

projeto

WEBSÉRIE G1

Foto: iPhotoStock





INTRODUÇÃO

web série G1

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, a Internet tornou-se o principal meio de se atualizar e aprender. Basta realizar algumas buscas, e o público terá um mundo de informações a seu dispor. Assim, o G1 se propõe a fazer mais pelos internautas ao criar uma série exclusiva de vídeos, oferecendo uma nova forma de consumir conteúdo e informação.

A construção das narrativas simplificará termos e temas técnicos, disseminando as informações para o público em geral. Desta forma, o anunciante poderá se associar ao conteúdo exclusivo, tratando inúmeros assuntos financeiros em uma série em vídeos.

A marca terá enorme visibilidade e destaque nas páginas do G1, além de estar presente em um ambiente exclusivo com conteúdo relevante, que desperta o interesse e envolve o internauta. Uma ação que reforce o relacionamento da marca com os consumidores só é possível no maior portal de notícias brasileiro.





Justiça de SP aceita denúncia contra padre por pedofilia

Padre Dé, que nega as acusações de abuso sexual, passa a ser réu.



The 2010 TIME 100: The World's Most Influential People

In our annual TIME 100 issue we name the people who most affect our world.

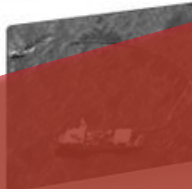
- Dilma beija eleitores e sobe em trator em feira
- Por campanha, Marina se licencia do Senado

LISTA DA REVISTA TIME Lula é eleito um dos 25 líderes mais influentes

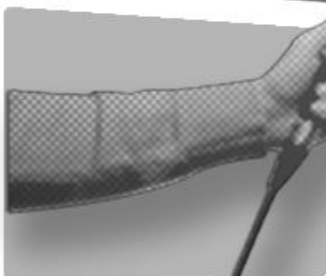
Jaime Lerner é outro brasileiro na lista.

DÉFICIT DE R\$ 4,6 BILHÕES Contas do governo têm o pior resultado para março desde 1997

- 'Inflação do aluguel' recua pelo segundo mês
- Desemprego em março é o menor desde 2002



GOLFO DO MEXICO
EUA dizem que vazamento é um 'desastre'
Óleo vazou após plataforma explodir.



FREQUENTOU ESCOLA POR 3 ANOS 'Fui chutando', diz analfabeto que passou em concurso em PE



ALUGUEL SEM HIGIENE Mega-hair com pioho vira preocupação

- Garotos aderem ao corte de Justin Bieber; veja



PASSEIO PELA CIDADE
Jacarés são achados em bairros do Rio



PREÇO DE R\$ 100 MIL
G1 andou no Audi A5 Sportback



Saiba como diminuir chances de ser vítima de sequestros-relâmpago



o maior site de notícias brasileiro



O G1 é o maior site de notícias da internet brasileira, acessado por milhões de internautas todos os dias. Além dos ótimos resultados de audiência, ainda conta com a credibilidade e transparência do conteúdo Globo, já conhecido por todos os telespectadores e internautas que recebem diariamente informação, entretenimento e diversão pela TV e internet.

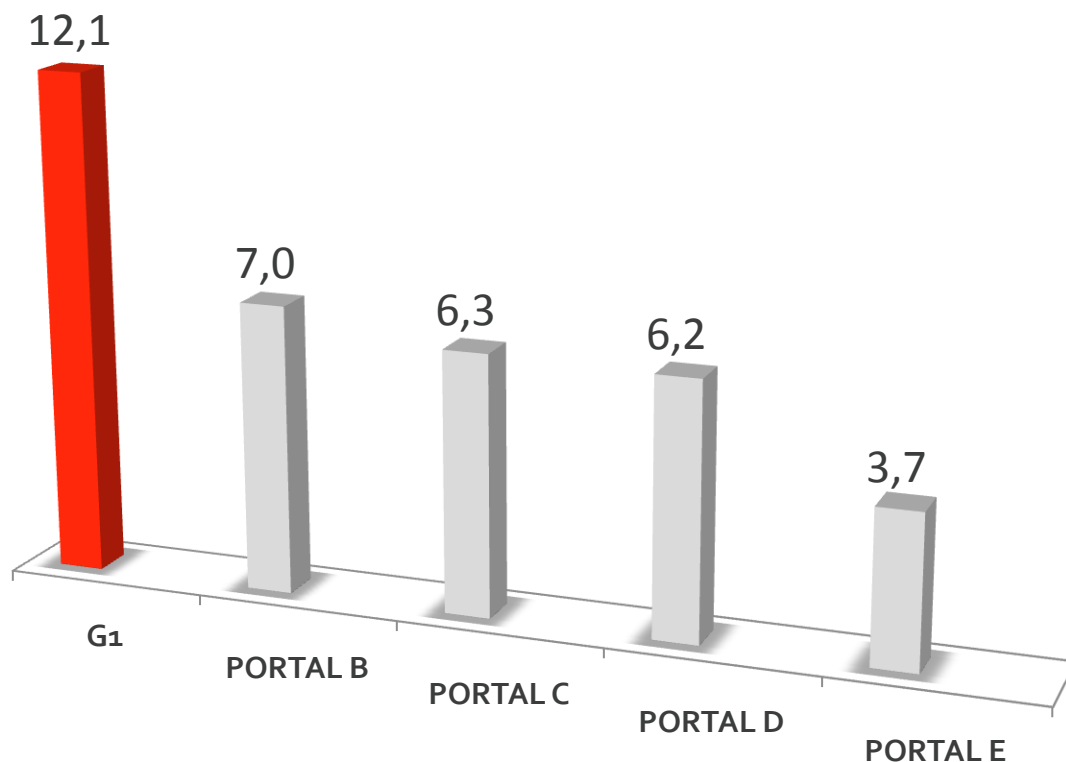
O público reconhece a qualidade e profissionalismo, pois conhecem e confiam nos produtos. O conteúdo online, intrinsecamente conectado à força e alcance da TV, possibilita uma repercussão que apenas a Globo.com consegue oferecer.

