



PATROCÍNIO DE COLUNISTAS NA NSC

Tire as dúvidas de como destacar sua marca
junto às estrelas do jornalismo catarinense

Patrocinar é mais fácil do que parece

Seja qual for objetivo de comunicação da sua empresa, a NSC tem uma solução para ajudá-la a chegar lá.

Quando o assunto é conquistar reconhecimento e credibilidade junto ao público, o patrocínio de figuras relevantes com certeza é uma opção que deve ser considerada. Mas esse é um tema novo ou ainda pouco conhecido por muitos empreendedores e gestores. Quando apresentados a essa oportunidade de **fortalecer a marca**, é comum que surjam algumas dúvidas. Costuma-se questionar, por exemplo, que benefícios o patrocínio oferece e o que pode ou não ser feito nessa parceria.

Para deixar todo o assunto mais claro, vamos apresentar neste material uma das formas de patrocinar mais populares da NSC: o patrocínio de colunistas. Além de entender melhor sobre isso, você poderá conferir dicas especiais da nossa especialista Rafaela Rombaldi, executiva de Negócios e Soluções da NSC Comunicação. Assim, ao terminar esta leitura já poderá colocar tudo que viu aqui em prática na sua estratégia de marketing.

Acompanhe!



Vamos responder

O que é um patrocínio editorial? **4**

Por que patrocinar com a NSC? **6**

E por que colunistas? **9**

Quem são os colunistas da NSC? **10**

Como definir a melhor estratégia? **14**

Quais são os formatos de patrocínio? **15**

Entendendo o patrocínio editorial

Se olharmos o dicionário em busca da definição de patrocínio, lá estará algo como o “financiamento concedido por empresas ou instituições”. Dito assim, parece algo novo, não é mesmo?

O conceito, na verdade, é bem antigo e está associado à proteção que os patrícios, membros de altas classes, davam a atividades artísticas, científicas, entre outros fins.

O patrocínio está ligado ao mecenato, que deriva o nome do estadista romano Caio Mecenas (68–8 a.C.). Esse sistema beneficiou ao longo da História figuras importantes como Leonardo da Vinci e William Shakespeare.

Quando alguém se associava a um grande pintor, fazia isso para ter um maior prestígio em meio à sociedade. Mas também porque acreditava na importância do desenvolvimento das artes e da formação de um círculo artístico.

Hoje, as formas de patrocínio estenderam-se para diversas atividades, embora a essência dessa prática continue igual. As marcas podem patrocinar eventos, esportistas, influenciadores, pesquisadores, obras, espaços públicos e, claro, veículos de comunicação, especialmente na forma de colunistas.

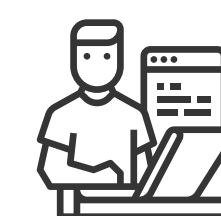
“

“Quando uma marca se conecta a algum dos nossos colunistas, além de se apropriar do tema ou especialidade em questão, reforçando com isso seus valores, ativos e posicionamento, também ganha mais credibilidade por meio da parceria”, explica Rafaela Rombaldi, executiva de Negócios e Soluções da NSC Comunicação.

Por exemplo, quando uma empresa como a Nike patrocina um atleta de ponta, ela espera colar a imagem competitiva e vencedora dele à sua própria para conquistar mais fãs desse esporte. No entanto, não existe um jeito Nike de correr, de fazer gols etc.

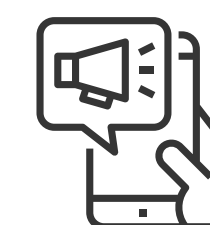
É o mesmo pensamento quando uma marca patrocina os colunistas da NSC: eles não vão necessariamente escrever sobre ela, preservando assim a linha editorial que o público já espera ao acessar determinada coluna, mas emprestarão a autoridade deles no assunto para as marcas que os acompanham.

FIQUE POR DENTRO!



PATROCÍNIO EDITORIAL

A marca acompanha a notícia, associando a especialidade do colunista à sua imagem.



