



Kind  
branding

# AGENDA

- LIFT DO SELO E SUA IMPLEMENTAÇÃO
  - CONTEXTO
  - OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO
  - MERCADOS DE VEICULAÇÃO
  - PLANO DE MÍDIA
  - RESUMO DE INVESTIMENTOS
-

RESIGNIFICAÇÃO  
E MODERNIZAÇÃO  
DO SELO

---



# IMPLEMENTAÇÃO - ETAPAS

---

1. A TROCA DO SELO ANTIGO PELO NOVO DEVE SER FEITA EM TODOS OS PONTOS DE CONTATO, DE MANEIRA GRADUAL, PORÉM CONTÍNUA.
2. O NOVO SELO PRECISA SER DIVULGADO NA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO , ASSOCIADO À NECESSIDADE DA TROCA PERIÓDICA DO COLCHÃO.

# CONTEXTO E OBJETIVOS

---

- NUNCA FOI FEITA UMA CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DO SELO ABICOL, PORTANTO OS CONSUMIDORES EM GERAL NÃO CONHECEM E NUNCA VIRAM ESSE SELO.
- DIVULGAR O SELO ABICOL E INTRODUZIR A CULTURA DE EXIGI-LO NA HORA DA COMPRA;
- REFORÇAR A IMPORTÂNCIA DA ABICOL ATRAVÉS DA CHANCELA DO SEU SELO DE QUALIDADE ;
- ORIENTAR O CONSUMIDOR SOBRE A NECESSIDADE DA TROCA PERIÓDICA DE COLCHÃO.