A Globo não é apenas um veículo, mas um fator essencial e indispensável para se construir uma história de sucesso. Milhões de pessoas ligadas à TV e conectadas ao portal comprovam cada dia mais que, com certeza, a gente se liga em você.



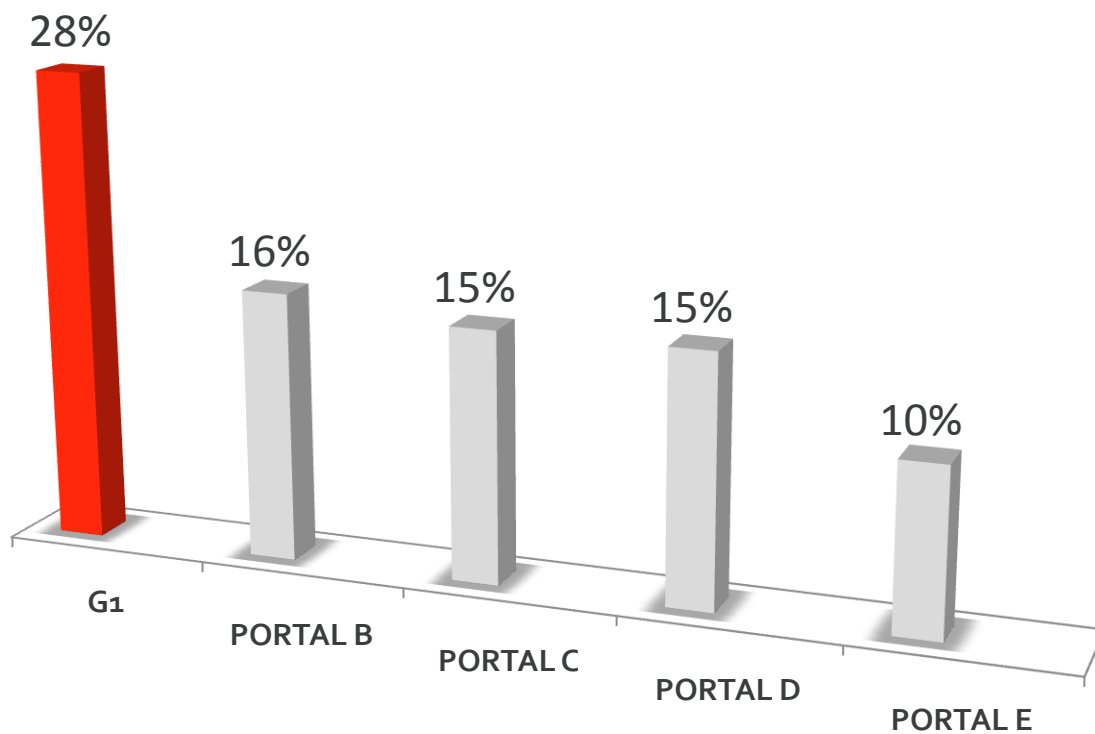
LÍDER EM AUDIÊNCIA

O G1 teve 12,1 milhões de visitantes únicos em abril/2011, o que representa 72% mais visitantes únicos que o segundo colocado da categoria



