



superVarejo

**O Hub de conteúdo que une você
ao cenário varejista.**

MÍDIA KIT

Revista/Portal

2024

ÍNDICE

Vantagens de anunciar na SV	02
Perfil do público de cada canal	03
O que você vai ler em 2024	04
Formatos padrão de anúncios	14
Formatos especiais de anúncios	16
Informações técnicas	17
Vantagens do Digital	18
Formatos Digitais	19
Newsletter	22
Portal SuperVarejo	24
Redes Sociais	25
E-mail Marketing	31

VANTAGENS DE ANUNCIAR NA SV

NO IMPRESSO E NO DIGITAL



**A única auditada pelo IVC*
(impressa e digital)**

*Instituto responsável por realizar a auditoria multiplataforma de mídia, incluindo a circulação de revistas e jornais no mercado brasileiro.



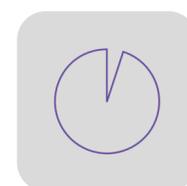
**Mais de 17.000
exemplares**



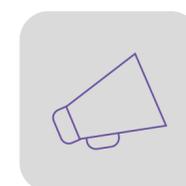
**Distribuição
com cobertura
nacional**



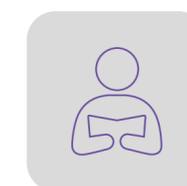
**Veículo oficial
da APAS SHOW**



**95% do
público decisor
de compra**



**Notícias
exclusivas
divulgadas
diariamente**



**O canal mais
lido e acessado pelo
supermercadista**



**Muitas formas
de expor
sua marca**



**Entrega em
100% dos
mercados do
ranking ABRAS**



**Premiada durante
5 ANOS CONSECUTIVOS
pela Anatec**

PERFIL DO PÚBLICO DE CADA CANAL DA SV



REVISTA IMPRESSA

Periodicidade Mensal

RESUMO DO PRODUTO

- 96% ocupam cargo de decisão
- 95% varejistas - 78% Supermercadistas
- Mais de 20.000 exemplares, Com cobertura de mais de 15.000 CNPJs
- Entrega 100% do ranking ABRAS (500)
- Distribuição inteligente com cobertura nas regiões de maior concentração do público-alvo (supermercadistas)

CARGOS

- Presidentes
- Diretores
- Gerentes/Subgerentes
- Compradores

SEGMENTOS

- Varejo
- Indústria
- Serviços

GÊNEROS

- Masculino - 73%
- Feminino - 27%

COBERTURA

- CPF: 58%
- CNPJ: 42%



NEWSLETTER

Periodicidade Diária

RESUMO DO PRODUTO

- Mailing amplo e Constantemente atualizado (base APAS x eventos e outras fontes)
- Distribuição para uma base de 32.000 e-mails diariamente, com uma taxa de abertura de aproximadamente 17,16%
- Entrega garantida para representantes 100% dos integrantes do ranking ABRAS
- **Taxa de abertura:** 16,5%
- **Taxa de cliques:** 2,5%
- **Taxa de rejeição (bounce rate):** 1,23%

CARGOS

- Presidentes
- Diretores
- Gerentes/Subgerentes
- Coordenadores
- Compradores
- Assistentes/Auxiliares
- Secretários
- Analistas

SEGMENTOS

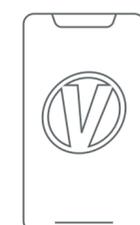
- Varejo
- Indústria
- Serviços
- Food service
- Startups

GÊNEROS

- Masculino - 64%
- Feminino - 36%

COBERTURA

- CPF: 66%
- CNPJ: 34%



ACESSO AO PORTAL SV



RESUMO DO PRODUTO

- Público jovem aderente ao digital
- Alcance nacional e internacional

SEGMENTOS

- Varejo
- Indústria
- Serviços
- Food service
- Startups

CARGOS

- Presidentes
- Diretores
- Gerentes/Subgerentes
- Coordenadores
- Compradores
- Assistentes/Auxiliares
- Secretários
- Analistas

