

Conteúdo que marca

Portfólio de projetos do Estúdio NSC Branded Content

Experiência faz toda a diferença

Com um histórico de 40 anos em comunicação, a NSC tem experiência de sobra em conteúdo. Por trás das matérias que você encontra na TV, na rádio, nos impressos e no digital, há equipes de jornalistas, apresentadores, editores, redatores, cinegrafistas, fotógrafos e muitos outros profissionais para descobrir e divulgar tudo que acontece em Santa Catarina.

Mas além do jornalismo de qualidade, a NSC também elabora conteúdos assinados por marcas, que combinam informação de relevância relacionadas ao negócio de cada empresa anunciante. Em formatos variados, desde **canais digitais** até ações pontuais de marcas, a NSC trata da comunicação estratégica das empresas com o mesmo compromisso que marca o jornalismo e fazemos as marcas também virarem notícia. Confira nas páginas seguintes as etapas envolvidas nessa produção e alguns cases para inspirar você.

Boa leitura!

ÍNDICE

- Por que conteúdo patrocinado?
- Por dentro do Estúdio NSC Branded Content
- Cases
 - Oktoberfest
 - Icasa (Sabor Catarina)
 - Icasa (Agro de Valor)
 - Sebrae/SC
 - UniSociesc
 - Prefeitura de Florianópolis
 - RG Complicité
 - Procobre
- Conteúdo patrocinado em dados
- Por que a NSC?
- Contato

Por que conteúdo patrocinado?

Não existe um meio exclusivo que garanta o sucesso na comunicação da marca. O que existe, na verdade, é um conjunto de estratégias para alcançar o público de diferentes formas e potencializar o desempenho das campanhas multimídia.

O brasileiro está cada vez mais conectado à internet e, ao mesmo tempo, aumenta o tempo de consumo da televisão. O consumidor responde tanto ao marketing inbound quanto ao outbound e uma mídia não invalida a outra. Elas se mesclam no comportamento multifacetado e integrado do indivíduo.

A NSC entende esse princípio. Por isso, oferece aos anunciantes variadas formas de se comunicar com seus públicos. Uma delas é por meio de conteúdos assinados pelas marcas, que podem aparecer em formato de branded content, publieditorial, native ads e afins.

Aqui, leia mais sobre a diferença entre cada um destes conceitos.

O conteúdo das marcas é especialmente importante no momento em que o público exige cada vez mais contextualização da comunicação. Com tantas fontes e tanta variedade de informação disponível, é natural que as pessoas selecionem os conteúdos mais adequados aos gostos e interesses delas.

O que o conteúdo patrocinado faz é contextualizar os assuntos da marca para o grande público da forma que ele gosta. Mas há outras vantagens nessa abordagem publicitária:

É uma abordagem não interruptiva ao público.

Desperta o interesse para o assunto que a marca aborda.

Permite reforçar a imagem da marca

É uma forma de trazer informações aprofundadas sobre o segmento de atuação da marca, sobre as causas que defende e sobre o que acredita.

Cria memórias de marca positivas na mente do consumidor.

.....

Por dentro do Estúdio NSC Branded Content

O conteúdo das marcas é feito por um núcleo especial dentro da NSC: o Estúdio NSC Branded Content. Uma equipe de especialistas formada por jornalistas, editoras, estrategistas, designers e analistas trabalha com base em três pilares:

Planejamento:

O planejamento é feito em conjunto com a marca, definindo o objetivo da comunicação, o público-alvo, o veículo mais adequado, o formato e a periodicidade do conteúdo, entre outros fatores.

Criação:

A criação é interna, conforme a estratégia definida. Ela pode envolver a produção de artigos, vídeos, programetes na rádio, VT de televisão e outros materiais especiais. Essa criação é pensada para encaixar perfeitamente no veículo de interesse do público-alvo da campanha.

Distribuição:

A distribuição segue o planejamento, entre as diversas opções que a NSC tem para veicular o conteúdo patrocinado na TV, rádio, impressos e, principalmente, nos canais on-line.

Assim, o Estúdio NSC Branded Content cuida de ponta a ponta do conteúdo para marcas, como demonstram os cases a seguir.





Cases

Oktoberfest

Desafio:
como dar fôlego à
comunicação de um
evento já tradicional?

Solução:
expandir o universo de temas
associados à festa e mostrar
novas formas de aproveitá-la.

Para ir além da tradicional cobertura editorial de serviços e atrair novos públicos, a estratégia do Estúdio NSC Branded Content trouxe conteúdos que mostraram a Oktoberfest de Blumenau sob diferentes perspectivas.

A gastronomia, claro, não poderia ficar de fora. Nesse sentido, entre os conteúdos veiculados no canal da Oktoberfest, dentro do NSC Total, ressalta-se **“Harmonização de cervejas e pratos germânicos é destaque da Oktoberfest Blumenau”**. Com o apoio de vídeo com os comunicadores da Rádio Atlântida de Blumenau, Larissa Guerra e Rafael Steinbach, foi revelado o festival de sabores que o evento reserva aos mais de 500.000 visitantes.



Também se mostrou uma Oktoberfest como atração para toda a família. Matérias como **“Oktoberfest sem cerveja: conheça a história de quem se diverte muito na festa sem beber álcool”** e **“Com segurança e atenção, Oktoberfest também é lugar para criança”** trouxeram muitas opções para curtir a festa, cada um ao seu jeito.