FILADÉLFIA

Kind

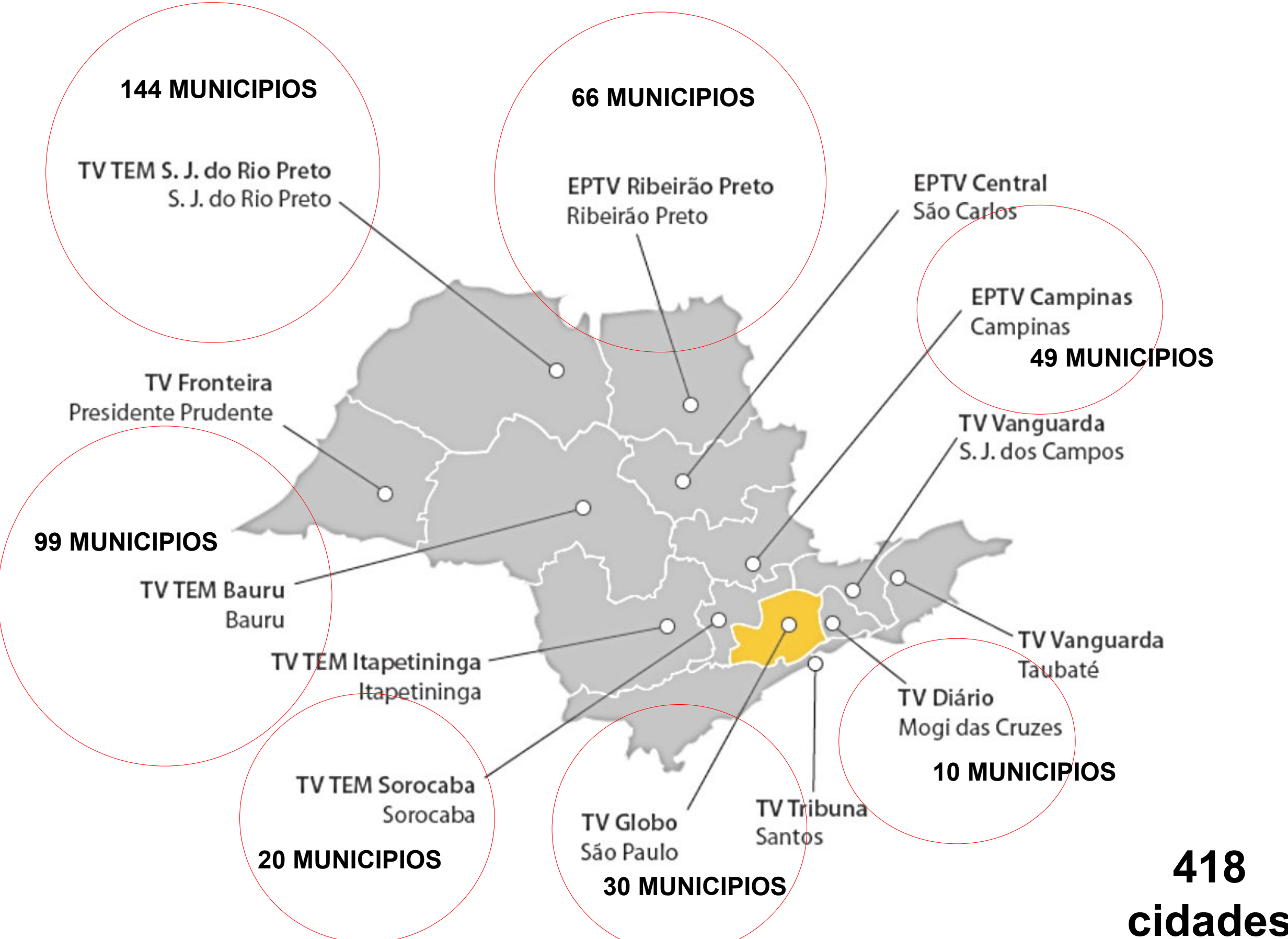
# MERCADOS DE MÍDIA

---

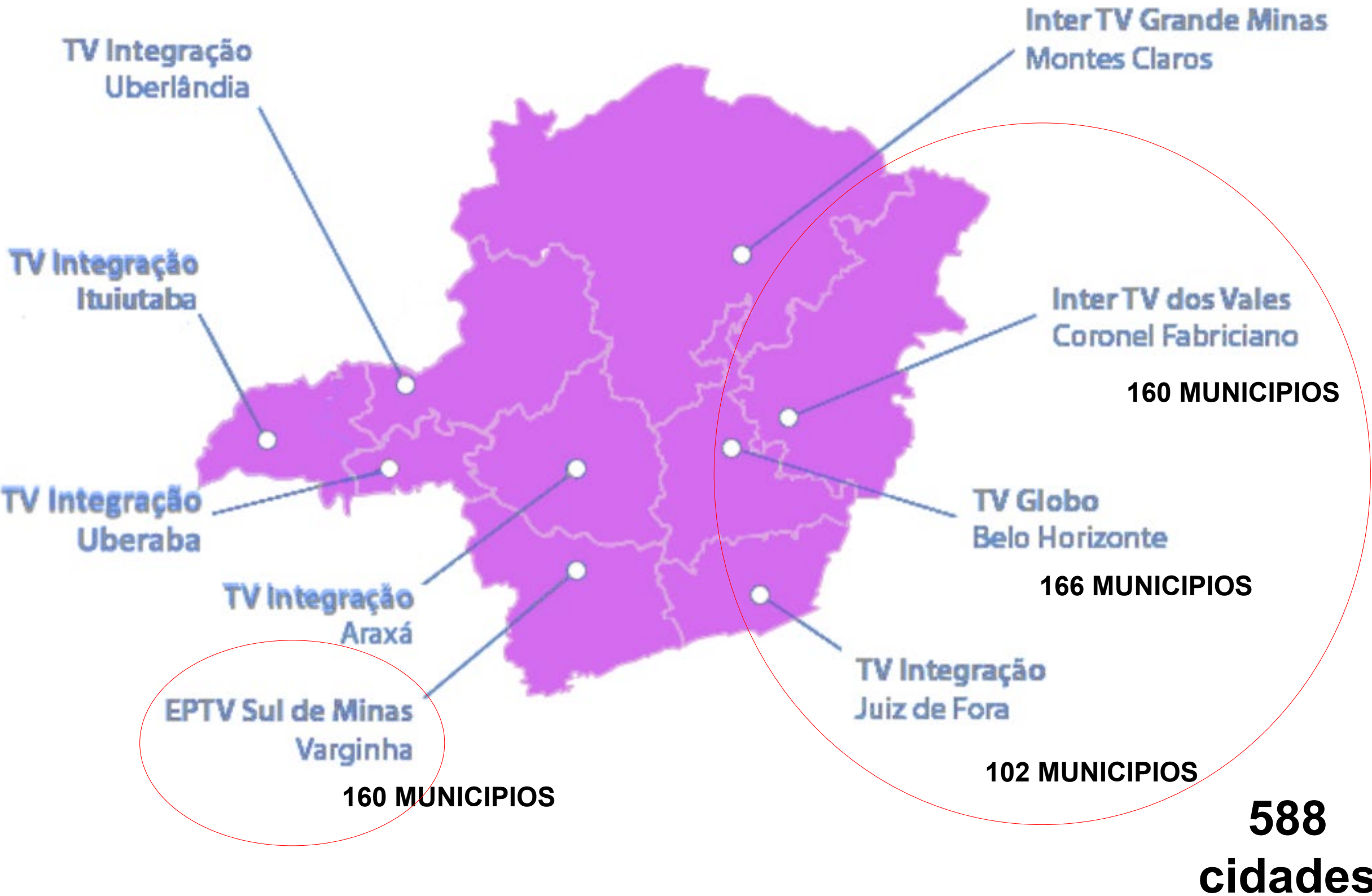




# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO SÃO PAULO – TV GLOBO

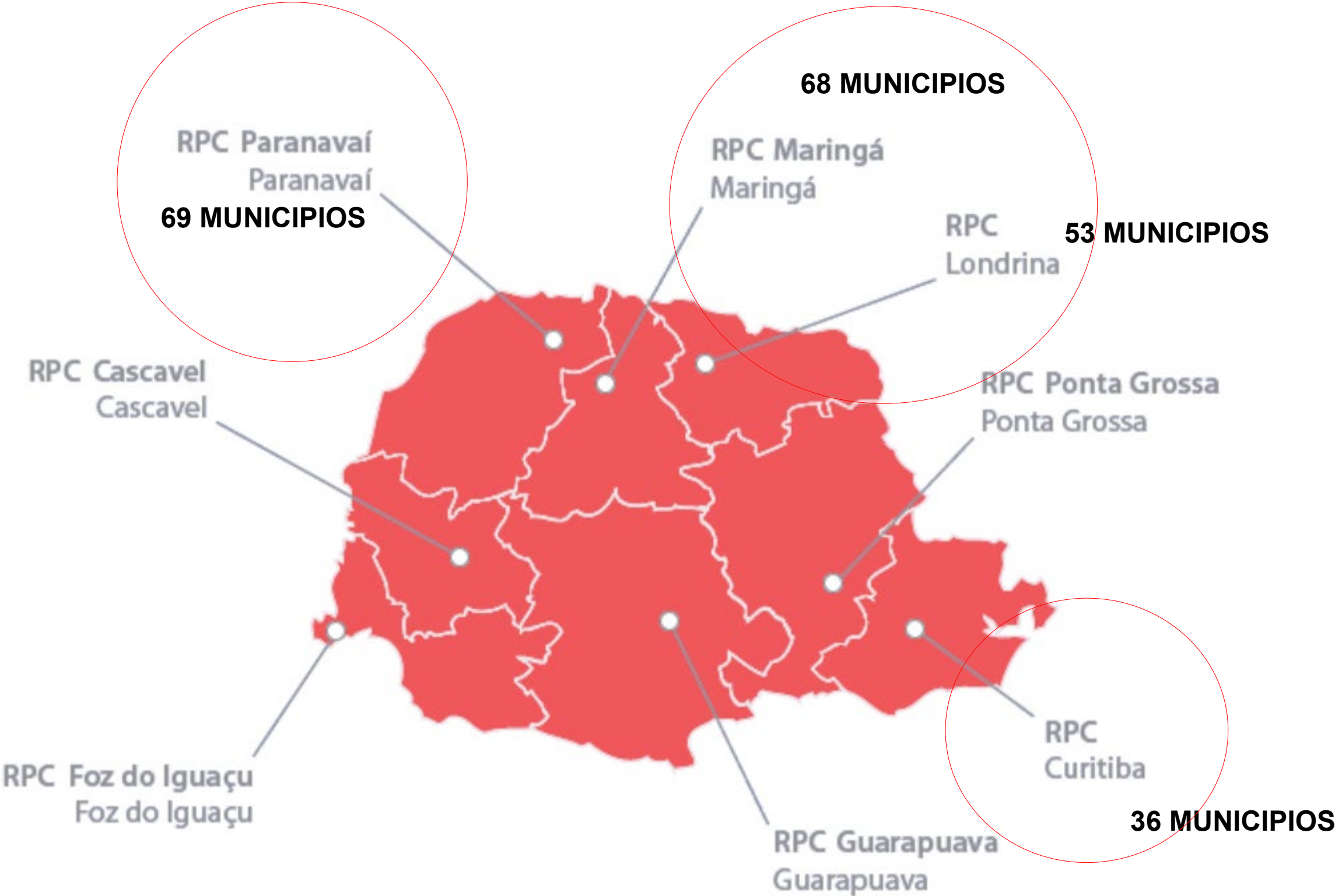


# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO MINAS GERAIS – TV GLOBO





# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO PARANÁ – TV GLOBO



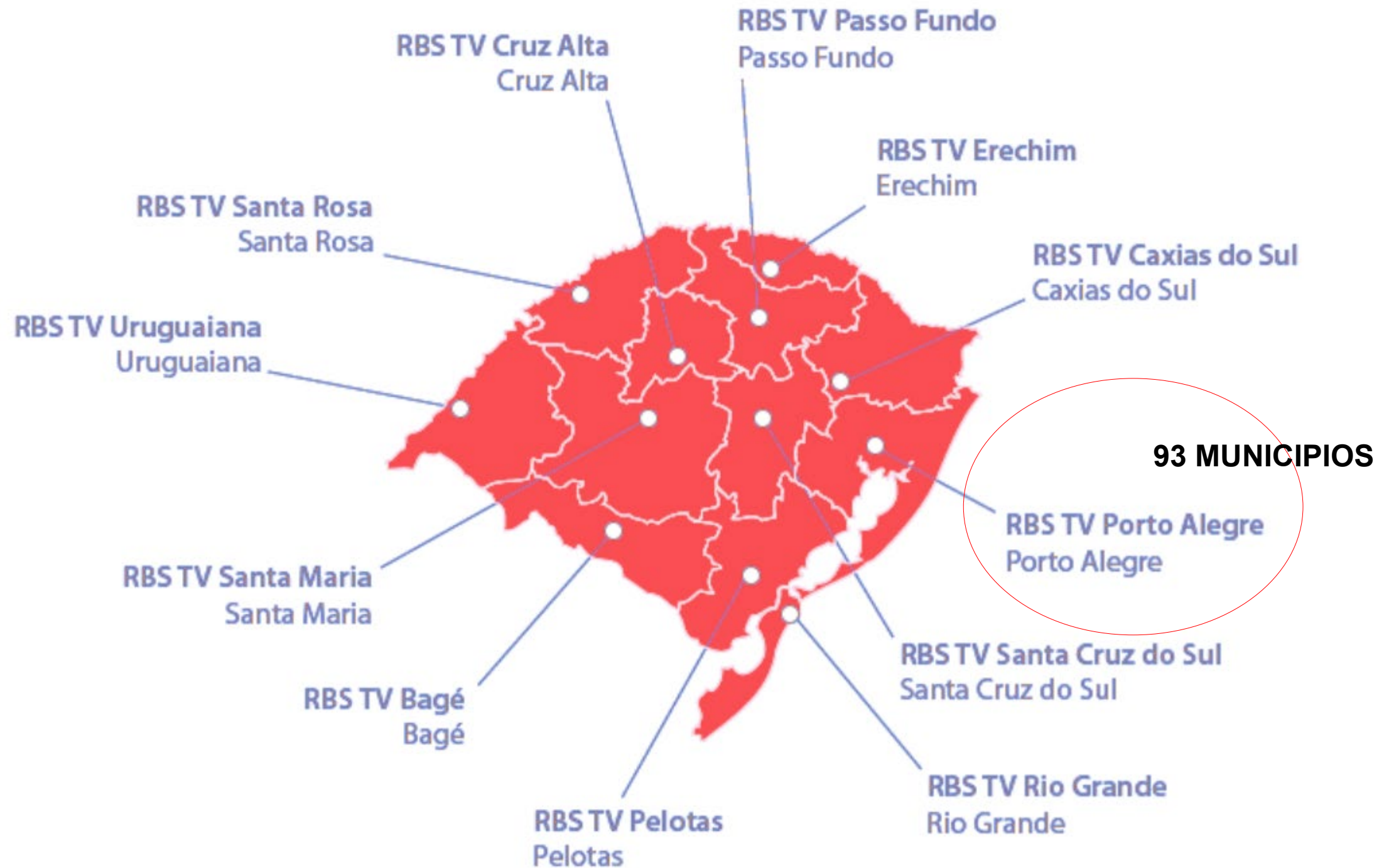
**226**  
**idades**

# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO SANTA CATARINA – TV GLOBO



