



PLANO
COMERCIAL



O QUE É

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

DOM 18H15



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**

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Dados Individuais - (AvMRch%) - Tabela de Programação - Regiões Metropolitanas extrapoladas para todo o Brasil conforme Atlas de Cobertura SBT e EDTV 2024- Jan. a dez/2023.



COM QUEM FALAMOS

71%

de **fidelidade**,
conquistando um
crescimento de **12%***

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Dados Domiciliares e Individuais - (Fid%) - Tabela de Programação - Regiões Metropolitanas extrapoladas para todo o Brasil conforme Atlas de Cobertura SBT e EDTV 2024 - Jan. a dez/2023.
* Em relação a 2022.

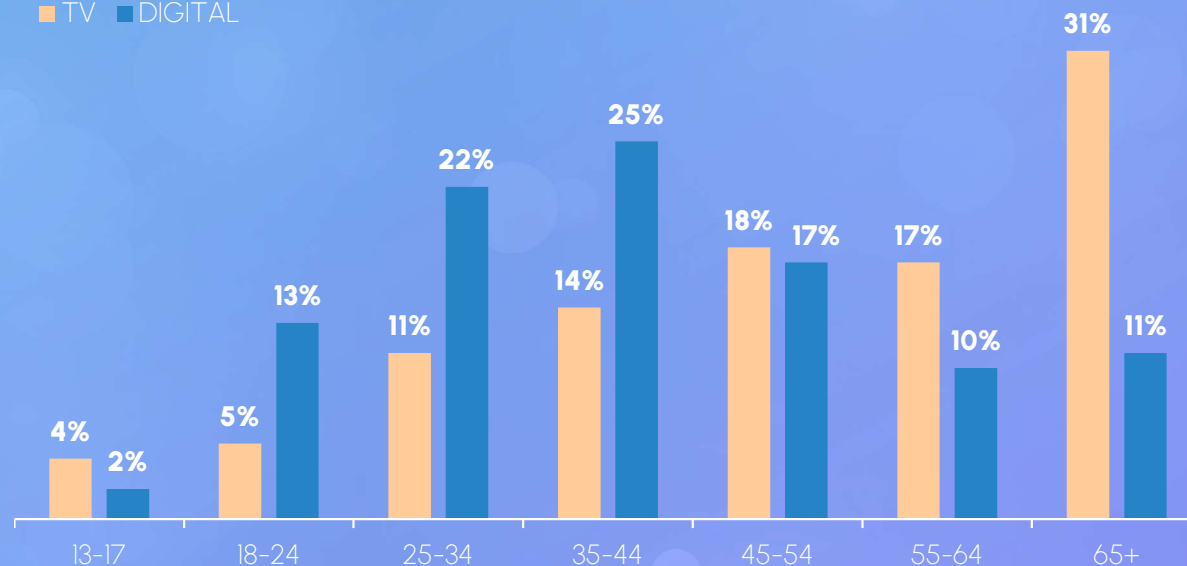




COM QUEM

FALAMOS

■ TV ■ DIGITAL



Fontes: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais – (Adh%) – Regiões Metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – Jan. a dez/2023 - Dados arredondados. | Youtube Analytics Jan. a dez/2023.

