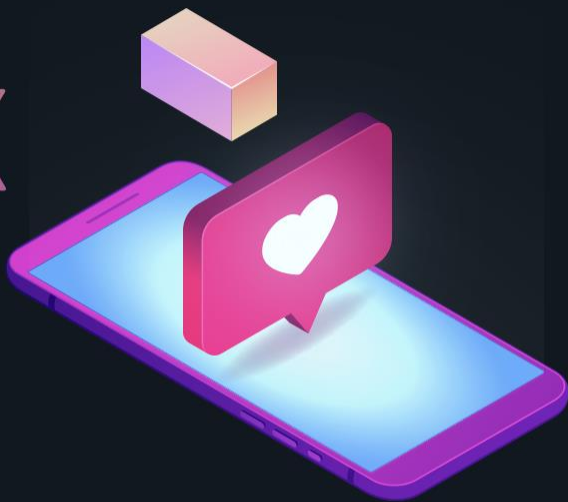




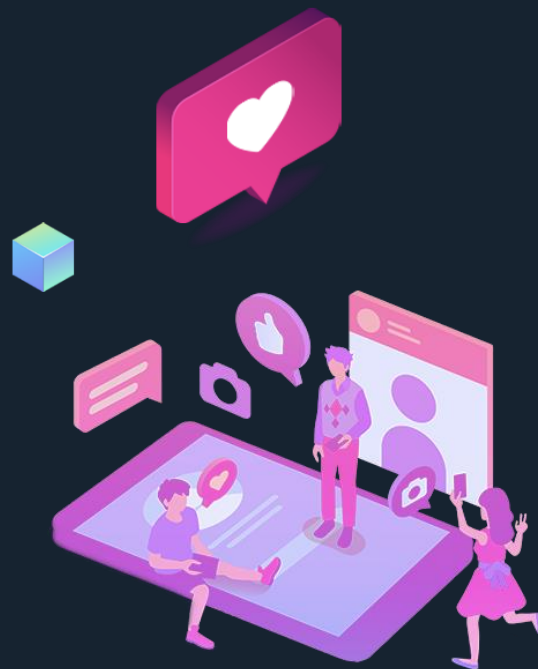
MUITO ALÉM DA
BLACK



FR DAY

PARTIU COMPRAS!

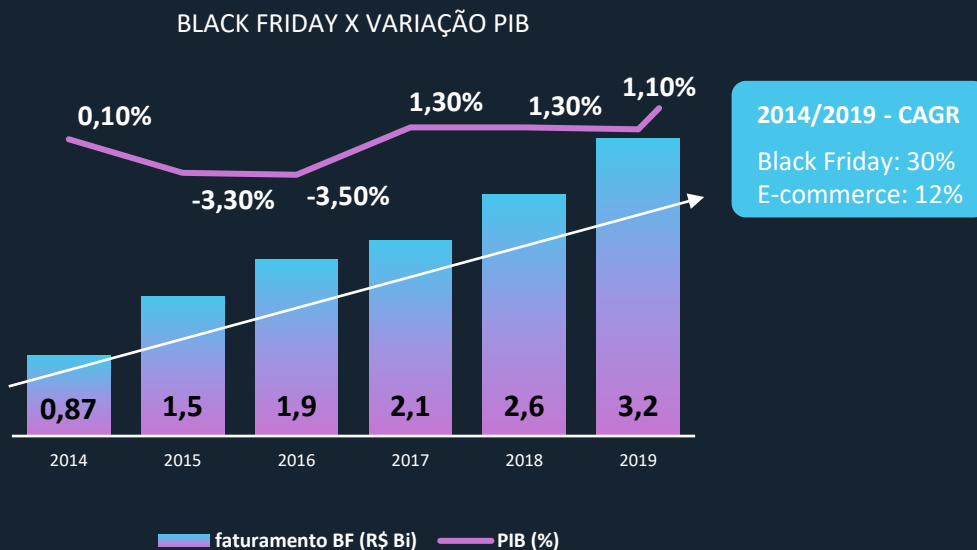
Foi dada a largada para a maior temporada de compras do ano. Em 2020, a importância da Black Friday e do Natal serão ainda maiores.



BLACK FRIDAY



A BLACK FRIDAY, TEM CRESCIDO DE FORMA ACELERADA QUANDO COMPARADA AO E-COMMERCE, CONCENTRANDO AINDA MAIS VENDAS.

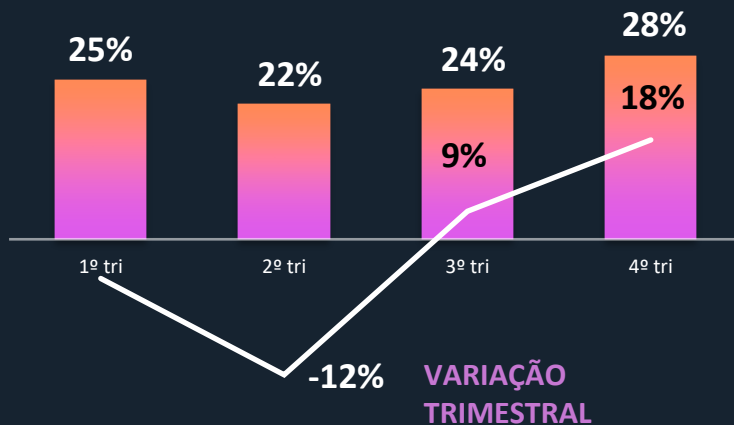


BLACK FRIDAY
e NATAL
representam até 10% do
faturamento do e-commerce.



