



nsctotal.com.br

RELEVÂNCIA

O que acontece de mais relevante em SC, no Brasil e no mundo, sob a ótica de jornalistas e colunistas que vivem Santa Catarina.

BRAND SAFETY

Um ambiente seguro para associação de marca, o que garante um bom contexto para as mensagens publicitárias e evita riscos reputacionais para os parceiros comerciais.



Conteúdos exclusivos

Um time de colunistas que geram conteúdos diários, especiais, exclusivos e relevantes para todo o estado.

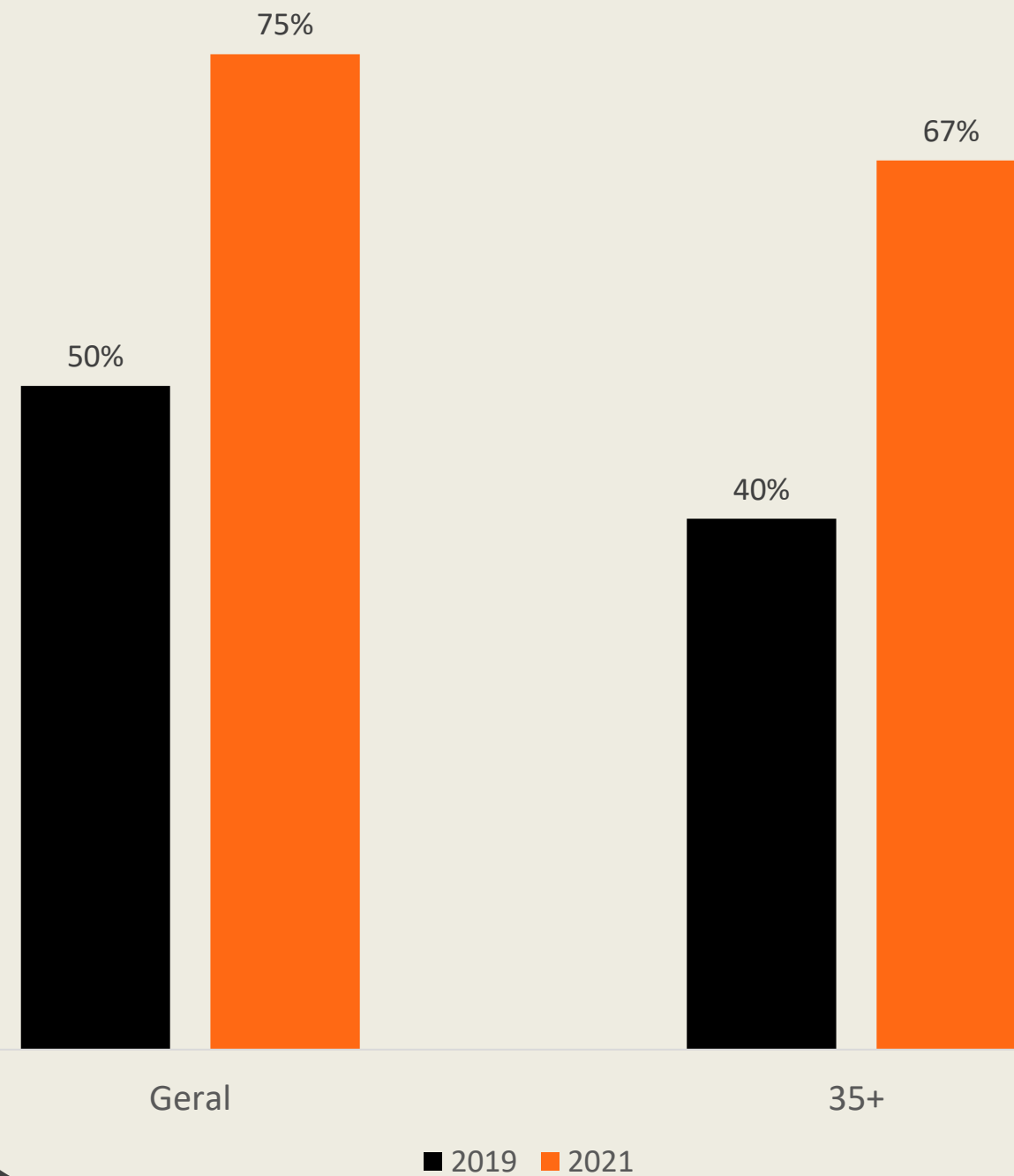


REPUTAÇÃO

A reputação digital é mais importante do que nunca, em 2021,
3 em cada 4 consumidores afirmaram ter a internet como a primeira fonte de busca.

Fonte: Kantar IBOPE Media | Target Group Index

“Quando preciso de informações, o 1º lugar que busco é na internet.”





NSC TOTAL

AUDIÊNCIA

NSC TOTAL	Média Mensal
Usuários	10 MM
Visualizações de páginas	23,9 MM
Tempo médio por visita	2 min 38 seg

TOP CIDADES

(Top 5 cidades com mais usuários no estado, média mensal)

Florianópolis	460M
Joinville	273M
Blumenau	184M
São José	93M
Itajaí	82M

LIDERANÇA

A cada mês, consolidamos ainda mais nossa liderança quando falamos em usuários únicos, em Dezembro/22 alcançamos a marca de 23,6% (cerca de 2 milhões de usuários) a frente do concorrente 01.

Fonte: IVC Dezembro/22



PERFIL

GÊNERO

masculino

55%

feminino

45%



estar no NSC Total
**é estar em contato com um público
jovem e economicamente ativo!**

FAIXA ETÁRIA

55+

14%

45-54

12%

35-44

19%

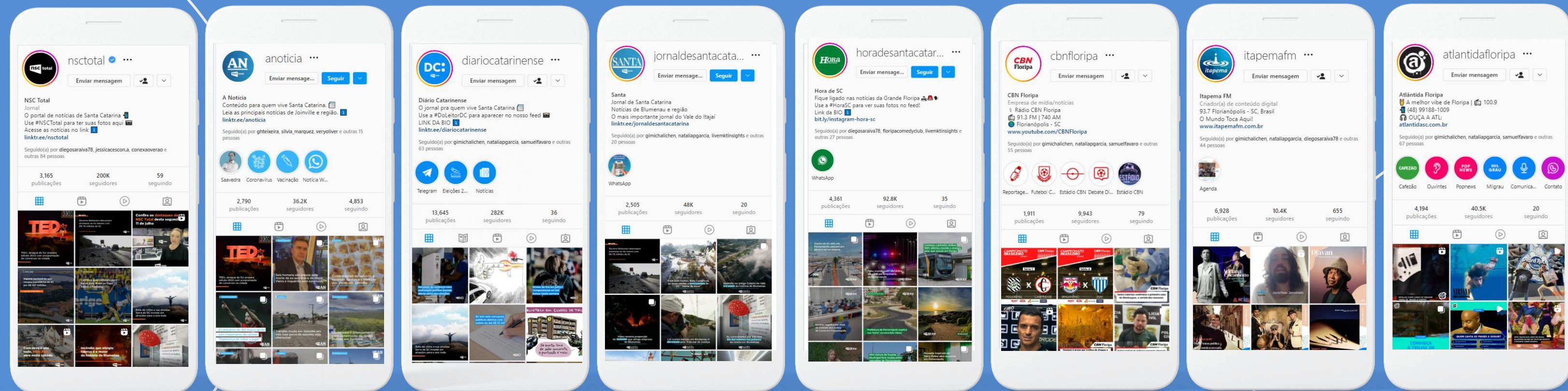
25-34

28%

18-24

28%

Perfis de cada veículo, para **todos os públicos.**

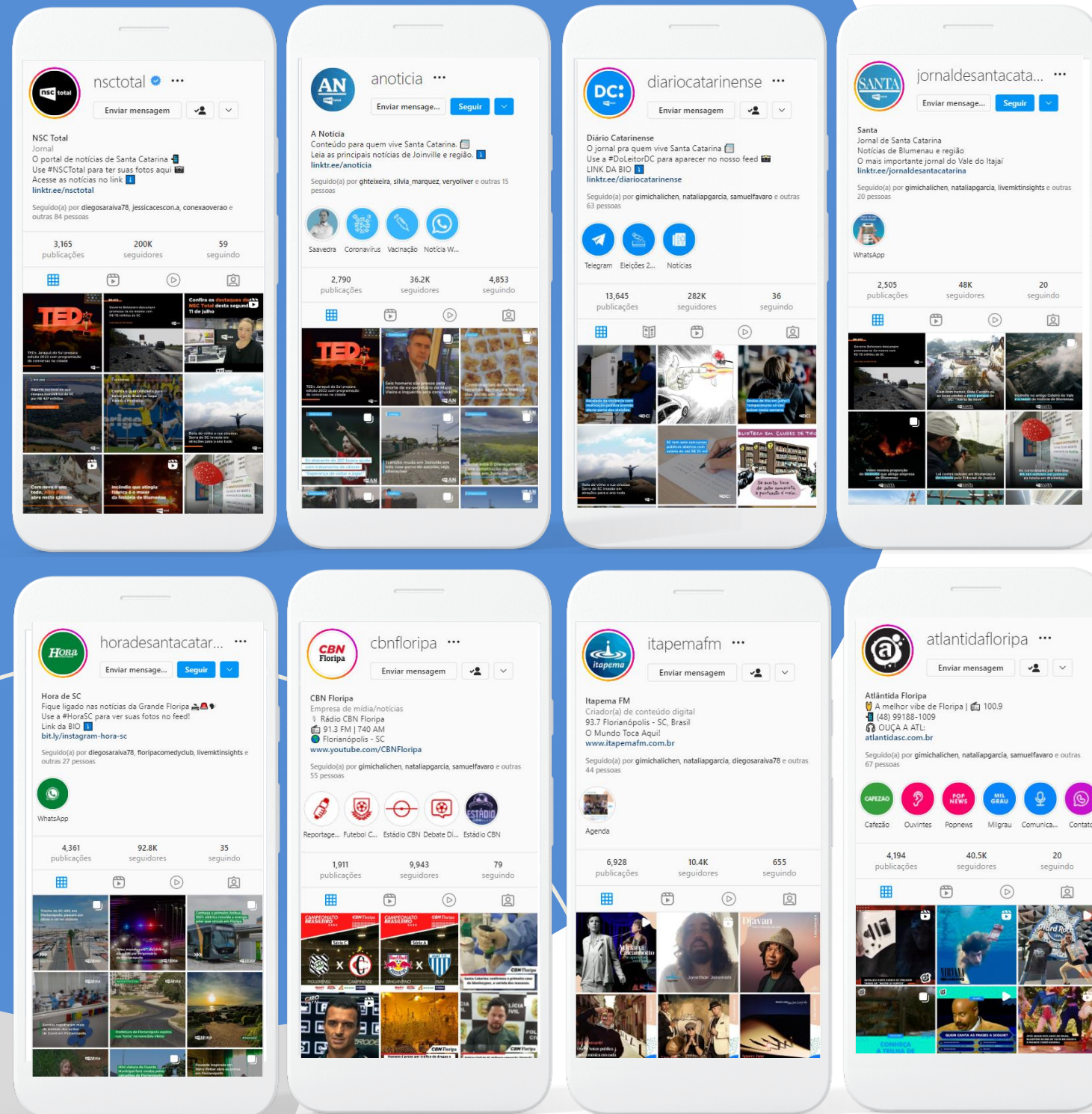


REDES SOCIAIS

DADOS GERAIS

+ de 3.2 milhões
de seguidores em todas as redes
do grupo.

