

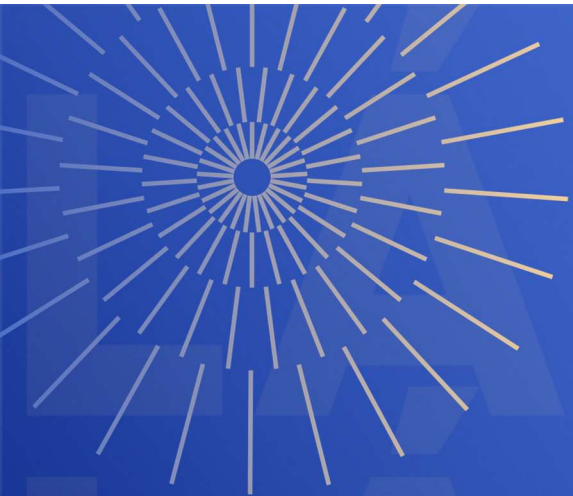
PROGRAMA

# SILVIO SANTOS

*com Patrícia Piccini*

PLANO COMERCIAL 2024





60

ANOS

do programa de  
auditório mais  
duradouro da TV  
mundial!

Fonte: Site SBT - <https://tv.Sbt.Com.Br/programas/auditorio/programa-silvio-santos/noticia/248889-programa-silvio-santos-e-o-maior-programa-de-auditorio-e-variedades-da-tv-mundial>



# Tradição com inovação

Consolidando sua relevância ao longo dos anos



**Tempo médio assistido**  
por indivíduos no período

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Regiões Metropolitanas - Dados individuais - Afs - 2014 a 2024.



# Legado de *pai para filha*

Patricia Abravanel continua a história de sucesso iniciada por Silvio Santos, trazendo novidades e frescor, mas sem perder a essência que faz do programa um ícone da TV.

**Domingos, das 19h à 00h**



**Clique e assista**  
ao conteúdo



# Audiência que *é coisa nossa*

# 35,2mi

de **espectadores alcançados** por mês



**A maior audiência**

da grade do SBT

**e em constante evolução**

7% de crescimento entre  
janeiro e maio

**2º maior engajamento**

do gênero auditório na TV Aberta<sup>1</sup>  
- o 1º também é do SBT -

**1h17 assistidas**

por indivíduos todos os domingos

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Dados domiciliares e individuais - Rat%, Ats e AvMrch% - Faixa horária: Domingo, das 20h à 00h - Regiões metropolitanas extrapoladas conforme fator simulação Kantar - Janeiro a 16 junho de 2024. | <sup>1</sup>O programa de auditório mais assistido do gênero é o Domingo Legal.



# Agora é +1 hora *de alegria*



Dados da nova faixa horária do PSS: Domingo, das 19h à 00h.

**+4,3mi** >>> **12%**

de **espectadores alcançados**  
por mês com a nova faixa horária

mais **alcance**

**39,5mi**

de **espectadores alcançados** por mês

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Dados individuais - AvMrch% e Ats - Faixa horária: Domingo das 19h à 00h - Regiões metropolitanas extrapoladas conforme fator simulação Kantar - Janeiro a 16 de junho de 2024.



