



PORTAIS SANTA CATARINA

Portais que levam informações com credibilidade e fatos para os internautas. Os usuários possuem acesso aos principais assuntos de economia, política, esporte, tecnologia, natureza, educação, carros, ciência, saúde e cultura, além do mais completo noticiário local, nacional e internacional, atualizado 24 horas por dia.





G1 SC

AUDIÊNCIA

G1 SC	Média Mensal
Usuários	4,7 MM
Visualizações de páginas	9,4 MM
Tempo médio por visita	3 min 34 seg

TOP CIDADES

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

Florianópolis	230M
Joinville	124M
Blumenau	76M
Itajaí	46M
São José	44M

PERFIL

GÊNERO

masculino

57%

feminino

43%



estar no G1 Santa Catarina
**é estar em contato com um público
qualificado e economicamente ativo!**

FAIXA ETÁRIA

55+

18%

45-54

14%

35-44

25%

25-34

28%

18-24

15%



GE SC

AUDIÊNCIA

GE SC	Média Mensal
Usuários	0,86 MM
Visualizações de páginas	1,8 MM
Tempo médio por visita	4 min 45 seg

TOP CIDADES

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

Florianópolis	42M
Joinville	18M
Criciúma	10M
São José	10M
Blumenau	8M

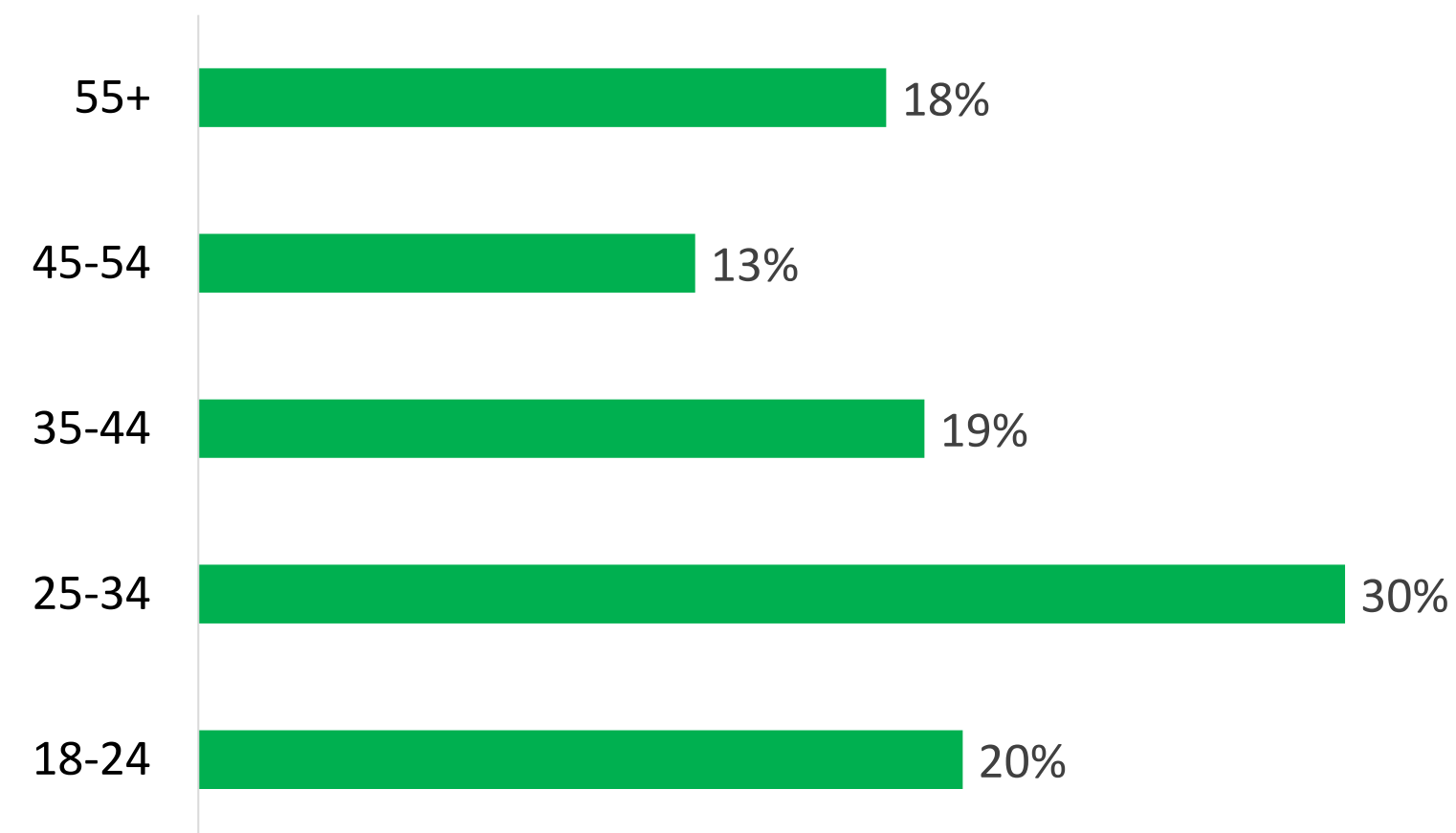
PERFIL

GÊNERO



estar no GE Santa Catarina
é estar em contato com um público jovem e predominantemente masculino.

FAIXA ETÁRIA



A jornada digital no ecossistema Globo.



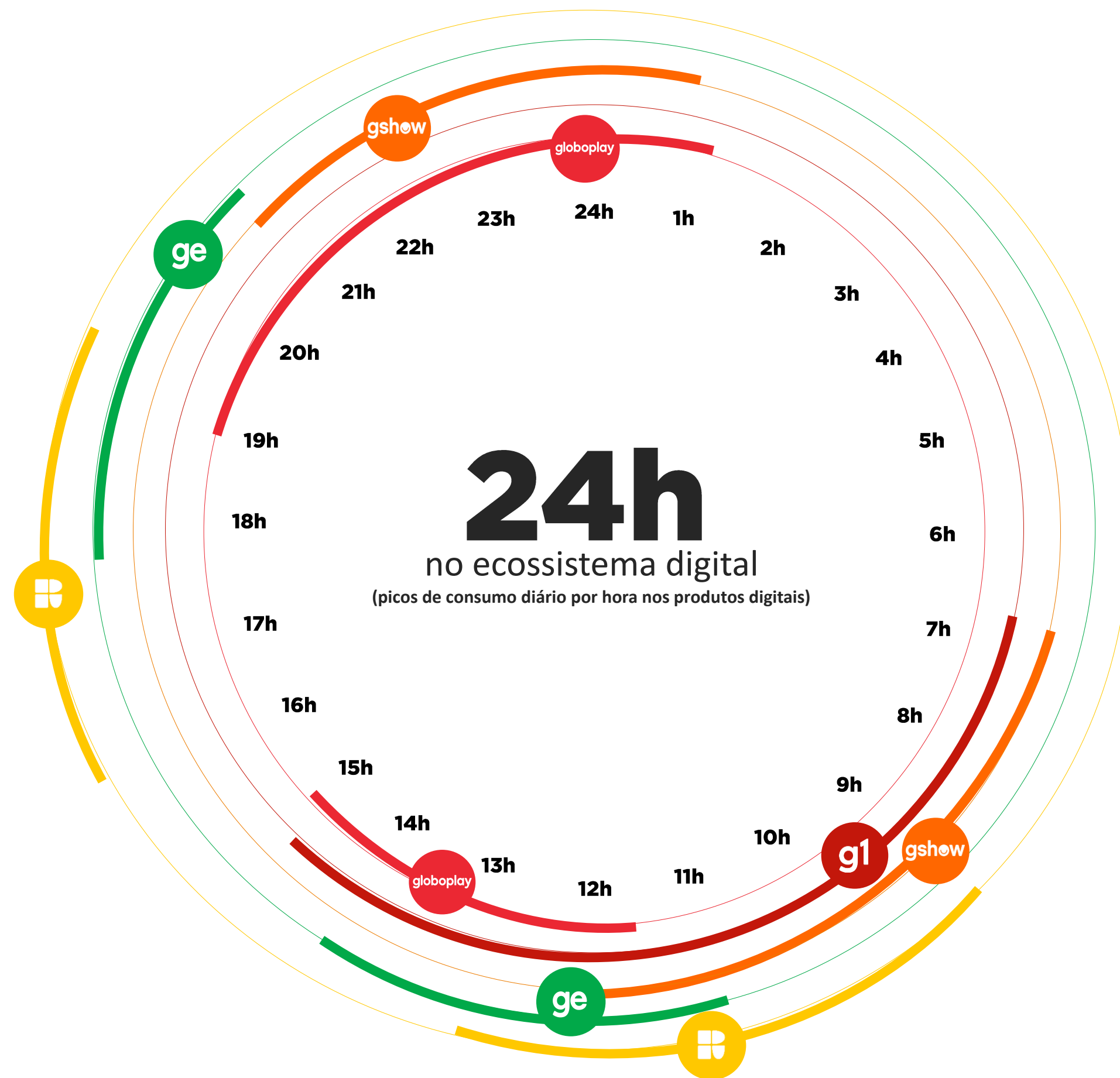
Nas **manhãs** os usuários acessam principalmente o **G1** e o **Gshow**.