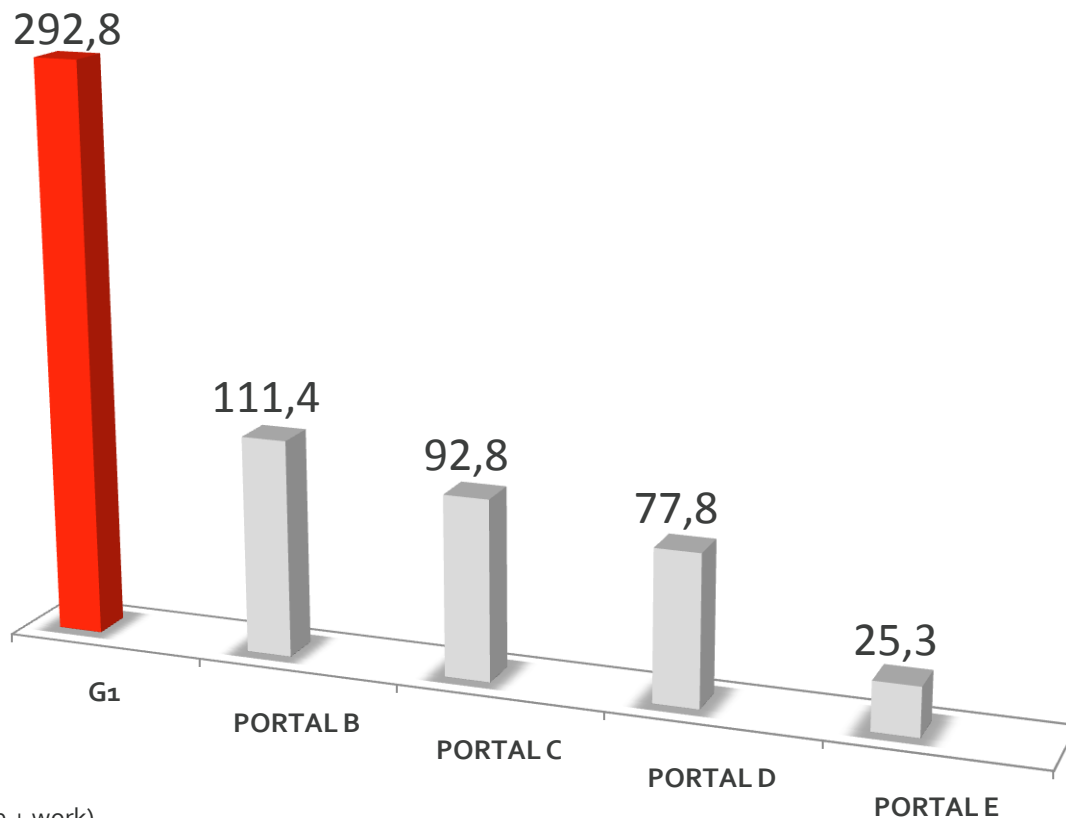
ALCANCE

O G1 alcançou 28% de todos os internautas residenciais e corporativos no mês de abril/2011



TOTAL DE PÁGINAS VISTAS

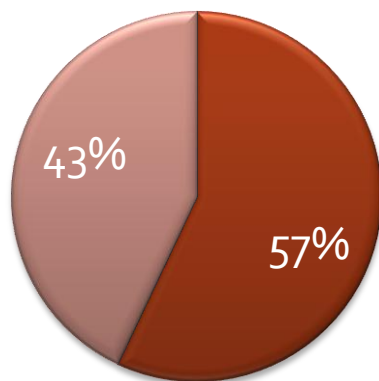
O G1 teve 292,8 milhões de páginas vistas em abril/2011, o que representa 162% mais páginas vistas que o segundo colocado da categoria



PERFIL

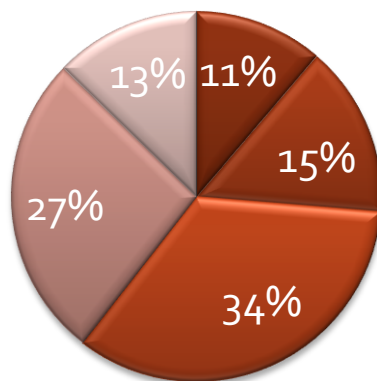
O perfil dos internautas que acessam o G1 é composto principalmente por homens, com idade entre 25 e 34 anos, das classes sociais AB

Gênero



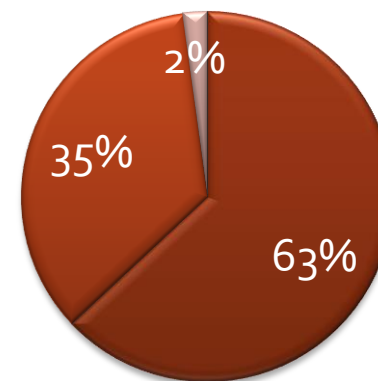
■ Homem ■ Mulher

Idade



■ 12-17 ■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-49 ■ 50+

Classe Social



■ AB ■ C ■ DE



PROJETO

websérie

Foto: iPhotoStock

WEBSÉRIE

Além de toda a informação e conhecimento disponibilizado pelas páginas do portal, o G1 se propõe a fazer muito mais pelos internautas.

Em um canal especialmente criado para a ação, o público poderá aprender sobre assuntos relacionados ao planejamento financeiro de uma maneira inovadora e descontraída, sem perder a credibilidade e seriedade, consumindo este conteúdo em formato de vídeo.

Os internautas encontrarão assuntos relacionados ao cotidiano em geral, como planejamento financeiro para o casamento, obter sua casa própria, a universidade e o intercâmbio, férias e 13º salário, diferenças entre os regimes de contratação (CLT e PJ), bolsa de valores, entre outros, tratados de uma forma simples e direta em vídeos, que ficarão hospedados em um catálogo customizado.



