



Jequiti



PLANO
COMERCIAL



O QUE É

Um game show que coloca os consultores e clientes Jequití para concorrer a diversos prêmios em uma dinâmica de adivinhação de palavras

DOM 19H15



Jequiti

QUEM JOGA

Na compra de qualquer produto Jequiti, o cliente e o consultor ganham um cupom para participar do sorteio que pode trazê-los ao programa

A REGRA É UMA SÓ:

ADIVINHE AS PALAVRAS E VENÇA O JOGO

1

O participante gira a roleta. Se ela cair em um valor, ele recebe uma dica da Rebeca e deve chutar uma letra para descobrir palavras escondidas

2

Se ele acerta a letra, ela é revelada nas palavras e os valores tirados na roleta são somados ao seu montante, cumulativo a cada rodada

3

Ao final, os valores de cada um são revertidos em dinheiro, e aquele que tiver acumulado a maior quantia pode dobrá-la em um desafio especial



SOB O COMANDO DE REBECA ABRAVANEL

Empática, divertida e talentosa, ela conquistou o público com sua alegria e a forma leve de conduzir o programa



APRESENTAÇÃO LEVE,

RESULTADOS DE PESO

COM QUEM FALAMOS

16 MI

de espectadores
alcançados por
mês na TV

(na faixa horária – domingo)

COM QUEM FALAMOS

73%

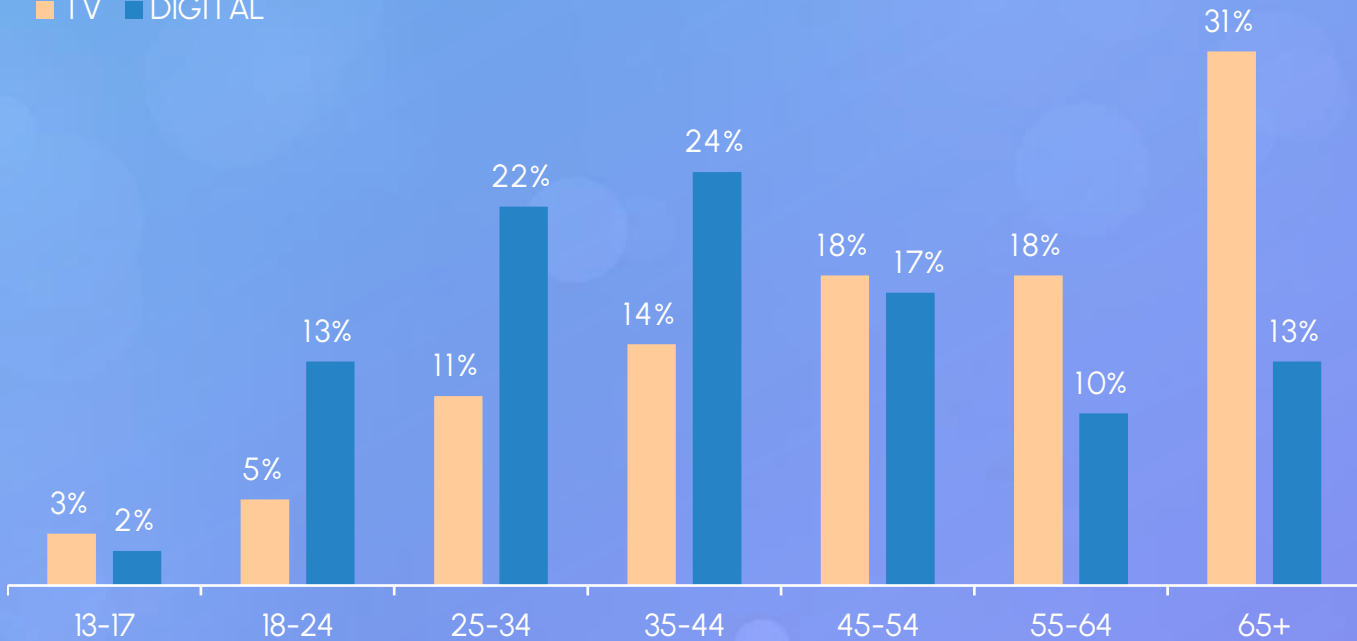
de fidelidade, assistindo
ao programa quase
por inteiro



COM QUEM

FALAMOS

■ TV ■ DIGITAL



Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais AS ABCDE 13+ – Adh% – Regiões Metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – Junho a Novembro/2023 – Dados arredondados.