Fonte: Instagram/Facebook :: Julho/2022



MÍDIA DIGITAL

A publicidade se torna mais orgânica, menos interruptiva e mais user friendly.

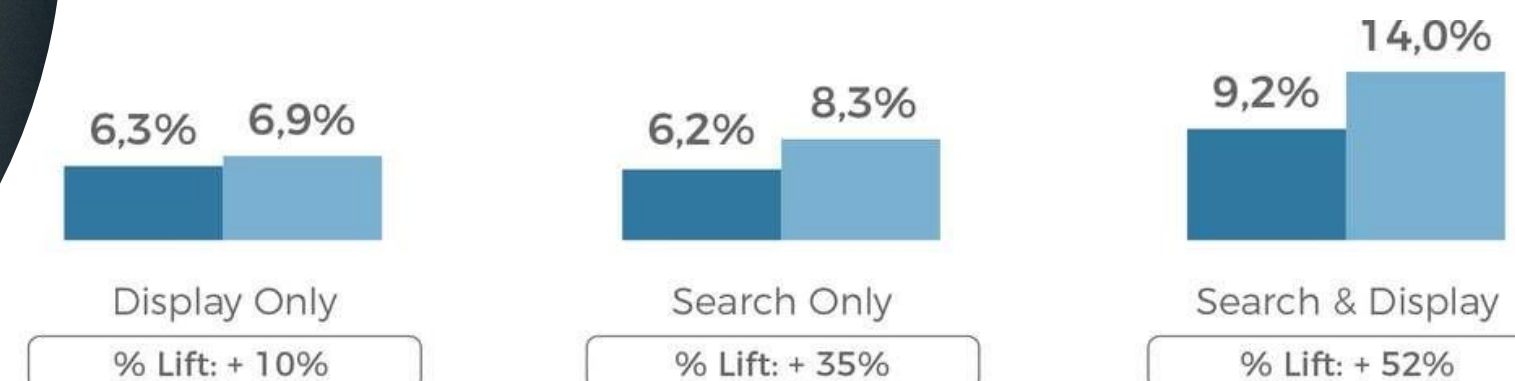
Ganha o leitor e o anunciante.



O banner display impulsiona outras mídias.

De acordo com o estudo do **iCrossing**, campanhas em display exercem papel importante na **geração de novas pesquisas nas buscas e promovem 14% e 15% de aumento no tráfego orgânico e pago, respectivamente.**

%Making A Purchase Online



OTIMIZAÇÕES

Ferramentas de segmentações e otimizações disponíveis para falar com o público correto para a marca.



INTERESSES



GEOLOCALIZAÇÃO



DEMOGRAFIA



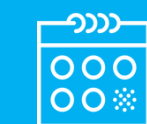
INTENÇÃO DE COMPRA



REMARKETING



AJUSTE DE
FREQUÊNCIA

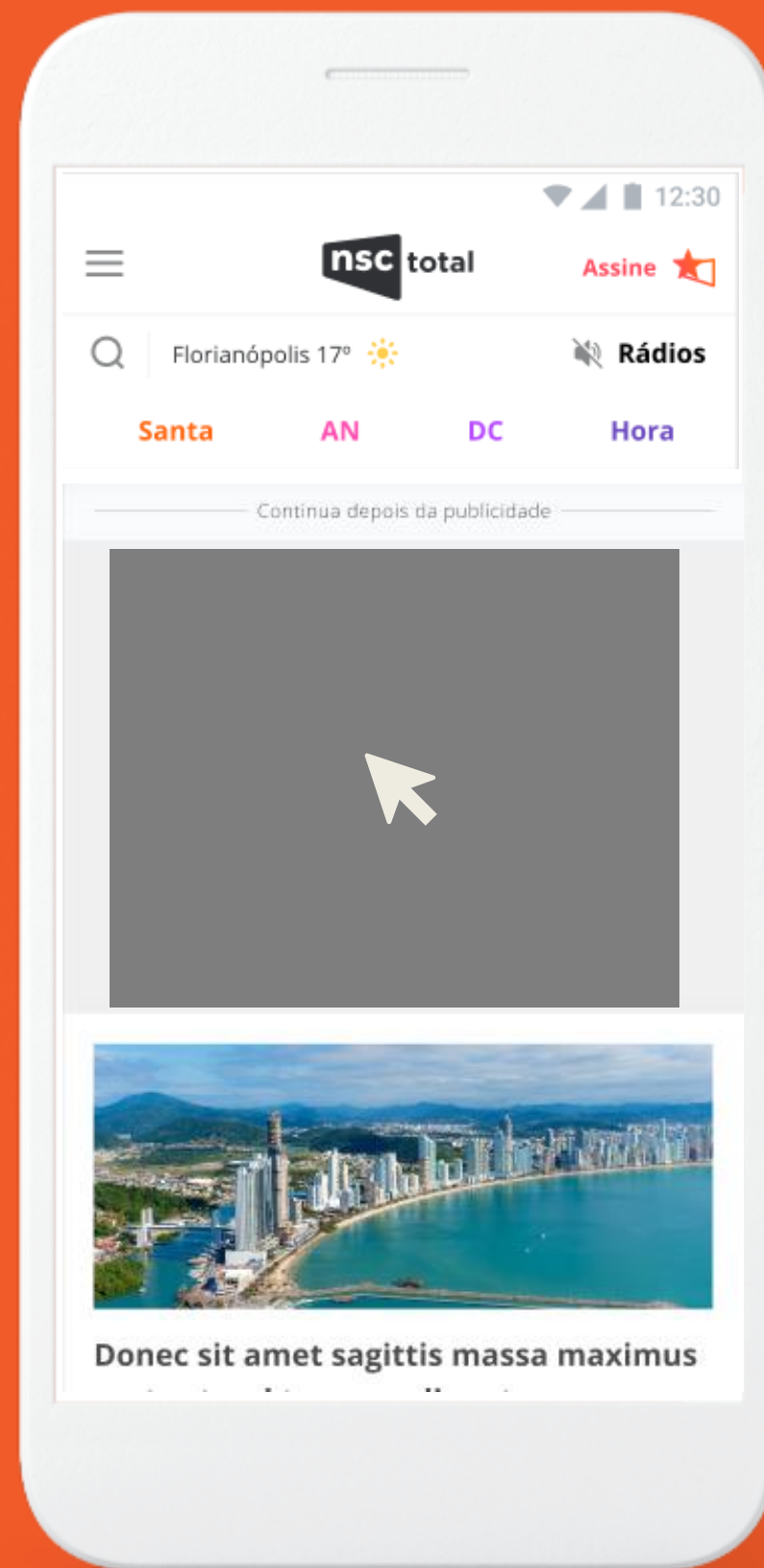


MELHORES
HORÁRIOS E DIAS



ANÁLISE DE
PERFORMANCE





Uma gama de possibilidades de formatos

Além dos formatos já existentes, os anunciantes, ganham uma lista de possibilidades que vão deixar as entregas mais atrativas e eficientes.



TAMANHO 300X250

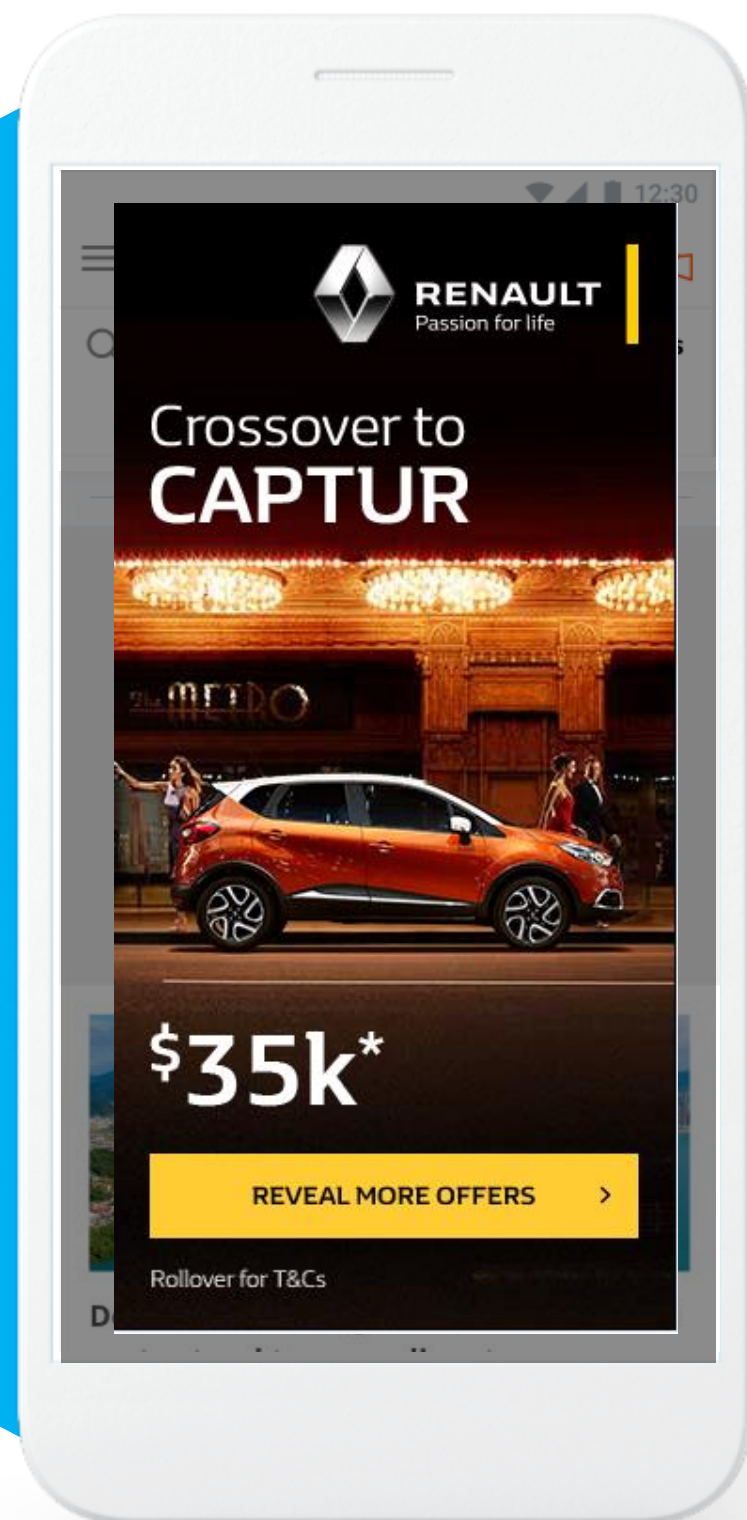
Formato padrão IAB, podendo ser distribuído no Desktop e(ou) Mobile em home e internas nas propriedades da NSC.

