

SUPERMERCADO

Cases Nacionais

Clique nos links e conheça os **cases de sucesso** da Globo

- ["A credibilidade está ligada a nossa marca"](#)
Super Rispoli – RBS TV Uruguaiana
- ["A parceria é uma relação de ganho mútuo"](#)
Delmoro Supermercados – TV Centro América
- ["Se você quer trazer público, tem que anunciar na globo"](#)
Supermercados Ideal – TV Paraíba
- ["Percebemos a necessidade de um veículo de comunicação que tivesse ótimo alcance"](#)
Supermercado Biasi – TV Liberal Paragominas

Cases Regionais

Veja os depoimentos e conheça os **cases de sucesso** da TV Rio Sul

- *"Ao longo desses anos nossa parceria tem sido de sucesso! Ambos acreditamos no trabalho em conjunto, sabemos que sozinhos não chegaríamos a lugar algum. Somado a isso destacamos a contribuição para a democratização da informação, participando ativamente do progresso intelectual da nossa região. Agradecemos e parabenizamos a dedicação de toda a equipe TV Rio Sul!"*
Multi Market – Ana Lúcia Gullo Gesto
- *"Nossa parceria com a TV Rio Sul esta sendo uma experiência muito positiva, por isso gostaria de agradecer a todos os profissionais envolvidos neste trabalho e lhes dar meus singelos parabéns, pois uma parte de nosso sucesso se deve a vocês que nos ajudaram a divulgar e tornar conhecida nossa empresa na região."*
Ville Supermercados – Adriana Bittencourt
- *"Acredito muito na qualidade do trabalho que desenvolvemos para os nossos clientes, porém precisamos comunicar isso ao público, e para nós o melhor veículo para apresentar nosso bom trabalho, é a TV Rio Sul. Para nós, foi o melhor resultado, no menor tempo e com a melhor qualidade de retorno. É isso que buscamos para nossa marca, nosso lema é "Junte-se aos bons e será um deles!"*
Dueto Armazém – Edilberto Gomes Viana

Como as marcas crescem

Trabalho em sinergia: Construção e Ativação

CONSTRUIR
É CRESCER A
LONGO PRAZO



ATIVAR
É VENDER A
CURTO PRAZO

Como as marcas crescem

A efetividade do marketing na Era Digital

Campanhas de **amplo alcance** ainda são a melhor forma de aumentar a **participação de mercado**, o que na verdade é um dos fatores-chaves para o lucro;

A boa notícia é que a **revolução digital aumentou o potencial de eficácia** da maioria das formas de marketing, incluindo a **mídia tradicional**;

