semanas, os Gadget Ads do BURGER KING® haviam registrado 25 milhões de impressões. Esse número corresponde às vezes em que o anúncio foi exibido, impactando o internauta e promovendo a marca. Além disso, 140 mil pessoas interagiram com as peças. “Isso é maravilhoso, porque elas foram para nosso site, acabaram conhecendo melhor a marca, interagiram com o produto”, comemora Afonso Braga. “Conseguimos resultados fantásticos em termos de criar conhecimento de marca e também de mostrar a nossa filosofia. Nós com certeza vamos considerar os Google Gadget Ads em nossas estratégias”, conclui.

Para obter mais informações ou fazer sua solicitação, acesse a página [www.google.com.br](http://www.google.com.br) e clique no link Soluções de Publicidade.