Imagens ilustrativas

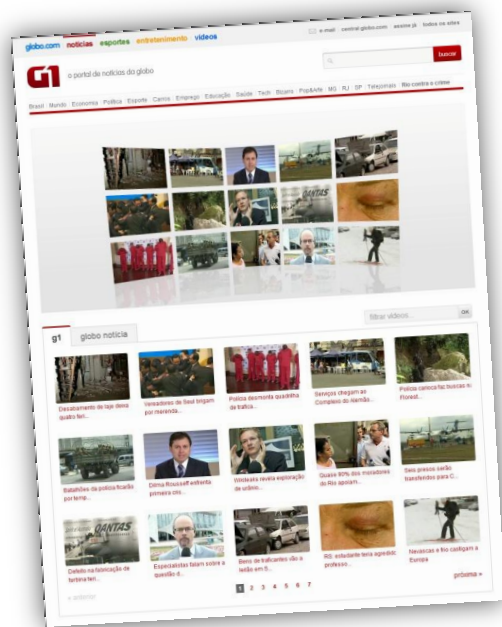
¹ Conteúdos em vídeo serão desenvolvidos com o envolvimento de terceiros ou parceiros

² Custos de produção orçados a parte, sendo total responsabilidade do cliente.

Possibilidades de produção sujeitas à aprovação editorial



WEBSÉRIE



O conteúdo educativo em vídeo proporcionará ao público informação diferenciada, descontraída, de fácil interpretação e consumo, o que estreitará o relacionamento entre os internautas com assuntos financeiros. Após a veiculação do vídeo, o público poderá obter mais informações através de matérias e infográficos relacionados ao assunto, que abordarão os temas com maior profundidade.

Desta forma, o anunciante realizará uma ação que vai além da informação financeira, possibilitando aos internautas uma nova forma de assimilar o conteúdo, diferenciando-se das marcas concorrentes.

Imagens ilustrativas

¹ Conteúdos em vídeo serão desenvolvidos com o envolvimento de terceiros ou parceiros

² Custos de produção orçados a parte, sendo total responsabilidade do cliente.

Possibilidades de produção sujeitas à aprovação editorial



FORMATOS

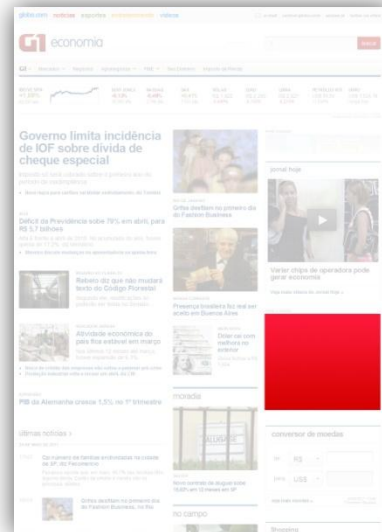
O anunciante contará com formatos exclusivos pelas páginas da editoria, proporcionando alta visibilidade e destaque



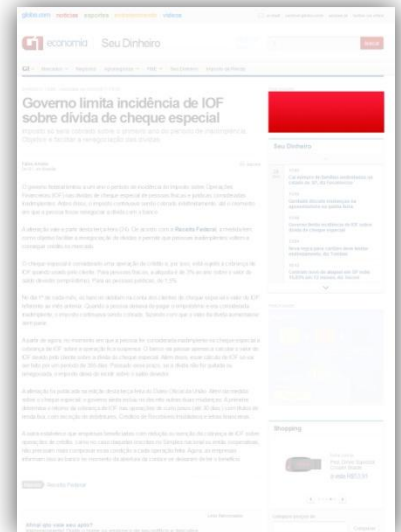
Insert de marca
(home e internas)



Slim banner
(home)



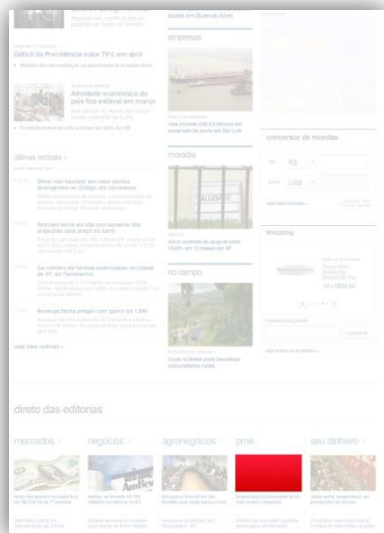
Retângulo médio 1
(home e internas)



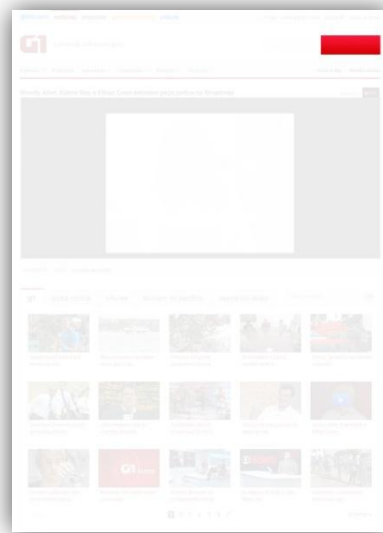
Top banner
(internas)

