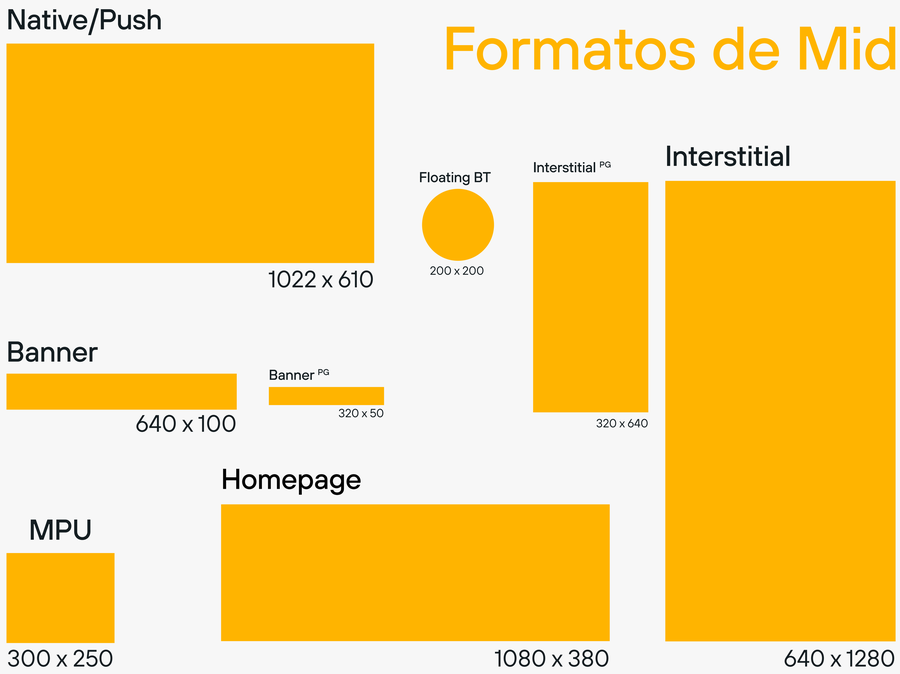
365 scores

FORMATS

Melhores Práticas de Criação

365 scores FORMATS

Formatos de Midia



Formatos de Sponsor

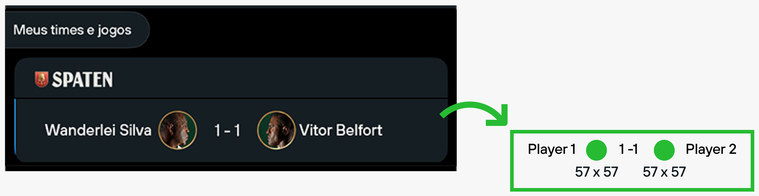
Boas Práticas: Ao criar formatos de mídia, recomenda-se definir uma área segura (safe area) deixando uma margem de 50x50 pixels em cada canto do layout. Isso garante que nenhum elemento essencial (logos, textos ou imagens principais) seja cortado ou ocultado em diferentes dispositivos e posições.

Para formatos maiores como Interstitial, Homepage e Native, a margem de 50x50 pixels funciona perfeitamente.
Já para MPU e Banner, recomenda-se uma área segura menor, de 25x25 pixels em cada canto.