**174**  
**idades**

# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO PORTO ALEGRE – TV GLOBO

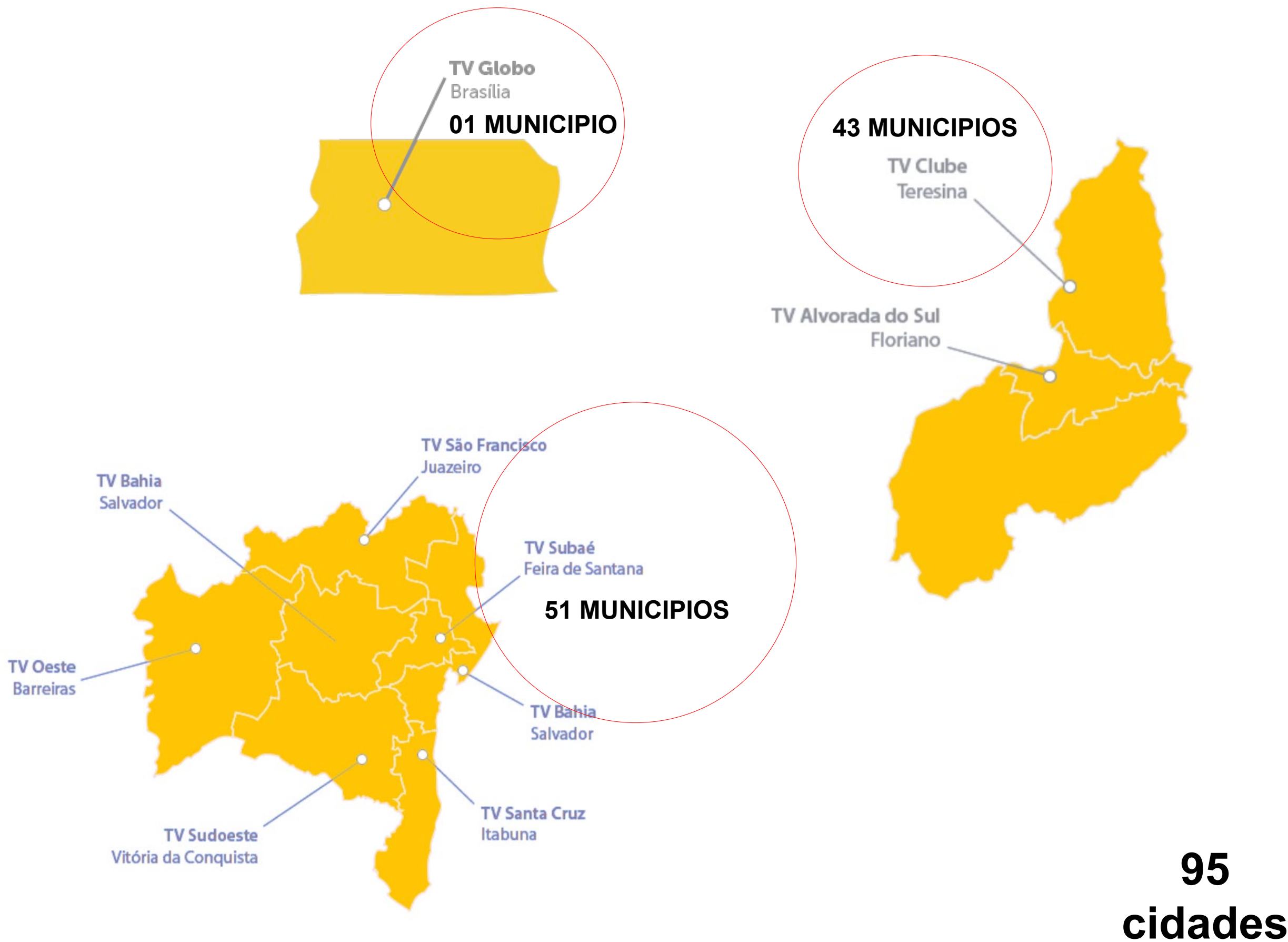


# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO CENTRO-OESTE – TV GLOBO





# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO NORDESTE – TV GLOBO





# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO – TV RECORD

## **BAHIA**

- 335 MUNICÍPIOS

## **GOIÁS**

- 132 MUNICÍPIOS

## **MINAS GERAIS**

- 634 MUNICÍPIOS

## **MATO GROSSO DO SUL**

- 45 MUNICÍPIOS

## **PIAUÍ**

- 183 MUNICÍPIOS

## **PARANÁ**

- 242 MUNICÍPIOS

## **RIO GRANDE DO SUL**

- 158 MUNICÍPIOS *(A CIDADE DE TUPANDI – RS É COBERTA APENAS PELO SINAL DE SATÉLITE (NET) E NÃO FOI INCLUIDA AO PLANO.)*

## **SANTA CATARINA**

- 153 MUNICÍPIOS

## **SÃO PAULO**

- 570 MUNICÍPIOS

## **BRASÍLIA**

- 01 MUNICÍPIO

# PRAÇAS DE VEICULAÇÃO – PAY TV

## **BAHIA**

- 03 MUNICÍPIOS

## **GOIÁS**

- 02 MUNICÍPIOS

## **MINAS GERAIS**

- 07 MUNICÍPIOS

## **PARANÁ**

- 07 MUNICÍPIOS

## **RIO GRANDE DO SUL**

- 18 MUNICÍPIOS

## **SANTA CATARINA**

- 03 MUNICÍPIOS

## **SÃO PAULO**

- 54 MUNICÍPIOS

## **BRASÍLIA**

- 01 MUNICIPIO

# ESTRATÉGIA DE MÍDIA

VISIBILIDADE + AUDIÊNCIA = TVS  
ABERTA E FECHADA EM HORÁRIO  
NOBRE.