GÊNEROS

- Masculino - 66%
- Feminino - 34%

COBERTURA

- **Acessos ao site:** 116 mil usuários (+52,9%)
- **Novos usuários:** 104 mil (+46,6%)
- **Visualizações de páginas no site:** 360 mil

REDES SOCIAIS

Periodicidade Mensal



INSTAGRAM

- Seguidores: 23.978
- Alcance: 133.300
- Impressões: 536.643
- Engajamento: 9.400
- Cliques no Perfil: 2.069



FACEBOOK

- Curtidas: 6.504
- Impressões: 651.242
- Engajamento: 630
- Alcance: 326.000



LINKEDIN

- Seguidores: 26.420
- Engajamento: 4.128
- Impressões: 157.524
- Visitas no perfil: 1.326



YOUTUBE

- Inscritos: 3.481
- Visualizações: 24.384
- Impressões: 29.578

O QUE VOCÊ VAI LER EM 2024

O QUE VOCÊ VAI LER EM 2024

SAUDABILIDADE

JAN/FEV

FFLV - como manter produtos frescos, evitar desperdícios no PDV e o papel das cooperativas no abastecimento dos supermercados.

Revista digital

Portal SV

Redes Sociais

ABRIL

Saúde na gôndola - Suplementos: (alimentos fit, proteína, etc.) como trabalhar esses produtos e os lançamentos com esta abordagem que estão disponíveis no supermercado.

Revista digital

Portal SV

Redes Sociais

MAIO

Saudáveis e orgânicos/vegetarianos e veganos: gestão da categoria, oportunidades, etc.) – produtos que não podem faltar no pdv e como trabalha-los no mix.

Revista impressa + digital

Portal SV

Redes Sociais

TECNOLOGIA

JAN/FEV **Tecnologias em ascensão:** Inteligência Artificial, Pagamento por biometrias, Carrinhos inteligentes, etc.

Revista digital Portal SV Redes Sociais

JUNHO **Meios de Pagamento digital, sem papel ou plástico:** quais tecnologias estão no mercado e que podem ser usadas pelo supermercados, e os benefícios para o consumidor.

Revista digital Portal SV Redes Sociais

ESG

ABRIL **Energia** – mercado livre de energia no país, como reduzir custos energéticos e tornar a operação mais rentável nos supermercados. Vantagens e desvantagens.

Revista digital Portal SV Redes Sociais

AGOSTO **ESG na prática:** ações, oportunidades, produtos e movimentos no varejo e das indústrias para alinhar negócio e sustentabilidade;

Sucessão no negócio: como deve ser o processo para que as gerações mantenham vivo o negócio da família.

Revista digital Portal SV Redes Sociais

SETEMBRO **Equipamentos de alta performance para a operação de loja**

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

OUTUBRO **Governança:** os desafios e vantagens da estratégia para as empresas

Revista digital Portal SV Redes Sociais

PESQUISAS

MARÇO **Pesquisa Marcas** - As 5 Mais Mais compradas no autosserviço / Prêmio na APAS SHOW - (Scanntech)

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

JULHO **Marcas mais promocionadas no setor** - Ranking Índice de Ofertas Scanntech

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

SETEMBRO **As 5 marcas do varejo online** - Pesquisa Líderes de Varejo Online (Instituto Indefinido)

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

NOVEMBRO **Ranking de Inovação / Lançamentos da Indústria** (Scanntech)

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

DEZEMBRO **As 5 + Maiores fabricantes do Brasil** Prêmio APAS Acontece (Scanntech)

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

TENDÊNCIAS DE MERCADO

ABRIL Modelos de lojas em destaque no Brasil

Revista digital Portal SV Redes Sociais

AGOSTO Redes Sociais e Influencers do varejo - quem são eles, quais públicos atingem, como o supermercado pode trabalhar as redes sociais

Revista digital Portal SV Redes Sociais

SETEMBRO Arquitetura de Loja e Comunicação Visual - como deve ser projetada a loja ideal, quando se trata de layout, iluminação, mobiliário, etc.