Na pausa para o **almoço** que o **Receitas Globo**, **GE** e **Globoplay** se destacam. **Entretenimento, torcida e comida** compõe a tarde.



Absorver o que aconteceu durante o dia, é à **noite** que temos o crescimento no **consumo de notícias variadas (GE, GSHOW e G1)**. Além de, uma pausa para **descanso e diversão** com **Globoplay** e **Receitas Globo**.



MÍDIA DIGITAL

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

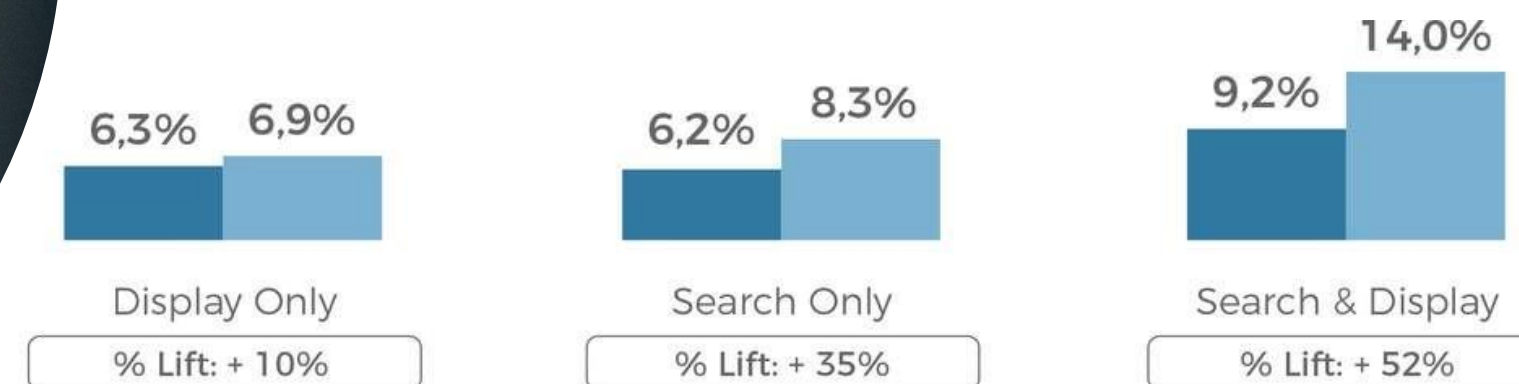
Ganha o leitor e o anunciante.