FREQUENCIA DE EXPOSIÇÃO + FORMATOS  
VARIADOS = REDES SOCIAIS , GOOGLE,  
YOUTUBE .



# PROGRAMAÇÃO DE TV

MEIO/VEÍCULO	FORMATO	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	TOTAL INS.
TV GLOBO																		
JORNAL NACIONAL	COMERCIAL 10"			1							1							2
FANTÁSTICO	COMERCIAL 10"		1							1								2
TV RECORD																		
CIDADE ALERTA	COMERCIAL 10"				1													1
HOJE EM DIA	COMERCIAL 10"										1							1
NOVELA 3	COMERCIAL 10"											1						1
FALA BRASIL	COMERCIAL 10"					1												1
GLOBONEWS																		
FAIXA 18H00/01H00	COMERCIAL 10"	2		2		1		1			1		1		1		1	10
TOTAL																		18

**02** INSERÇÕES NO JORNAL NACIONAL - **02** INSERÇÕES NO FANTÁSTICO

**10** INSERÇÕES NA FAIXA HORARIA 18H A 01H NA GLOBONEWS : PROGRAMAS JORNAL DAS 18H, EM PAUTA, JORNAL DAS 10, ROBERTO DAVILA, JORNAL DA MEIA NOITE .

**04** INSERÇÕES NA TV RECORD NOS PROGRAMAS: CIDADE ALERTA, HOJE EM DIA, FALA BRASIL E NOVELA 3.

## ESTIMATIVAS DE RESULTADOS

**TARGET: AS ABC 30+ ANOS (UNIVERSO 70.945.702 PESSOAS)**

- AUDIÊNCIA NO TARGET: **85,20%** OU **60.445.730** IMPACTOS
- ALCANCE MÉDIO **49%** - 34.763.394
- FREQUÊNCIA MÉDIA **4X**
- CPM GLOBO **R\$ 42,50**
- CPM RECORD **R\$ 23,00**



PERFIL DE AUDIÊNCIA



FICHA  
PROGRAMA

NAC

agosto/21

PERFIL

19,9

PONTOS

AUDIÊNCIA  
DOMICILIAR

19,8

MILHÕES

TELESPECTADORES  
EM MÉDIA POR  
MINUTO

44,6

MILHÕES

TELESPECTADORES  
EM MÉDIA POR  
PROGRAMA

127,9

MILHÕES

DE TELESPECTADORES  
ALCANÇADOS EM TRÊS  
MESES



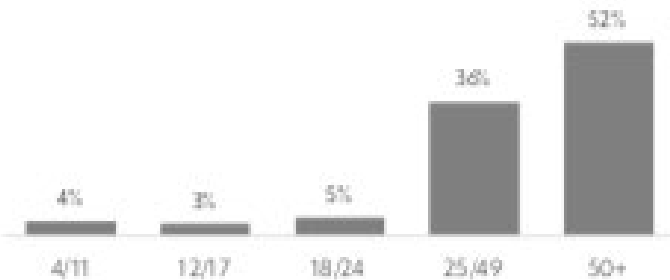
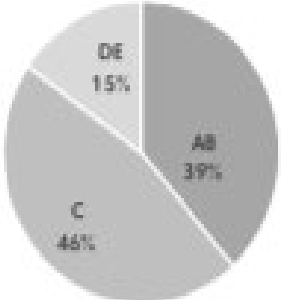
MASCULINO