Formato aceito no espaço:

RETÂNGULO MÉDIO [\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)





TAMANHO 300X600

Formato vertical padrão IAB distribuído em home e internas no mobile nas propriedades da NSC.

Formato aceito no espaço:

FLYING CARPET [\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)



TAMANHOS 970x150 | 970x250 | 320x100

Formatos horizontais padrão IAB distribuídos em diversos ambientes desktop e mobile nas propriedades da NSC. Pode ser encontrado nas homes e internas de forma determinada ou rotativa.

Formato aceito nos espaços:

MAXIBOARD

[Confira as especificações aqui!](#)

BILLBOARD ([Referência](#))

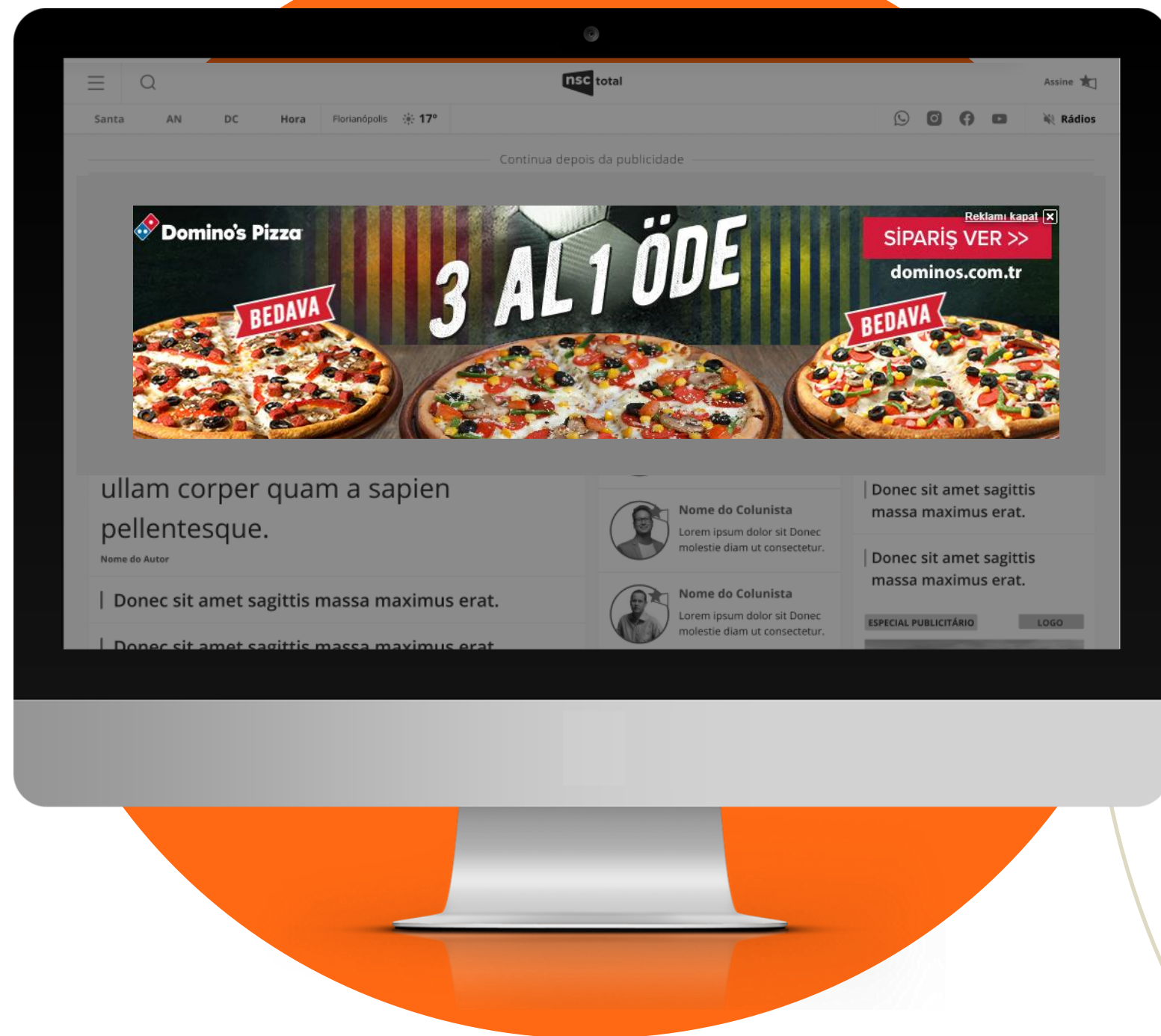
[Confira as especificações aqui!](#)

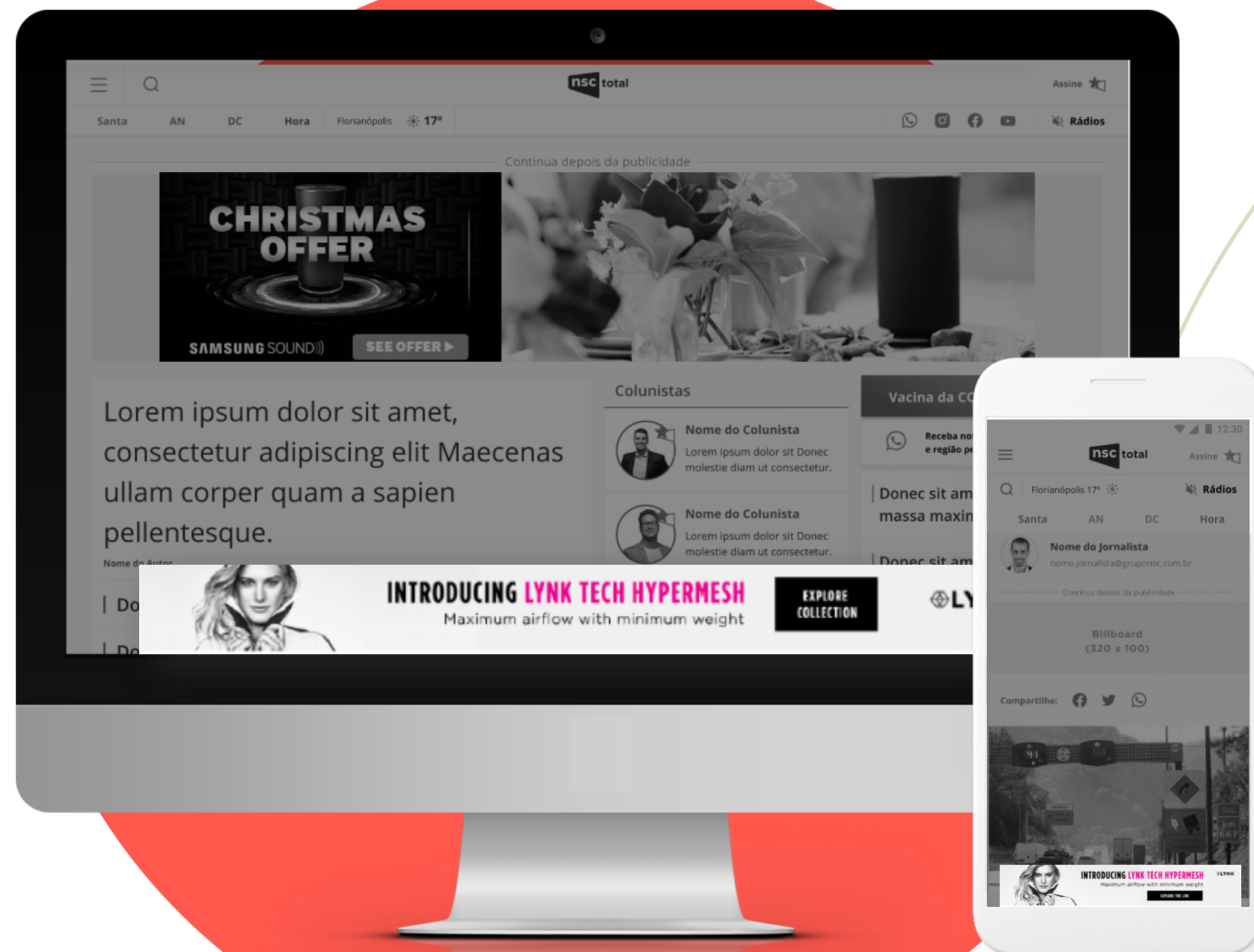
TAMANHO 1200X400

Formatos horizontais padrão IAB distribuído apenas na home no dispositivo desktop nas propriedades da NSC.

Formato aceito no espaço:

PARALLAX





TAMANHOS 970X90 I 320x50

Formatos horizontais padrão IAB distribuído na home e internas tanto para desktop quanto para mobile, o formato fica sobreposto ao conteúdo durante a rolagem nas propriedades da NSC.