Entrevistas e **conteúdos interativos** ainda falaram da tradição sob enfoques variados e mais divertidos. Desse modo, a comunicação da Oktoberfest em 2019 ganhou um novo fôlego e maiores horizontes para continuar atraindo e engajando o público.

Veja mais conteúdos de Oktoberfest

Resultados

Dois desfiles oficiais da Oktober Blumenau tiveram uma transmissão ao vivo com apresentadores e comunicadores da NSC, exibindo os principais destaques e trazendo informações através das redes sociais do Santa

Quase 200 conteúdos publicados no especial Oktoberfest do NSC Total

ICASA - Sabor Catarina

Desafio:

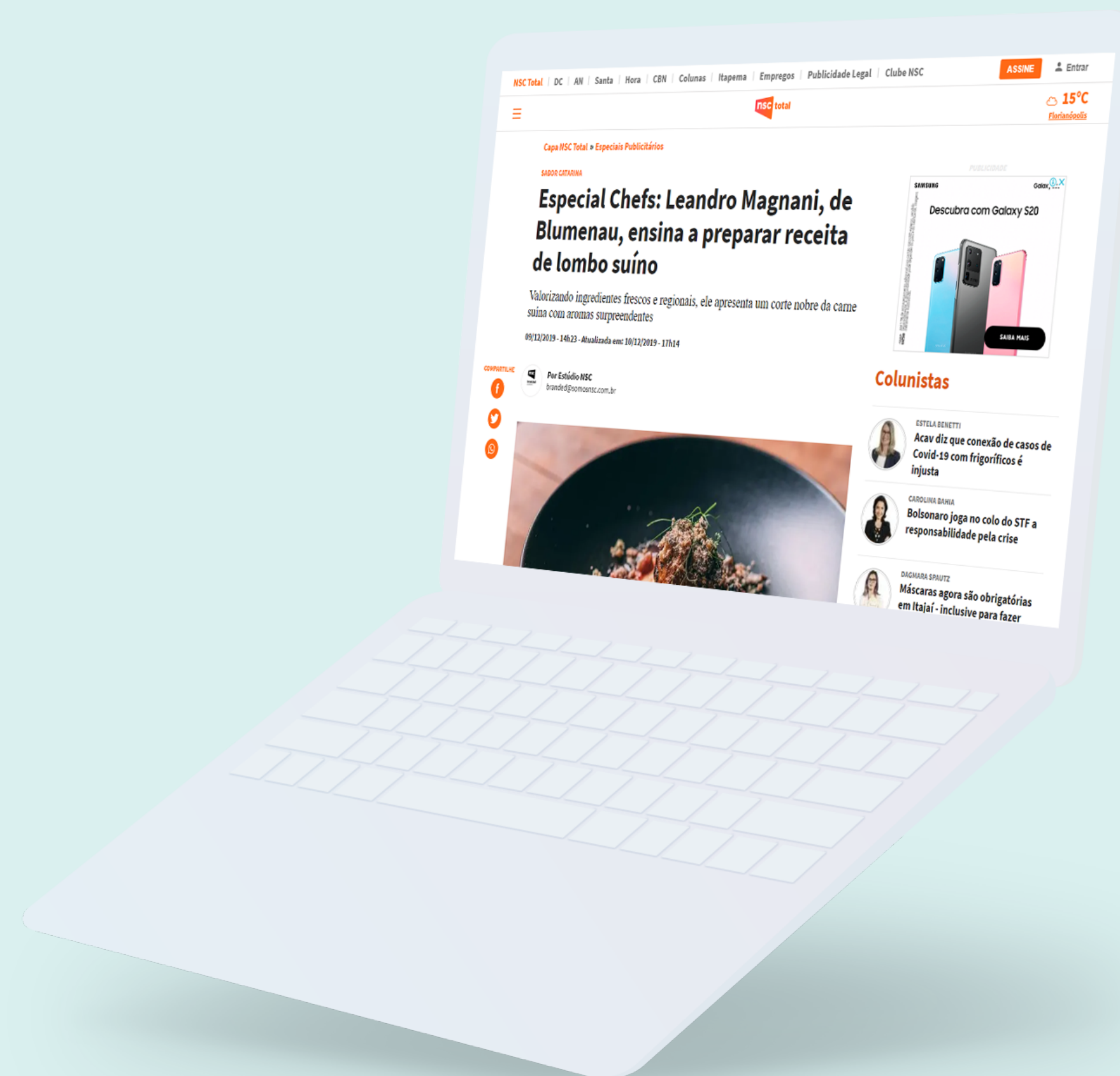
como movimentar a produção de carne suína e de frango no Estado?

Solução:

conteúdos com foco no consumidor final, estimulando toda a cadeia produtiva.

O canal **Sabor Catarina**, criado para o Instituto Catarinense de Sanidade Agropecuária (Icasa), é referência de como o conteúdo é capaz de fortalecer uma estratégia de comunicação sequer mencionar a marca.

O foco estava na carne suína e na de frango, dois destaques da produção agropecuária catarinense. Ao elaborar o planejamento, ficou claro para o Estúdio NSC Branded Content que a abordagem não deveria estar na produção, mas no consumo. Afinal, ao estimular a demanda é possível movimentar o setor.



Todo o conteúdo foi produzido, então, priorizando uma linguagem leve para o público geral e informações acessíveis e práticas sobre alimentação. Mas, com certeza, o destaque fica por conta das receitas com base nesses dois produtos.

Chefs de renome no Estado foram convidados a mostrar como o consumidor pode criar **pratos maravilhosos** com carne suína e de frango. Para encantar ainda mais os sentidos, uma websérie de 17 vídeos com essas receitas foi produzida para o canal.