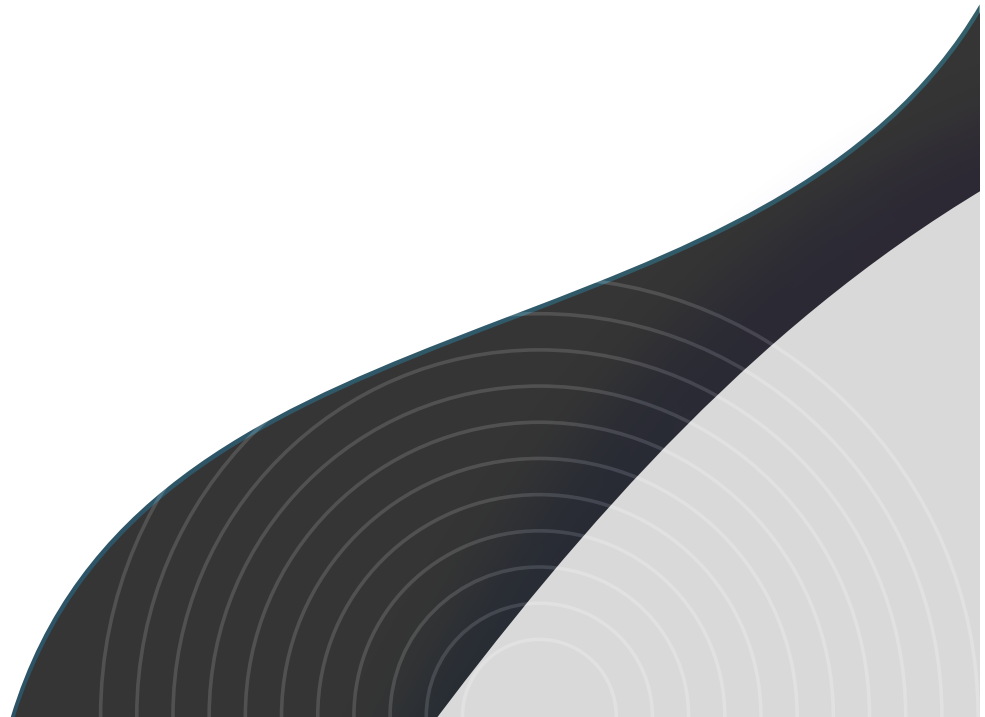
CONTEÚDO PATROCINADO

A marca, seus produtos ou serviços são a notícia, adaptada ao público do veículo.

Vantagens da NSC

Quando a marca patrocina os colunistas de um veículo de comunicação, ela deseja ter a maior credibilidade em determinado assunto para o maior número de pessoas.

E isso a NSC tem de sobra!

- 1.** São mais de 40 anos de história presente na vida dos catarinenses.
 - 2.** Equipe de profissionais especializados nas suas áreas e respeitados pelo público.
 - 3.** Figuras icônicas tanto no cenário estadual quanto nacional, como Mário Motta, Marcos Piangers e Martha Medeiros.
 - 4.** Comunicação 360° em televisão, rádio, jornais impressos e digitais, e também nas redes sociais.
 - 5.** Mais de 27 milhões de visualizações de páginas mensais no NSC Total.
 - 6.** Colunistas no NSC Total podem passar individualmente das 750 mil visualizações de páginas mensais.
 - 7.** Rádios que chegam a mais de 20 mil ouvintes por minuto.
 - 8.** Mais de 95 mil impactos nos impressos semanais da NSC.
 - 9.** Milhões de seguidores nas redes sociais da NSC, além dos perfis de cada colunista.
 - 10.** Variedades de formatos de patrocínio para aproveitar ao máximo a comunicação da marca.
- 

“

Independentemente de idade, gênero ou classe social, estamos presentes na jornada de milhões de catarinenses. Temos os principais veículos de comunicação do Estado em TV, rádios, impressos, social, digital, e também os melhores colunistas.

Rafaela Rombaldi

O colunista como referência

Uma coluna de jornal é como um programa de televisão: você sabe que em determinados dias poderá encontrar lá um novo conteúdo. Essa periodicidade é o que permite criar uma relação mais profunda com o público. Mas também gera algumas expectativas.

Primeiro, o público espera certa regularidade nos temas abordados para saber onde voltar quando quiser ler mais sobre eles. Essa é uma das bases da linha editorial de cada colunista.