Formato aceito nos espaços:

ANCHOR

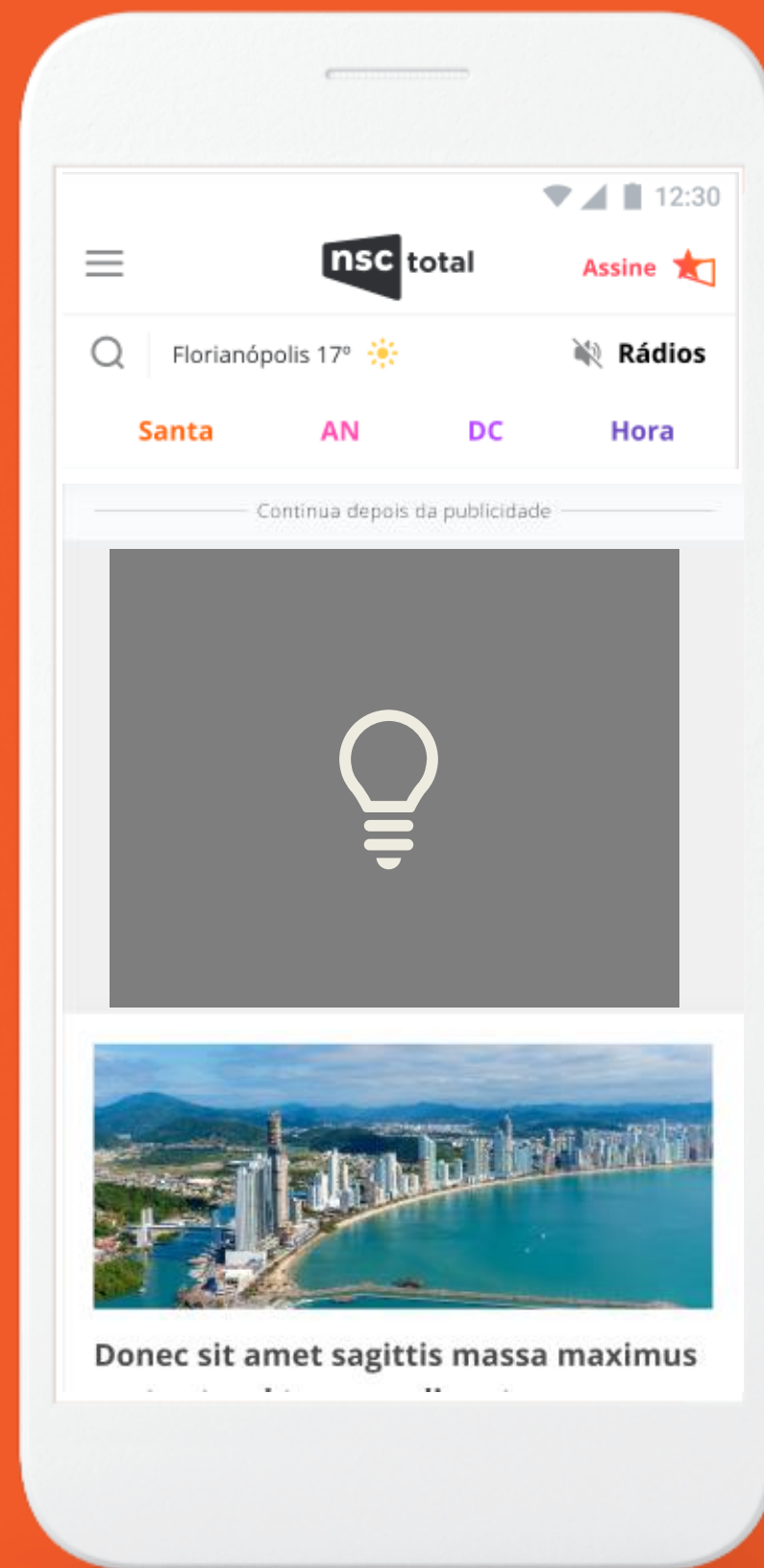


TAMANHO 300x169

Formatos que se assemelha a uma chamada de conteúdo nativa no site, localizado no ambiente outbrain nas internas do NSC Total.

Formato aceito no espaço:

NATIVE CHAMADA



Formatos Personalizados

Criação de formatos exclusivos sob demanda, são criativos que dependem da construção da arte por parte de agências digitais e incidem custos de produção.



FORMATOS PERSONALIZADOS

Formatos com funções de interação diferenciados e personalizados.

VITRINE DE OFERTAS

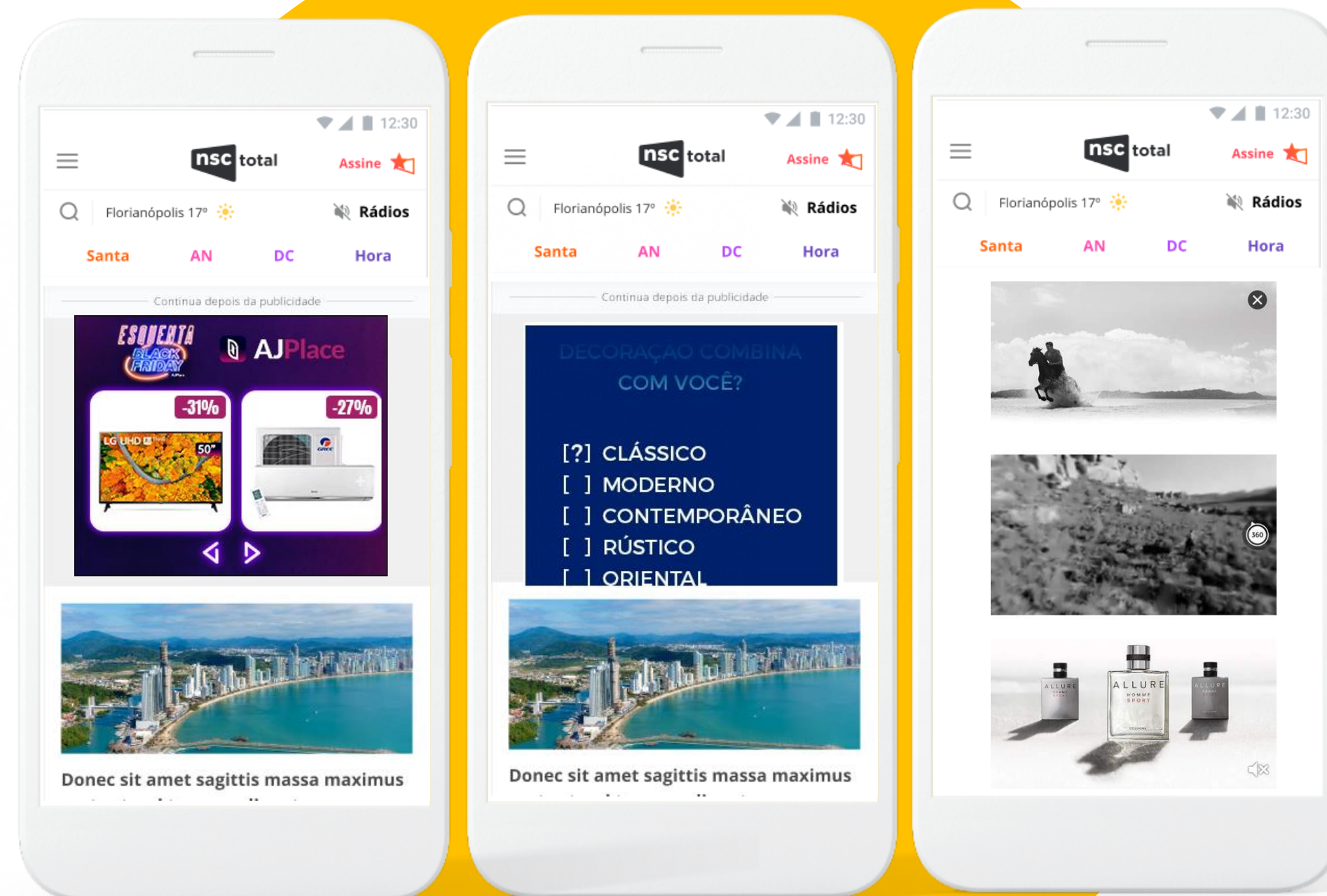
Formato 100% personalizado, com ofertas de diversos produtos.

SMART QUIZ

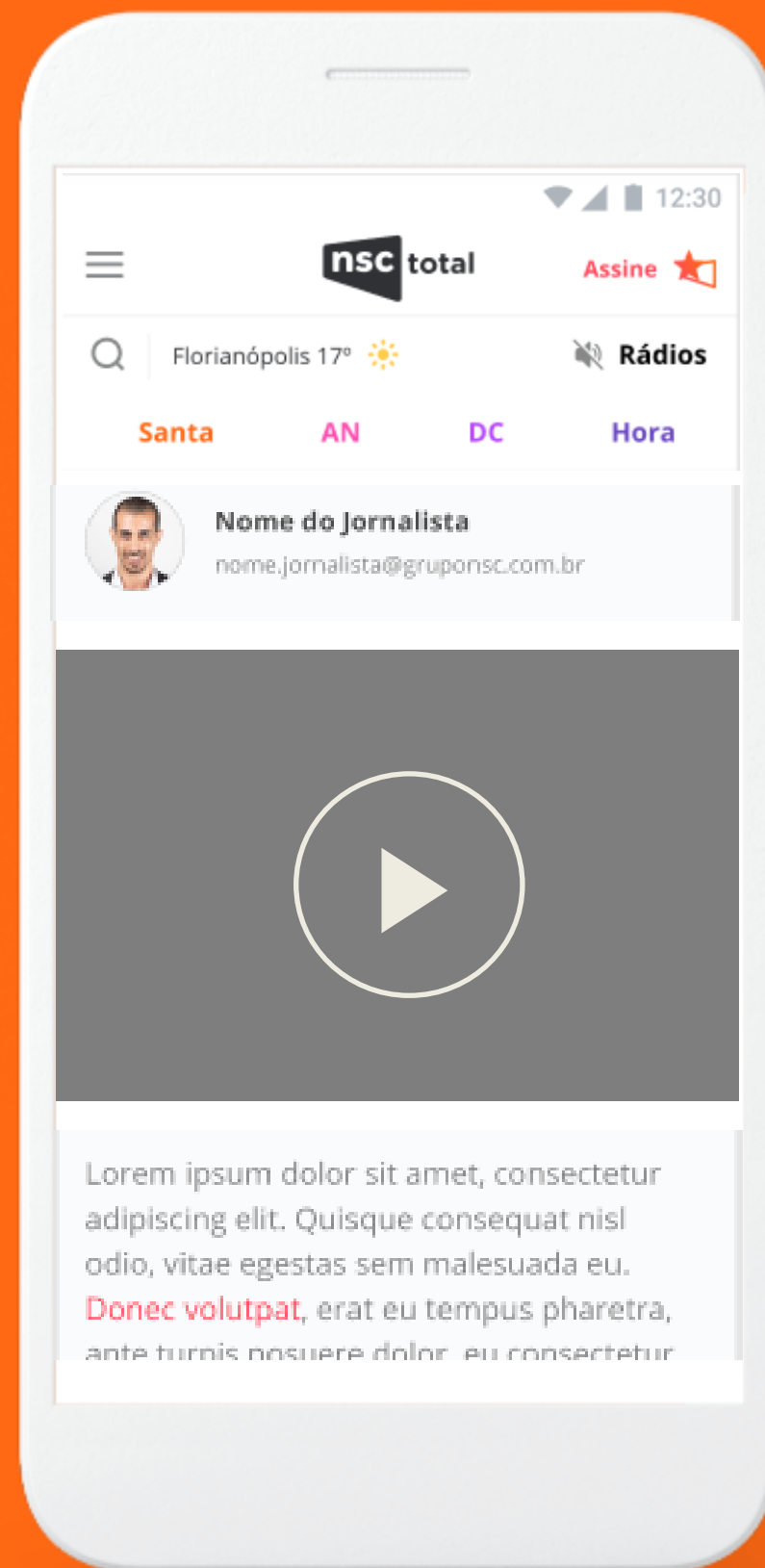
Uma sequência de perguntas onde o resultado final é um produto baseado nas respostas.