EM 2020, O 4º TRIMESTRE SERÁ AINDA MAIS IMPORTANTE PARA O CONSUMO

PROJEÇÃO – IMPORTÂNCIA RELATIVA TRIMESTRES
2020 (varejo restrito)



A variação projetada para o **4º TRIMESTRE MOSTRA ACELERAÇÃO** para um cenário mais próximo da normalidade.



2020 MAIOR: A PANDEMIA TROUXE 10X MAIS E-SHOPPERS NOVOS DO QUE A ÚLTIMA BLACK FRIDAY

+5,7M



de novos e-shoppers
entre março e abril
(Black Friday 2019: 400 mil
novos e-shoppers).

39%



dos consumidores
(millennials e centennials),
fizeram mais compras
online em abril x março.

43%



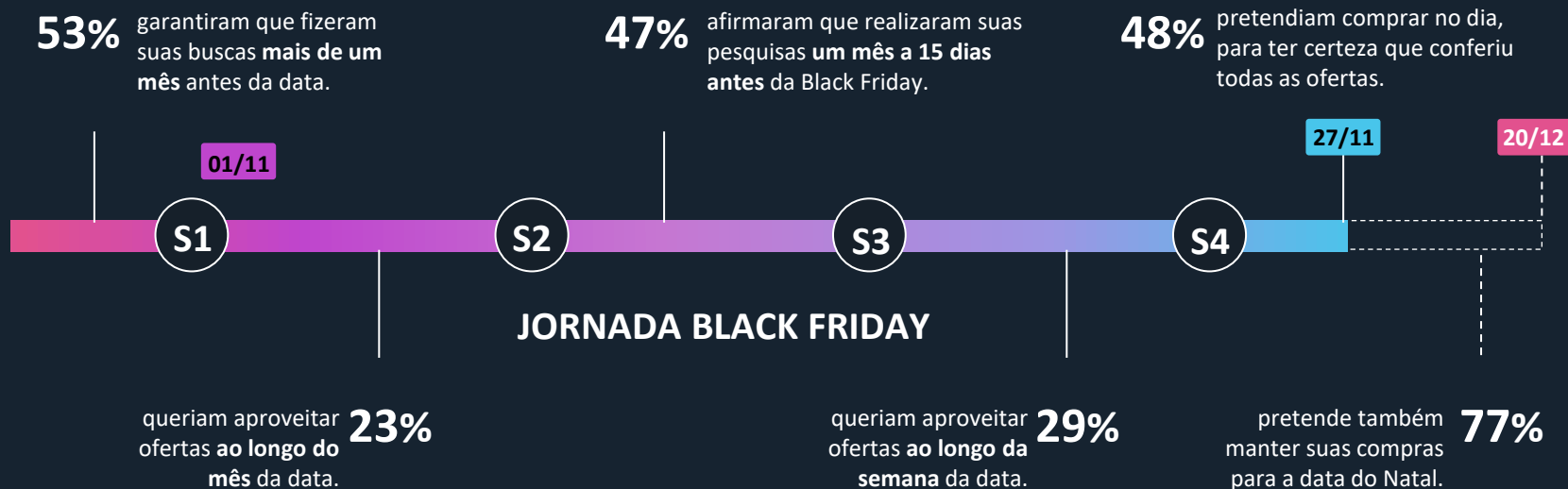
das pessoas com até 54 anos
dizem que vão aumentar
compras online no futuro.
Acima de 55 anos, 25%.

ESSE MOVIMENTO, **AUMENTOU O POTENCIAL** DA VENDA ONLINE PARA O SEGUNDO SEMESTRE DO ANO, ENTRETANTO A LOJA FÍSICA AINDA CONTINUARÁ SENDO O PRINCIPAL CANAL DE DISTRIBUIÇÃO.





EXISTE PREPARAÇÃO, AVALIAÇÃO DAS OPORTUNIDADES E INFLUÊNCIA DO LEGADO DAS BOAS EXPERIÊNCIAS



UM POUCO DE DADOS ...





QUALIDADE DO CONTEÚDO TRAZ ACESSO E CONFIANÇA

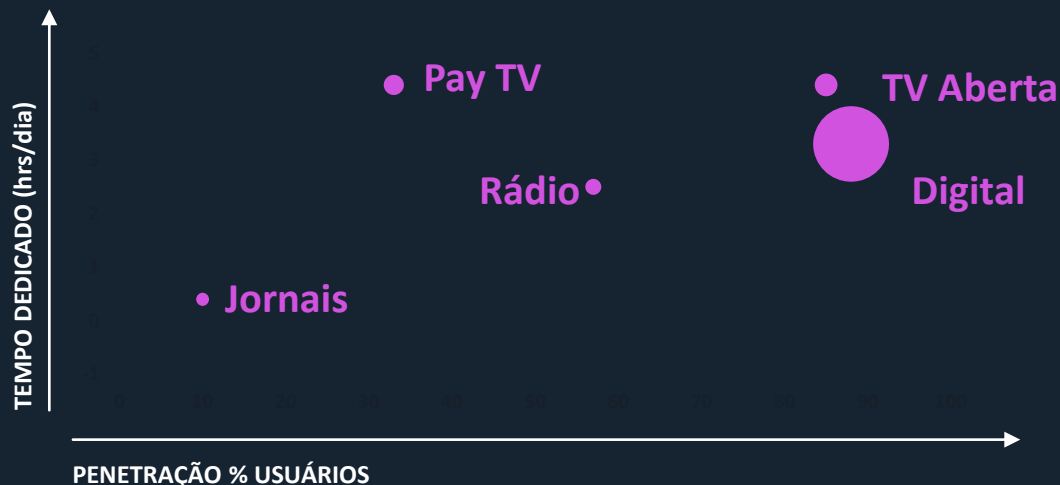


Em 2020, a **confiança** nas fontes de informação tem sido fundamental.
É um ativo imprescindível para a comunicação.