Confira o canal Sabor Catarina

Resultados (4/2019 a 12/2019)

No último trimestre, o Estado que mais teve interesse por “Carne Suína” na internet foi Santa Catarina, de acordo com a ferramenta “Trends” do Google.

Ultrapassou 1 milhão de leitores impactados nos impressos DC, AN e Santa.

+ 2 milhões de usuários alcançados nas redes sociais da NSC.

ICASA - Agro de Valor

Desafio:

como destacar o mercado catarinense de carne suína de frango no cenário nacional?

Solução:

mostrar, principalmente, os avanços tecnológicos que garantem produtos de maior qualidade e são apreciados pelo mundo.

Estimular o consumo interno era metade da equação que o Icasa precisava resolver. Outra, tão importante quanto, era fortalecer a escolha pela produção feita em Santa Catarina.

Esse outro lado foi representado no canal **Agro de Valor**, que, assim como o Sabor Catarina, teve conteúdos patrocinados nos portais digitais e nos veículos impressos da NSC. As matérias destacaram o papel da tecnologia usada na produção de carne suína e de frango no Estado, que tem contribuído para elevar o patamar dos produtores catarinenses.



Para ressaltar o valor do agronegócio catarinense, foi desenvolvida também uma impactante ação de take over no digital e nas edições impressas de DC, AN e Santa. A partir do conteúdo **“Japão lidera ranking de importação da carne de frango catarinense”**, os três jornais semanais de 7 de dezembro de 2019 vieram com sobrecapa em japonês para ilustrar essa relação entre os dois mercados. Isso impactou 94,2 mil leitores.

Entre os dias 7 e 8, quem acessou o site do NSC Total foi igualmente surpreendido pela ação de take over. As manchetes da página inicial estavam todas em japonês, com apenas um banner em português para abrir a versão original do site. Ao clicar, apareciam as notícias normais e um novo banner para a matéria do Agro de Valor. Foram 11,3 mil impressões e 3,43 de tempo médio de leitura na ação.

Confira o canal Agro de Valor

Resultados (12/2019)

Conteúdos se tornaram referência para o setor, com aprovação de federações e sindicatos

+ 1,1 milhão de usuários alcançados nas redes sociais da NSC

SEBRAE-SC

Desafio:

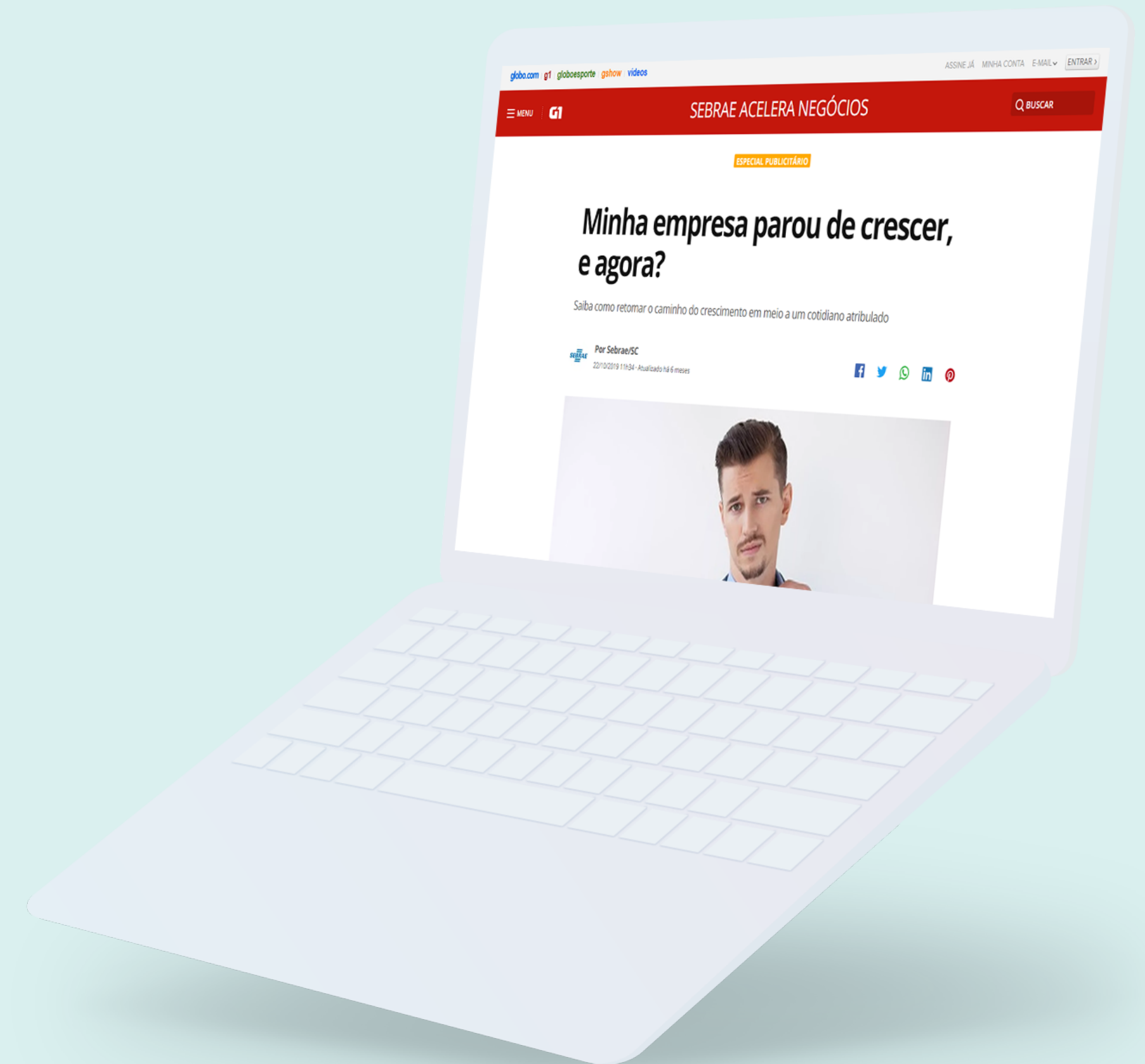
como aumentar a procura pelas soluções oferecidas pelo Sebrae/SC?