PROGRAMA  
**SILVIO SANTOS**  
*com Patrício Azevedo*

# Conectado

e impactando novas audiências  
no digital



## 5,2mi

de **usuários únicos**  
de março a junho

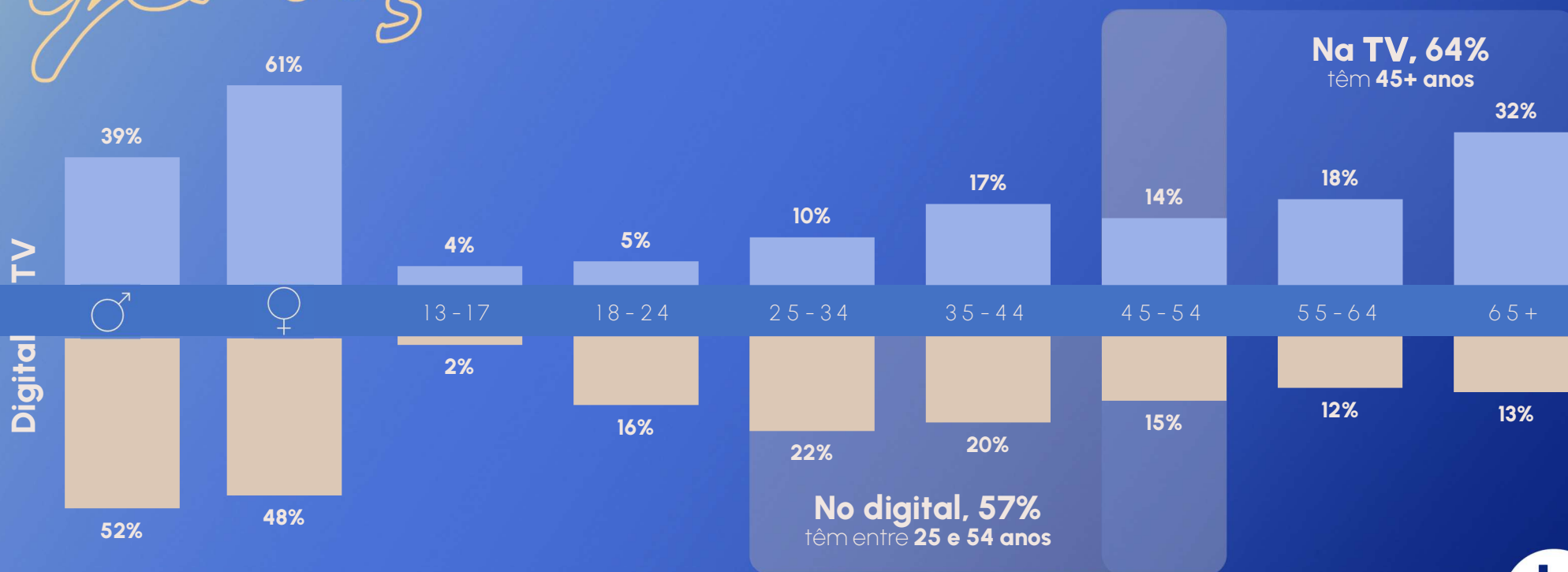
## 38,6mi

de **visualizações de vídeo**  
de janeiro a junho

Fonte: YouTube Analytics – 22 de março a 19 de junho 2024 e Janeiro a 15 de junho de 2024.



# Unimos ~ gerações

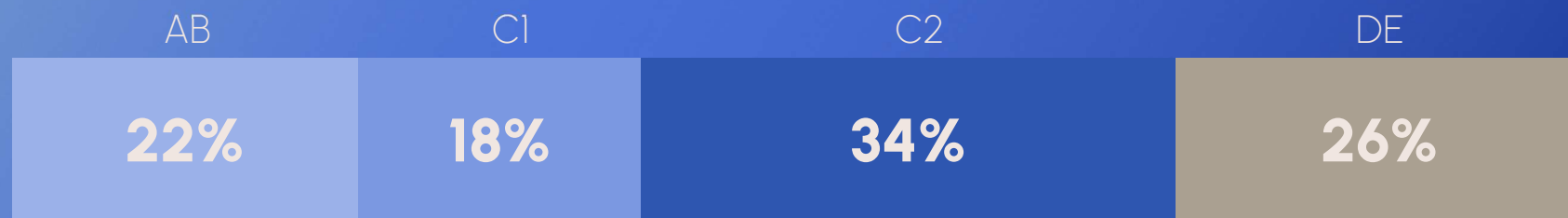


Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Dados Individuais - Adh% - Regiões Metropolitanas (15 parças) - Tabela de Programação - Janeiro a 16 de Junho de 2024 - Faixa horária Domingo, das 19h à 00h - Dados arredondados.  
 Fonte: YouTube Analytics - Janeiro a 15 de junho de 2024.