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

ENTREVISTAS / PERFIS

ABRIL/AGOSTO Entrevistas exclusivas com executivos e CEOs da indústria e do varejo (capas)

Revista digital Portal SV Redes Sociais

SAZONALIDADES

JAN/FEV **Dia das Mães**, como promocionar com qualidade e gerar mais venda no período;

Páscoa, gestão de categoria, oportunidades, exposição e tendências

Revista digital Portal SV Redes Sociais

MARÇO **Festa Junina**, destaques em mercearia, bazar, destilados, laticínios e demais produtos.

Inverno, como trabalhar as categorias de vinhos, queijos, massas

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

JULHO **Halloween**, doces, balas e chocolates

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

SETEMBRO **Natal**, categorias em alta, mercearia salgada, doces, bebidas, entre outros produtos

Verão ou Summer care: inseticidas, repelentes, protetores e bloqueadores solares, cadeiras, cooler

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

TRADE MARKETING

ABRIL Marketing e Merchandising no PDV – a matéria tratará da importância de trabalhar estratégias no pdv (sugestão abordar estratégias que as fabricantes trabalharão na Apas show);

Revista digital Portal SV Redes Sociais

APAS SHOW

ABRIL Pré-feira - matéria que abordará tendências e inovações que serão trazidas pela Apas show 2024

Revista digital Portal SV Redes Sociais

JUNHO **Pré-feira**: Matéria sobre os **destaques do pavilhão** (indústria) e pontos altos do congresso

Pós-feira: Cobertura da Apas show 2024, contendo os principais assuntos do congresso, além de novidades e lançamentos das indústrias

Revista digital Portal SV Redes Sociais

CATEGORIA DE PRODUTOS

JAN/ FEV **Produtos importados e Premium:** alimentos e bebidas (dicas de como trabalhar, lançamentos, gestão da categoria, etc.)

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

MARÇO

- Vinhos, tendências de bebidas no mercado brasileiro.
- Pescados, oportunidades para a categoria além dos períodos sazonais
- Bebidas destiladas, vodca, cachaça, uísque, o que está em alta nesta cesta

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

ABRIL **Cesta básica,** óleo, açúcar, arroz, feijão; o que há de novidade na cesta e como trabalhar no PDV

Revista digital Portal SV Redes Sociais

MAIO

- **Padaria, confeitaria e pães:** gestão da categoria, oportunidades e benefícios da seção para as vendas e o tráfego nas lojas
- **Produtos importados e Premium (Parte II);** destacar empresas que estarão na Apas show e as novidades em alimentos e bebidas que podem incrementar as vendas dos supermercados
- **Congelados:** semi-pronto e alimentos prontos – qual a importância da categoria no mix do supermercado, o que está em alta nesta cesta, ações para destacar as vendas, etc.
- **Chocolates:** tendências de mercado, o que tem de novo e em alta na categoria; e movimentações da indústria

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

JULHO

- **Especial higiene:** Cuidados Pessoais – categorias em alta nesta cesta seja para produtos femininos e masculinos.
- **Pets:** Itens que incrementam as vendas nos supermercados (alimentos e higiene);
- **Bebidas não alcóolicas:** tendências e consumo da categoria (água, sucos, chás, refrigerantes)
- **Snacks e salgadinhos:** gestão da categoria e produtos em alta nesta cesta

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

SETEMBRO

- **Açougue e Churrasco:** como deve ser a seção no supermercado, que tipos de produtos trabalhar no mix, como evitar perdas, tudo isso alinhado a oportunidade do churrasco
- **Bebidas de verão e alcóolicas:** drinks, frisantes, gin
- **Especial Cervejas:** oportunidades, tendências e gestão da categoria
- **Café:** tendências de consumo, de mercado e marketing
- Sorvetes, açaí e sobremesas geladas