365 scores FORMATS

FORMATOS ESPECIAIS

Fake Game



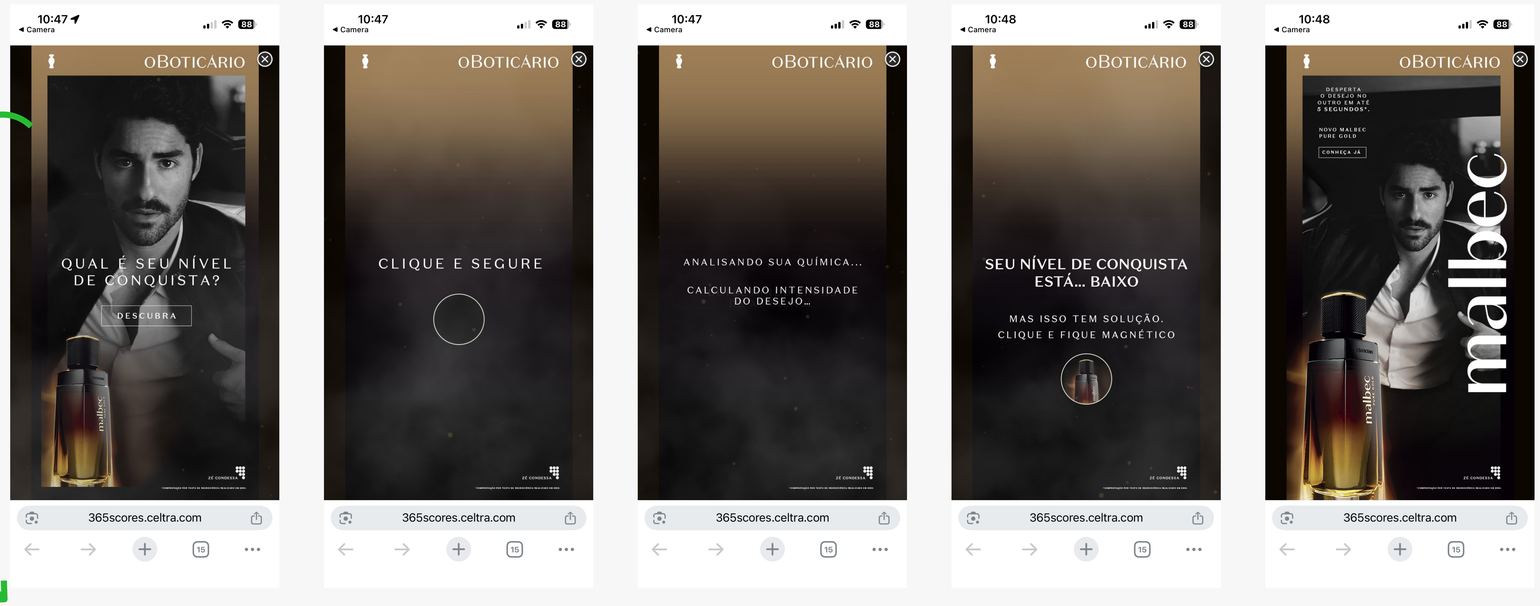
Countdown

1080 x 380

Boas Práticas: O formato Countdown tem o mesmo tamanho do Homepage, mas inclui contadores.
Cada contador deve respeitar a proporção de 138x138px, com espaçamento de 40px entre eles.
Os contadores podem ser personalizados conforme o KV — fontes, formas e cores — desde que mantenham a proporção original de 138x138px.

Rich Media (Interativo)

Criado com Celtra

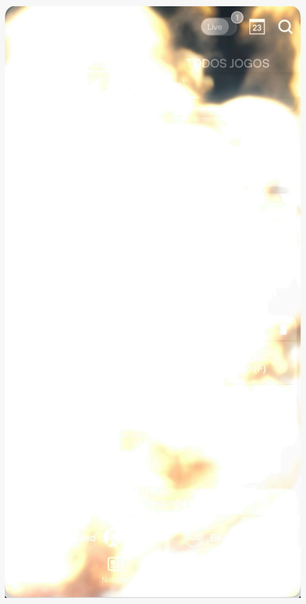


Boas Práticas: Nossos formatos interativos são sempre desenvolvidos a partir do KV da campanha, do briefing criativo e das diretrizes da marca. Assim, garantimos que cada interação seja natural e alinhada à identidade da marca.

A interatividade é pensada para potencializar a narrativa, nunca substituí-la. Textos, imagens e animações trabalham juntos para gerar engajamento de forma autêntica à campanha e à marca.

Dessa forma, asseguramos consistência em todos os formatos, proporcionando ao usuário uma experiência mais imersiva e envolvente.

Interstitial Motion



Boas Práticas: Os formatos intersticiais em motion utilizam elementos visuais do KV da campanha para criar animações que interagem com a tela do app.
O objetivo é que a marca se insira de forma natural e impactante na experiência do usuário.

As animações são pensadas para ampliar a narrativa da campanha, sem desviar a atenção da mensagem principal.
Objetos que atravessam a tela, transições que revelam o conteúdo e efeitos que conectam o universo da marca ao ambiente do app são exemplos de como entregamos uma experiência imersiva e envolvente.