Segundo, espera-se propriedade para falar sobre tais temas. É preciso demonstrar conhecimento dos assuntos abordados para conquistar leitores fiéis. Por isso, a NSC conta com profissionais que atuam diretamente e são referências nas suas respectivas áreas.

A relação prolongada com o público e a audiência cativa, segmentada por tópicos de interesse, são dois grandes atrativos para as marcas estarem presentes nas colunas. Entretanto, os colunistas conseguem levar tais benefícios para outros meios além do jornal — e muitas vezes eles surgem desses outros meios, como

Marcos Piangers vindo da rádio e Leo Coelho estrelando um canal do YouTube.

Então, ao patrocinar um colunista, a marca estará presente nos diversos meios em que essa autoridade compartilha conteúdo nos veículos da NSC. Isso permite alcançar um mesmo público-alvo ao longo de diferentes momentos do dia e da semana. O que não muda é a associação positiva para a marca com o apoio a essa figura de referência para os catarinenses.

“A dica para otimizar o investimento é pensar em uma solução multimídia. Ou seja, levando em consideração as diversas formas de impactar o consumidor, desde quando ele acorda e já verifica seu celular, quando sai no carro e escuta o rádio, quando confere o jornal tomando um cafezinho e, por fim, dá aquela olhada no telejornalismo em casa na hora do jantar. Pensando em todos esses pontos de contato, é possível fazer uma estratégia multimídia e potencializar a entrega”, orienta Rafaela Rombaldi.

Colunistas da NSC

Um time de peso trazendo a informação que importa aos catarinenses



Notícias e opinião para todos os gostos. Política, economia, sociedade, esportes, comportamento... Nosso time de colunistas está sempre presente nos grandes debates do Estado, com um olhar atento a cada região.



ÂNDERSON SILVA
Fala sobre: política, segurança e sociedade.
Região: Estado, com destaques para Florianópolis.



AUGUSTO ITTNER
Fala sobre: esporte.
Região: Vale do Itajaí.



CAROLINA BAHIA
Fala sobre: política.
Região: Estado.



CÉSAR SEABRA
Fala sobre: sociedade.
Região: Estado.



CLAUDIO LOETZ
Fala sobre: economia e negócios.
Região: Norte de Santa Catarina.



DAGMARA SPAUTZ
Fala sobre: política, economia, cotidiano e segurança.
Região: litoral catarinense, em especial Itajaí e Balneário Camboriú.



EDSOUL
Fala sobre: sociedade e cultura.
Região: Florianópolis.



EDUARDA DEMENECK
Fala sobre: sociedade e acontecimentos locais.
Região: Serra Catarinense.

Estela Bene tti
Fala sobre: economia e mercado.
Região: Estado.

Evandro de Assis
Fala sobre: cotidiano.
Região: Vale do Itajaí.

Gerson Junior
Fala sobre: cultura e entretenimento.
Região: Norte de Santa Catarina.

Jefferson Saavedra
Fala sobre: como política, segurança, mobilidade, saúde e educação.
Região: Norte de Santa Catarina.

Laine Valgas
Fala sobre: cotidiano.
Região: Grande Florianópolis.

Leandro Puchalski
Fala sobre: meteorologia.
Região: Estado.

Leo Coelho
Fala sobre: vida social.
Região: Florianópolis.

Marcos Piangers
Fala sobre: comportamento e paternidade.
Região: Estado.

Mário Motta
Fala sobre: sociedade e acontecimentos regionais.
Região: Grande Florianópolis.

Martha Medeiros
Fala sobre: crônicas e opinião.
Região: Estado.

Pedro Machado
Fala sobre: economia e negócios.
Região: Vale do Itajaí.

Renato Igor
Fala sobre: política e os rumos do Estado.
Região: Estado.

Roberto Alves
Fala sobre: futebol.
Região: Estado, com destaques para Florianópolis.

Rodrigo Faraco
Fala sobre: futebol.
Região: Estado.

Upiara Boschi
Fala sobre: política.
Região: Estado.

Vanessa Tobias
Fala sobre: empreendedorismo, finanças, família e carreira.
Região: Estado.