BANNER 360º

Um formato que possibilita a navegação “dentro” de ambientes específicos através da interação com a arte.



*consultar condições e valores de produção.



Formatos em Vídeo

Formatos que unem uma comunicação audiovisual completa.



CONSUMO DE VÍDEO

O Brasil é recordista em consumo de vídeo. Somos apaixonados por conteúdo áudio visual



7h09

É a média de tempo de consumo de televisão por dia no Brasil.

Fonte: Fonte: Kantar IBOPE Media | Target Group Index | Global Quick View 2020

Fonte: : Kantar Ibope Media – Target Group Index (TGI), RM Florianópolis, 2021

CONSUMO DE VÍDEO



72%

Dos consumidores dizem preferir descobrir um produto ou serviço por meio de vídeo



97%

Dos catarinenses consomem vídeo semanalmente. O número é 12% maior do que os demais formatos.

Fonte: Hubspot Trends, 2019



MAIS RESULTADO PARA AS MARCAS



93%

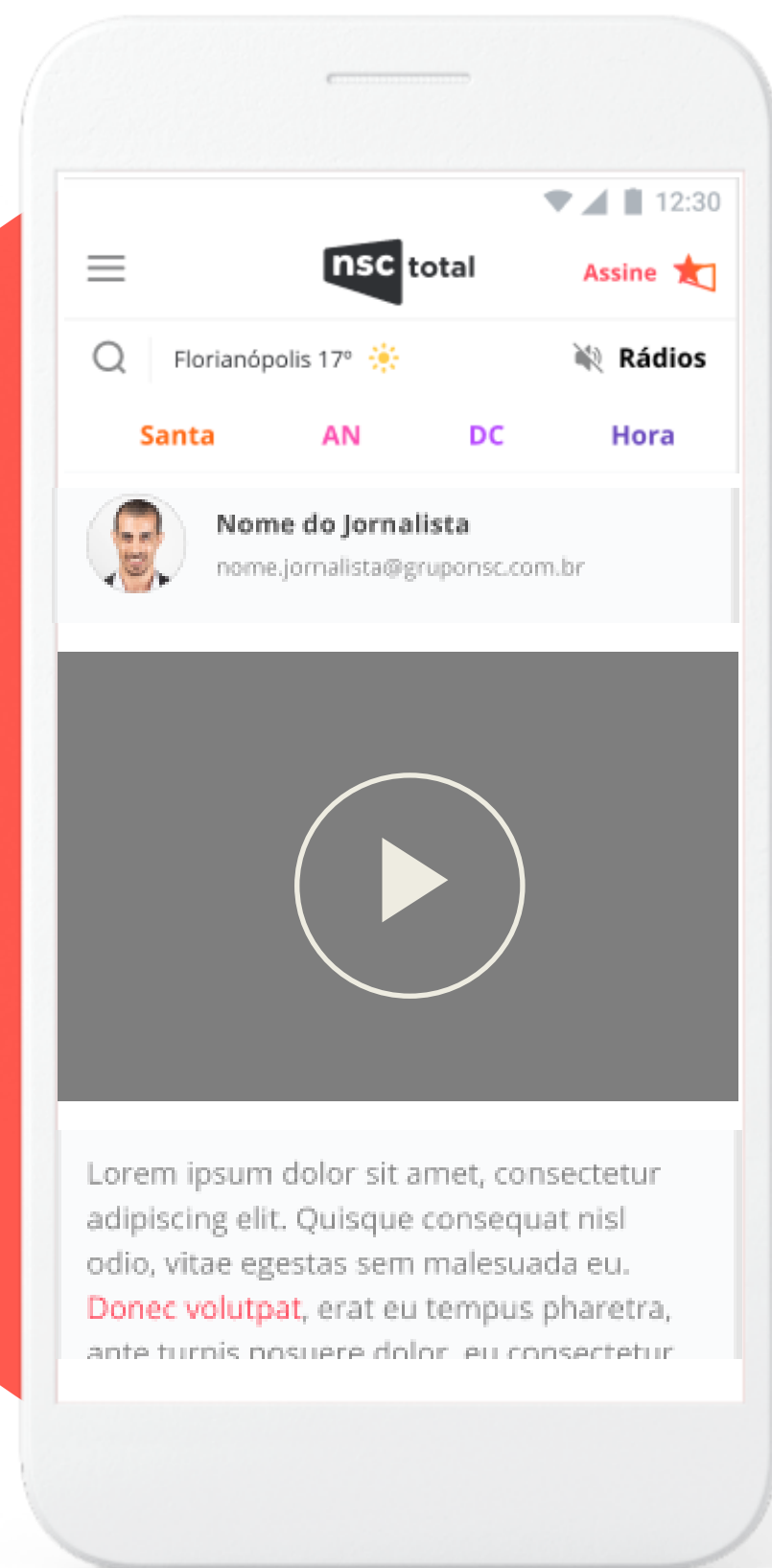
Das empresas que usam vídeo dizem que percebem aumento no brand awareness.



87%

Das empresas que usam vídeo dizem que o formato ajuda a melhorar o ROI.





VÍDEO

Formatos de vídeo in-stream. Nosso portfólio conta com vídeos de até 15 segundos sem skip, e até 180 segundos com skip. Desktop e Mobile. Versões menores de até 6 segundos também são aceitas sem a função de skip.

Formatos aceitos nos espaços:

PRÉ ROLL ATÉ 180 SEGUNDOS

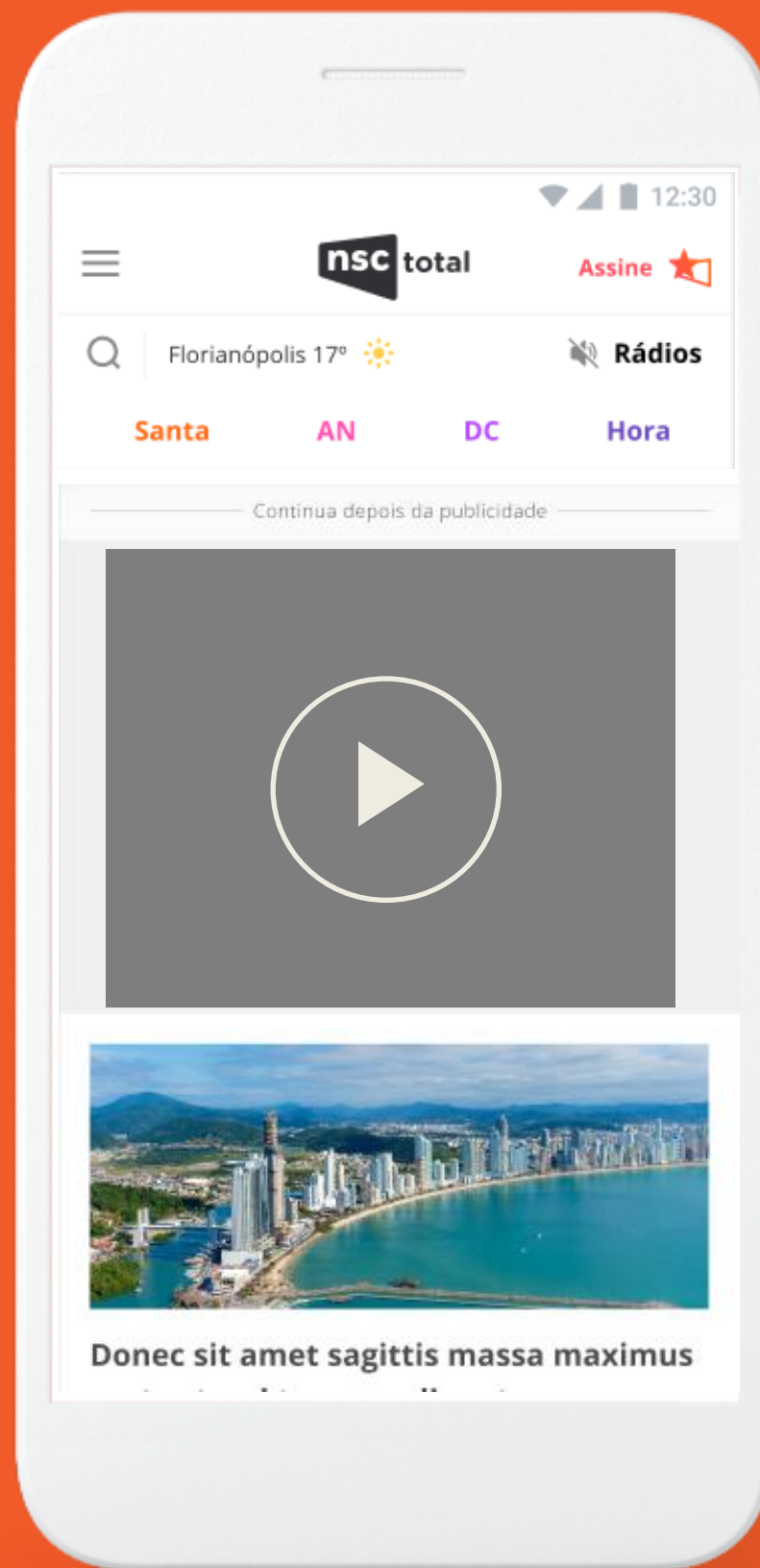
(Referência)

[Confira as especificações aqui!](#)

BUMPER ADS ATÉ 6 SEGUNDOS

(Referência)

[Confira as especificações aqui!](#)



Formatos Banner com aplicação de vídeo (out-stream)

Além dos formatos padrões de display e de vídeo, possuímos também os formatos com vídeos integrados.



BANNER VÍDEO

(Formato em que o banner possui uma divisão de arte + vídeo)

Formatos display com a possibilidade de aplicação de vídeos.