FORMATOS

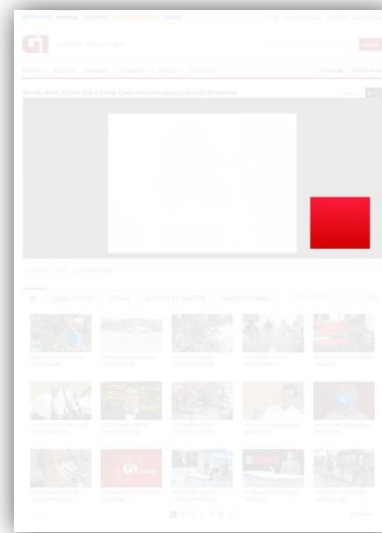
A chamada especial levará o público ao espaço exclusivo, e o catálogo de vídeos abrigará o conteúdo das ações contando com a presença do anunciante



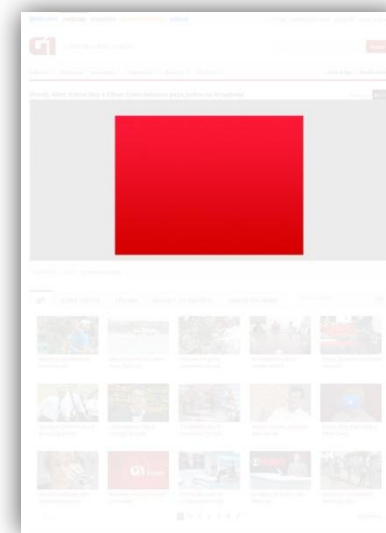
Chamada especial
(home G1 Economia)



Insert de marca
(header – home e internas)



Insert de marca
(player de vídeos – internas)



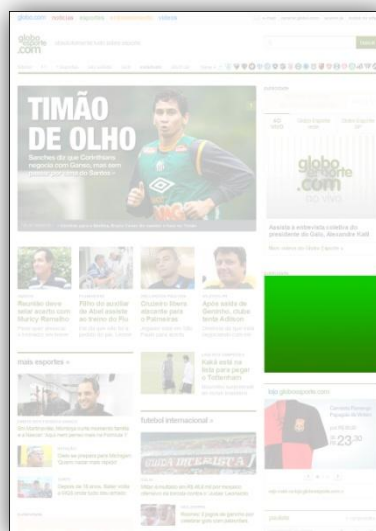
Vinheta de abertura e
Comercial 30"
(player de vídeos – internas)

FORMATOS

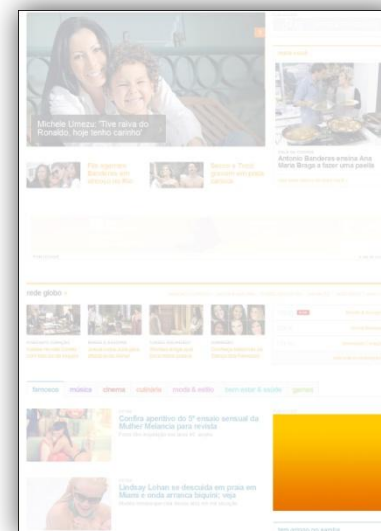
A mídia de divulgação levará o internauta ao espaço exclusivo, enquanto que a mídia de apoio, diretamente ao site do anunciante.



Mid banner
(home Globo.com)



Retângulo médio 1
(home Globoesporte.com)



Retângulo médio 1
(home Etc)

FORMATOS

Para aumentar o alcance e visibilidade da ação, serão criados perfis nas principais redes sociais, Twitter® e Facebook®, que sustentarão as ações da websérie patrocinada pelo anunciante.

Durante o projeto, as páginas conterão breves explicações sobre os temas, direcionando os internautas a consumir o conteúdo nas páginas do G1.



Imagens ilustrativas

¹ Ferramentas e aplicativos serão desenvolvidos com o envolvimento de terceiros ou parceiros