Ânderson Silva
Fala sobre: política, segurança e sociedade.
Região: Estado, com destaques para Florianópolis.

Augusto Ittner
Fala sobre: esporte.
Região: Vale do Itajaí.

Carolina Bahia
Fala sobre: política.
Região: Estado.

César Seabra
Fala sobre: sociedade.
Região: Estado.

Claudio Loetz
Fala sobre: economia e negócios.
Região: Norte de Santa Catarina.

Dagmara Spautz
Fala sobre: política, economia, cotidiano e segurança.
Região: litoral catarinense, em especial Itajaí e Balneário Camboriú.

Edsoul
Fala sobre: sociedade e cultura.
Região: Florianópolis.

Eduarda Demeneck
Fala sobre: sociedade e acontecimentos locais.
Região: Serra Catarinense.



ESTELA BENETTI
Fala sobre: economia e mercado.
Região: Estado.



EVANDRO DE ASSIS
Fala sobre: cotidiano.
Região: Vale do Itajaí.



GERSON JUNIOR
Fala sobre: cultura e entretenimento.
Região: Norte de Santa Catarina.



JEFFERSON SAAVEDRA
Fala sobre: como política, segurança, mobilidade, saúde e educação.
Região: Norte de Santa Catarina.



LAINÉ VALGAS
Fala sobre: cotidiano.
Região: Grande Florianópolis.



LEANDRO PUCHALSKI
Fala sobre: meteorologia.
Região: Estado.



LEO COELHO
Fala sobre: vida social.
Região: Florianópolis.



MARCOS PIANGERS
Fala sobre: comportamento e paternidade.
Região: Estado.

Mário Motta
Fala sobre: sociedade e acontecimentos regionais.
Região: Grande Florianópolis.

Martha Medeiros
Fala sobre: crônicas e opinião.
Região: Estado.

Pedro Machado
Fala sobre: economia e negócios.
Região: Vale do Itajaí.

Renato Igor
Fala sobre: política e os rumos do Estado.
Região: Estado.

Roberto Alves
Fala sobre: futebol.
Região: Estado, com destaques para Florianópolis.

Rodrigo Faraco
Fala sobre: futebol.
Região: Estado.

Upiara Boschi
Fala sobre: política.
Região: Estado.

Vanessa Tobias
Fala sobre: empreendedorismo, finanças, família e carreira.
Região: Estado.

Ânderson Silva
Fala sobre: política, segurança e sociedade.
Região: Estado, com destaques para Florianópolis.

Augusto Ittner
Fala sobre: esporte.
Região: Vale do Itajaí.

Carolina Bahia
Fala sobre: política.
Região: Estado.

César Seabra
Fala sobre: sociedade.
Região: Estado.

Claudio Loetz
Fala sobre: economia e negócios.
Região: Norte de Santa Catarina.

Dagmara Spautz
Fala sobre: política, economia, cotidiano e segurança.
Região: litoral catarinense, em especial Itajaí e Balneário Camboriú.

Edsoul
Fala sobre: sociedade e cultura.
Região: Florianópolis.

Eduarda Demeneck
Fala sobre: sociedade e acontecimentos locais.
Região: Serra Catarinense.

Estela Benetti
Fala sobre: economia e mercado.
Região: Estado.

Evandro de Assis
Fala sobre: cotidiano.
Região: Vale do Itajaí.

Gerson Junior
Fala sobre: cultura e entretenimento.
Região: Norte de Santa Catarina.

Jefferson Saavedra
Fala sobre: como política, segurança, mobilidade, saúde e educação.
Região: Norte de Santa Catarina.

Laine Valgas
Fala sobre: cotidiano.
Região: Grande Florianópolis.

Leandro Puchalski
Fala sobre: meteorologia.
Região: Estado.

Leo Coelho
Fala sobre: vida social.
Região: Florianópolis.

Marcos Piangers
Fala sobre: comportamento e paternidade.
Região: Estado.



MÁRIO MOTTA
Fala sobre: sociedade e acontecimentos regionais.
Região: Grande Florianópolis.



MARTHA MEDEIROS
Fala sobre: crônicas e opinião.
Região: Estado.



