

# CONTINENTE ONLINE

THE SALE OF ONLINE ADVERTISING

Mariana Luís

Student number | 152112071

Program | Master of Science in Business Administration

University | Católica Lisbon - School of Business and Economics

Advisor | Pedro Celeste

Dissertation submitted in partial fulfillment of requirements for the degree of MSc in Business Administration, at the Universidade Católica Portuguesa, January 2014

**ABSTRACT (ENGLISH)**

---

**Title:** Continente Online: the sale of online advertising**Author:** Mariana Luís

Continente Online is one of the online grocery stores in Portugal. Founded in 2001, Continente's Online store provides a convenience service to customers, offering more than 30,000 grocery and non-grocery products. Focus will be applied on this Portuguese case of E-commerce, with special attention being given to its monetization businesses, namely the sale of online advertising to third parties that was launched in 2010. This case study consists on a strategic reflection on the potentialities and challenges of this business. To do this, market research was conducted with the aim of understanding the reasons and objectives inherent to this business of online advertising and to identify and analyze the main differences between Continente's Online store and its advertisers' and customers' perceptions and also the online's store advertising campaigns. The findings suggest that Continente's Online store aims at monetizing its E-commerce platform investment, providing extra information to customers and increasing sales. In line with this, advertisers aspire to increase its visibility, communicate their brands and also increase their sales. Moreover, although the click intentions reveal to be low, the online advertising campaigns analyzed show a positive relationship between clicks and results, emphasizing the need of implementing better and more detailed performance monitoring. In order to continue with this monetization in the future, Continente's Online store still showed some room for improvement. Applying customized and one-to-one advertising strategies, investing in standard banners and being more conversions and performance oriented would be some recommendations done by the author.

**Key words:** E-commerce, Online grocery shops, Monetization, Online Advertising, Display Advertising

## **ABSTRACT (PORTUGUESE)**

---

**Título:** Continente Online: Venda de espaço publicitário

**Autor:** Mariana Luís

Continente Online é um dos supermercados online em Portugal. Fundado em 2001, o Continente Online oferece um serviço de conveniência, disponibilizando a todos os clientes mais de 30,000 produtos alimentares e não alimentares. Esta dissertação foca-se no caso Português de E-commerce, mais concretamente num dos negócios de monetização, ou seja, a venda de publicidade online a terceiros que se iniciou em 2010. Este caso de estudo consiste numa reflexão estratégica sobre as potencialidades e desafios deste negócio. Para tal, uma investigação de mercado foi realizada com o objetivo de compreender quais as razões e os objetivos inerentes a este negócio de publicidade online e identificar e analisar as principais divergências de acordo com as perceções do Continente Online, anunciantes e clientes. Os resultados obtidos sugerem que a loja do Continente Online visa rentabilizar o seu investimento em E-commerce, fornecer informações aos clientes e aumentar as vendas. Em consonância com isso, os anunciantes aspiram um aumento de visibilidade, comunicar marcas e também aumentar vendas. Além disso, apesar das intenções de clique estudadas terem revelado ser baixas, as campanhas de publicidade online em estudo demonstraram uma relação positiva entre cliques e resultados, enfatizando a necessidade de implementação de uma melhor e mais detalhada monitorização de desempenho. Para continuar com esta monetização no futuro, o Continente Online ainda mostrou algum espaço para melhorias. Aplicando estratégias de publicidade customizadas, investindo em formatos de publicidade estandardizados e estar mais focado em medidas de conversão e desempenho são algumas recomendações feitas pelo autor.

**Palavras-chave:** Comércio eletrónico, lojas alimentares online, monetização, publicidade online, publicidade de exibição