ESCOLHA DO MIX DE MEIOS DEVE SER ADEQUADA À ESTRATÉGIA: INTENSIDADE, VELOCIDADE E EXCLUSIVIDADE.



A TV Rio Sul oferece espaços na TV e no Digital com alto volume de impacto, velocidade e relevância.



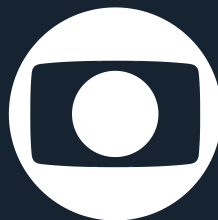
COMPETIÇÃO:
volume de impactos/ dia por usuário
(quanto maior o diâmetro, maior a disputa por atenção)





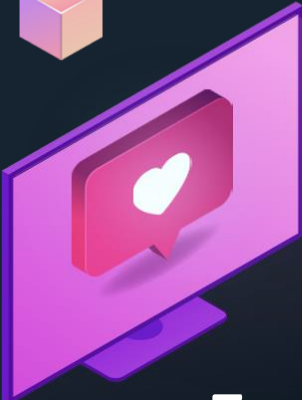
NESSA BLACK FRIDAY, **SEU CONSUMIDOR ESTARÁ AQUI**

existem mais de
60 MILHÕES
de e-shoppers



9 em 10
estão nas plataformas da
Globo.
60% fazem uso da 2ª tela





Em 2019 proporcionamos
uma **BLACK FRIDAY**
grandiosa para os nossos
anunciantes.



BLACK
FRIDAY





TV ABERTA

153 MILHÕES

de pessoas alcançadas **na semana** da Black Friday 2019 pela TV Globo.



DIGITAL

107 MILHÕES

89%

de **usuários únicos** passaram pela
Globo.com no mês de novembro/2019.

foi o alcance de internautas brasileiros que atingimos com a
Globo.com no mês da Black Friday/2019.