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



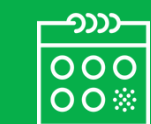
INTENÇÃO DE COMPRA



REMARKETING



**AJUSTE DE
FREQUÊNCIA**

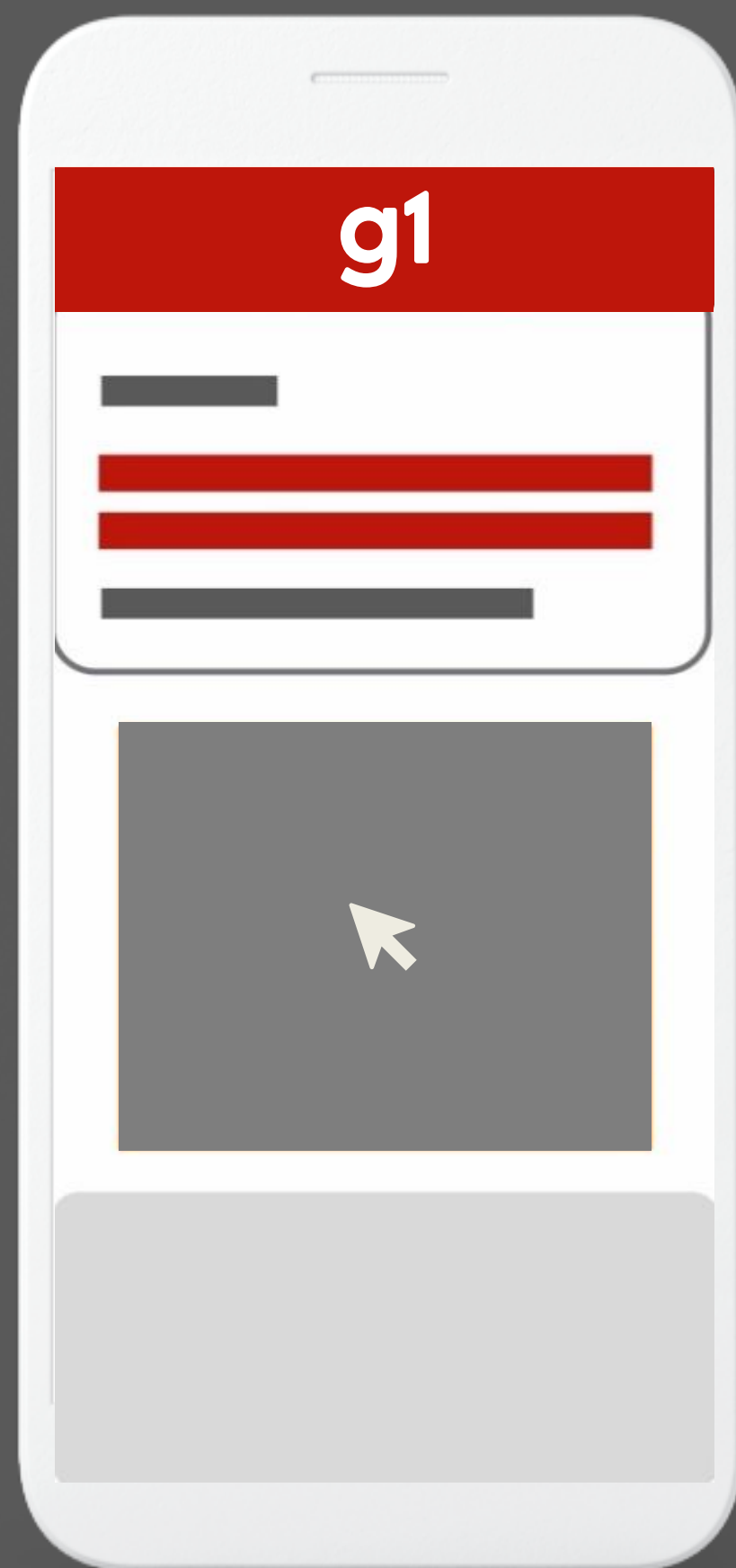


**MELHORES
HORÁRIOS E DIAS**



**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 970X250

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

Formatos aceitos nos espaços:

BILLBOARD ([Referência](#))

[Confira as especificações aqui!](#)

BANNER VÍDEO ([Referência](#))

[Confira as especificações aqui!](#)



TAMANHOS 300X250 | 300X600

Formato padrão IAB presente em todas as propriedades Globo, podendo ser distribuído como Desktop e(ou) Mobile em home e internas.

Formatos aceitos nos espaços:

RETÂNGULO MÉDIO [\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

BANNER MEIA PÁGINA [\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

FLYING CARPET [\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

BANNER VÍDEO [\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)



FORMATOS NATIVE

Formatos Nativos no estilo Imagem/vídeo/texto, veiculado em desktop e mobile no feed de notícias das propriedades Globo.

Formatos aceitos nos espaços:

CHAMADA ESPECIAL PUBLICITÁRIO

[Confira as especificações aqui!](#)

CHAMADA FOTO AD

[Confira as especificações aqui!](#)

CHAMADA VÍDEO AD

[Confira as especificações aqui!](#)

NATIVE CARROSSEL

[Confira as especificações aqui!](#)

CARROSSEL VÍDEO

[Confira as especificações aqui!](#)



