

\*

---

# ***BRANDED 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



**57.3%**

Em relação à média global, estamos à frente quando o assunto é o consumo diário de conteúdo em vídeo.



**71.3%**





**72%**

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

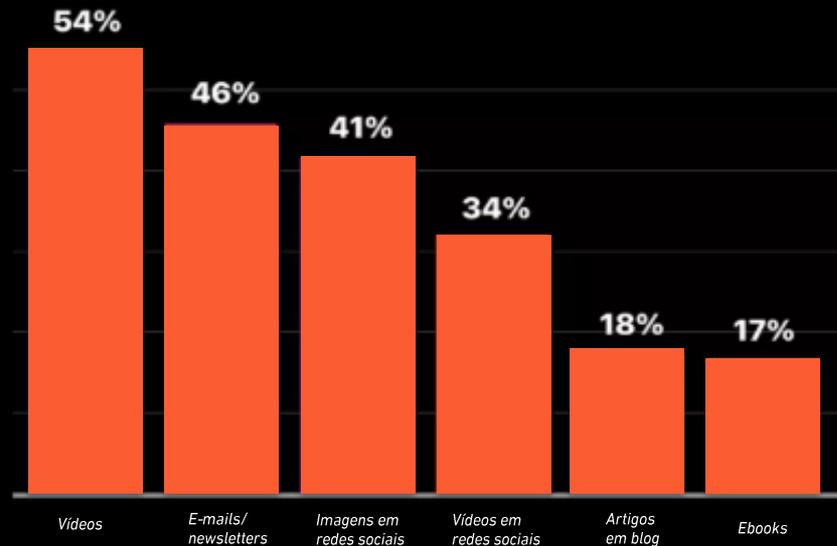


**97%**

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



**Quando o assunto é conteúdo de marca, o vídeo é preferência dos consumidores.**



## ***Não é a toa que o formato traz 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



# **BRANDED CONTENT**

É conteúdo que tem afinidade com o universo da marca e relevância para a audiência.

O **BRANDED CONTENT** usa a força do *storytelling* para gerar valor para a marca enquanto fortalece o engajamento com a audiência.



# ***BRANDED VIDEO***

O formato traz a força do conteúdo da TV para jornada de compra dos consumidores.

Com alto poder de influência e conversão, é uma forma de inserir a marca de forma nativa e orgânica no conteúdo.





\*

**O FOCO É CONTAR  
HISTÓRIAS  
DE MARCAS QUE  
FORNEÇAM  
ENTRETENIMENTO OU  
INFORMAÇÃO. E FAZER  
CONTEÚDO PARA  
PESSOAS.**

\*

BRANDED CONTENT

# ***CADA VEZ MAIS, AS MARCAS USAM CONTEÚDO EM VIDEO PARA:***



**Aumentar vendas**



**Reforçar a confiança**



**Gerar brand awareness**



**Informar novidades**

# Conteúdo na TV vira assunto



A TV está cada vez mais social. O que passa na TV repercute em diferentes meios e vira assunto nas redes sociais.

Em 2020 foram 363 milhões de tweets sobre conteúdo em vídeo.

Desses, 90% foram sobre TV aberta.



## *CASE CASAS BAHIA*

Case BBB:  
McDonalds, 99, Americanas, Avon, PicPay, entre outros.

# **O CONTEÚDO VIROU SHOPPING**

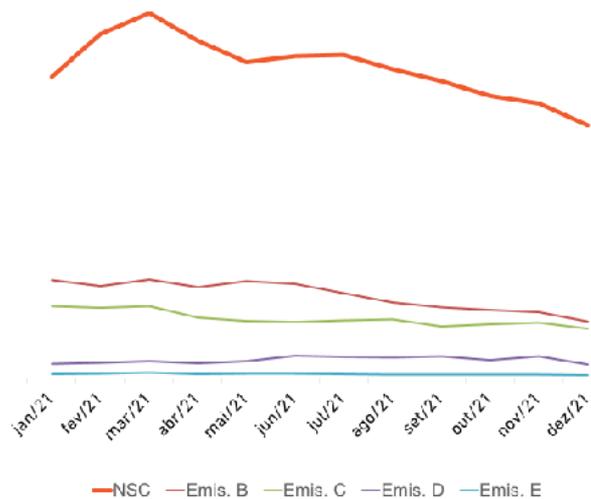
*Além de informar e engajar, conteúdo em vídeo é capaz de gerar conversão imediata e impulsionar vendas.*