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

NOVEMBRO

- **Limpeza e assepsia:** produtos com alto desempenho de limpeza e inovação na categoria. Cuidados que mudaram ou permanecem após o final da pandemia.
- **Especial Lácteos** (iogurtes, bebidas lácteas, leite fermentado, requeijão, etc.) – Gestão de categoria, lançamentos, novidades e como trabalhar o pdv

Revista digital Portal SV Redes Sociais Revista Impressa

DEZEMBRO **Cesta básica,** óleo, açúcar, arroz, feijão; o que há de novidade na cesta e como trabalhar no PDV

Revista digital Portal SV Redes Sociais

PAUTAS ESPECIAIS DO MÊS SUPERVAREJO PORTAL 2024

PAUTAS ESPECIAIS DO MÊS SUPERVAREJO PORTAL 2024

JANEIRO SAZONALIDADES

- **Black Friday Supermercadista:** precificação passa a ser principal escolha, dicas para varejistas.
- **Natal:** categorias em alta, mercearia salgada, doces, bebidas, entre outros produtos.
- **Dia das Mães:** como promocional com qualidade e gerar mais venda no período.
- **Festa Junina:** destaques em mercearia, bazar, destilados, laticínios e demais produtos.
- **Inverno:** como trabalhar as categorias de vinhos, queijos, massas.
- **Verão:** categorias impulsionadas pelo calor e ativações.
- **Dia das crianças:** como os supermercados podem aumentar as vendas com a data e como a indústria pode investir em produtos para esse público.

FEVEREIRO HIGIENE E LIMPEZA

- **Limpeza Casa:** produtos em alta, que não podem faltar na gôndola do varejo. Bem como dicas de gc, marketing e merchandising.
- **Novas tecnologias** aplicadas aos produtos de limpeza (produtos concentrados, por exemplo).
- **Cuidados com a roupa:** produtos desde a lavagem até itens que facilitam a roupa a ser passada.
- **Pet:** produtos que tornam o ambiente mais higiênico.
- **Cozinha:** desengordurantes e produtos que ajudam a manter o ambiente em ordem.
- **Banheiro:** produtos que facilitam a limpeza dessa região.
- **Desinfetantes:** ações que as indústrias tomam para se diferenciarem nessa categoria.
- **Como montar um mix ideal** nos supermercados de higiene e limpeza.

MARÇO CATEGORIAS

- **Pet:** itens que incrementam as vendas nos supermercados (alimentos e higiene);
- **Carnes:** movimentação na categoria, açougue, lojas próprias (Ex. Swift) e praticidade dos produtos congelados.
- **Bazar:** artigos para casa, jardinagem, etc.
- **Pescados,** oportunidades para a categoria além dos períodos sazonais.
- **Sorvetes,** açaí e sobremesas geladas.
- **Snacks e salgadinhos:** gestão da categoria e produtos em alta nesta cesta.
- **Café:** tendências de consumo, mercado e marketing.
- **Lácteos** (iogurtes, bebidas lácteas, leite fermentado, requeijão, etc.): gestão de categoria, lançamentos, novidades e como trabalhar o pdv.

PAUTAS ESPECIAIS DO MÊS SUPERVAREJO PORTAL 2024

ABRIL SAUDABILIDADE

- **Veganos e vegetarianos:** plant based.
- Mercado de **barrinhas de proteína**.
- **Suplementos nos supermercados:** como o empreendedor pode explorar essa categoria e como a indústria de suplementos está se posicionando no mercado.
- **Saudáveis e orgânicos:** gestão da categoria, oportunidades, etc., produtos que não podem faltar no pdv e como trabalhar eles no mix.
- **Bebidas funcionais:** crescimento e consumo dos brasileiros.
- Diminuição de açúcar e conservantes (nova tabela nutricional influencia essa tendência?).
- **Flexitarianos** e a tendência de diminuição no consumo de proteína animal.
- **Como montar um mix ideal** de produtos saudáveis nos supermercados.