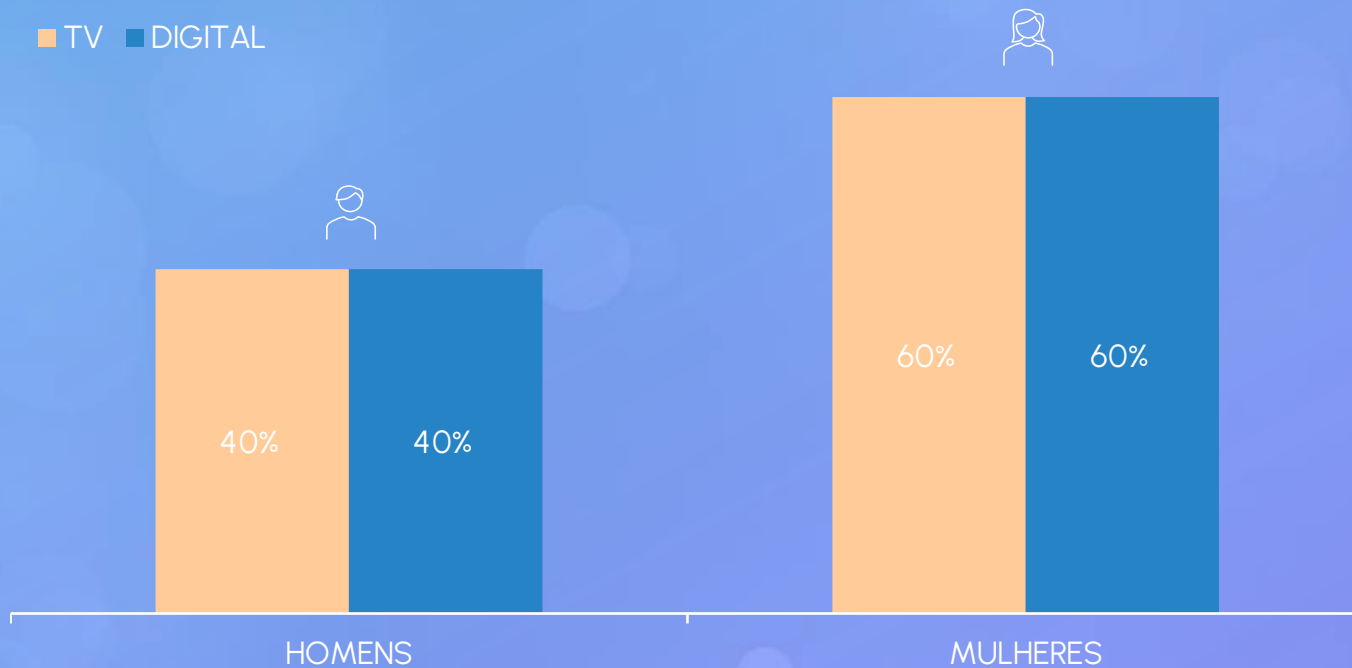




COM QUEM

FALAMOS

■ TV ■ DIGITAL



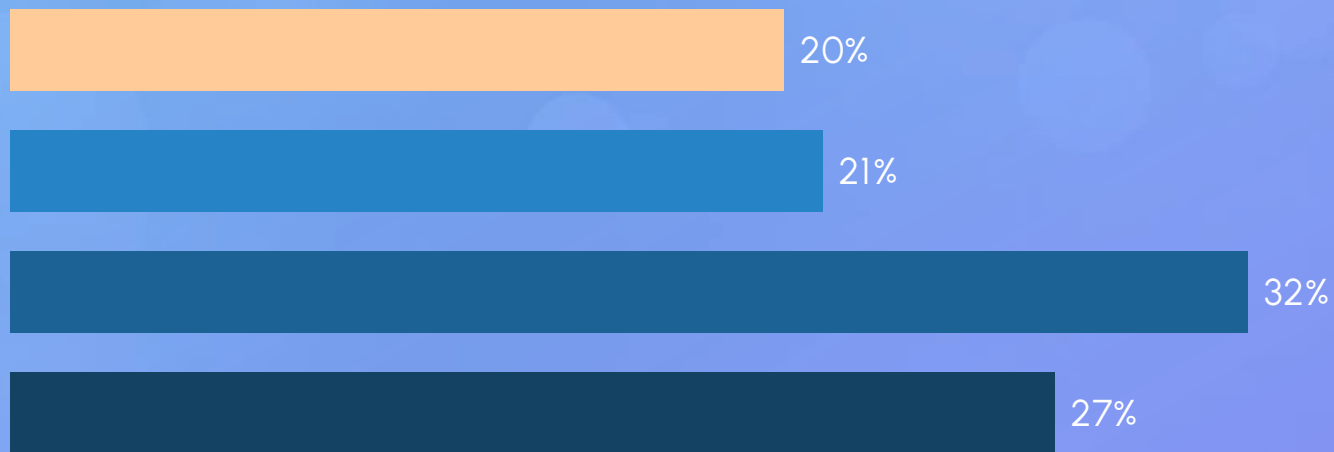
Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais AS ABCDE 13+ – Adh% – Regiões Metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – Junho a Novembro/2023 – Dados arredondados.





COM QUEM FALAMOS

■ AB ■ C1 ■ C2 ■ DE



Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais AS ABCDE 13+ – Adh% – Regiões Metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – Junho a Novembro/2023 – Dados arredondados.

SUA MARCA

PROTAGONISTA DO PROGRAMA

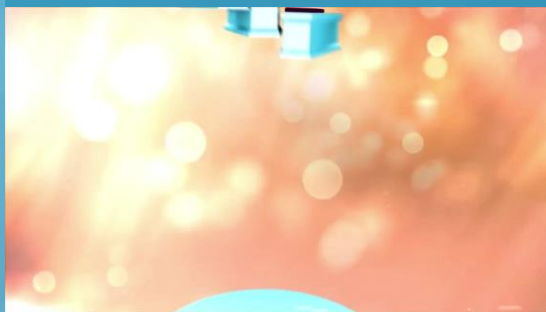
Através de uma entrega comercial diferenciada,
sua marca ganha destaque no programa



MÍDIA

VINHETA ABERT/ENCER

Vídeo + áudio que identifica a marca no início e no final do programa



TESTEMUNHAL

A apresentadora reforça os atributos do produto e/ou serviço no palco do programa



AÇÃO PREMIUM

A última rodada relaciona a resposta à marca através de uma dica e/ou tema do universo da marca



PRE/MID-ROLL

Reprodução dos filmes de 30" do anunciante no início ou no meio do vídeo.