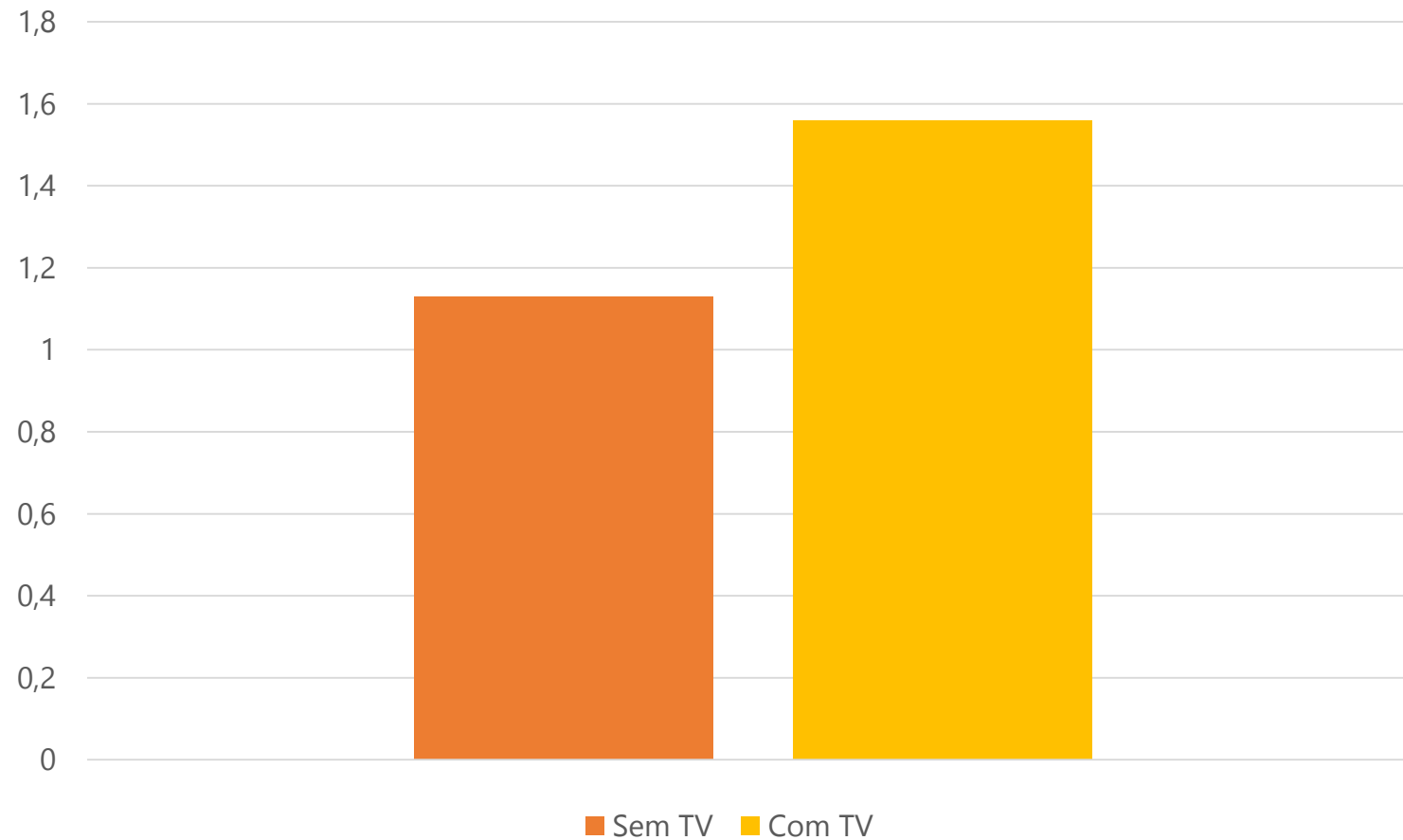
Então, para empresas que **investem a quantia certa, da forma certa**, o **marketing de massa está funcionando melhor do que nunca**;

Equilibrar a **construção de marca a longo prazo e a ativação a curto prazo é fundamental**. A melhor combinação continua sendo investir cerca de **60% em marca e 40% em ativação**;

Publicidade **em vídeo, tanto on-line quanto off-line, é a forma mais eficaz de construção de marca**. A tv é a mídia mais eficiente, mas o vídeo on-line ajuda a funcionar ainda melhor;