MAIO FFVL

- **FFLV:** como manter produtos frescos, evitar desperdícios no PDV e o papel das cooperativas no abastecimento dos supermercados.
- Como trabalhar a categoria de **flores nos supermercados**.
- **Como evitar as perdas de produtos** nessa seção.
- **Como oferecer serviço:** produtos cortados, fracionados e prontos para o consumo.
- Como preparar o colaborador para trabalhar com perecíveis.
- **Balanças para FLV:** melhor estratégia de posicionamento e tecnologia ideal.
- Como deve ser a **ambientação e climatização** do setor de FFLV.
- **Como trabalhar inovação** em uma seção tão rotineira (produtos diferentes, mix gourmetizado, etc.).

JUNHO TENDÊNCIA DE MERCADO

- **Loja de proximidade.**
- **Marca própria.**
- **Arquitetura de Loja e Comunicação Visual:** como deve ser projetada a loja ideal, quando se trata de layout, iluminação, mobiliário, etc.
- **Como a trilha sonora impacta** na experiência de compra nos supermercados.
- **Produtos e personagens licenciados:** influência dessa estratégia para a indústria.
- **Mercado de luxo:** mix, público, etc.
- Como as redes e as indústrias estão se adaptando ou devem se adaptar ao **shopper genZ**.
- **Variedade de SKUs:** aumentar ou não no atual momento econômico? Como trabalhar com a gôndola infinita.

PAUTAS ESPECIAIS DO MÊS SUPERVAREJO PORTAL 2024

JULHO GOVERNANÇA

- **Governança:** os desafios e vantagens da estratégia para as empresas.
- **ESG na prática:** ações, oportunidades, produtos e movimentos no varejo e das indústrias para alinhar negócio e sustentabilidade.
- **Energia:** mercado livre de energia no país, como reduzir custos energéticos e tornar a operação mais rentável nos supermercados. Vantagens e desvantagens.
- **RH:** o papel dos colaboradores modelo atual do supermercados e como deve ser a relação das empresas varejistas neste cenário.
- **Estratégias** contra desperdício de alimentos.
- **Logística reversa.**
- **Equidade de gênero.**
- **Sucessão no negócio:** como deve ser o processo para que as gerações mantenham vivo o negócio da família.

AGOSTO TECNOLOGIA

- **Meios de pagamento:** biometria, aproximação, pix, pagamento digital.
- **Carrinhos inteligentes:** como a tecnologia está crescendo nos supermercados.
- **Inteligência Artificial:** Chat GPT e robôs.
- **Tecnologia e inteligência de mercado:** como as tecnologias e análises agregam valor as vendas e a gestão do supermercado.
- **Programas de cashback e fidelização** aplicados pelo varejo por meio de tecnologia.
- **Precificação inteligente** e etiquetas eletrônicas.
- **Loja autônoma:** quais tecnologias são essenciais para esse modelo.
- **Venda online:** os desafios do e-commerce.

SETEMBRO BELEZA E COSMÉTICOS

- **Categoria de esmaltes nos supermercados.**
- **Creμες.**
- **Shampoo.**
- Como maquiagem pode ser ofertada nos supermercados.
- Como marcas podem focar em **experiência de compra** para se diferenciarem.
- **Como montar o mix ideal** em Beleza e Cosméticos.
- A relação do mercado de beleza com os alinhamentos das pautas ESG.
- **As oportunidades de crescimento** do mercado de beleza nos supermercados.