Solução:

criar uma jornada de conteúdos específica para o empreendedor catarinense.

Conteúdo patrocinado pode ser usado no funil de vendas, como provam os canais criados pelo Estúdio NSC Branded Content para o Sebrae Santa Catarina.

Para alcançar diferentes perfis de empreendedores, em momentos específicos da jornada do consumidor, a estratégia também precisou ser diversificada. No G1, o canal Acelera Negócios baseou-se no Resumo Executivo de Dores do Empresário para trazer pautas que atendessem às principais dificuldades do público-alvo. Ao consumir conteúdos em sequência, desde as dúvidas mais básicas até descobrir os potenciais desenvolvidos nas capacitações do Sebrae/SC, o empresário pode tomar a decisão do melhor curso ou programa para a necessidade dele.



Bons exemplos desses conteúdos são “Minha empresa parou de crescer, e agora?”, “Dez comportamentos de um empreendedor de sucesso” e “Como ter um time engajado com o crescimento do seu negócio?”. Eles contaram com a participação de especialistas e empreendedores que tornaram as pautas ainda mais informativas. Outras matérias no NSC Total focaram em histórias inspiradoras de empreendedores que buscaram as soluções do Sebrae/SC e tiveram sucesso, como “Empresa catarinense cresce mais de 400% com planejamento guiado e gestão de indicadores”. O Acelera Negócios também esteve presente em podcast, veiculado toda segunda-feira, às 10h, na rádio CBN Diário.

Já na Revista Versar, os conteúdos valorizaram a trajetória de mulheres empreendedoras que se capacitaram e levaram suas empresas à frente.

Confira o canal Acelera Negócios

Resultados (21/10 a 27/11/2019)

Conteúdo com mais de 50 mil acessos em apenas uma semana, segundo o Google Analytics

25% de entrega acima do contratado em mídias

UNISOCIESC

Desafio:

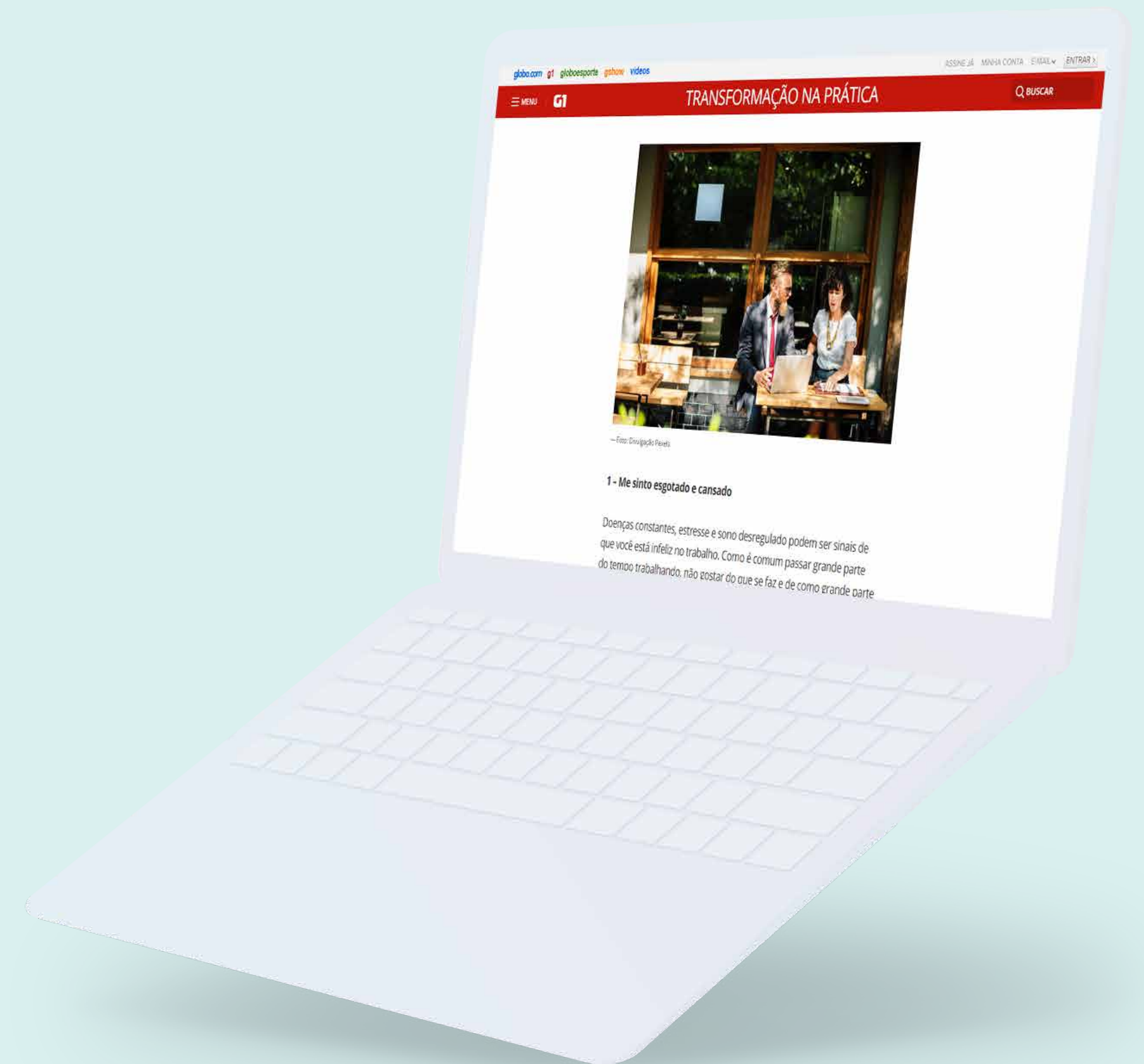
como mostrar a amplitude e a importância dos cursos oferecidos pela UniSociesc