*Com QR Codes na tela, a jornada de compra vai da TV para o check-out.*



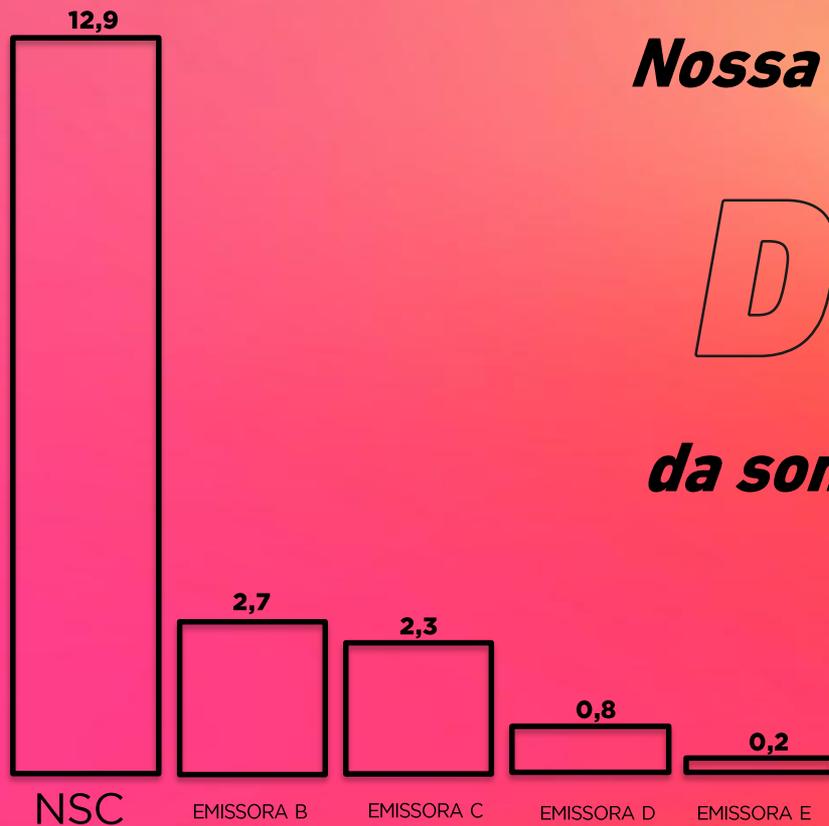
***BRANDED VÍDEO***  
***É NA NSC TV***





Fu. de. Capital IBCPE Média - Incluir I Grande Florianópolis - Jan/20 a Dez/21 - Faixa Diária 07h às 24h  
 Seg e Dom - Ref: N do relatório I Base TLE. Dados atualizados com uma taxa de 1ms.

**A NSC É LÍDER**  
**24 HRS**  
**365 DIAS NO ANO**



***Nossa audiência é mais do que o***

***DOBRO***

***da soma das demais emissoras  
abertas do estado.***

# **PRESENÇA EM TODA** SANTA CATARINA



**6**

Emissoras



**2.619.789**

Domicílios  
com TV



**7.130.247**

Telespectadores  
Potenciais



**7.270.172**

População

# VELOCIDADE DE ALCANCE

\*



58%  
são mulheres.

Em apenas um dia  
a NSC TV alcança  
**+ 3 milhões**  
de telespectadores  
em toda Santa  
Catarina



42%  
são homens.

# ***NSC BRANDED CONTENT***



O Estúdio NSC Branded Content é um núcleo especial para criação de conteúdo de marca dentro dos veículos da NSC.