DAS PESSOAS QUE DECLARAM ASSISTIR AO PROGRAMA



VAREJO

3,5 MILHÕES
visitaram shopping
centers ou lojas de
departamento nos
últimos 12 meses



ELETRÔNICOS

1,3 MILHÕES
planejam comprar um
computador, notebook,
laptop, tablet ou
smartphone nos
próximos 12 meses



ELETRODOM.

811 MIL
planejam comprar uma
geladeira, liquidificador,
batedeira elétrica ou
máquina de café expresso
nos próximos 12 meses



FINANÇAS

2,7 MILHÕES
usam produtos/serviços
bancários



CONSUMO

970 MIL
compram uma vez por
semana ou mais



DESCONTO

92%
sempre procuram
ofertas e descontos

INVESTIMENTO

 **MERCADO NET**

 **PERÍODO** 4 semanas

Vinheta de Abertura/Encerramento 8

Testemunhal + Reaplicação 2

Ação Premium + Reaplicação 1

Pre/Mid-roll de 30" com skip 1.000.000

CACHÊ Rebeca Abravanel

2 Testemunhais R\$ 15.600,00

1 Ação Premium R\$ 13.200,00

TOTAL TABELA

R\$ **7.287.920**

Tabela de preços: Jan/24.

* Custos de produção sob consulta.

Valores sujeitos à atualização de preços sem aviso prévio.



NESSA COMPETIÇÃO,
SUA MARCA É VITORIOSA