Solução:

ir além da sala de aula e situar a graduação e a pós-graduação como passagens fundamentais para uma carreira e uma vida melhores.

Na hora de elaborar uma estratégia de conteúdo, é essencial abrir o leque de pautas para representar os variados interesses que o público-alvo possa ter em diferentes momentos do funil de vendas.

No caso do canal **Transformação na Prática**, criado para a UniSociesc no G1 SC, temos bons exemplos disso. Para quem ainda está reconhecendo dificuldades na jornada profissional, foram trazidos conteúdos mais amplos, como **“Transição de carreira: conheça os sinais de que chegou a hora de mudar”**. Mas também foram criadas matérias para a tomada de decisões específicas sobre qual curso escolher, como **“Mitos e verdades sobre o curso de Biomedicina e a profissão de biomédico”**.



Como o carro-chefe da instituição são os cursos de pós-graduação oferecidos em parceria com a FGV, mostrou-se para o leitor o impacto positivo dessa escolha para a carreira. **“Fazer uma pós-graduação pode impactar positivamente na remuneração dos profissionais”**, entre outras pautas, trouxeram esses argumentos de forma clara e objetiva, com base em dados e entrevistas.

O diferencial do Transformação na Prática é falar da educação de qualidade da UniSociesc sob a perspectiva do aluno, ressaltando as experiências enriquecedoras que pode ter nos cursos e como transformar de fato sua vida.

Confira o canal Transformação na Prática

Resultados (8/2019)

+ de 30 mil acessos ao canal no período de ativação

100% de entrega acima do contratado em mídias

Prefeitura Municipal de Florianópolis

Desafio:

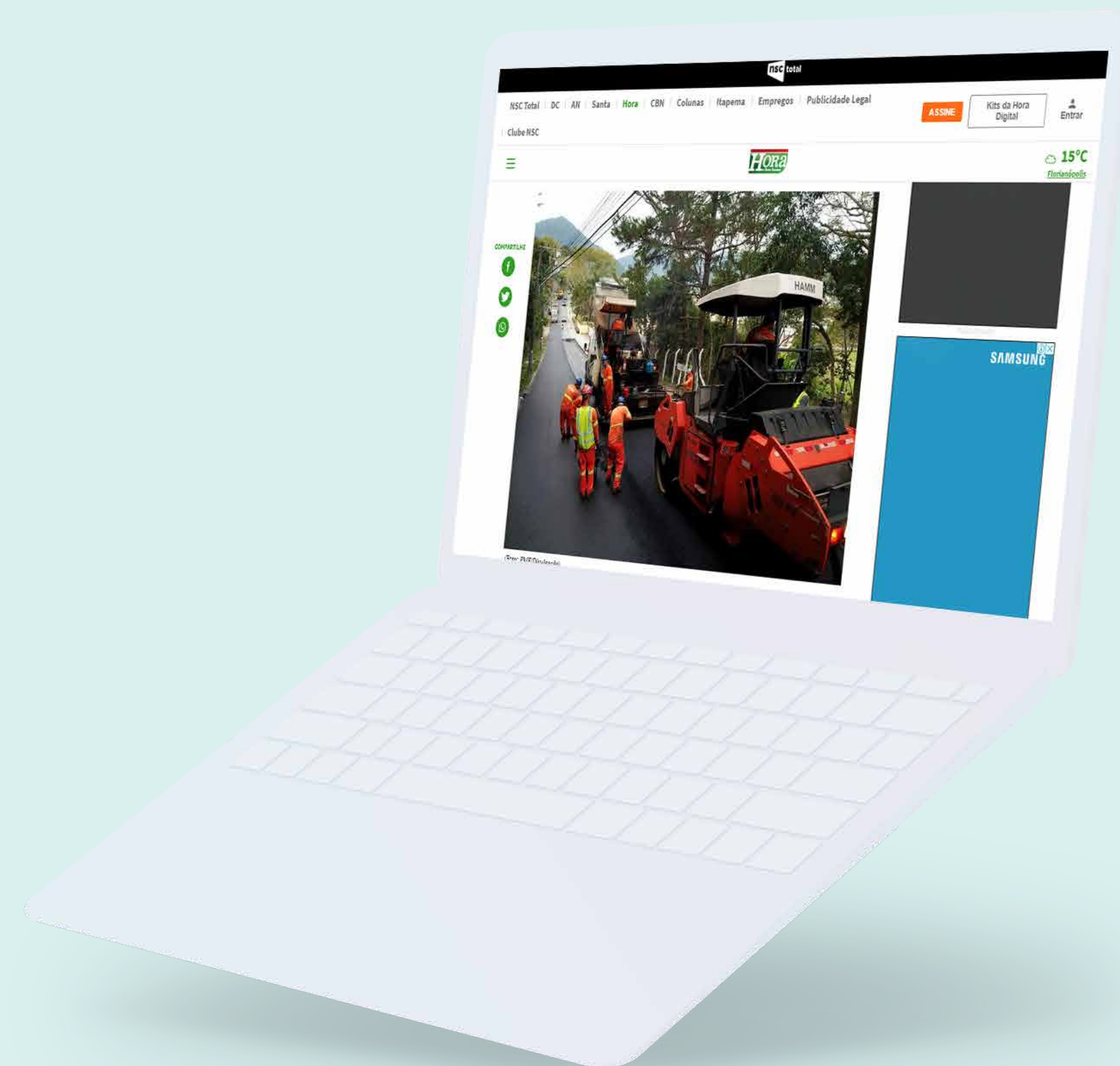
como aumentar a visibilidade e a transparência das ações da Prefeitura de Florianópolis?