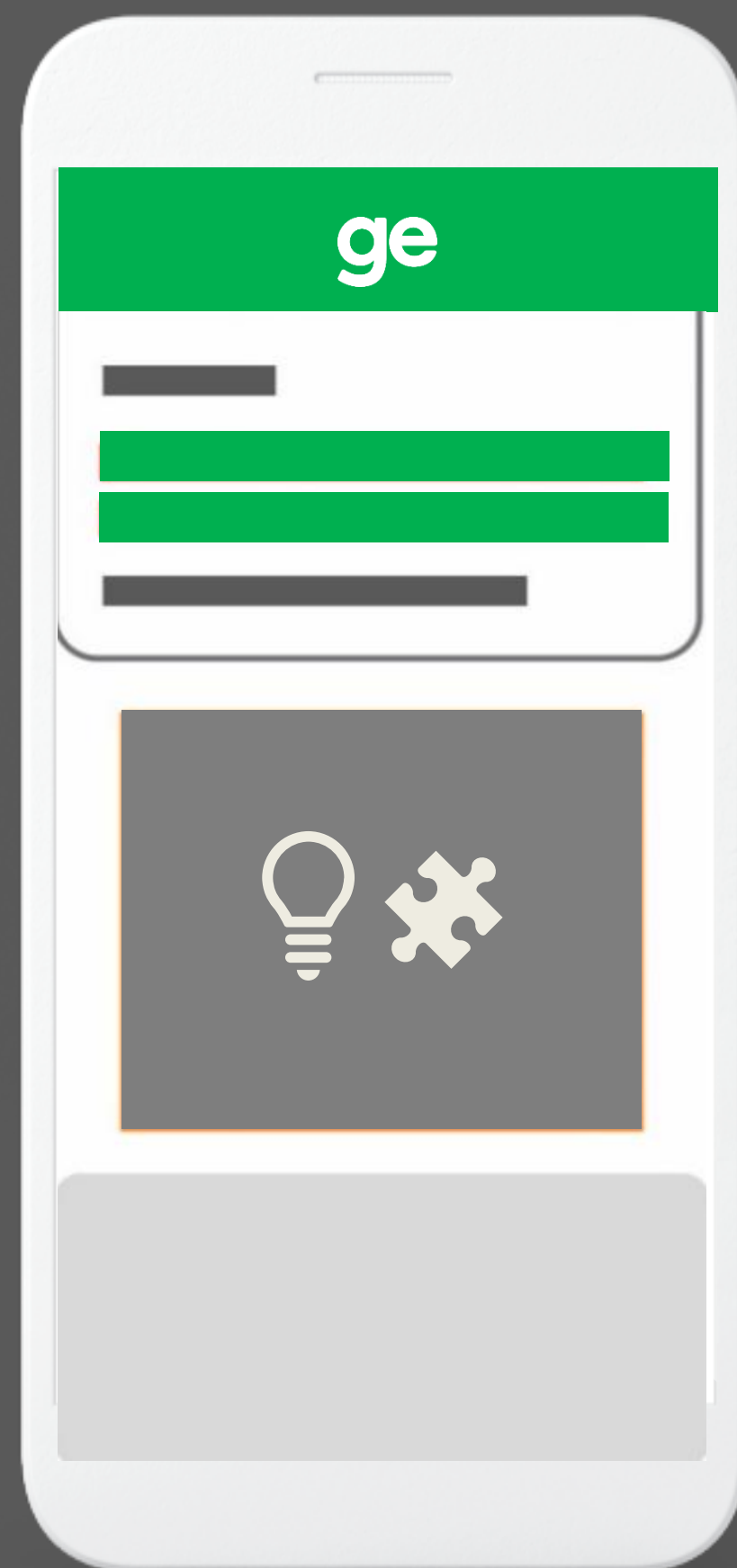
TAMANHOS 320x50 | 320X100

Formato horizontal padrão IAB exclusivo em mobile.

Formatos aceitos nos espaços:

STICK ADS [\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)



Formatos Personalizados

Criação de formatos exclusivos sob demanda



FORMATOS PERSONALIZADOS

Formatos com funções de interação diferenciados e personalizados, estes formatos possuem custo de produção para sua aplicação.

PLAYABLE AD (JOGO DA MEMÓRIA)

[\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

PLAYABLE AD (RASPADINHA)

[\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

OFERTA DA HORA

[Confira as especificações aqui!](#)

WEBSTORIES

[\(Referência\)](#)