MUITO ALÉM DA

BLACK

FRIDAY



E PARA 2020, PREPARAMOS
UMA **BLACK FRIDAY** QUE
TRANSMITA A FORÇA DESSE
ECOSSISTEMA DA TV RIO SUL





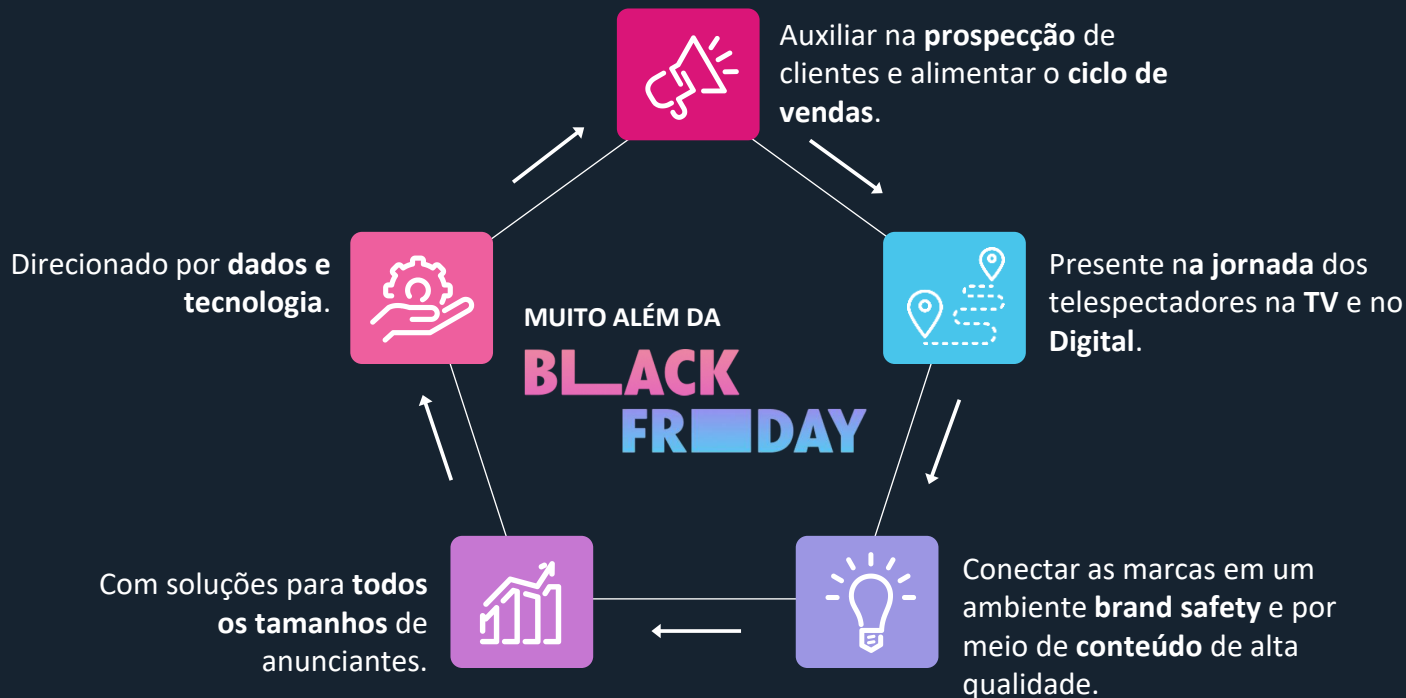
MUITO ALÉM DA

BLACK FRIDAY

2020

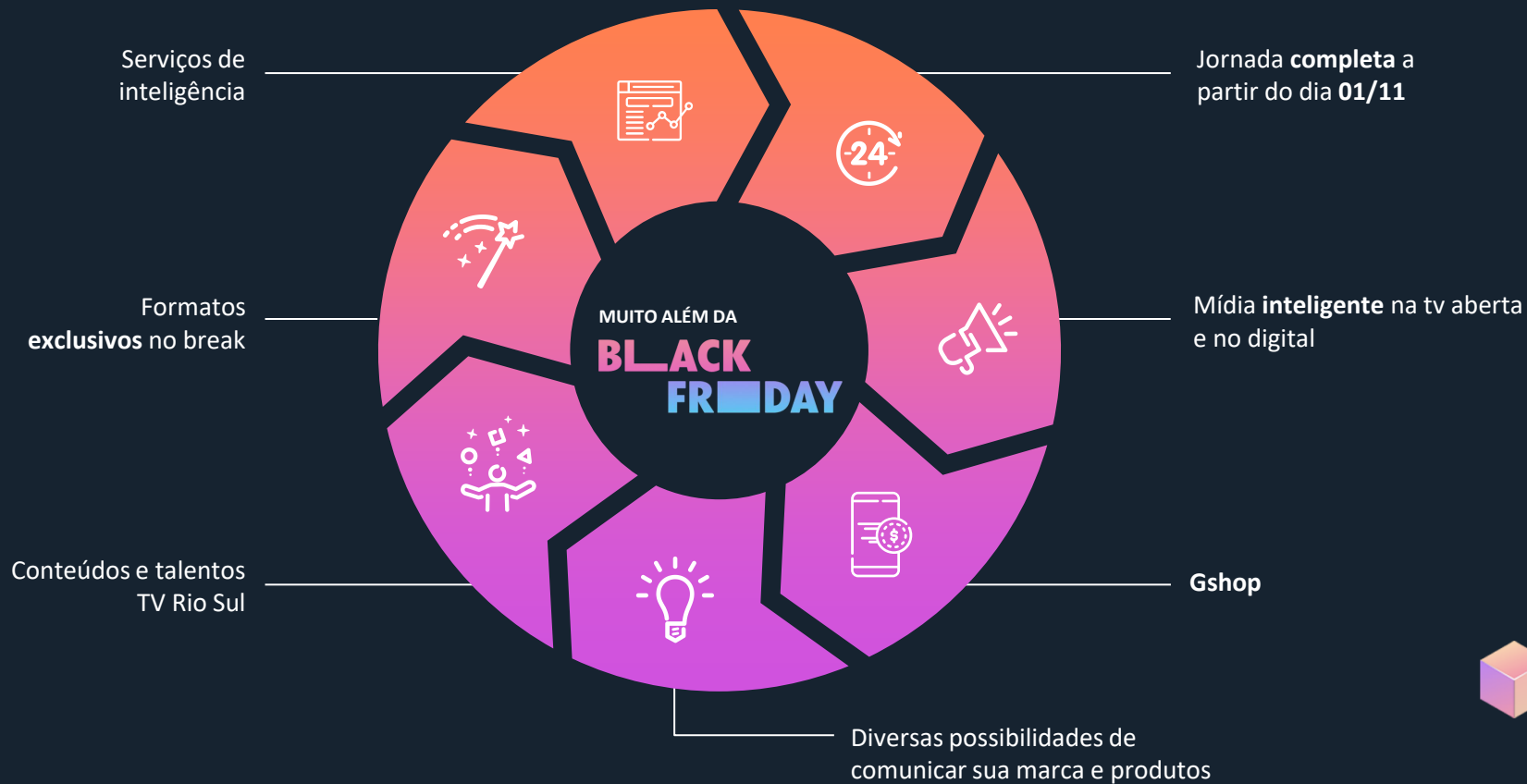


PROPOSTA DE VALOR





OVERVIEW



Oportunidades Comerciais

CHANCELA



Abertura de 5" institucional da Globo **endossando** o break avulso dos anunciantes.

BREAK TEMÁTICO



Na quinta-feira (26/11), um break temático de 30" no RJ2, com as principais ofertas da Black Friday.

DIGITAL



Mídia display + vídeo (pré-roll) dos anunciantes.





DETALHAMENTO

PACOTE 1

	PLATAFORMA	FORMATO	QTDE./ INSERÇÕES	R\$ MÍDIA
MÍDIA	TV Rio Sul	Mídia avulsa	-	Mínimo de R\$1.958,00
	TV Rio Sul	Chancela Globo (opcional)	-	Plus
	TV Rio Sul	Break Temático (RJ2)	1	R\$ 2.901,00
	Portais Globo	Mídia display + Vídeo (Pré-roll)	-	Mínimo de R\$970,00

PACOTE 2

OPCIONAIS	Portais Globo	Gshop (regional)	-	R\$20k
	Portais Globo	Playable Ad	-	Sob Consulta
	Portais Globo	Globo Leads	-	Sob Consulta
	Portais Globo	Oferta da Hora Digital	-	Sob Consulta

- Mídia TV: Investimento mínimo de R\$4.859,00
- Mídia Digital: Investimento mínimo de R\$970,00
- Não estão inclusos os custos de produção, direção, roteirista e cachês de talentos/locutores das soluções de conteúdo.