Solução:

criar um canal próprio de comunicação dentro do portal de notícias mais acessado do Estado.

Estados e municípios têm o interesse de serem transparentes na prestação de contas de suas ações. Assim, a população sente mais confiança na boa aplicação dos recursos públicos.

No entanto, os veículos oficiais de comunicação desses governos não dão conta de levar a mensagem para uma ampla audiência. Para superar essa dificuldade e levar informação até o povo, a PMF procurou o Estúdio NSC Branded Content. A estratégia contou com a criação de um canal de conteúdo patrocinado exclusivo da Prefeitura dentro do NSC Total, que recebe mais de 15 milhões de visualizações de página por mês*, além de matérias no G1 SC, com mais de 6,4 milhões de visualizações de página por mês*.



Os conteúdos destacaram o trabalho da Prefeitura tanto em obras quanto em outras ações, como nas matérias **“Obras preparam o trânsito para a temporada no Norte da Ilha”** e **“Esforços da Prefeitura de Florianópolis ajudam a transformar a vida de pessoas em situação de rua”**. Diversas pautas também contribuíram para aumentar o orgulho do florianopolitano pela sua cidade, como **“Florianópolis é reconhecida como a capital mais alfabetizada do Brasil”**.

* Fonte: Google Analytics.

Veja mais conteúdos de Prefeitura Municipal de Florianópolis

Resultados (8/2019)

40 conteúdos de interesse público, com informações relevantes para os moradores de Florianópolis

21% de entrega acima do contratado em mídias com chamadas especiais

RG Complicité

Desafio:

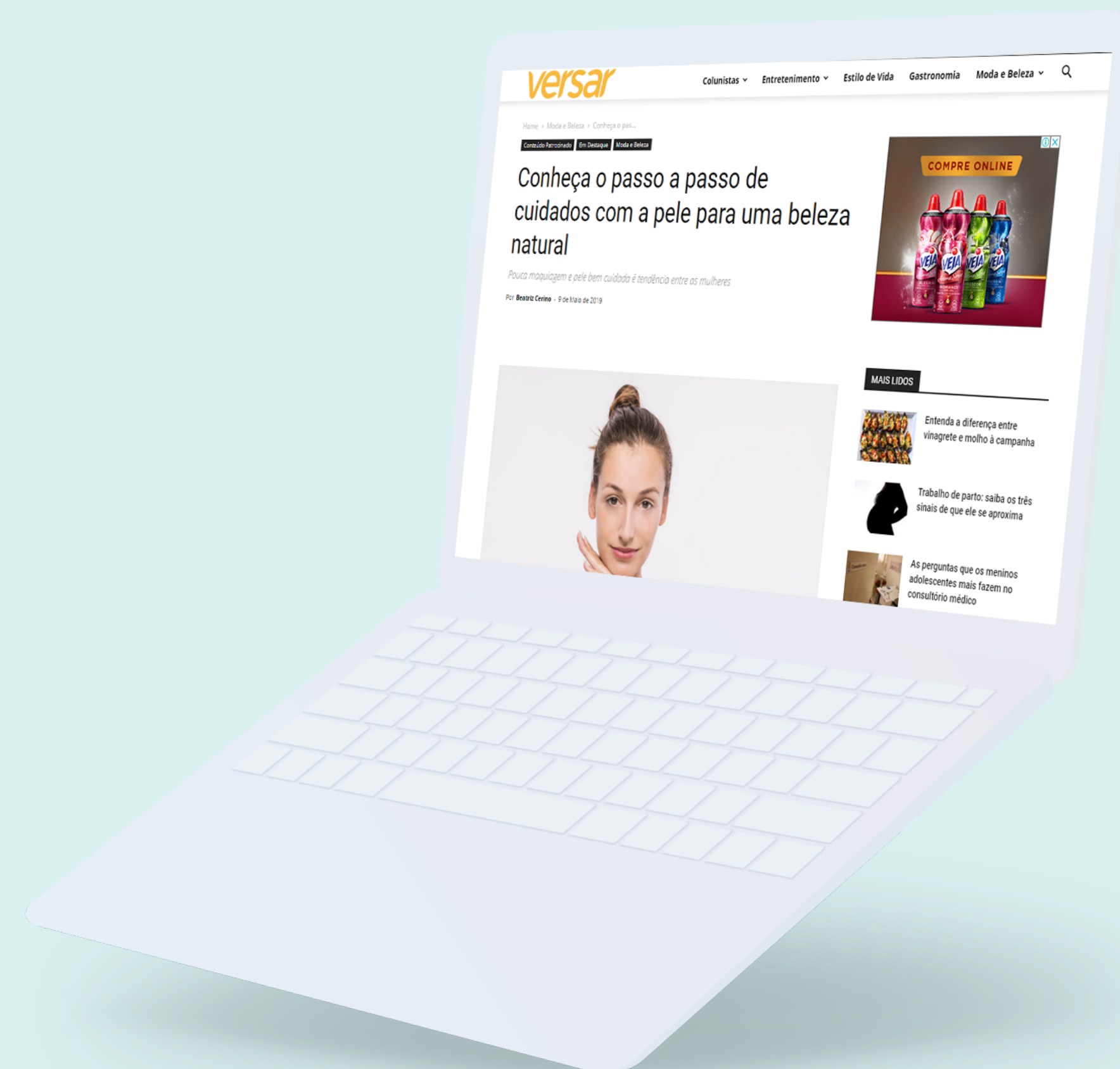
como desmistificar a compra on-line e o uso de nanocosméticos?