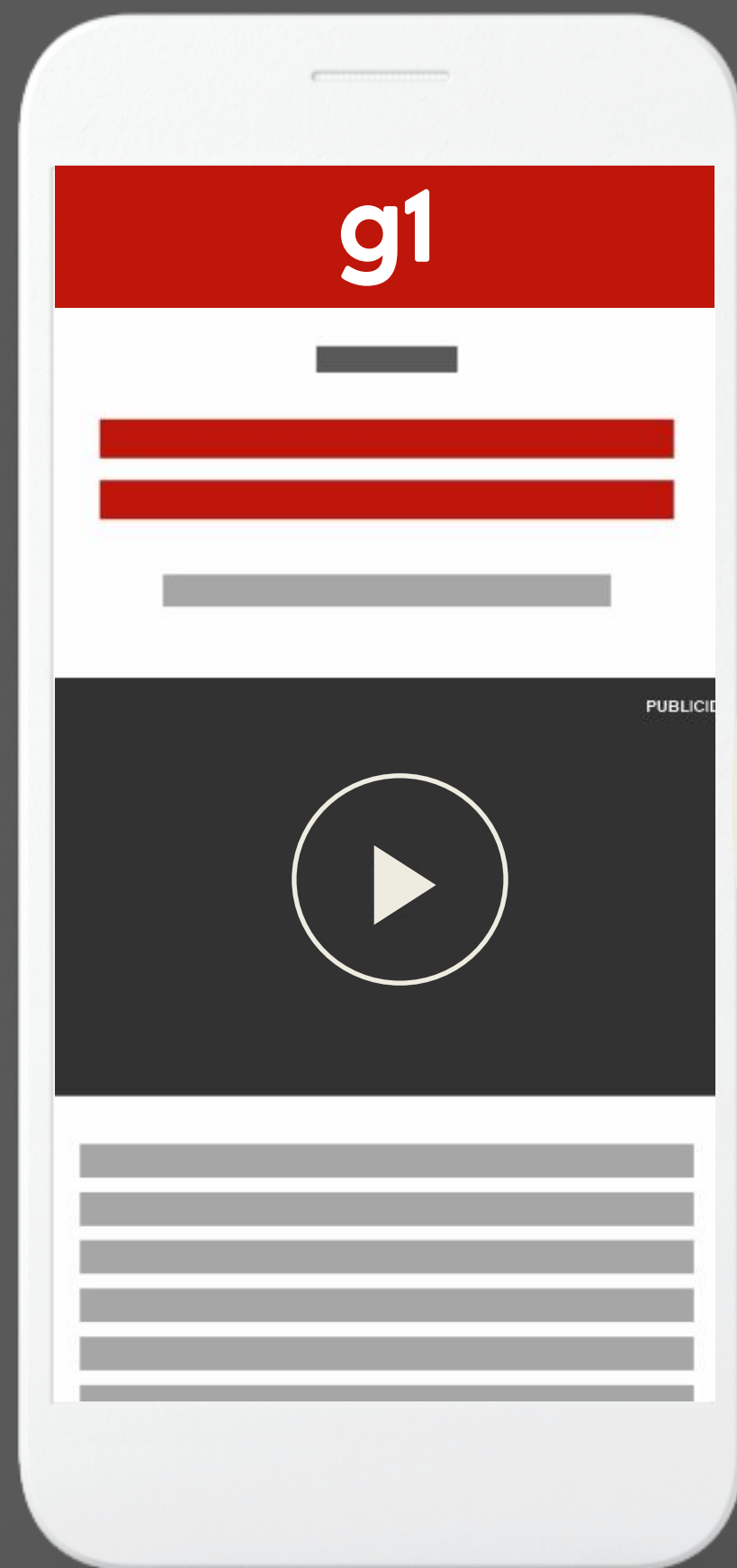
[Confira as especificações aqui!](#)

BANNER 360º

QUIZ

VITRINE DE OFERTAS





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 e outstream. 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, formato em vídeo webstories entre 07 e 15 segundos também disponível.

Formatos aceitos nos espaços:

PRÉ ROLL ATÉ 180 SEGUNDOS

[\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

BUMPER ADS ATÉ 6 SEGUNDOS

[\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

OUTSTREAM

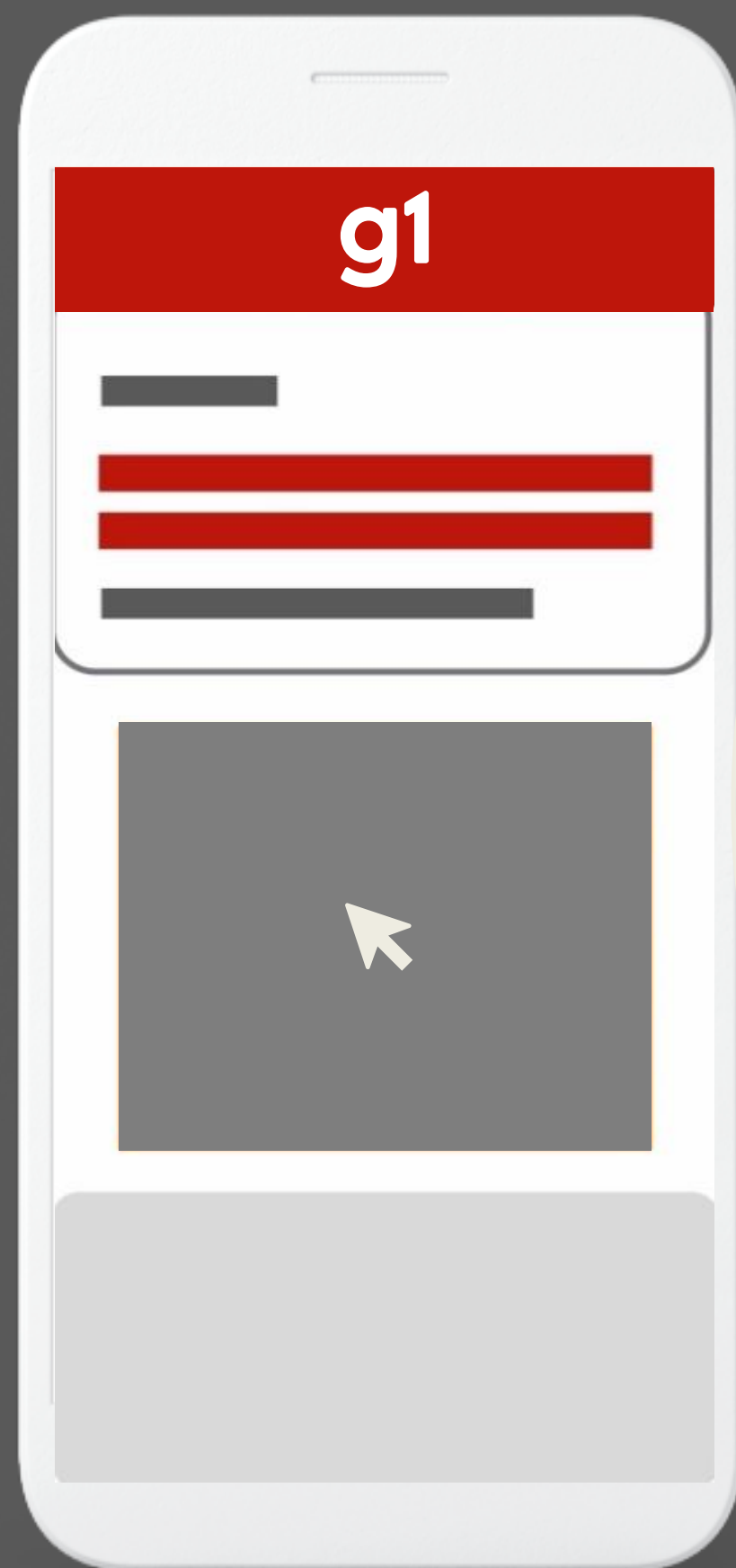
[\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)

WEBSTORIES

[\(Referência\)](#)

[Confira as especificações aqui!](#)



Cotas G1 SC

Além dos formatos avulsos, os anunciantes podem investir em cotas mensais de patrocínio/participação no G1 Santa Catarina.





COTAS DE PATROCÍNIO

CONCEITO:

_Produto com foco em reforçar a marca do patrocinador, posiciona o anunciante, diariamente, na jornada do usuário do G1 SC. Uma estratégia que auxiliar na valorização e credibilidade da marca associada ao G1.

PERÍODO:

_Recomendável o fechamento de pelo menos 3 meses, período mínimo, 01 mês.

QUANTIDADE DE COTAS: 02*

FORMATOS:

_Billboard1 + Retângulo Mobile1 - visibilidade determinada em 50%

_Retângulo Médio (1,2,Superior ou Feed) em toda a editoria com uma entrega determinada de 51.055 impressões*.

INVESTIMENTO MENSAL: R\$5.200

*Necessário verificar disponibilidade;

*Há bloqueio de segmento.

*As impressões determinadas de retângulo podem ser segmentadas conforme estratégia do anunciante, assim como as posições dos formatos.



COTA DE PARTICIPAÇÃO

CONCEITO:

_Produto com foco em reforçar a marca do patrocinador, posiciona o anunciante, diariamente, na jornada do usuário do G1 SC. Uma estratégia que auxiliar na valoração e credibilidade da marca associada ao G1.

PERÍODO:

_Recomendável o fechamento de pelo menos 3 meses, período mínimo, 01 mês.

QUANTIDADE DE COTAS: 02*

FORMATOS:

_Billboard2 - visibilidade determinada em 50%

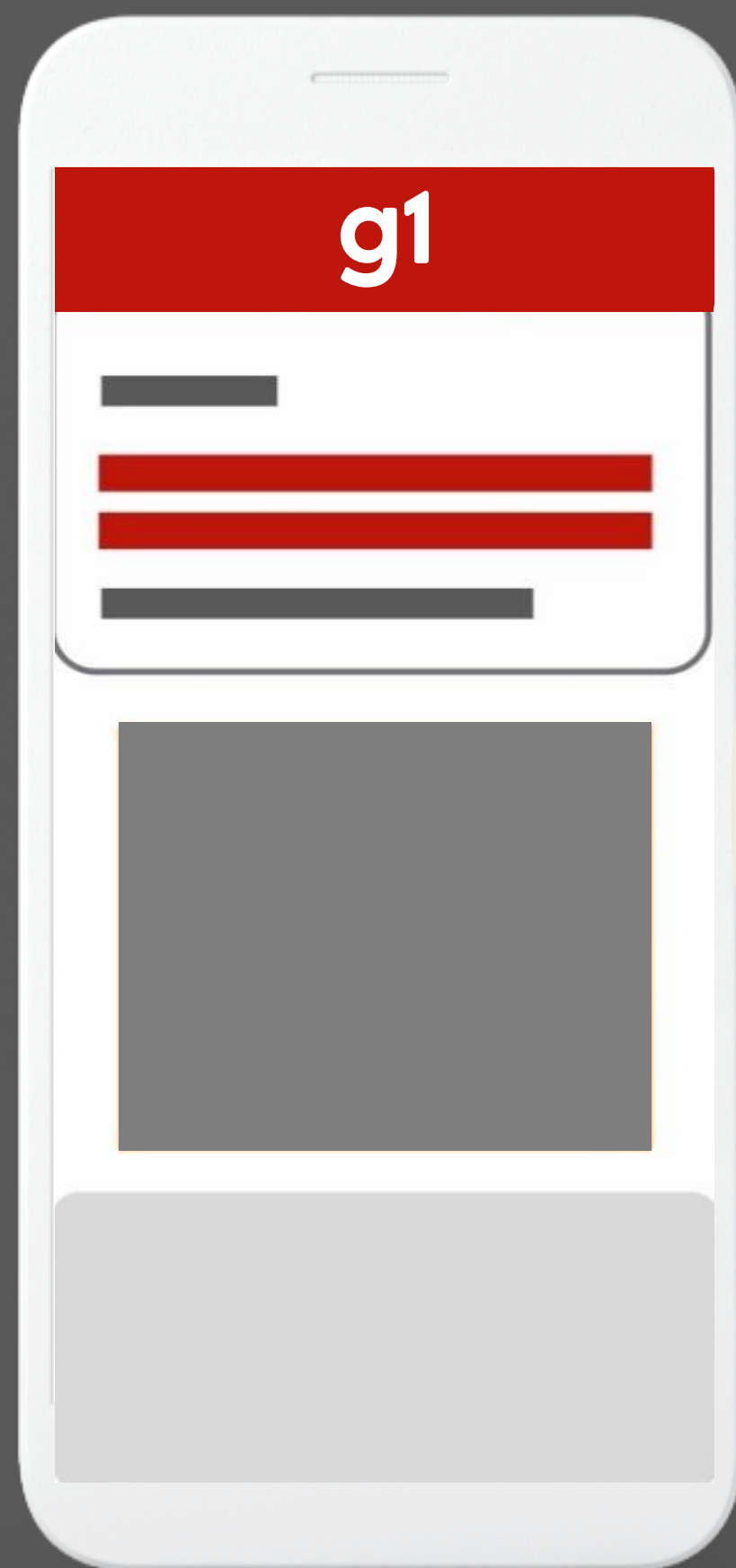
_Retângulo Médio (1,2,Superior ou Feed) em toda a editoria com uma entrega determinada de 85.457 impressões*.

INVESTIMENTO MENSAL: R\$4.400

*Necessário verificar disponibilidade;

*Há bloqueio de segmento.

*As impressões determinadas de retângulo podem ser segmentadas conforme estratégia do anunciante, assim como as posições dos formatos.



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 da Globo.com. Os informes levam o selo "Especial Publicitário", e precisam ser aprovados pela NSC e pela Globo.

PERÍODO:

_10 dias de ativação.

PRODUÇÃO/CURADORIA:

_Produção ou curadoria realizada com o estúdio de branded;

APROVEITAMENTO COMERCIAL:

_Mídias fixas do anunciante, blindando a matéria;

_Chamadas na home e internas do G1, GE ou GSHOW Santa Catarina + Mídia de Divulgação + Mídia exclusiva (Opcional).

EXEMPLOS:

JEC ASSUME A LIDERANÇA

SUPERMERCADO ONLINE



ESPECIAL PUBLICITÁRIO

Páginas que reúnem matérias exclusivas do cliente, seguindo o layout padrão da Globo.com. Os canais levam o selo "Especial Publicitário" em todas as páginas e em todos os conteúdos, que precisam ser aprovados pela NSC e pela Globo.

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:

_Mídias fixas do anunciante blindando o especial;

_Chamadas na home e internas do G1, GE ou GSHOW Santa Catarina + Mídia de Divulgação + Mídia exclusiva (Opcional).

EXEMPLOS:

FLORIANÓPOLIS, UMA CIDADE PARA TODOS

MAIS TEMPO PARA VIVER BEM