PAUTAS ESPECIAIS DO MÊS SUPERVAREJO PORTAL 2024

OUTUBRO BEBIDAS

- **Vinhos**, tendências da bebida no mercado brasileiro.
- **Leite UHT**, a categoria em seus diferentes formatos e itens.
- **Bebidas de verão e alcóolicos**, drinks, frisantes, gin.
- **Especial Cervejas**, oportunidades, tendências e gestão da categoria.
- **Bebidas prontas**.
- **Bebidas não alcóolicas**, tendências e consumo da categoria (água, sucos, chás, refrigerantes).
- **Bebidas destiladas**, vodca, cachaça, uísque, o que está em alta nesta cesta.
- **Energético**.

NOVEMBRO DOCES

- **Chocolates**, tendências de mercado, o que tem de novo e em alta na categoria; e movimentações da indústria.
- **Setor de Balas e Gomas**: estratégia, crescimento.
- Como a categoria de balas e gomas pode ser explorada no PDV.
- **Como a categoria de doces pode se apoiar em datas comemorativas**, como Páscoa e Halloween.
- **Representatividade** do mercado doces nos supermercados.
- **Movimentações das empresas de chocolate** (fusões e aquisições - Case Cacau Show com Pan e Nestlé com Copenhagen).
- **Como as indústrias estão trabalhando a paçoca** (bebidas, barrinhas de proteína, etc.).
- **Posicionamento de doces** nos supermercados (categoria de impulso nos checkouts).

DEZEMBRO TRADE MARKETING

- **A evolução do trade marketing** com ferramentas de inteligência.
- **Redes sociais**: como os supermercados podem se promover no digital.
- **Construção de marcas das empresas**.
- **Cross Merchandising e co-labs**.
- **Marketing e Merchandising no PDV**.
- **Redes Sociais e Influencers do varejo** - quem são eles, quais públicos atingem, como o supermercado pode trabalhar as redes sociais.
- **Colaborador-influenciador**: como os supermercados podem tirar proveito dessa tendência.
- **Atendimento do cliente**: como proporcionar uma compra sem ruídos.

FORMATOS PADRÃO DE ANÚNCIOS

Para aumentar ainda mais a visibilidade da sua marca na SuperVarejo, você tem à disposição duas formas de comunicar sua marca na revista que se diferenciam da publicidade tradicional:

#1

PUBLIEDITORIAL

Nesse formato a equipe da SuperVarejo monta a peça, de acordo com a identidade visual da revista. Com o publieditorial você transmite conhecimento por meio de uma linguagem visual impactante, que chama a atenção do supermercadista.

