

MERCHANDISING



O PLUGUE

conectado com a região

Entreter para informar e informar para entreter! Essa é a “pegada” do Plugue, que produz conteúdos inéditos e já mostrados, sob um ponto de vista diferente. A edição é favorecida por imagens surpreendentes que, aliadas à uma trilha sonora dinâmica, conquistam o telespectador também pela audição, valorizando as pautas propostas pela atração. Os apresentador, Rovany Araújo, percorrem a Região para contar histórias que são retratadas nos mais de 30 quadros existentes no programa, mostrando assim, os talentos e curiosidades do sul do Estado do Rio de Janeiro. Os temas abordam comportamento, esporte, moda, culinária, turismo, entre outros assuntos que, acima de tudo exploram histórias de personagens que inspiram nosso público. Além disso, o programa produz conteúdo especial em datas comemorativas ou que se referem à assuntos factuais, que estão sendo repercutidos no momento. Possui ainda, um perfil interativo que a estimula a participação e interação com o público através das mídias sociais. E, quando a Globo lança um novo produto, é o Plugue que marca presença para adiantar os bastidores. É o produto da TV Rio Sul com linguagem jovem e descolada, feito para que a família entenda o que o que se passa na cabeça de um público que está em constante mudança.



Inserido em uma programação líder de audiência e credibilidade em toda a região sul do Estado do Rio de Janeiro, como a da TV Rio Sul, melhor ainda! O Plugue possibilita ações de merchandising, com amplas oportunidades para diversos tipos de marcas e produtos aparecerem no instante em que o telespectador estiver mais atento, com total adequação, eficiência, estratégia e rentabilidade para o patrocinador. Capaz de mudar hábitos de consumo, lançar moda, reverter comportamento, promover um produto e estimular o consumo de forma adequada e consciente. O anunciante pode assim capitalizar para sua marca a sinergia com o programa, seus personagens e apresentadores.



5 motivos para investir no MERCHAN

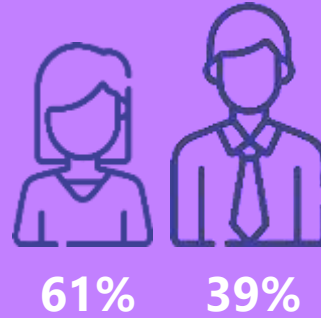
1. O merch trabalha o lado emocional do telespectador
2. A marca está inserida no conteúdo e perfil do programa
3. Relacionamento do telespectador com o programa é a chave do sucesso
4. As ações de merchandising podem deixar marcas famosas
5. Os apresentadores atestam marcas e produtos



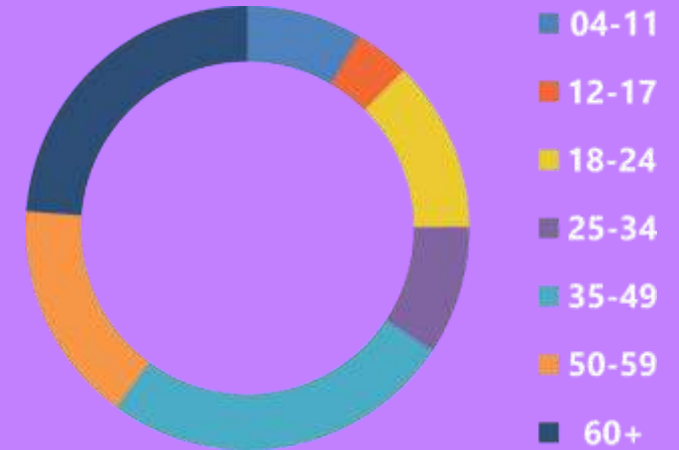
Na TV*

São mais de
187 mil
telespectadores

Sexo



Faixa Etária



Na internet**



Mais de **7.900** páginas vistas por mês



Mais de **4.500** usuários únicos por mês



Tempo médio por acesso:
3m22s

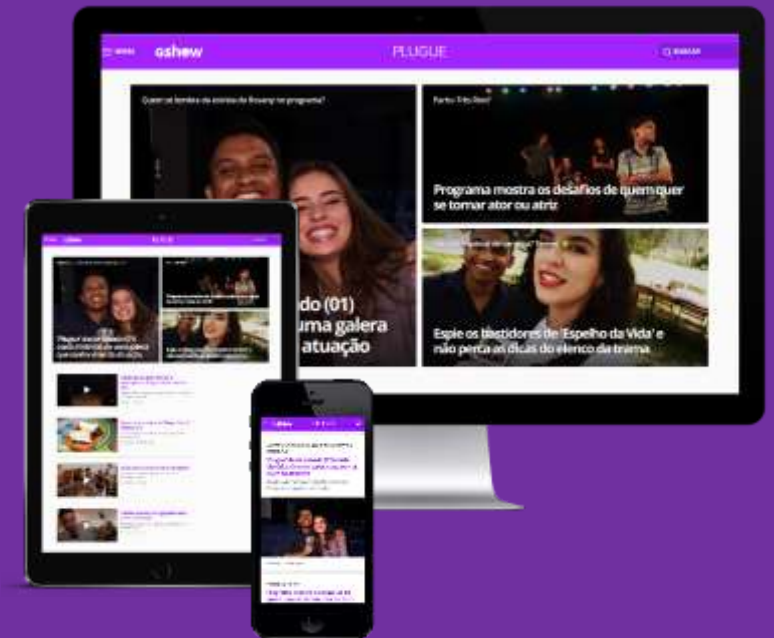
Dispositivos de acesso



33%



67%





comercialonline.tv.br