Solução:

contextualizar, por meio de uma linguagem acessível, os produtos da RG Complicité na rotina de cuidados com a pele.

A RG Complicité tem uma linha inovadora de cosméticos com nanotecnologia. Como todo produto diferenciado, a venda dos produtos demanda certa educação do público a respeito da solução.

Pensando nisso, a estratégia do Estúdio NSC Branded Content envolveu a criação de conteúdos baseados em um assunto familiar ao público-alvo: cuidados com a pele. A partir disso é que se inseriu as informações sobre nanocosméticos.



O veículo escolhido para esse conteúdo patrocinado foi a Revista Versar, com maior afinidade entre os amantes de bem-estar, moda e beleza. **Conteúdos interativos** e matérias gerais sobre skincare incluíram as novidades da marca de forma natural. Destaca-se aí, por exemplo, **“Conheça o passo a passo de cuidados com a pele para uma beleza natural”**.

Assim, foi possível desmistificar o uso de nanocosméticos e despertar a atenção para os benefícios da nanotecnologia para a pele de uma forma acessível e interessante.

As ações também envolveram a publicação da matéria **“Três produtos de skincare para quem não tem tempo de cuidar da pele”** no Gshow SC. Ela teve 3.319 visualizações de página e tempo médio de leitura de incríveis 4 minutos e 51 segundos, ou seja, o público teve grande adesão ao conteúdo.

Confira os conteúdos RG omplicité

Resultados

+ de 25 mil páginas lidas

Ação de impacto com sobrecapa na penúltima edição impressa diária do jornal Diário Catarinense, com mais de 30 mil impactos.

Procobre

Desafio:

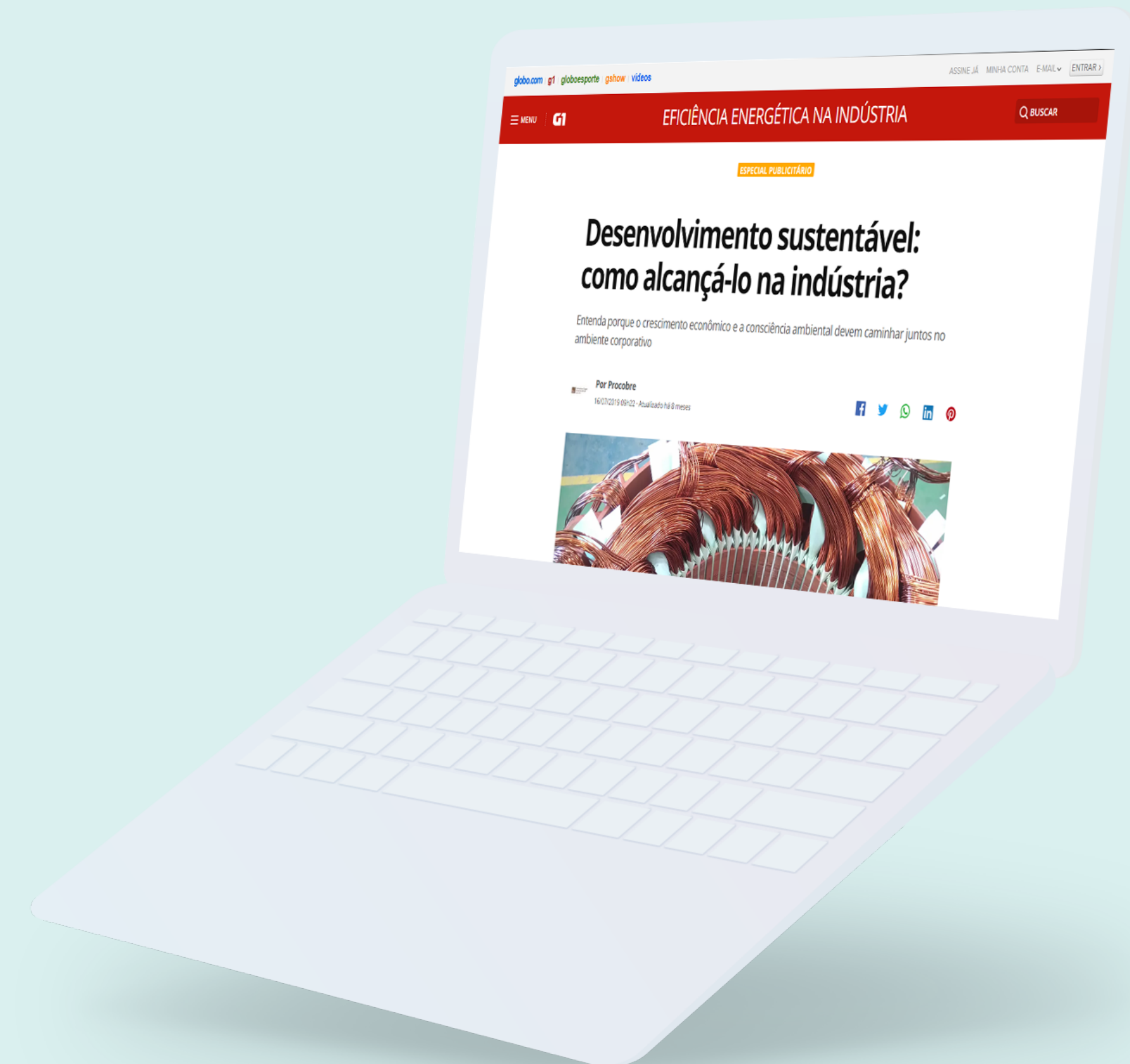
como colocar o uso do cobre em pauta para o público?