Formado por uma equipe multidisciplinar de profissionais, o foco é trazer relevância, credibilidade e qualidade de informação para a comunicação das empresas em Santa Catarina.



# ***COMO FAZEMOS***



# PROJETOS EXCLUSIVOS

BREAK AO VIVO

PROGRAMETES

MERCHANDISING

PROJETOS PERSONALIZADOS



# MORAR BEM



CONSTRUÇÃO  
E DECORAÇÃO

\*

*O Morar Bem traz conteúdo sobre o mercado de construção, arquitetura, imobiliário e decoração, com foco em agregar valor para a audiência e posicionar a marca como referência.*

# ***NA ESTRADA***



AUTO

*Programetes de conteúdo exclusivo sobre o mercado automotivo. Aborda temas como novidades do mercado, troca de automóvel, peças, pneus, seguros e afins.*

# ***GASTRONOMIA***



GASTRO

*Programetes de conteúdo sobre gastronomia apresentados pela comunicadora parceira Luisa Colombi, da Soul Baker.*

# FREDY PNEUS



*Conteúdo inserido de forma orgânica na programação do programa Conexão Verão, traz dicas úteis para preparar o carro e viajar com segurança.*

AUTO

# FECOAGRO



*Programete em vídeo reforça a importância da tecnologia para aumentar a eficiência do agronegócio em SC.*

AGRONEGÓCIO

# VILA OLÍMPIA



Vídeo produzido para divulgar a chegada do novo ensino médio no colégio Vila Olímpia, em Florianópolis.

EDUCAÇÃO

# ***BASQUETE TRANSFORMA SC***



*Quadro na programação do Globo Esporte e websérie no GE.com conta histórias de vidas transformadas pelo basquete em Santa Catarina e mostra o papel da prática esportiva no desenvolvimento de jovens do estado.*

ESPORTE

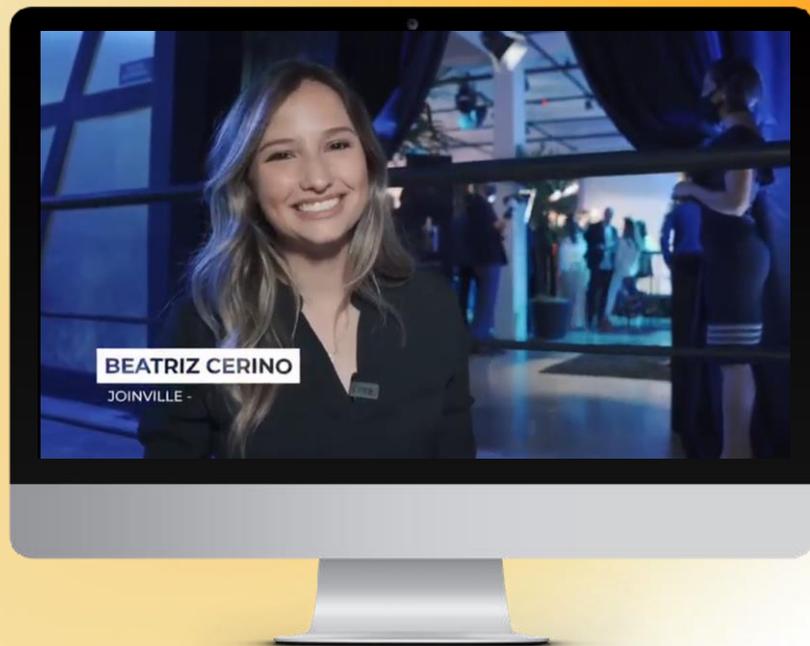
# UNIMED



*Parte do projeto "Pergunte ao Médico", combina conteúdo exclusivo com envolvimento editorial esclarecendo dúvidas sobre saúde no Bom dia SC.*

SAÚDE

# ***BREAK AO VIVO***



LIVE

*Formato de conteúdo que ocupa o espaço de 1 minuto no break com conteúdo ao vivo, transmitido diretamente do PDV do cliente. Ideal para inaugurações, lançamento de ofertas e ações exclusivas.*



**branded**  
content