PEDRO MACHADO
Fala sobre: economia e negócios.
Região: Vale do Itajaí.



RENATO IGOR
Fala sobre: política e os rumos do Estado.
Região: Estado.



ROBERTO ALVES
Fala sobre: futebol.
Região: Estado, com destaques para Florianópolis.



RODRIGO FARACO
Fala sobre: futebol.
Região: Estado.



UPIARA BOSCHI
Fala sobre: política.
Região: Estado.



VANESSA TOBIAS
Fala sobre: empreendedorismo, finanças, família e carreira.
Região: Estado.

Definindo a estratégia

Com tantas opções de patrocínio, surge outra dúvida: como montar a estratégia mais adequada à marca?

A resposta para isso envolve uma série de fatores. É preciso considerar:

- Os assuntos de interesse do público-alvo.
- A região de cobertura dos colunistas.
- O objetivo da comunicação da marca.
- O orçamento disponível para a campanha.
- Os formatos de mídia à disposição.

Lembrando o que dissemos no primeiro capítulo, o patrocínio de colunistas funciona por associação. Por meio dela, a marca busca reforçar seus valores, seu posicionamento e sua relevância dentro de um assunto de interesse do público-alvo. Esse encaixe entre o conteúdo da coluna e a essência da marca é indispensável para o sucesso da estratégia.

Para facilitar esse processo, a NSC oferece uma parceria para os anunciantes encontrarem as melhores soluções em comunicação. Nosso atendimento coletará informações junto à empresa para a elaboração dessa estratégia, considerando aqueles fatores acima.

A partir disso, será possível identificar a forma mais adequada de impactar o público-alvo por meio de determinado assunto, alcance regional, veículo e até formato de comunicação. Toda a construção da proposta de patrocínio é feita em conjunto com a empresa ou com a agência que a representa, sempre buscando garantir o melhor resultado para o anunciante.

Agora, é importante ter em mente que a frequência do patrocínio aumenta a visibilidade e é o que possibilita o reconhecimento para as empresas patrocinadoras.

Dica da especialista!

“É importante que as empresas saibam quem são seus consumidores, qual é o perfil deles, suas dores e valores. Com isso, é possível desenhar um plano de ação adequado visando toda a jornada de decisão de compra desse cliente.”

Rafaela Rombaldi

Formatos de patrocínio

Para tornar ainda mais fácil o patrocínio de colunistas, a NSC disponibiliza pacotes de mídia que integram os universos on-line e off-line para alcançar o público-alvo. Os espaços de exibição nesses meios são planejados para garantir a maior visibilidade à marca.

Pacote de patrocínio 1

Geral (exceto política, crônicas e comportamento)

- 1 superbanner 18,5 cm x 3 cm + aplicação da marca branca 6 cm x 2 cm na coluna impressa;
- 1 retângulo médio exclusivo na capa da coluna on-line;
- 1 billboard com 80.000 impressões por mês no NSC Total;
- 1 anúncio impresso de página inteira (sob disponibilidade).

Pacote de patrocínio 2

Política (Carolina Bahia e Upiara Boschi)

- 1 billboard de 25 cm x 8,5 cm na página da coluna impressa;
- 2 retângulos médios exclusivos na capa das colunas on-line;
- 1 billboard com 80.000 impressões por mês no NSC Total;
- 1 anúncio impresso de página inteira (sob disponibilidade).

Pacote de patrocínios 3

Crônicas e comportamento (Marcos Piangers e Martha Medeiros)

- 1 billboard 25 cm x 17 cm na página da coluna impressa;
- 1 retângulo médio exclusivo na capa das colunas on-line;
- 1 billboard com 80.000 impressões por mês no NSC Total;
- 1 anúncio impresso de página inteira (sob disponibilidade).

Formatos especiais

Conforme a atuação do colunista nos veículos da NSC

- Comerciais exclusivos na rádio;
- Assinaturas de marca e slogan em pílulas na rádio;
- Vinheta de patrocínio na abertura de podcasts;
- Vídeo pré-roll rotativo na internet;
- Post e Stories nas redes sociais.



Consulte a melhor solução em patrocínio para sua marca.
MANDE UM WHATSAPP PARA (48) 99188-5651.