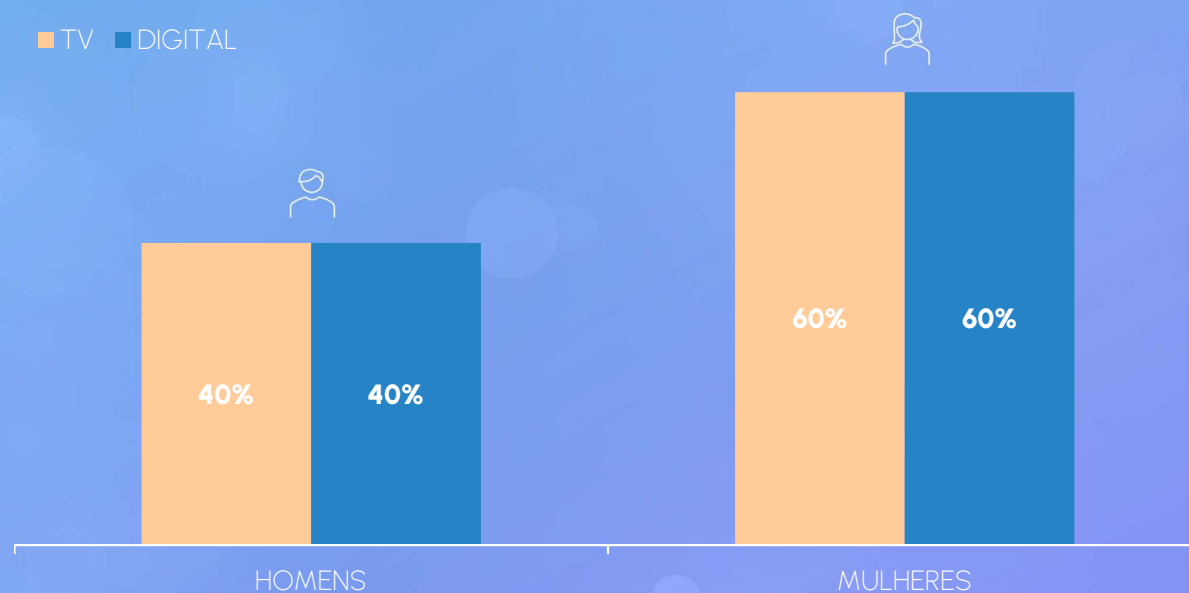




COM QUEM

FALAMOS

■ TV ■ DIGITAL



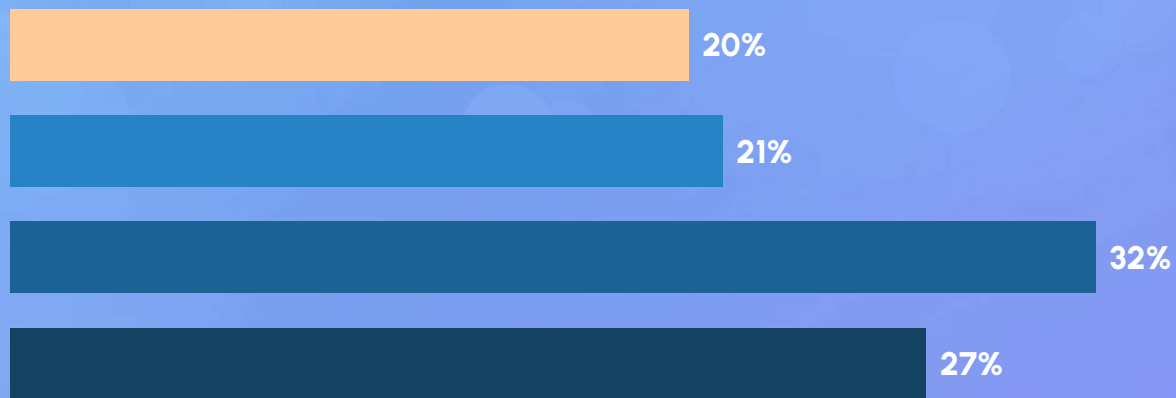
Fontes: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais – (Adh%) – Regiões Metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – Jan. a dez/2023 - Dados arredondados. | Youtube Analytics Jan. a dez/2023.



Jogo

COM QUEM FALAMOS

■ AB ■ C1 ■ C2 ■ DE



Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais – (Adh%) – Regiões Metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – Jan. a dez/2023 - Dados arredondados.



SUA MARCA

PROTAGONISTA DO PROGRAMA

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



MÍDIA

VINHETA CARACTERIZADA

Vídeo + Áudio que identifica o patrocinador no início, no final ou no intervalo comercial.



TESTEMUNHAL

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



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



NESSA COMPETIÇÃO,
SUA MARCA É VITORIOSA