BILLBOARD

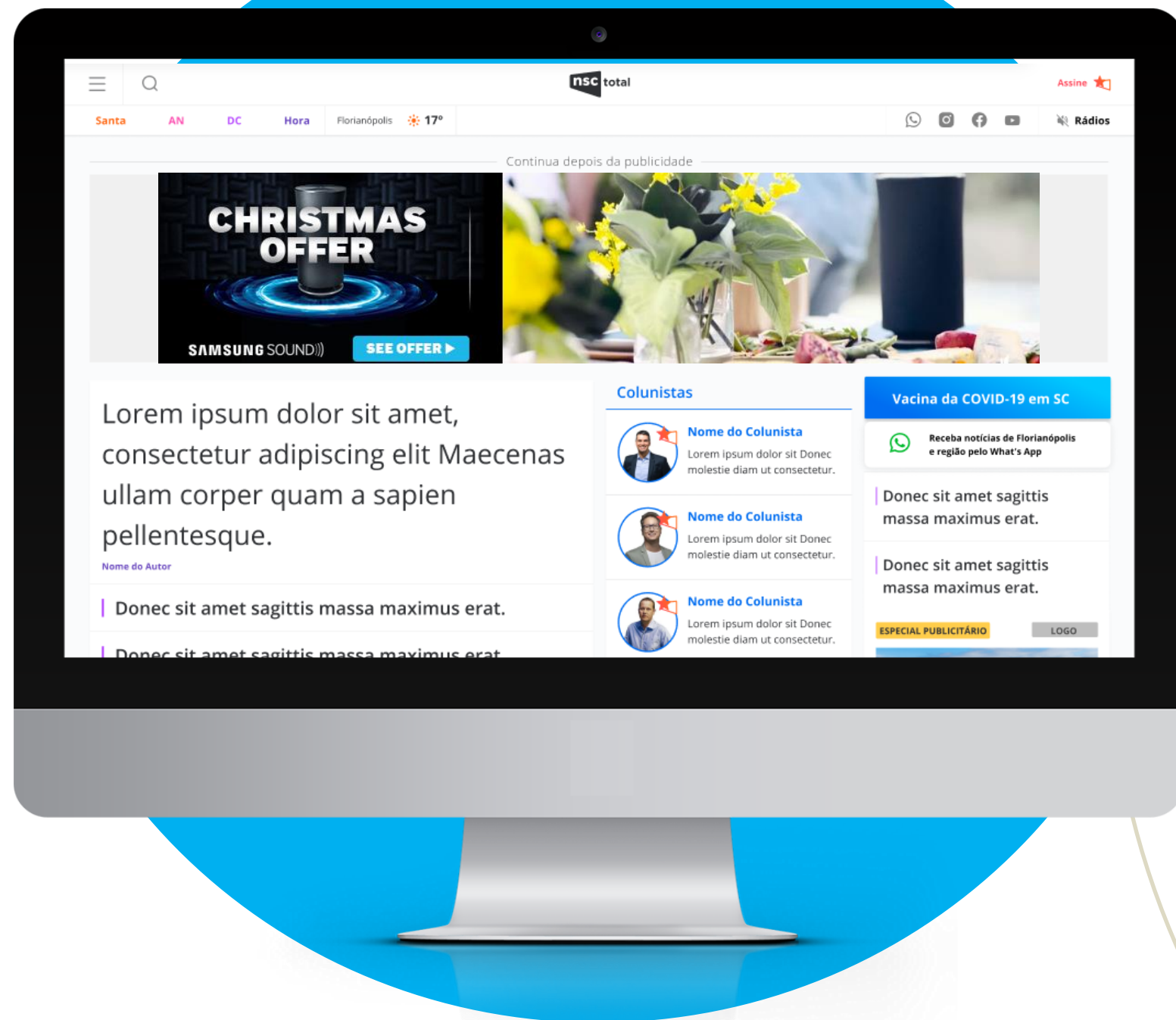
HALF PAGE

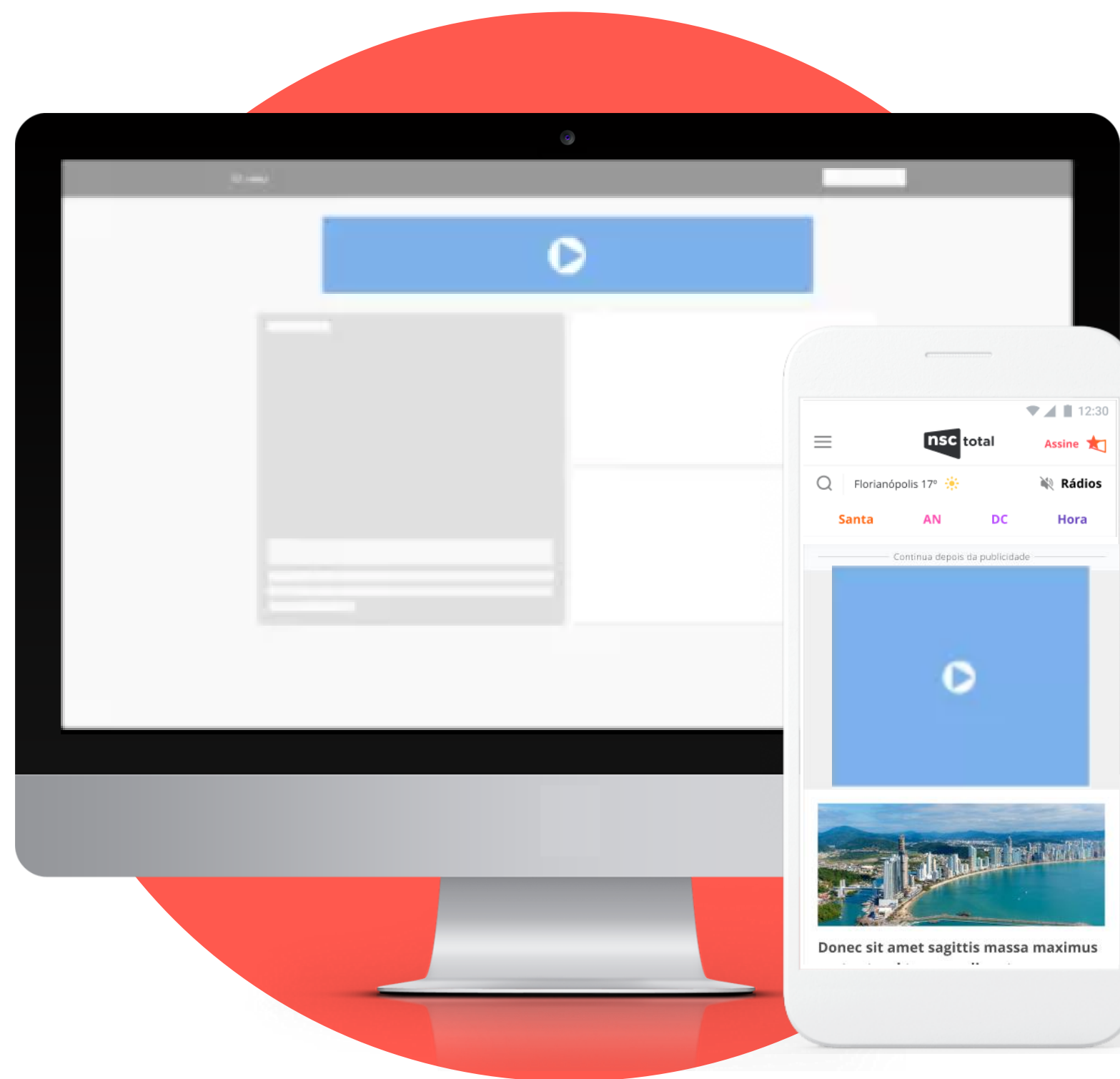
RETÂNGULO MÉDIO

(Referência)

[Confira as especificações aqui!](#)

Para aplicação deste formato é necessário que o anunciante envie todos os materiais necessários que serão levados a um parceiro que construirá o banner.





BANNER VÍDEO

(Formato em que todo o banner é preenchido com o vídeo)

Formatos display com a possibilidade de aplicação de vídeos.

BILLBOARD

HALF PAGE

RETÂNGULO MÉDIO

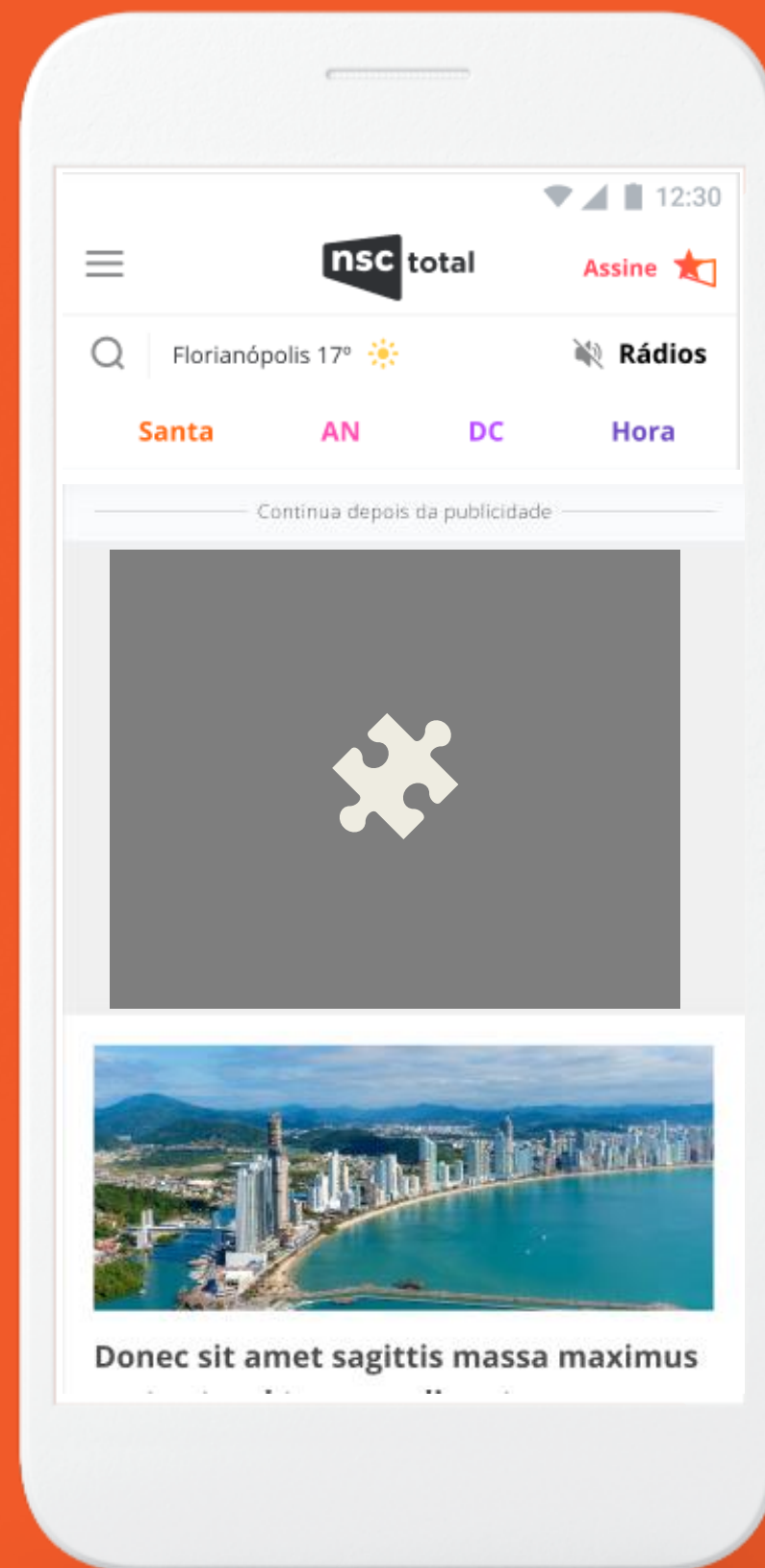
(Referência)