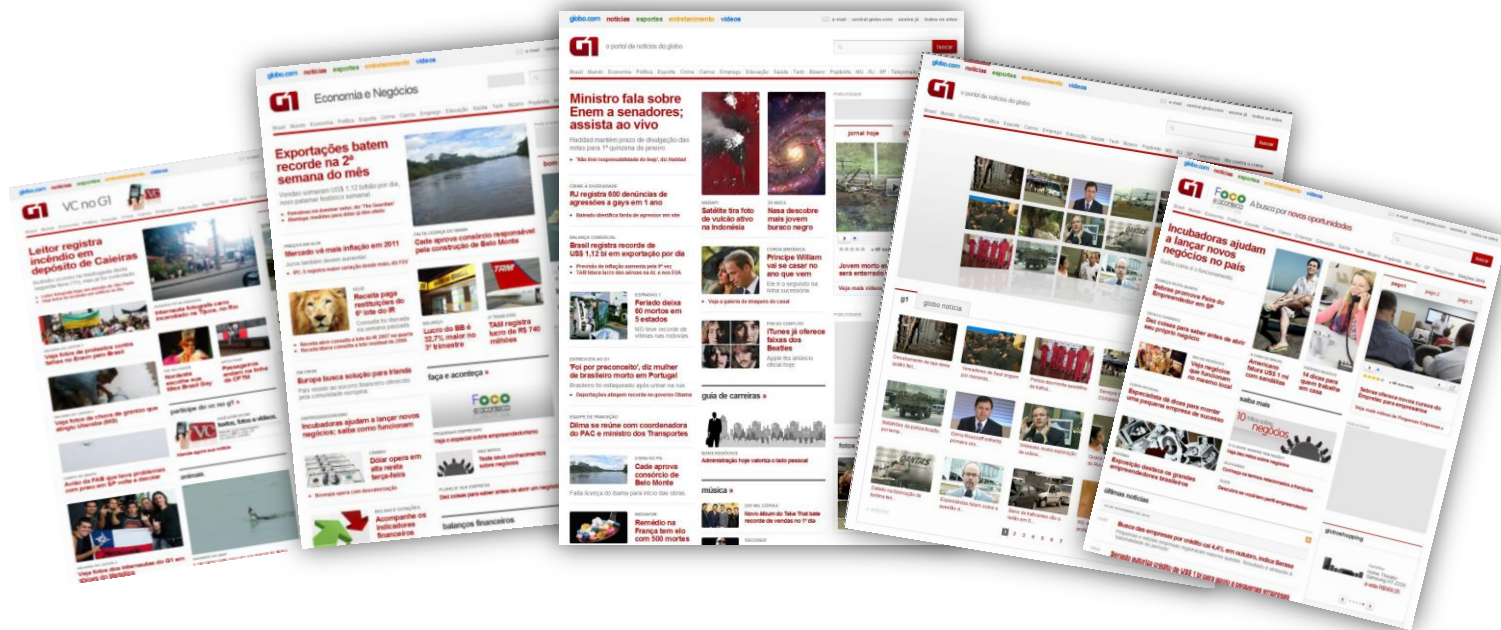
² Custos de produção orçados a parte, sendo total responsabilidade do cliente.

Possibilidades de produção sujeitas à aprovação editorial



WEBSÉRIE

A presença da marca pelos canais, propriedades e formatos da Globo.com proporciona ao anunciante enorme destaque e visibilidade, garantindo uma associação direta com o conteúdo de qualidade. O conteúdo em vídeo faz com que a experiência entre o cliente e a marca transponha as barreiras dos serviços financeiros, marcando presença nos momentos vividos pelos internautas.



Imagens ilustrativas





INVESTIMENTO

websérie G1

INVESTIMENTO

Websérie G1

Período: 6 meses

Propriedade	Site	Formato	Local	Diárias	Entrega estimada total	Entrega determinada total	Visibilidade	Investimento total
Mídia de patrocínio	G1 Economia e Negócios	Insert de marca	Home e internas	-	43.200.000	100%	100%	Consulte o Atendimento Comercial
		Slim banner	Home		7.200.000	33%	33%	
		Retângulo médio 1	Home e internas		-	6.000.000	-	
Conteúdo exclusivo	Webssérie G1	Insert de marca, slim banner, retângulo médio 1 e top banner	-	-	100%	100%	100%	
		Conteúdo publieditorial	-					
		Catálogo de vídeos	-					
		Chamda Especial (G1 Economia)	-		9.000.000	20%	20%	
Mídia de divulgação	G1 Economia e Negócios	Retângulo médio 1	Home e internas	-	-	3.000.000	5%	
		Top banner	Internas			1.500.000		
	G1 Brasil	Retângulo médio 1	Home e internas			4.800.000		
		Top banner	Internas			3.600.000		
	G1 Mundo	Retângulo médio 1	Home e internas			6.000.000		
		Top banner	Internas			5.400.000		
	G1 Política	Retângulo médio 1	Home e internas			3.000.000		
		Top banner	Internas			2.400.000		
Mídia de apoio	Globo.com	Mid banner (dia útil)	Home	18	630.000.000	100%	100%	
		Mid banner (fds)	Home	6	150.000.000			
	Globoesporte.com	Retângulo médio 1	Home	-	-			30.000.000
Etc						6.000.000	5%	
Total de impressões					839.400.000	71.700.000		

OBS: Entrega estimada com base em análise histórica de audiência, portanto o volume de entrega pode variar de acordo com a audiência do site no período do projeto. Veiculação depende da disponibilidade de inventário no período da campanha. Custos estimados de produção orçados à parte, sendo total responsabilidade do cliente. Sobre este valor não há negociação, comissão da agência e descontos.





PÚBLICO

internautas Globo.com

PÚBLICO

Com base nas informações do TGI Ibope, obtemos uma estimativa do público alvo associado a assuntos financeiros.



População das principais regiões metropolitanas

(Potencial: 65,1 milhões de pessoas)



71,5% das pessoas deste público utilizam algum serviço bancário

(Potencial: 46,6 milhões de pessoas)



77% das pessoas que acessaram a internet nos últimos 7 dias utilizam algum serviço bancário.