# Popular por natureza



**52% da classe C**  
mais popular que a  
média da TV aberta

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Dados Individuais - Adh% - Regiões Metropolitanas (15 paraças) - Tabela de Programação - Janeiro a 16 de Junho de 2024 - Faixa horária Domingo, das 19h à 00h - Dados arredondados.



# +Rentabilidade

O PSS oferece a **melhor relação custo/benefício** da TV aberta nessa faixa horária

**55%**  
mais rentável do que a **emissora A**

**16%**  
mais rentável do que a **emissora C**



Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Regiões Metropolitanas - Rat% - Dados Domiciliares - Abril de 2024. | Tabela de Preços: Abril de 2024. | CPP e CPM: para efeito comparativo foi utilizado a média de audiência e desconto da faixa horária de cada emissora - Abr/24.



# Possibilidades

da sua marca estar nesse sucesso

1

**Patrocínio**  
do programa

2

**Patrocínio**  
dos quadros

3

**Ações**  
de merchandising



1

# Formatos de TV e do Digital que consolidam a exposição da sua marca



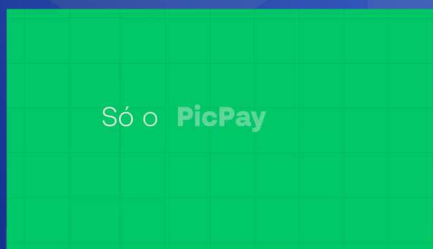
## Vinheta caracterizada

Video + áudio que identifica o patrocinador no início, final ou intervalo comercial do programa



## Social Branded

Post no feed do Facebook e dark post no Instagram com alcance determinado



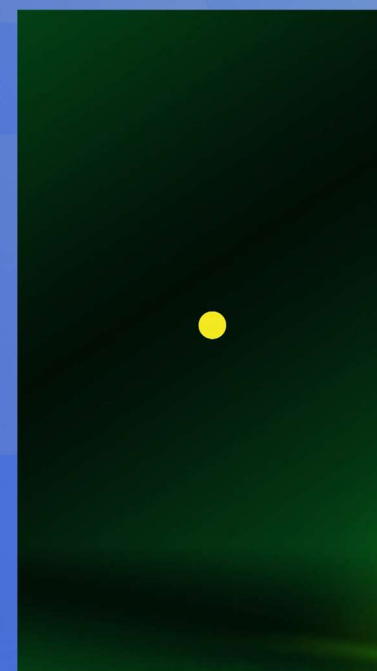
## Comercial 30"

Inserção publicitária dentro do break comercial



## Pre-Roll / Mid-Roll 30"

Mídia do cliente



## Publipost

Conteúdo patrocinado para redes sociais



## 2 Divirta-se com o novo quadro e os clássicos de temporada



**Namoro na TV**



**Show do Milhão**

Exibição do quadro  
mediante comercialização.



**Nada Além de  
1 Minuto**





## Namoro na TV

O quadro é um divertido game de relacionamento no qual uma pessoa vem ao palco para encontrar o amor da sua vida. Essa pessoa conhece aos poucos cada pretendente, com rodadas durante o jogo que revelam informações e detalhes sobre cada um. Ao final do game, o participante tem que decidir quem é o escolhido dentre os três pretendentes.

Horário previsto: 19h.

E com a **participação dessa dupla especial:**



**Márcia Sensitiva** faz as previsões no amor do solteiro com cada pretendente.



A influencer **Jacque** sai à procura de participantes para o game.





# Show do Milhão

Nesse game show, o participante responde a uma série de perguntas de conhecimentos gerais, acumulando prêmios em dinheiro. Cada pergunta possui um valor determinado, aumentando à medida que o participante avança no jogo. Com a ajuda dos universitários e dos pulos, ele pode ganhar o prêmio máximo.

Horário previsto: 23h.



**16**  
perguntas



até **1 milhão**  
de prêmio

**Clique e assista**  
ao vídeo

# 43,4mi

de **espectadores alcançados** no último ano, em 2021

Exibição do quadro mediante comercialização.