[Confira as especificações aqui!](#)

[Especificações Desktop](#)

[Especificações Mobile](#)

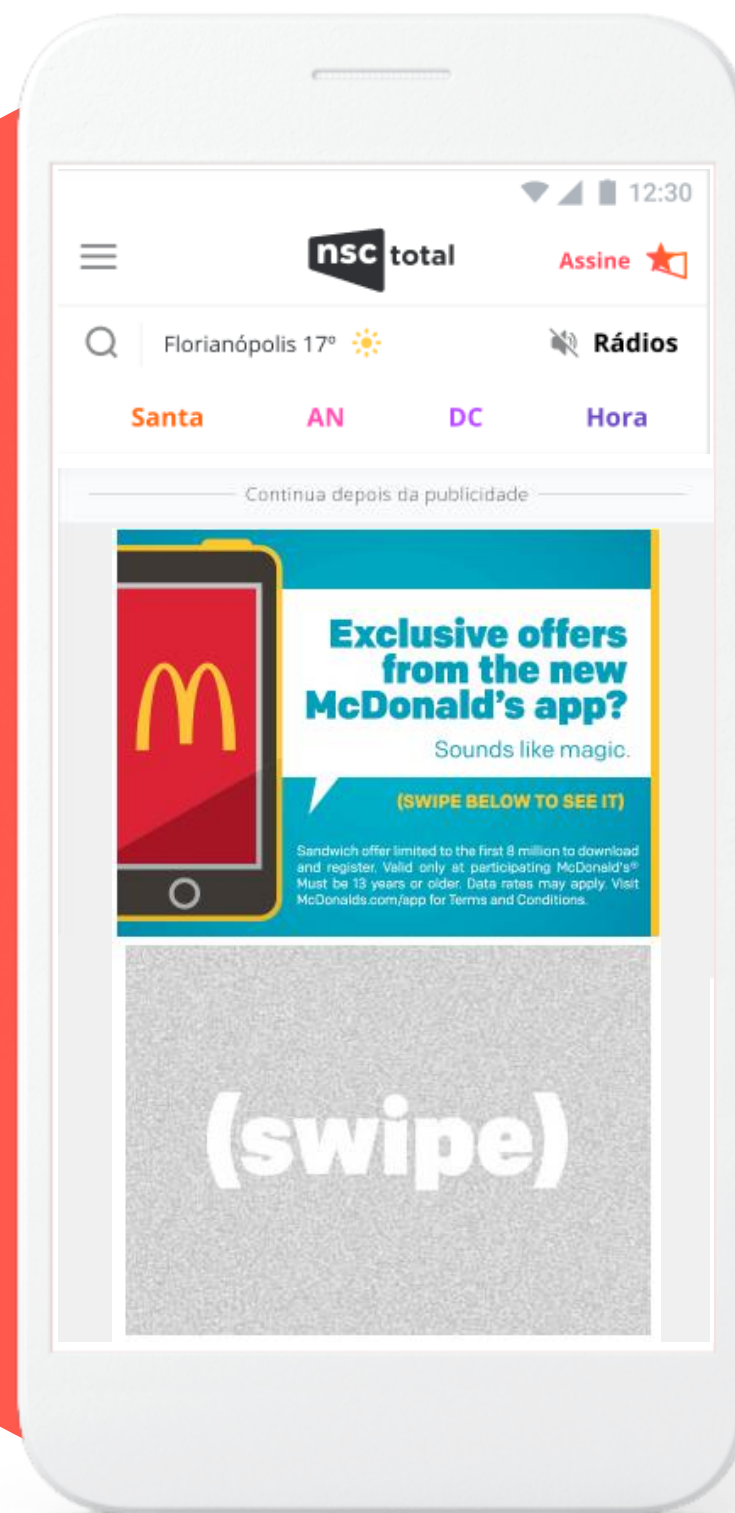
Para aplicação deste formato é necessário que o anunciante envie todos os materiais necessários que serão levados a um parceiro que construirá o banner.



Formatos Playable

Formatos que promovem interação através de pequenos “jogos”, uma entrega de publicidade mais lúdica e divertida para os usuários.





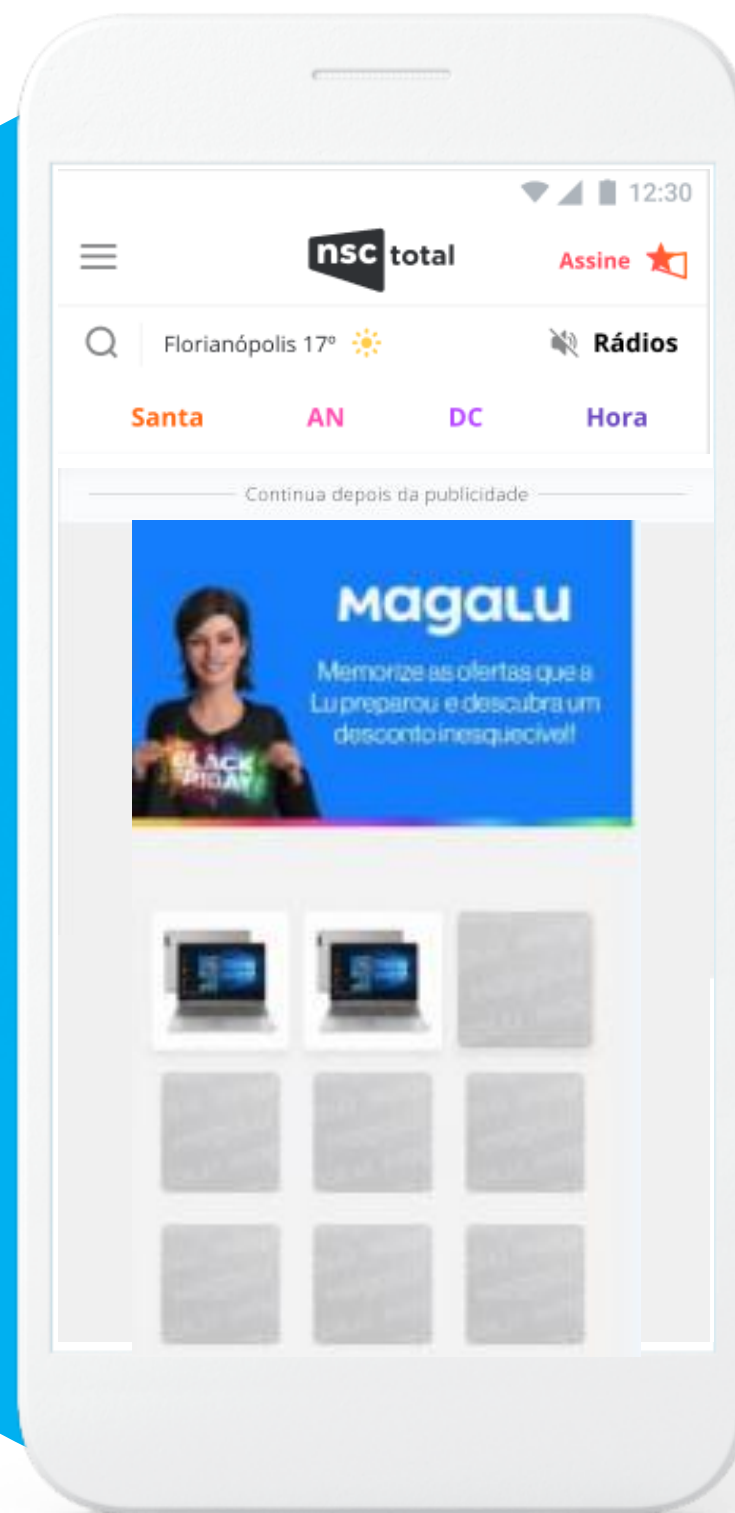
PLAYABLE RASPADINHA

Uma área do banner pode ser “raspada” para a aparição de uma determinada mensagem ou até mesmo cupom de descontos.