(Potencial: 26,1 milhões de pessoas)

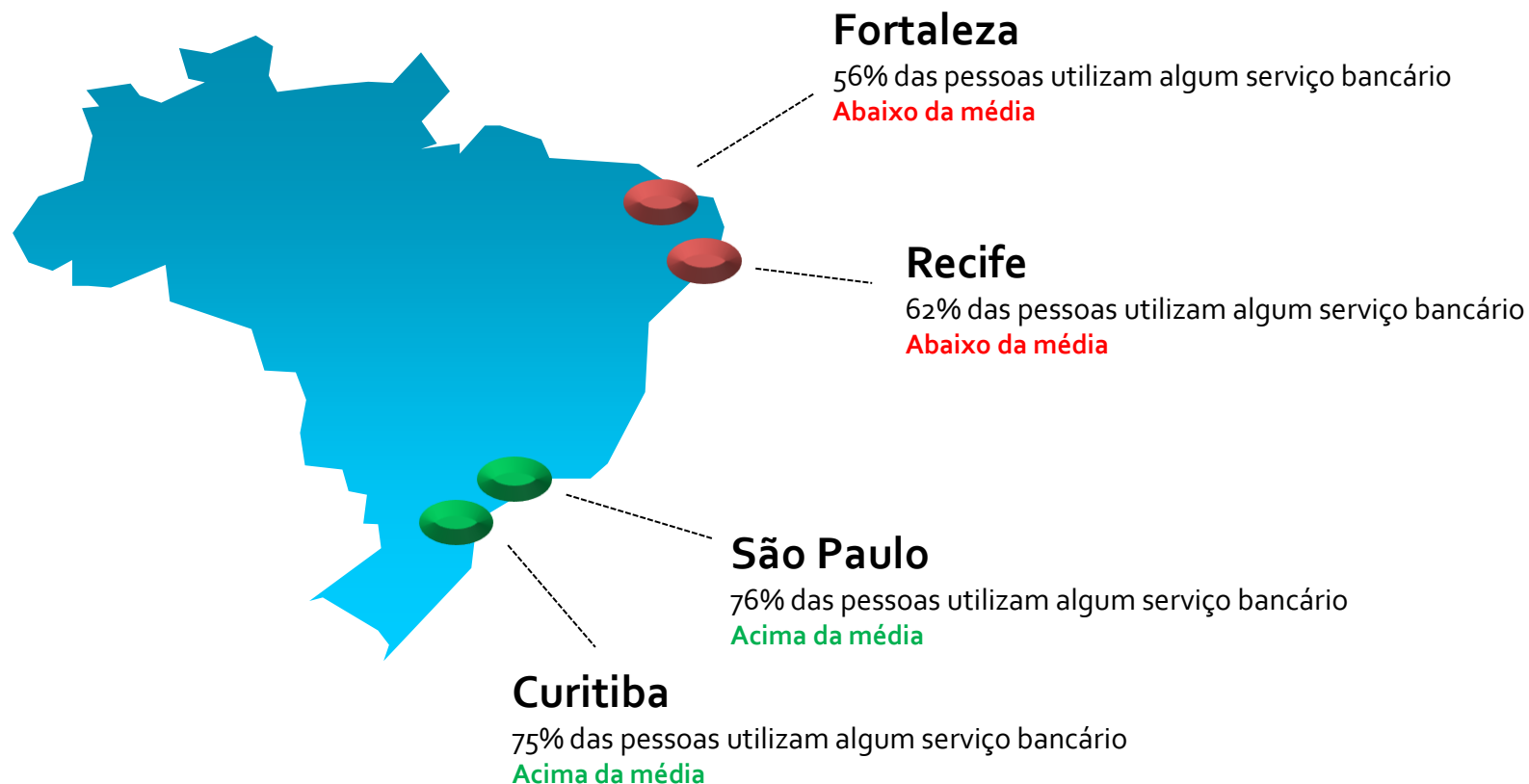


81% das pessoas que acessam a Globo.com frequentemente, utilizam algum serviço bancário.

(Potencial: 10,7 milhões de pessoas)

INCLUSÃO FINANCEIRA

Em média, 71,5% da população brasileira das principais regiões metropolitanas utilizam algum serviço bancário.



OPINIÕES E ATITUDES

Em média, 37% das pessoas afirmam que estão felizes com seu padrão de vida, enquanto que 16%, em média, afirmam que gostam de serem reconhecidas como bem sucedidas financeiramente.

Estou perfeitamente feliz com meu padrão de vida



HH 55+
64%



MM 18/24
28%

Os homens com mais de 55 anos são os mais felizes com seu padrão de vida, enquanto que as mulheres de 18 a 24 anos são as mais infelizes.

Eu gosto que as pessoas pensem que sou bem sucedido financeiramente



HH 18/24
22%



HH 55+
12%

Os homens de 18 a 24 anos são os que mais gostam de serem reconhecidos como bem sucedidos financeiramente, aqueles que possuem mais de 55 anos se importam menos em serem reconhecidos como bem sucedidos financeiramente.