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Regiões metropolitanas extrapoladas para todo o Brasil conforme EDTV 2021 e atlas de cobertura SBT 2021 - Cov% - Show do Milhão Picpay - Período: Janeiro a dezembro/2021.





## Nada Além de 1 Minuto

O participante mostra sua habilidade para realizar as provas, que parecem simples e fáceis, mas que devem ser completadas em até 1 minuto cada uma. Se o competidor conseguir executar todas elas, leva o prêmio máximo para casa.

Horário previsto: 22h50.



**12**  
provas



**60**  
segundos



até **300mil**  
de prêmio

↖  
**Clique e assista**  
ao vídeo

# 37,7mi

de **espectadores alcançados** na temporada 2023

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Dados domiciliares e individuais - Cov% - Tabela de programação - Regiões metropolitanas extrapoladas para todo o Brasil conforme atlas de cobertura SBT e EDTV 2013 - Maio a agosto/2023.





2

## Quadros fixos que engajam a audiência



### Jogo das 3 Pistas

Dois famosos se enfrentam para tentar descobrir, com o menor número de pistas, qual a palavra secreta.

Exibição: 22h.



### Qual é Música

Dois times devem adivinhar o nome de músicas tocadas pelo maestro através de trechos instrumentais.

Exibição: 21h.



### Show de Calouros

Participantes de todo o Brasil têm a oportunidade de mostrarem seus talentos no palco do programa.

Exibição: 20h.



### Câmeras Escondidas

Pessoas comuns são colocadas em situações inusitadas e cômicas, enquanto são gravadas por câmeras escondidas.

Exibição: 23h40.



### Tá na Rua

Nesse jogo de perguntas e respostas, o participante precisa encontrar alguém que saiba tanto quanto ele.

Exibição: Sob consulta.



**Clique nas imagens e assista aos vídeos**

Horários de exibição previstos e sujeitos à alteração.



3

# Formatos diferenciados para o seu produto alcançar o sucesso!



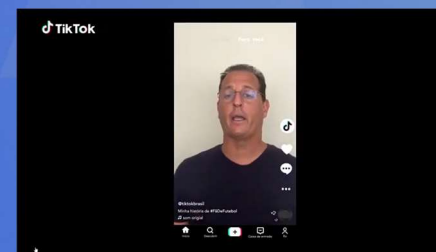
## Vinheta animada

Vinheta gráfica com a linguagem do programa e contextualizada ao momento exibido.



## Visualização de marca

Visualização do produto integrado ao cenário ou ao contexto do PSS, sem menção do apresentador



## Chamada de marca

Peça que chama/divulga um conteúdo da marca. Veiculação nos breaks.



## Ação integrada

Ação contextualizada ao conteúdo editorial do PSS, respeitando a linguagem da atração



## Testemunhal

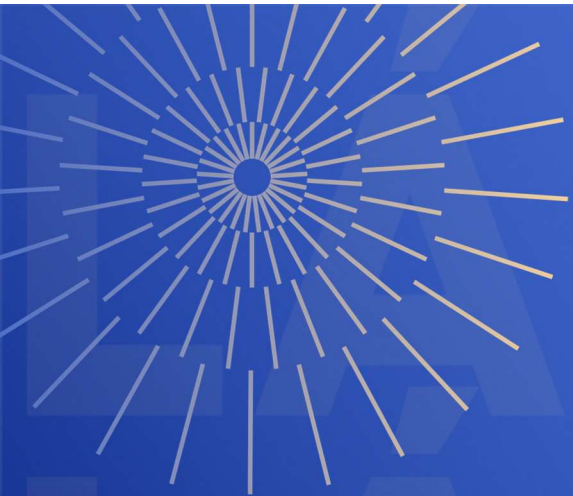
Divulgação direta à marca, com exposição do produto (bancada) e imagem ou vídeo no telão



## QR code com logo

Insert com presença de QR Code que direciona para o site/app/ambiente virtual do cliente + logo dentro do conteúdo





# Traga sua marca

para o programa mais emblemático e querido da televisão brasileira!