41%

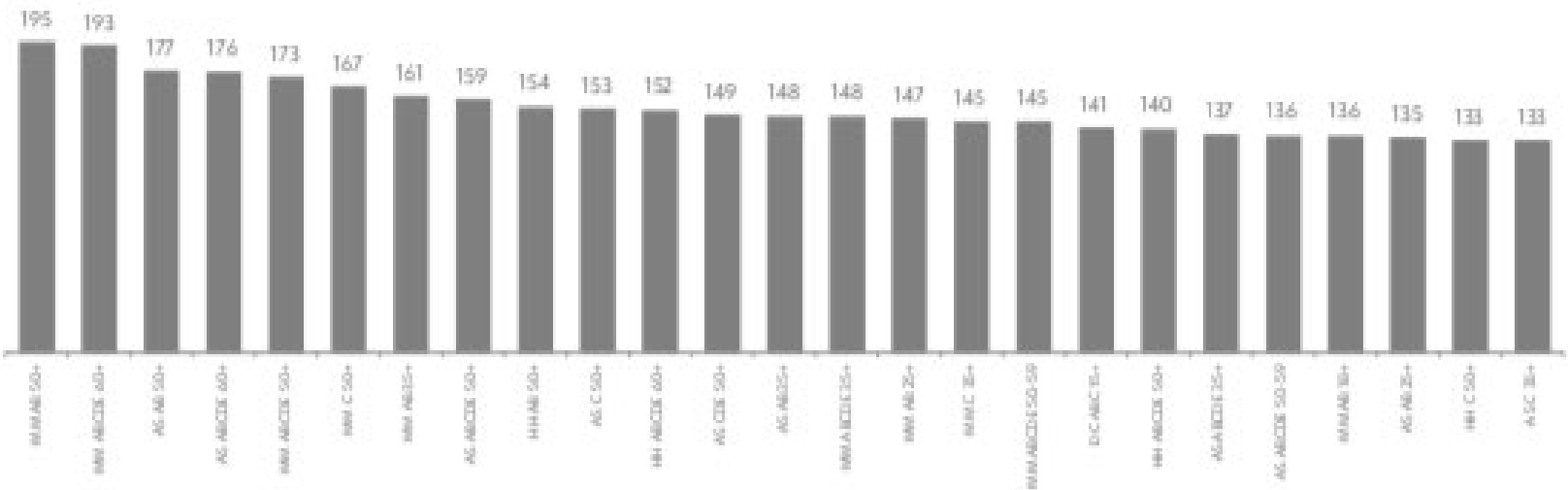


FEMININO

59%



AFINIDADE



Esquema Comercial

Dia/Horário	Sigla	Preço de 30"	Preço de 10"	Preço de 15"	Gênero
DOM/20:00-22:55	FANT	649.900,00	292.455,00	487.425,00	JORNALISMO

Plano de Patrocínio NACIONAL

Kind



# FICHA PROGRAMA

NAC

agosto/21

## PERFIL

**25,2**  
PONTOS

AUDIÊNCIA  
DOMICILIAR

**24,7**  
MILHÕES

TELESPECTADORES  
EM MÉDIA POR  
MINUTO

**39,4**  
MILHÕES

TELESPECTADORES  
EM MÉDIA POR  
PROGRAMA

**155,5**  
MILHÕES

DE TELESPECTADORES  
ALCANÇADOS EM TRÊS  
MESES



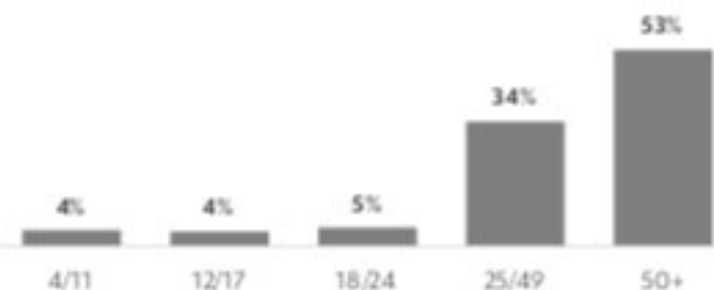
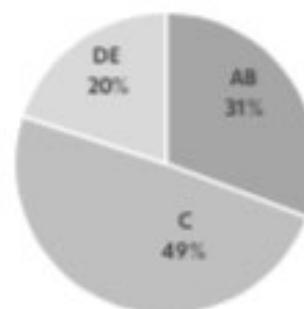
MASCULINO

**38%**

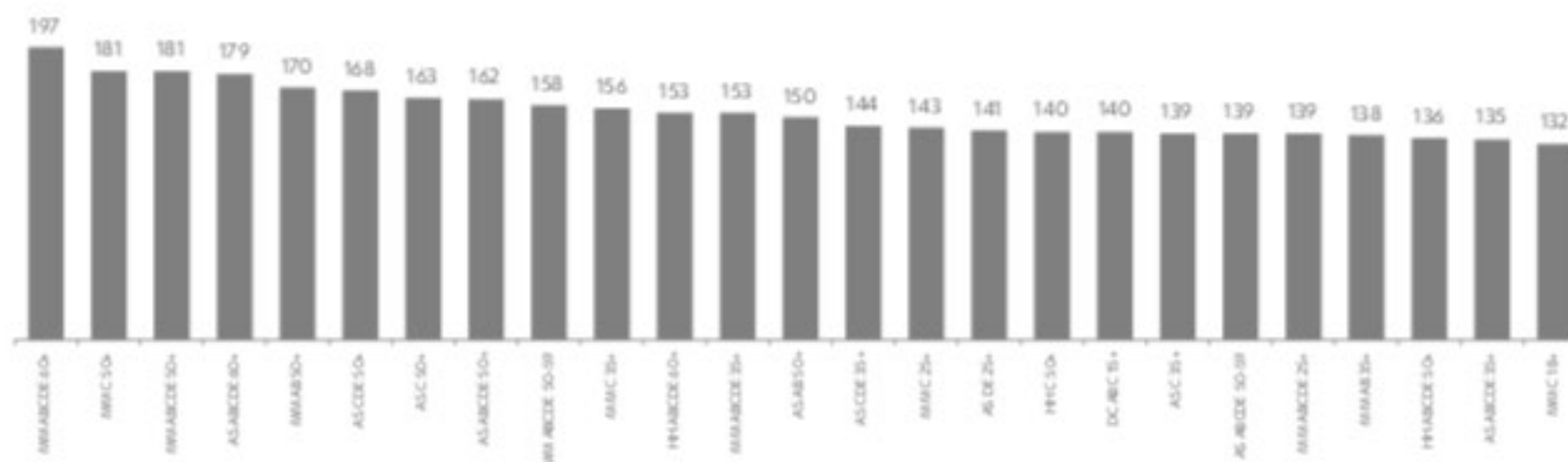


FEMININO

**62%**



## AFINIDADE



## Esquema Comercial

Dia/Horário	Sigla	Preço de 30"	Preço de 10"	Preço de 15"	Gênero
SEG-SEX/20:30-21:30	JNAC	852.400,00	383.580,00	639.300,00	JORNALISMO
SAB/20:30-21:25	JNAS	729.200,00	328.140,00	546.900,00	JORNALISMO