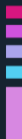




DETALHAMENTO

Na **programação da TV Rio Sul** o anunciante fará **mídia avulsa** com a opção de **chancela**, que é uma abertura institucional de 5" para caracterizar a campanha de Black Friday, esta abertura fará parte da composição da secundagem do VT do anunciante, e o **break temático de 30"**, que será no dia 26 de novembro, um dia antes da Black Friday, no **intervalo do RJ2**. A mídia avulsa será planejada pelo cliente junto ao atendimento comercial, de acordo com sua estratégia, para atingir seu público, dar visibilidade aos seus produtos/ serviços e trazer resultados para o seu negócio.

No **digital** o anunciante terá **mídia display** (formatos de banners) e/ou o **vídeo no formato de pré-roll**. A composição da mídia será feita de acordo com os interesses de target do anunciante, todos os formatos de display estão disponíveis, assim como todos os canais dentro da globo.com, desde que, a mídia possua geolocalização para o estado do Rio de Janeiro ou para alguma cidade da área de cobertura da TV Rio Sul. Os formatos Gshop, Playable Ad, Globo Leads e Oferta da Hora são opcionais.





GSHOP VITRINE DE OFERTAS

O **Gshop** é o ambiente da Globo onde **identifica** os **interesses** de compra do usuário e **exibe** as **ofertas** dos maiores anunciantes do país.

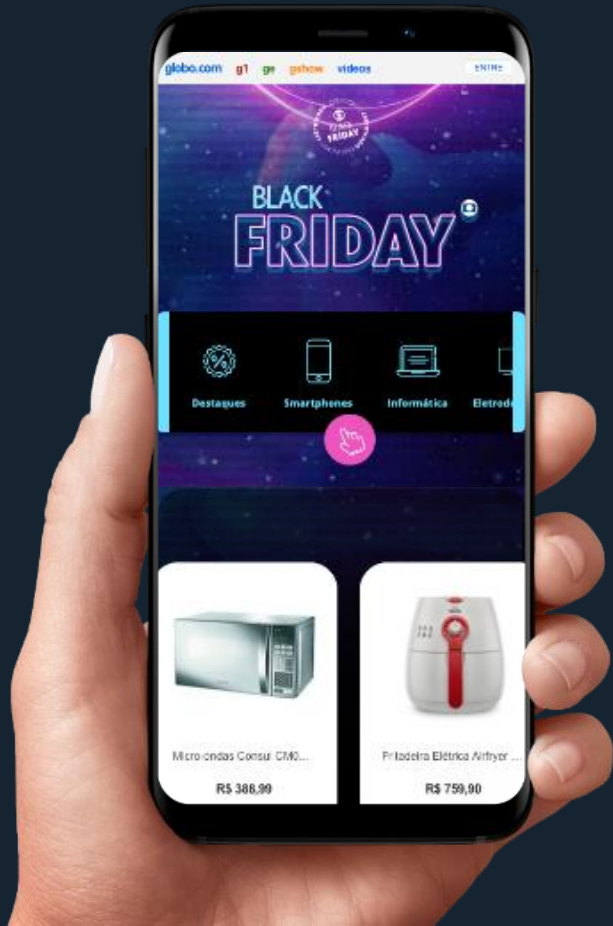
A **partir do dia 01/11**, trará oportunidades para anunciantes, em um ambiente **seguro** e para um público **qualificado**.



- Estimativa de 4 milhões de acessos (+240% vs 2019)
- Média de CTR 2019: 4,5%
- Gestão da vitrine feita pelo anunciante



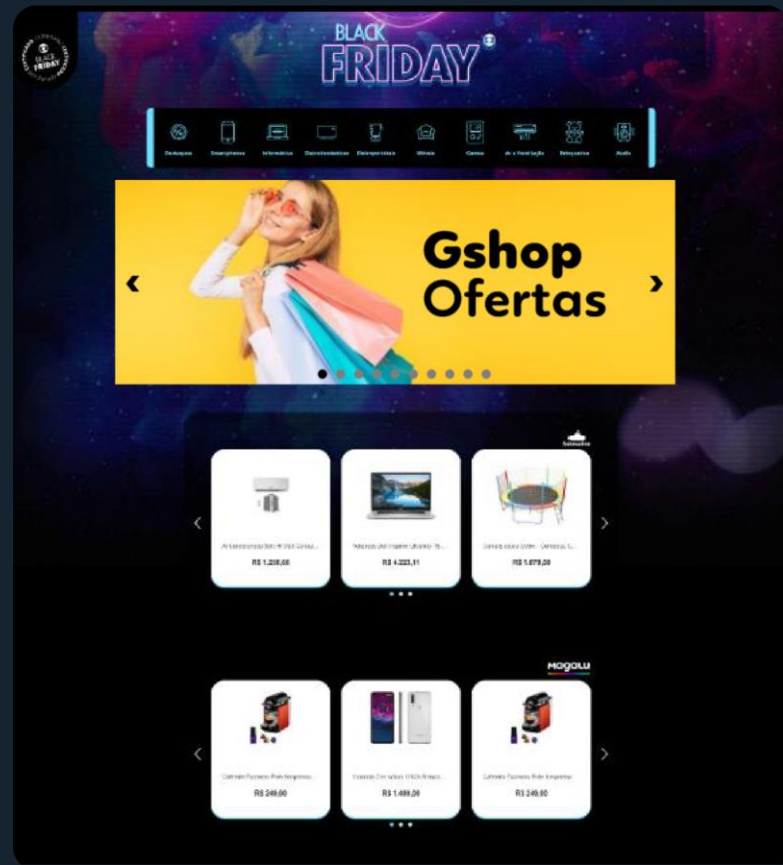
Teremos um **filme institucional** divulgando o Gshop em toda a programação da Globo.