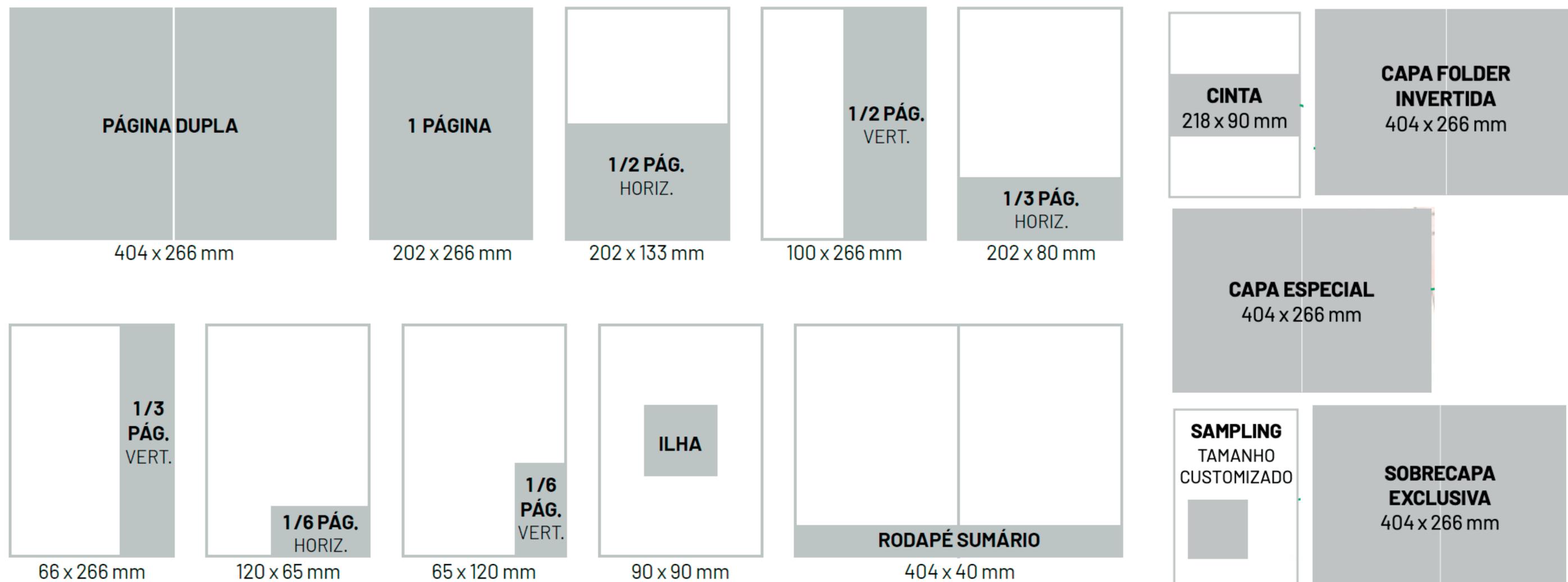
#2

INFORME PUBLICITÁRIO*

Nesse o formato ideal para uma comunicação mais próxima. Diga ao supermercadista tudo que a sua empresa pode oferecer para ele e fale também sobre as movimentações do mercado.

*desenvolvido pelo anunciante

FORMATOS PADRÃO DE ANÚNCIOS NA REVISTA



FORMATOS ESPECIAIS DE ANÚNCIOS NA REVISTA

ANÚNCIO COOPERADO: DIA DO SUPERMERCADISTA

EDIÇÕES DE PESQUISA:

- Pesquisa Índice de ofertas - Shopping Brasil
- Pesquisa Líderes do Varejo Online - Shopper Experience
- Pesquisa Ranking 5+ - Neogrid



INFORMAÇÕES TÉCNICAS PARA MONTAGEM E ENVIO DE ANÚNCIOS

1

ANTES DE CRIAR a arte do anúncio, verifique se todas as fotos, ícones, logos ou outros elementos gráficos estão no **padrão CMYK e com resolução mínima de 300 dpis**.

Observação: todos os textos e elementos (ícones, QR Codes...) que estiverem na cor preta devem estar apenas no canal do preto (não pode ser composto, porque pode dar problema de registro).

2

MARGENS DE SEGURANÇA

É importante que você deixe uma área de segurança (um espaço) de, no mínimo, 5 mm (0,5 cm) entre foto, ícone ou texto que estiver perto da margem do anúncio (da linha de corte) para os lados direito, superior e inferior. Isso é importante porque no processo de refile, na gráfica, a guilhotina pode sair do lugar exato, fazendo um refile um pouco para dentro da linha de corte. Para não haver risco de cortar nenhuma informação do anúncio, é importante deixar esse espaço de segurança.

Observação: para o lado esquerdo (área da lombada da revista), a margem de segurança deve ter, no mínimo, 10 mm (1,0 cm).

3

SANGRIA

Outro ponto fundamental é deixar uma sangria de, no mínimo, 5 mm (0,5 cm) também, em todos os lados do anúncio. Toda imagem que for colocada até a linha de corte do anúncio precisa ter sangria. Por exemplo, um fundo colorido ou uma imagem que tenha sido aplicada até a linha de corte. É preciso abrir a caixa da imagem e deixá-la sair até 5 mm da linha de corte, sem ampliar ou distorcer. Isso é importante porque na hora do refile, a guilhotina pode oscilar alguns milímetros para fora. E se não houver sangria, o anúncio pode ficar com uma linha branca, comprometendo o layout.