# GLOBONEWS PERFIL

DE QUEM CONSOME O PROGRAMA

NA TV

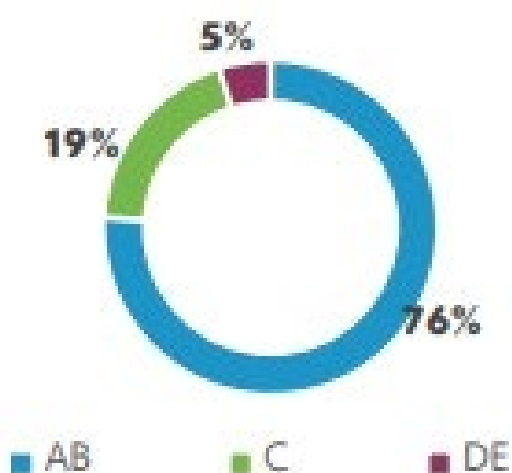
SEXO



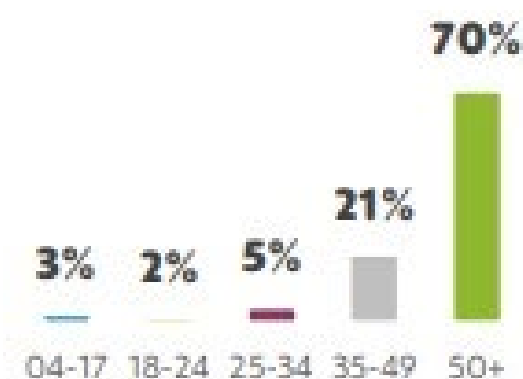
**46%**

**54%**

CLASSE SOCIAL



FAIXA ETÁRIA



# PERFIL DE AUDIÊNCIA

PROGRAMA	CÓDIGO	DIA	HORÁRIO	DOMICÍLIOS		INDIVÍDUOS			SEXO %			CLASSE SOCIAL %				FAIXA ETÁRIA %						
				IA %	TOTAL	IA %	TOTAL		HH	MM		AB	C	DE		4-11	12-17	18-24	25-34	35-49	50-59	60+
FALA BRASIL	FALA	SEG/SEX	8:30	3,54	2.450.222	1,61	3.208.365		43	57		26	52	21		3	3	5	8	25	20	36
HOJE EM DIA	HDIA	SEG/SEX	10:00	3,92	2.716.181	1,83	3.632.231		44	56		24	53	23		4	3	5	8	26	18	36
CIDADE ALERTA	CIAL	SEG/SEX	16:45	4,87	3.374.388	2,26	4.490.673		38	62		21	57	22		3	3	5	8	22	18	41
NOVELA 3	NOVE	SEG/SEX	21:00	11,19	7.745.289	5,42	10.783.862		38	62		27	56	17		5	3	5	9	26	20	32

# PROGRAMAÇÃO DIGITAL



## FACEBOOK E INSTAGRAM

- **Formatos:** Post Patrocinado, FB Link, Vídeo, Stories e Multiprodutos.
- **Segmentação:** Interesses produtos, marcas e universo colchoes, geolocalização e seguidores da página.
- Estimativa de Resultados: **1.777.778 aparições do anúncio e 1.798 Cliques/Views em 30 dias.**



## LINKEDIN

- **Formatos:** Sponsored Content.
- **Segmentações:** ABC, 30+ (B2C)
- segmentação por mercado e segmento.
- Estimativa de Resultados: **214.286 aparições do anúncio , 850 cliques em 30 dias.**



# PROGRAMAÇÃO DIGITAL



- **Formatos:** Search e Display Banners.
- **Palavras chave e sites relacionados a institucional,** Termos relacionados ao produto/serviço.
- **Estimativa de Resultados:** 584.615 aparições dos anúncios e 1.086 cliques em 30 dias

YOUTUBE



- **Formatos:** True View in Stream utilizando os vídeos criados.
- **Segmentações:** perfis, interesses, assuntos do universo saúde , qualidade de vida, bem estar, especialidades e remarketing.
- **Estimativa de Resultados:** 654.545 aparições do vídeo e 720.000 visualizações em 30 dias.



**INVESTIMENTOS**

# INVESTIMENTO PLANO INTEGRAL

MEIO	MERCADO	INVESTIMENTO
MIDIA TV	BAHIA	R\$ 10.650,44
	GOIAS	R\$ 30.318,36
	MINAS GERAIS	R\$ 82.039,87
	MATO GROSSO DO SUL	R\$ 6.245,51
	PIAUI	R\$ 9.090,90
	PARANÁ	R\$ 76.222,89
	RIO GRANDE DO SUL	R\$ 62.739,60
	SANTA CATARINA	R\$ 16.335,96
	SÃO PAULO	R\$ 439.594,36
	BRASILIA	R\$ 34.834,32
MIDIA DIGITAL	NACIONAL	R\$ 49.500,00
PRODUÇÃO		R\$ 32.222,00
TOTAL		R\$ 849.794,23

# OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

---

- CUSTOS DE PRODUÇÃO JÁ NEGOCIADOS PARA PRODUIR E FILMAR O COMERCIAL.
- NÃO COBRAMOS COMISSÃO DE PRODUÇÃO.
- OS PAGAMENTOS DEVERÃO SER FEITOS DIRETAMENTE PARA OS FORNECEDORES.
- PAGAMENTO DE TELEVISAO : 15 DIAS FORA O MÊS DE VEICULAÇÃO.
- PAGAMENTO DO DIGITAL: BOLETO PRE PAGO OU CARTAO DE CREDITO .
- PAGAMENTO DE PRODUÇÃO : 28 DIAS APÓS APROVAÇÃO