OPINIÕES E ATITUDES

35% das pessoas, em média, afirmam não terem conhecimento sobre finanças, enquanto que 16%, em média, são frequentemente procurados por amigos ou sócios para opinar em questões relacionadas ao assunto.

Eu não sei nada sobre finanças



HH 35/44
32%



MM 55+
43%

Os homens de 35 a 44 anos são aqueles que mais afirmam não saber nada sobre finanças, e entre as mulheres, aquelas com mais de 55 anos afirmam o mesmo sobre o assunto.

Meus amigos ou sócios pedem minha opinião sobre questões financeiras



HH 45+
21%



MM 18/24
15%

Os homens com mais de 45 anos são os mais procurados para opinar sobre questões financeiras, enquanto que as mulheres entre 18 e 24 anos são as menos procuradas.

OPINIÕES E ATITUDES

Em média, 27% das pessoas afirmam terem tendência a gastar dinheiro sem pensar; 51% das pessoas, em média, afirmam serem boas para administrar seu dinheiro.

***Eu tenho tendência
a gastar dinheiro sem pensar***



MM 18/24
36%



HH 55+
23%

As mulheres de 18 a 24 são aquelas que possuem maior tendência a gastar dinheiro sem pensar, enquanto que os homens com mais de 55 anos são o público menos propenso a realizar tais gastos.

***Eu sou muito bom
para administrar meu dinheiro***



HH 55+
71%



HH 25/34
51%

Os homens com mais de 55 anos são quem mais afirmam serem bons para administração financeira, enquanto que aqueles com 25 a 34 anos são o público com menor percepção positiva.

OPINIÕES E ATITUDES

10 das pessoas, em média, afirmam pagar qualquer preço por uma assessoria financeira, enquanto que 55%, em média, se informam bem antes de realizar aplicações financeiras.

Eu pagaria qualquer preço por uma assessoria financeira



MM 18/24
13%



HH 55+
6%

As mulheres de 18 a 24 são o público que mais afirma pagarem qualquer preço por uma assessoria financeira, enquanto que os homens com mais de 55 anos são menos receptivos.

Eu me informo bem antes de investir em uma aplicação financeira



HH 55+
76%



HH 18/24
51%

Os homens com mais de 55 anos são quem mais se informam bem antes de investir, enquanto que os homens de 18 a 24 anos são quem menos buscam informações antes de investir.



OBSERVAÇÕES

observações comerciais

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

Material

O seguinte material deve ser enviado pela agência/cliente:

- Inset de marca: logomarca em formato vetorial no Illustrator, eps (fontes convertidas em curvas) ou arquivo em alta definição, formato .psd com fundo transparente.
- Slim banner: 300 x 50 pixels e peso de 15 kb.
- Mid banner: 300 x 100 pixels e peso de 40kb.
- Retângulo Médio 1: 300 x 250 pixels e peso de 40 kb.
- Top banner: 300 x 100 pixels e peso de 40kb.
- Vinheta de abertura: Formato jpg, gif ou png; estático; não há possibilidade de ter gif animada ou transparente; tamanho 90x67 pixels (em vídeos menores que 320x240, o banner será reduzido proporcionalmente, podendo haver distorção na imagem e legibilidade de acordo com a arte fornecida. Somente em vídeos maiores do que 320x240 pixels o banner ficará com seu tamanho original); peso limite 3kb;
- Comercial: Uma imagem JPG de 320x240 de um frame do vídeo, com o máximo de qualidade, de forma a identificá-lo. Vídeo com encapsulamento AVI com as seguintes características:
- Vídeo: Codec MJPEG, 320x240, 29.97fps, 5Mbps; áudio: PCM 16bits, estéreo, 44100Hz; tempo: 30 segundos. O vídeo será redimensionado de acordo com o tamanho do player.

- Obs: Os comerciais de 30 segundos permanecem publicados no Globo Vídeo durante o período de veiculação, podendo também ser encontrados como resultado de busca pela marca do anunciante.

Link do site do anunciante para onde os formatos serão direcionados.

Prazo de implementação

A partir do recebimento do material, o prazo para a entrada dos formatos é de:

- Retângulo médio 1 e top banner: 1 dia útil
- Inset de marca, slim banner e mid banner: 2 dias úteis
- Formatos de vídeos: 3 dias úteis

O material deve ser enviado para o e-mail opec.internet@tvglobos.com.br.

Considerações Globo.com

- 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.
- Custos estimados de produção orçados à parte, sendo total responsabilidade do cliente. Sobre este valor não há negociação, comissão da agência e descontos.
- Por se tratar de um estudo exploratório, este documento contém idéias e conceitos que ilustram as possibilidades a serem avaliadas para este projeto, se valendo dos recursos e possibilidades da internet dentro de um plano de comunicação.
- 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.
- Tanto os preços, quanto as propriedades apresentadas poderão ser revistos no momento da aprovação.
- A disponibilidade de entrega está sujeita à consulta no momento da aprovação do plano.
- A criação de um projeto especial deve ser firmada sob a parceria entre veículo, agência e anunciante.