GSHOP VITRINE DE OFERTAS

- Abastecimento de ofertas automatizado e feito pelo próprio anunciante;
- As 4 primeiras vitrines (posições) são destinadas aos patrocinadores másters;
- Entrada randômica, a partir da 5ª posição, com as ofertas dos anunciantes regionais;
- A entrega é feita por geolocalização, ou seja, apenas os usuários que tiverem os endereços de IP's de seus dispositivos localizados dentro das 24 cidades da área de cobertura da TV Rio Sul, serão impactados pelas ofertas dos anunciantes locais.



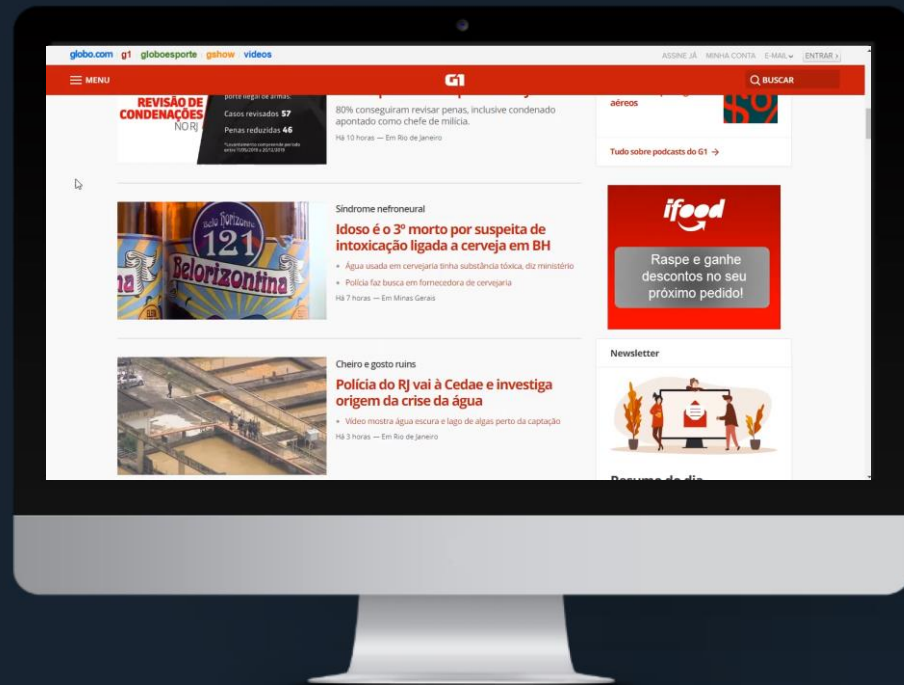


PLAYABLE AD

Formato **interativo**, que permite que a marca passe a sua mensagem de uma forma mais “fun” ou com uma mecânica gamificada.

Ideal para revelar as ofertas ou até **descontos exclusivos**, oferecidos no período da Black Friday.

Assista o exemplo ao lado →



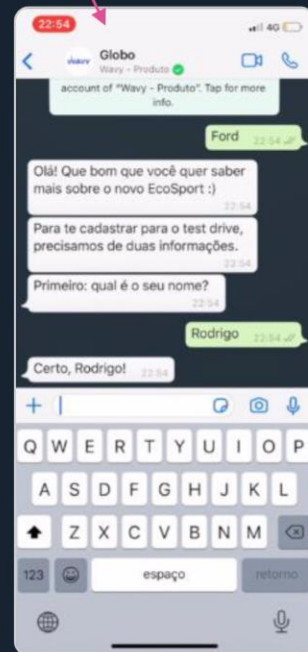


GLOBO LEADS

O Globo Leads é um formato **inovador** que proporciona um canal de geração de leads por meio de uma plataforma **conversacional** utilizando chatbot.

Ao clicar na peça da campanha, o usuário é direcionado para um **whatsapp** onde vai desenvolver a conversa com o chatbot e dar algumas **informações** para que a marca entre em contato.

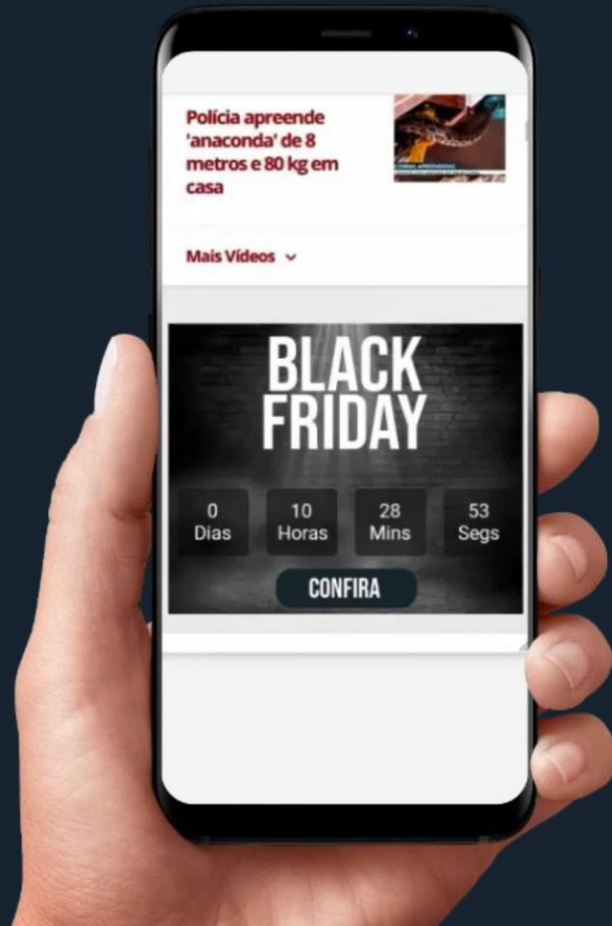
As informações, **previamente definidas**, são disponibilizadas para o anunciante dar sequência na **conversão** daquele lead gerado.