RASPADINHA

(Referência)

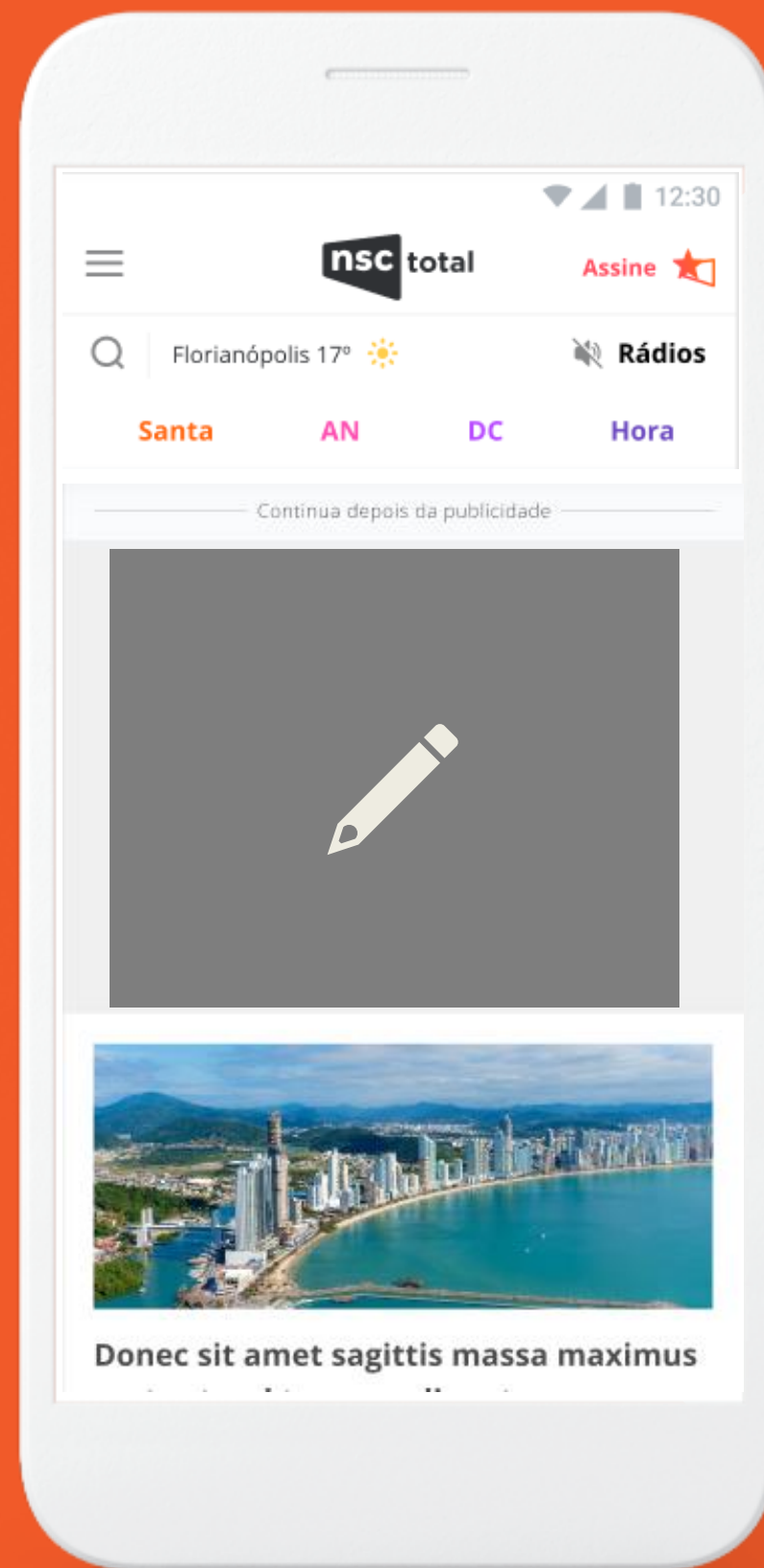
[Confira as especificações aqui!](#)



PLAYABLE JOGO DA MEMÓRIA

Banner com interação de jogo da memória, a combinação de cards pode revelar promoções e cliques para carrinho de compra.

[Confira as especificações aqui!](#)



Criação de conteúdos

Os artigos de branded content ganharam destaque no editorial e na página do anunciante, é garantido a exclusividade de anúncios durante a veiculação da campanha.



CONTEÚDO POTENCIALIZA VENDAS

Um estudo da Nielsen, mostrou que das campanhas que apresentaram awareness acima de 30%, todas tiveram **conversão superior a 40%.**

Essas marcas se destacaram da amostra em termos de intenção de compra, indicando a importância de trabalhar a saúde do funil completo, do awareness (para aumentar as chances de comprar a marca) à conversão.

<https://www.predicta.net/blog/post/2019/02/05/midia-display-o-que-e-quais-formatos-e-quando-usar/>





MATÉRIA PUBLICITÁRIA

Matérias avulsas, exclusivas do cliente, seguindo o layout padrão do NSC Total. Os conteúdos precisam passar pela aprovação do time de conteúdo da NSC.

PERÍODO:

_10 dias de ativação.

PRODUÇÃO/CURADORIA:

_Produção ou curadoria realizada com o estúdio de branded;

APROVEITAMENTO COMERCIAL:

_Formatos publicitários, dentro da matéria (imagem ao lado) mídias exclusivas do anunciante;

_+ Mídia de divulgação + impulsionamento nas redes sociais (opcional) + mídia exclusiva (opcional).

EXEMPLOS:

JEC ASSUME A LIDERANÇA

SUPERMERCADO ONLINE



ESPECIAL PUBLICITÁRIO

Canal exclusivo do cliente, seguindo o layout padrão do NSC Total. As matérias, hospedadas no especial, precisam passar pela aprovação do time de conteúdo da NSC.

PERÍODO:

_30 dias de ativação (mínimo).

QUANTIDADE DE MATÉRIAS:

_Mínimo de 05 conteúdos para abrir o canal;

PRODUÇÃO/CURADORIA:

_Produção ou curadoria realizada com o estúdio de Branded;

APROVEITAMENTO COMERCIAL:

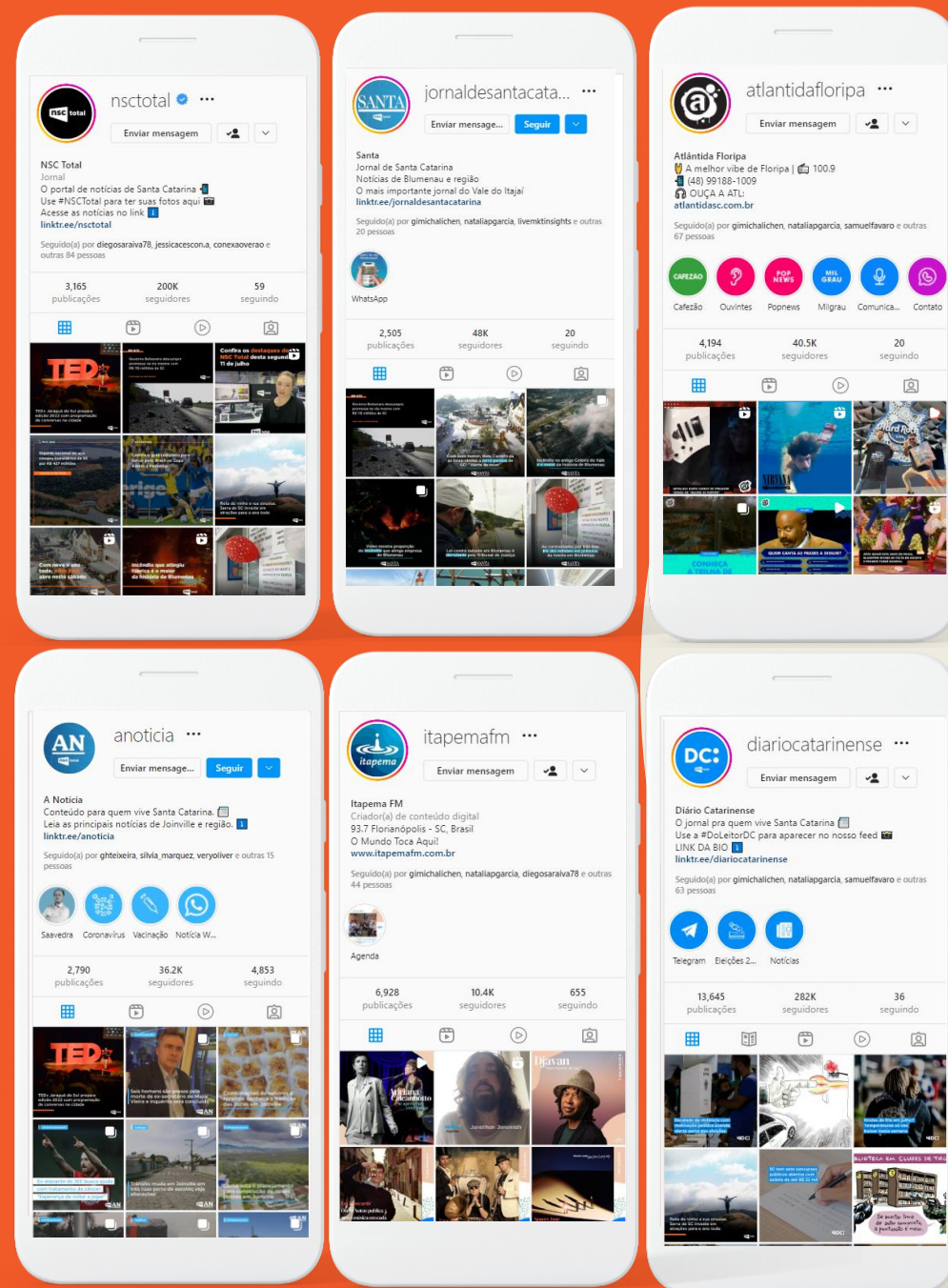
_Formatos publicitários exclusivos no canal

_+ Mídia de divulgação + impulsionamento nas redes sociais (opcional) + mídia exclusiva (opcional).

EXEMPLOS:

FLORIANÓPOLIS, UMA CIDADE PARA TODOS

MAIS TEMPO PARA VIVER BEM



Redes Sociais

Diversos formatos para engajar os públicos tanto nos perfis do Instagram quanto para os perfis do Facebook.



VEJA UM EXEMPLO



MERCHAN NAS REDES SOCIAIS

MERCHAN STORIES I FEED

O comunicador contratado, dá um depoimento sobre o produto ou serviço, através de experiência ou foto com objeto, publicado nos Stories e/ou feed do Instagram do perfil do veículo.

MERCHAN STORIES NO PDV

O comunicador contratado, vai até o cliente, mostra ofertas, interage na loja e dá um depoimento sobre o produto ou serviço, através de experiência ou foto com objeto, publicado nos stories e/ou feed do Instagram do perfil do veículo.

VEJA UM EXEMPLO



REELS

Formatos de vídeos curtos, gravados na vertical e que podem combinar áudio, imagens, textos e efeitos visuais. Publicação no feed do perfil e na aba do instagram dedicada ao formato. O reels, deve obrigatoriamente, conter a presença de um comunicador da NSC.

Produção do material via estúdio de branded da NSC, a criação padrão contempla um vídeo de até 60 segundos construído no formato motion com imagens de banco de imagens sem gravação.



DARK POST (FEED I STORIES)

Uma publicação patrocinada e segmentada, dentro da audiência do veículo, ou buscando novas audiências.

O formato não aparece na timeline da página em questão. Eles são parecidos com os posts patrocinados.

Esse tipo de post vai aparecer apenas no feed de notícias dos usuários escolhidos por meio da segmentação. O conteúdo dessa forma é mais livre para o cliente, com possibilidade de cards, ofertas e tem garantia de uma exibição maior do que a orgânica



nsctotal.com.br