# PEÇAS DE DIVULGAÇÃO

---



# FILME 10" NA TV GLOBO

---

## Alteração Texto

---

**A Associação Brasileira da Indústria de Colchões alerta:**

**um colchão inadequado é prejudicial ao seu sono e à sua saúde.**

**Troque seu colchão e exija o selo de segurança ABICOL.**



# PEÇAS DE INTERNET

---

19:33

Instagram

ABICOL

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE COLCHÕES

ABICOL  
Patrocinado



abicol.org

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE COLCHÕES

SELO DE SEGURANÇA

ABICOL

\*\*\*\*\*

EXIJA ESSE SELO NO SEU COLCHÃO

TROQUE NOITES  
MAL DORMIDAS  
*por noites de sonho!*

Troque seu colchão e exija o Selo Abicol

Ver todos os 10 comentários





19:33

Instagram

ABICOL

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE COLCHÕES

ABICOL  
Patrocinado

abicol.org

SELO DE  
SEGURANÇA  
ABICOL  
★★★★★

EXIJA ESSE SELO  
NO SEU COLCHÃO



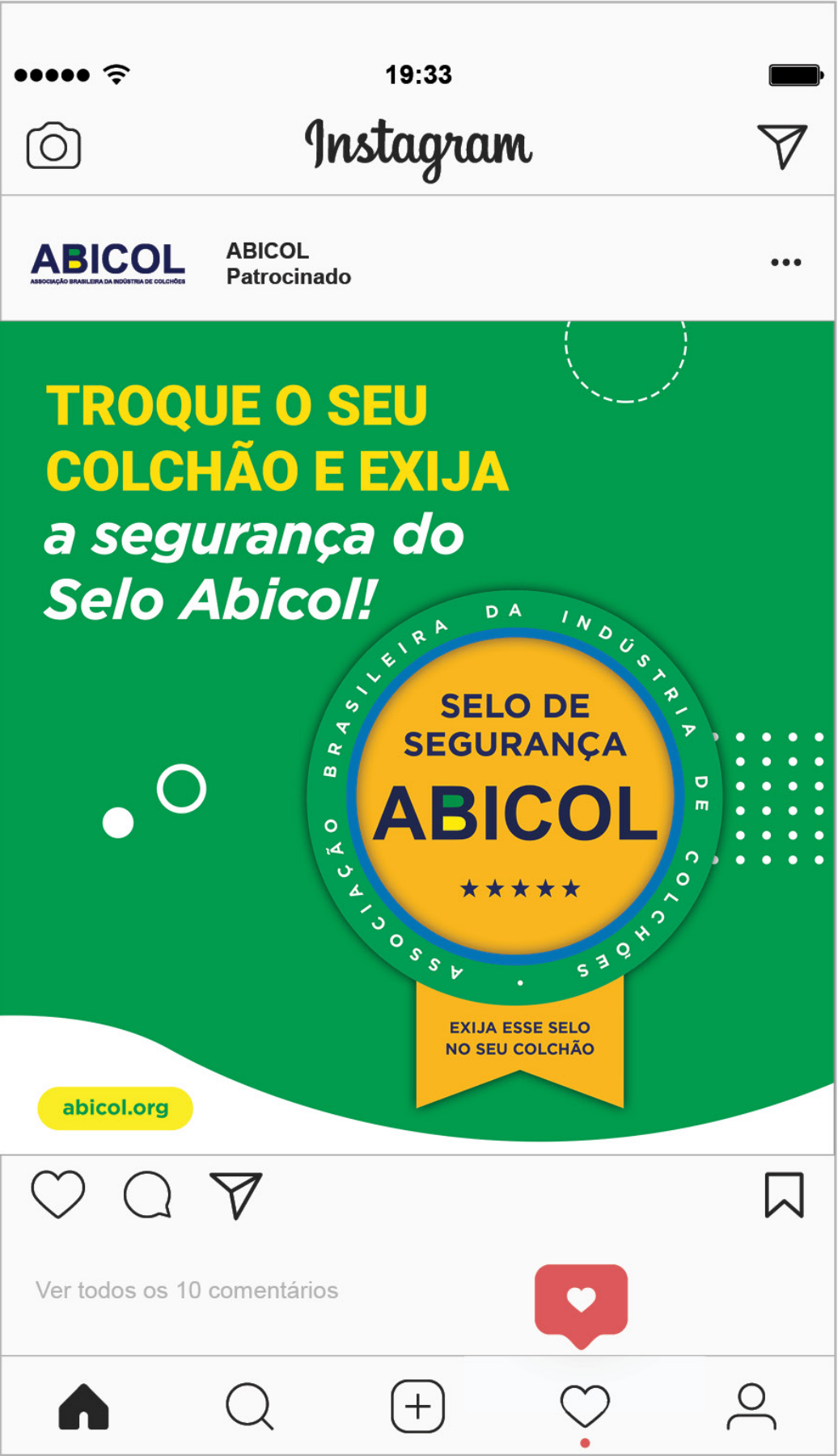
TROQUE  
A ALERGIA  
*por alegria!*

Troque seu colchão e exija o Selo Abicol

Ver todos os 10 comentários







OBRIGADA!



*Kind*

[www.kindbranding.com.br](http://www.kindbranding.com.br)

Hellen Mundim

[hellen@kindbranding.com.br](mailto:hellen@kindbranding.com.br)

(31)9.92080097