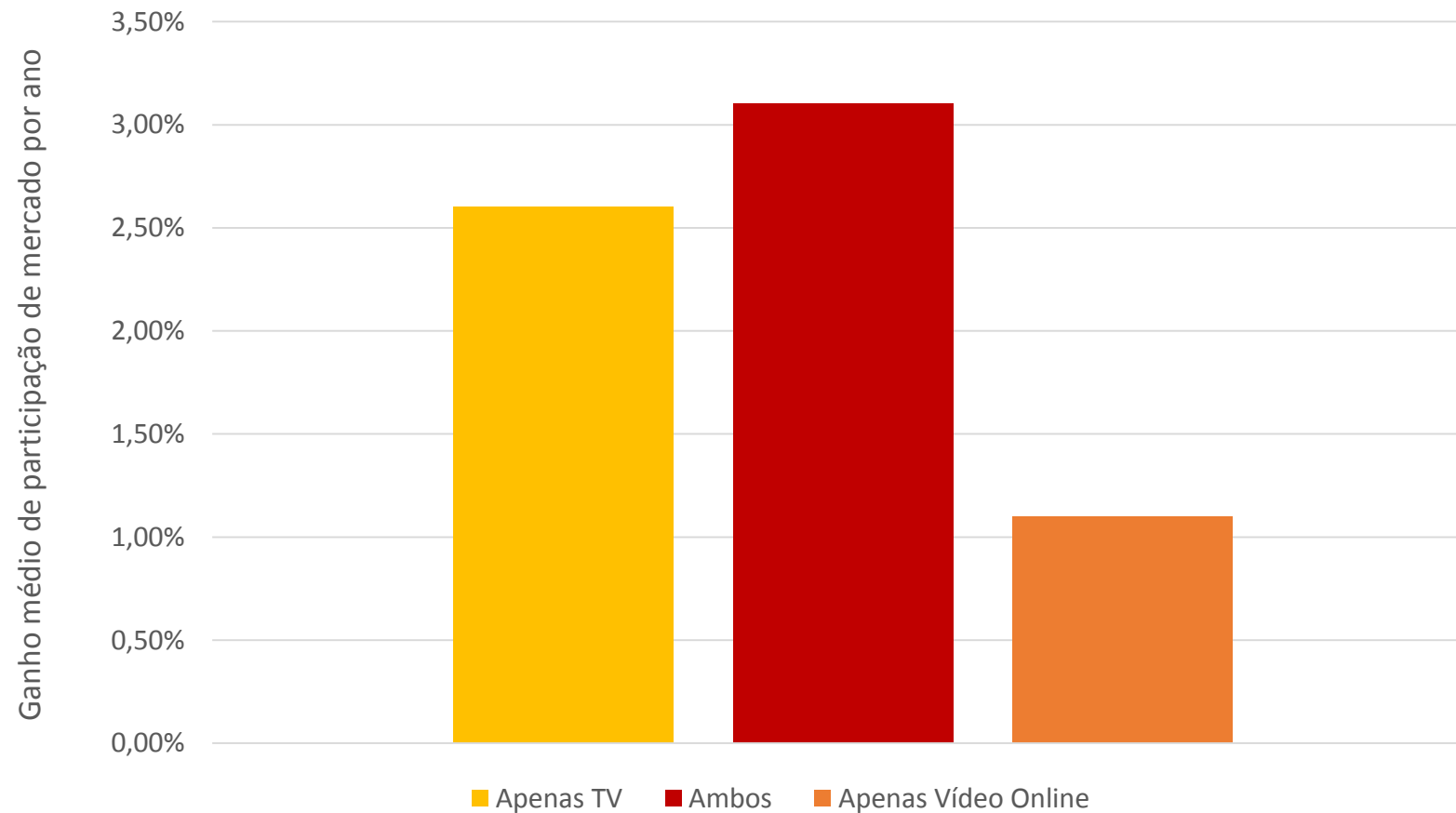
Como as marcas crescem

A TV **umenta a eficácia** geral do negócio em **40%**



Como as marcas crescem

A TV e o digital separados são eficazes. Porém campanhas que **utilizam os dois são mais ainda.**



De olho no mercado

Para o varejo, campanhas em TV fazem girar o estoque e garantem rentabilidade

- **Estoque é custo.** Quanto menos tempo um produto ficar parado nas prateleiras, melhor é a margem de rentabilidade.
- Uma importante **vantagem do anúncio em TV para o varejo: a velocidade em comunicar.**
- **O investimento em merchandising abre nova possibilidade.** Mais de duas mil marcas investiram no formato, que tem como diferencial um investimento menor em produção: marcas ou produtos são inseridos dentro de um determinado programa de forma sutil, bem diferente do que acontecia há alguns anos.
- **Adequar o produto e o público-alvo dentro da grade de programação.** Supondo que o público seja *mulheres da classe C acima de 35 anos: deve-se analisar dentro da grade quais são os programas que tem maior aderência junto a este público.*

De olho no mercado

Comercial de TV continua sendo o principal investimento em publicidade. E cabe em todos os bolsos!

- **A TV é parte da rotina das famílias.** Ao longo da vida, a TV foi se transformando em uma tela importante na vida das pessoas, seja para se informar ou se entreter.
- Claro que outros veículos também são importantes, mas a **TV é uma mídia de segurança para os anunciantes**, para que os investimentos tragam **resultados de forma mais rápida**, no tempo que eles precisam.
- É possível atingir determinado público investindo muito menos, em horários e programas mais específicos. As pessoas sempre tem essa ideia de que a TV é cara, mas é porque pensam em anunciar no intervalo da novela ou do jornal. É preciso entender que **há uma grade de programação que cobre o dia todo, e boa parte desta grade cabe no bolso.**

De olho no mercado

Por que é importante investir em comercial de TV?

- **Ao contrário de algumas opiniões, a televisão se estabelece como um veículo em expansão no Brasil.** Hoje, os brasileiros assistem TV por mais de 6 horas e 17 minutos diários. Para se ter uma comparação, as redes sociais ocupam em média um tempo muito menor no dia a dia do brasileiro: 3 horas e 39 minutos, segundo a Global Web Index.
- **Na TV, 62% dos telespectadores lembravam-se dos anunciantes,** enquanto no smartphone esse índice caía para 46%, revelou um estudo da Hub Entertainment Research.
- **53% dos brasileiros confiam na televisão para se informar e 44% a tem como principal fonte de entretenimento.**



comercialonline.tv.br