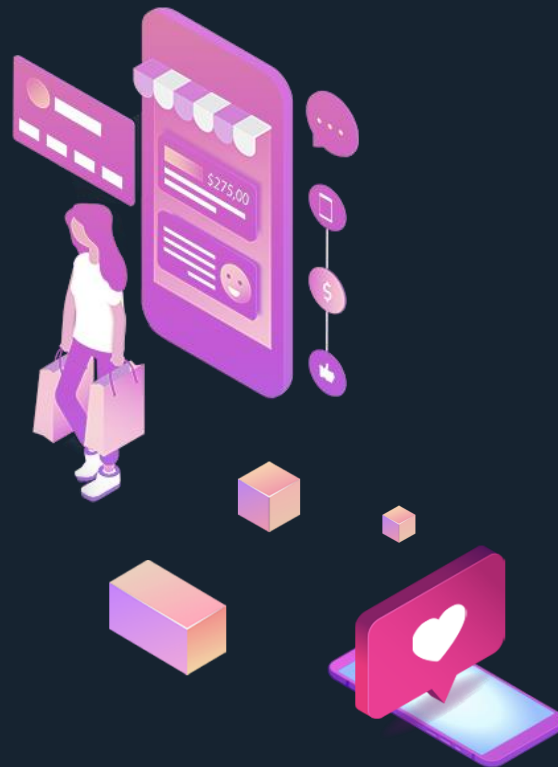
OFERTA DA HORA (DIGITAL)

Formato publicitário com contagem regressiva com o objetivo de fomentar **compras por impulso**, promover descontos exclusivos e eventos que tenham um período pré determinado para acontecer.

Na mídia display digital, o anúncio aparece com contagem regressiva. A peça poderá ser configurada para expor o anúncio, ao potencial comprador, várias vezes durante o tempo pré determinado na campanha.



OUTRAS POSSIBILIDADES





AÇÕES NO CONTEÚDO

MERCHANDISING



Integre a jornada de Black Friday com ações de **merchandising** no **Revista + Plugue**. As ações **endossam** a mensagem dos anunciantes, agregando valor e amplificando a conversão das ofertas.

Com o objetivo de reforçar e estender a comunicação do merchandising, é possível, através do digital, produzir uma matéria publicitária dentro do gshow regional integrada a branded posts nas redes sociais oficiais da TV Rio Sul.

Os anunciantes podem aproveitar o merchandising para fazer um esquentar da Black Friday, convidar os telespectadores para o e-commerce, mostrar suas ofertas e muito mais.





PORTA-VOZES



Os anunciantes podem aproveitar os talentos da TV Rio Sul, Teresa Freitas, Rovany Araújo, Samuel Fontenele e Vinícius Barros, como **porta-vozes** da sua marca, participando das ações de conteúdos.





BREAK AO VIVO



Nos intervalos comerciais da TV Rio Sul, entradas ao vivo poderão anunciar promoções **direto da loja** do patrocinador e ainda pode ter a presença de um **porta-voz da marca**.

O objetivo é trazer essa **dinâmica e corrida pelo melhor preço** da Black Friday.

OFERTA DA HORA



Com foco em gerar **compras por impulso**, promova ofertas **com tempo limitado** na semana da Black Friday.

Ex.: Oferta válida por 50 minutos, compre pelo nosso site e retire na loja.

BREAK PERSONALIZADO



Break exclusivo com objetivo de comunicar ofertas especiais e posicionamento da marca no mês da Black Friday.



LIVES BLACK FRIDAY



Através de lives, os **porta-vozes da marca** poderão gerar engajamento e buzz nas redes sociais da TV Rio Sul, interagindo com o público e fomentando ofertas e descontos das marcas.





PACOTE DIGITAL

Insira o digital na **BLACK FRIDAY** de forma **eficiente** e para **todos os tipos de anunciantes**.



- Diárias no **G1, GE, Gshow**
- Mídia display em **G1, GE, Gshow**

Oportunize diferentes formatos para proporcionar uma **jornada completa**.



- Pre-roll de até **30" s/ skip**
- Pre-roll de até **180" c/ skip**
- Bumper Ad (**formato de vídeo até 7"s/skip**)



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS



TV RIO SUL

1. O valor mínimo do investimento na TV é de R\$4.859,00
2. A mídia avulsa e o intervalo temático são entregas obrigatórias para o anunciante.
3. A chancela é um aproveitamento opcional para o anunciante.
4. O intervalo temático será no break do RJ2, no dia 26 de novembro de 2020.
5. A chancela de 5" deverá fazer parte da composição da secundagem do VT da mídia avulsa do anunciante.
6. Entrega do material: Conforme Lista de Preços da Globo, item "Material de Exibição".