Solução:

traduzir a comunicação em termos de eficiência energética e mostrar a economia na prática.

O Instituto Brasileiro do Cobre (Procobre) não tem uma tarefa nada fácil. Sua missão é promover o uso do cobre. Então, como fazer isso?

A abordagem encontrada pelo Estúdio NSC Branded Content foi a partir do ponto de vista do leitor. O que seria interessante para ele ler e de que modo o cobre entraria no assunto? Partindo do conhecimento de que o cobre é um dos melhores condutores de energia e um dos únicos elementos completamente recicláveis, a resposta foi o canal **Eficiência Energética na Indústria**.



Os conteúdos patrocinados no G1 abordaram tópicos relacionados ao impacto positivo do uso do cobre na economia de recursos pela indústria e como pode ser usado para preservar o meio ambiente. São matérias como **“Desenvolvimento sustentável: como alcançá-lo na indústria?”** e **“Entenda como a eficiência energética pode ajudar no combate às mudanças climáticas”**, que trazem temas urgentes com linguagem compreensível ao grande público.

Esse é mais um exemplo de que uma boa estratégia e produção de qualidade podem despertar o interesse das pessoas para qualquer assunto.

Confira o canal Eficiência Energética na Indústria

Resultados (7/2019 a 9/2019)

Audiência qualificada para o conteúdo nichado de eficiência energética na indústria

+ de 3 minutos, em média, de permanência nas páginas dos conteúdos

Conteúdo patrocinado em dados

Diversas pesquisas também comprovam os incríveis resultados que uma estratégia de conteúdo pode trazer. É melhor ainda quando feita em veículos que emprestam reputação e confiança à comunicação da marca.

Branded content gera lembrança de marca até cinco vezes maior na comparação com publicidade comum, segundo uma pesquisa de IPG Media Lab, Forbes e Syracuse University*.

- Na mesma pesquisa, 43% das pessoas se disseram favoráveis aos anunciantes quando impactadas por conteúdos patrocinados.
- A intenção de compra cresce 23% em comparação com a publicidade digital comum.
- Outro estudo, da Nielsen, revela que uma peça de branded content gera 86% de lembrança da marca.
- O conteúdo patrocinado supera o desempenho de um anúncio de pre-roll em métricas como afinidade com a marca, intenção de compra e intenção de recomendação.
- Empresas que distribuem branded content em parceria com veículos têm um aumento médio de 50% no aumento de marca, ou seja, em interações-chave para negócios, como interesse, recall, intenção de compra etc.

“Profissionais que consideram o formato como o conteúdo será entregue, os elementos no conteúdo além da marca e o ambiente em que é publicado tendem a ver um maior sucesso em termos de impacto de marca”

Harry Brisson, diretor de pesquisa da Nielsen.

* Storytelling: The Current State of Branded Content.

** Quality branded content outperforms branded advertising.

Por que NSC?

Além de todos os benefícios que o branded content pode trazer para sua empresa, veja 10 motivos para contar com o apoio da NSC na sua estratégia de conteúdo.

Experiência em planejamento de comunicação bem-sucedida, de acordo com o desafio.

Produção de qualidade por uma equipe exclusiva dentro da empresa líder em comunicação em Santa Catarina.

Seus conteúdos nos portais de maior audiência no Estado, chegando individualmente a mais de 15 milhões de visualizações de páginas mensais.

Veículos segmentados para alcançar diferentes públicos-alvo, conforme a estratégia da marca.

Atuação nos mais variados segmentos, da saúde à educação, do cobre à carne, da indústria ao governo.

Criação de conteúdos para diferentes momentos do funil de vendas para turbinar suas campanhas.

Distribuição da comunicação reflete em impacto positivo sobre a sua estratégia de SEO.

Possibilidade de criar materiais com influenciadores que atuam na NSC.

Diversidade de formatos para suas campanhas, com peças em texto, áudio ou vídeo.

Integração da estratégia de conteúdo com anúncios na TV, rádio, impressos e portais digitais para maximizar seus resultados.

Otimize seu funil de vendas

Comece agora entrando em contato pelo e-mail

anuncie@somosnsc.com.br

ou pelo telefone (048) 3216-3528.



negócios SC