DIGITAL

1. O valor mínimo do investimento no digital é de R\$970,00

MATERIAL E PRAZO DE IMPLEMENTAÇÃO

1. Para especificações de material e prazos de implementação, consulte a Equipe de Operações Comerciais através do e-mail opec@tvriosul.com.br

CONSIDERAÇÕES GLOBO.COM

1. A assinatura do PI pelo ANUNCIANTE ou AGÊNCIA obriga as partes e seus sucessores, a qualquer título, tanto aos termos do próprio PI quanto aos termos e condições estabelecidos no Manual de Práticas Comerciais da Globo.com.
2. A Globo.com se reserva o direito de proceder alterações na estrutura do conteúdo dos sites, e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano de inserções. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o anunciante.
3. Custos estimados de produção orçados à parte, sendo total responsabilidade do cliente. Sobre este valor não há negociação, comissão da agência e descontos.
4. De acordo com a sinalização de interesse e adequação do projeto aos objetivos do anunciante, faz-se necessária a consulta aos envolvidos e responsáveis pelo(s) site(s) em questão, que devem aprovar e autorizar o andamento da proposta comercial final, bem como analisar, orçar e estimar um cronograma para as possibilidades de desenvolvimento da ação. Esse processo necessita de um prazo para ser realizado a ser estipulado de acordo com a complexidade do projeto.
5. Tanto os preços, quanto as propriedades apresentadas poderão ser revistas no momento da aprovação.
6. A disponibilidade de entrega está sujeita à consulta no momento da aprovação do plano.
7. A criação de um projeto especial deve ser firmada sob a parceria entre veículo, agência e anunciante.

GSHOP

1. Abastecimento de ofertas automatizado e feito pelo próprio anunciante;
2. As 4 primeiras vitrines (posições) são destinadas aos patrocinadores másters;
3. Entrada randômica, a partir da 5ª posição, com as ofertas dos anunciantes regionais;
4. A entrega é feita por geolocalização, ou seja, apenas os usuários que tiverem os endereços de IP's de seus dispositivos localizados dentro das 24 cidades da área de cobertura da TV Rio Sul, serão impactados pelas ofertas dos anunciantes locais.



PLAYABLE AD

1. A utilização do formato Playable Ad é opcional por parte do anunciante, sendo necessária seguir as considerações abaixo.
2. O anunciante é responsável por enviar as peças corretamente seguindo especificações técnicas . O formato Playable Ad é entregue em banner de dimensão 300x250 e 300x600.
3. Este formato não aceita GIF.
4. O prazo de implementação é de 3 dias úteis após receber todas as peças, dentro do padrão solicitado.
5. A criação e produção das peças são de responsabilidade do anunciante. A TV Rio Sul realizará apenas a programação e validações das peças conforme o template de interação do formato Playable Ad.



GLOBO LEADS

1. A mensagem da campanha deve informar que após a interação com o display, a comunicação seguirá no WhatsApp ou Facebook Messenger (a audiência não pode se surpreender com o início de uma conversa no chatbot de forma inesperada).
2. Se for usar TV o QR Code será elaborado 100% pela TV Rio Sul, sendo necessário o envio do link parametrizado pelo cliente, assim como o envio de sua logomarca, caso deseje a aplicação.
3. E uma vez o material recebido, a TV Rio Sul tem até dois dias úteis para entregar o QR Code para ser inserido no filme da campanha do cliente. Mais informações: Consultar material sobre QR Code.
4. LGPD: O cliente precisa enviar o link do seu termo de responsabilidade publicado em seu site. Ou enviar o arquivo em PDF. A captura de leads no chatbot só acontecerá mediante aceite do usuário ao termo do cliente.
5. Custo de produção: não terá custo de produção somente, e apenas, se for usar o serviço/ formato como proposto neste material. Qualquer customização extra deverá ser consultada, mediante envio de briefing. E passará por avaliação da TV Rio Sul. E poderá devolver a proposta com um custo de produção e prazo de desenvolvimento maior do que o proposto neste material., de acordo com a complexidade da customização.
6. Informações captadas: nome, telefone, e-mail, localização (ou CEP) + 5 informações extras (idade, gênero, CPF, interesse). Necessário preencher o guideline enviado para o preenchimento de quais informações extras entrarão e o tom da conversa.
7. CHATBOT: O BOT será estruturado em um perfil temporário. E deixará de existir ao término da campanha. O perfil é totalmente customizado: nome, foto e descrição. O diálogo do chatbot já está pré-definido. A personalização da conversa será realizada por meio de um guideline, conforme sinalizado acima. A definição de qual plataforma será usada dependerá da necessidade da campanha do cliente.
8. Resultados: O cliente terá acesso aos dados do lead em um dashboard. Outras alternativas, como sincronizar com um banco de dados poderá ser estudada. Consultar equipe de internet antes de fechar a campanha.
9. Para especificações de material e prazos de implementação consulte a equipe de internet.
10. O prazo de entrega do material da mídia de patrocínio/ apoio deverá ser de 2 dias úteis antes da início da veiculação.
11. A solução do chatbot (Globo Lead) será implementada em até 10 dias úteis após o recebimento do material especificado no guideline sobre o serviço/ formato.



OFERTA DA HORA (DIGITAL)

1. Para ter a contagem regressiva na mídia display digital da Globo, precisamos receber do cliente o período determinado da contagem regressiva.
2. Data final – texto | formato: DD/MM/AAAA – Essa data vai ser usada para calcular, baseado no dia e hora atuais do Ad Manager o contador automático.
3. Horário Final (opcional) – texto | formato: HH:MM. – Caso não tenha um horário final, o AD Manager automaticamente apontará para 23:59h com base na data final.
4. URL de destino | CTR da peça criativa. Se clicar e qualquer lugar, ele será direcionado para o CTR configurado no DFP.
5. Criativo – imagem – 300x250, 970x150 ou 970x250 | png ou jpg – Importante considerar na produção do criativo, independente de seu tamanho (300x250, 970,150 ou 970x250), área para exibição dos contadores. Estes quadros possuem grau de opacidade de 0,5% (transparência de 50%) permitindo que o cliente tenha nos contadores também uma cor de fundo de acordo com sua identidade visual.





MUITO ALÉM DA

BLACK FRIDAY

2020