4

MARCAS DE CORTE

É fundamental que o anúncio tenha marcas de corte de todos os lados para que, no momento de aplicá-lo na página da revista, o designer saiba o posicionamento exato do anúncio.

Observação: as marcas de corte devem estar afastadas 5mm do anúncio.

5

FECHAR PDF

Com o layout pronto e conferidas essas informações, salve o arquivo em PDFX4, 300 dpis, no padrão CMYK. Se não for possível, envie um **TIFF ou JPG com resolução mínima de 300 dpis**.

6

ENVIO

Se a peça tiver até 5MB, pode ser enviada para seu executivo de vendas. Se for maior, você pode enviar um link por sites de transferências de arquivo, como WeTransfer.

Para mais informações técnicas: marcella@pluviadigital.com.br



VANTAGENS DO DIGITAL

Sua estratégia de marketing pode atrelar o anúncio a alguns objetivos de mídia.



VISUALIZAÇÃO (VIEWS)

Muito utilizada quando o objetivo é fazer com que as pessoas vejam a marca, sem precisar de algum tipo de ação momentânea. **Quando usar:** Esse tipo de objetivo é utilizado quando se quer divulgar a marca, fazer com que ela esteja presente na mente do shopper. Toda vez que alguém vir seu anúncio ou abrir seu e-mail, uma nova visualização será contabilizada.



CONVERSÃO

Quando o objetivo da campanha é captar informações via formulário de um contato, também chamado de captação de lead. Ao concluir o preenchimento de um formulário, significa que o anúncio obteve uma conversão. **Quando usar:** Esse tipo de objetivo é bastante usado quando se tem algum material rico, como por exemplo, um E-book ou infográfico, que seja relevante para a pessoa.



TRÁFEGO

É a quantidade de usuários que navegam por um site. Aqui o objetivo de um anúncio é levar os usuários impactados por ele para o site da marca. **Quando usar:** Esse objetivo é bastante utilizado para levar o usuário que foi impactado pelo anúncio a acessar o site da marca para obter mais informações sobre produtos/serviços.



CONTEÚDO

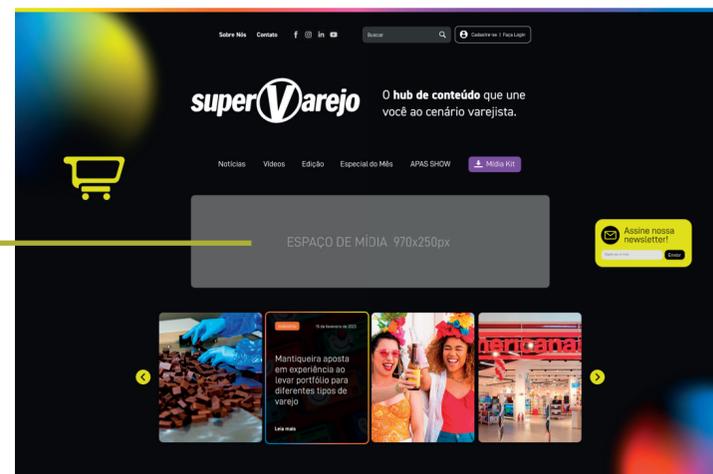
Nesse caso o objetivo é branding e fortalecimento da marca, que ajudam, mesmo que indiretamente, na performance da marca. **Quando usar:** Um publiteditorial, um blog post no site, um e-book. O objetivo aqui é oferecer algo que gratifica o usuário e que o fará lembrar-se da sua marca quando ele estiver no momento de compra.

FORMATOS DIGITAIS

SITE

BANNER TOPO

Formato: 970 x 250px
Peso: Arquivo até 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG
Posição: Home - página inicial
CTR: de 0,5 a 1,5%



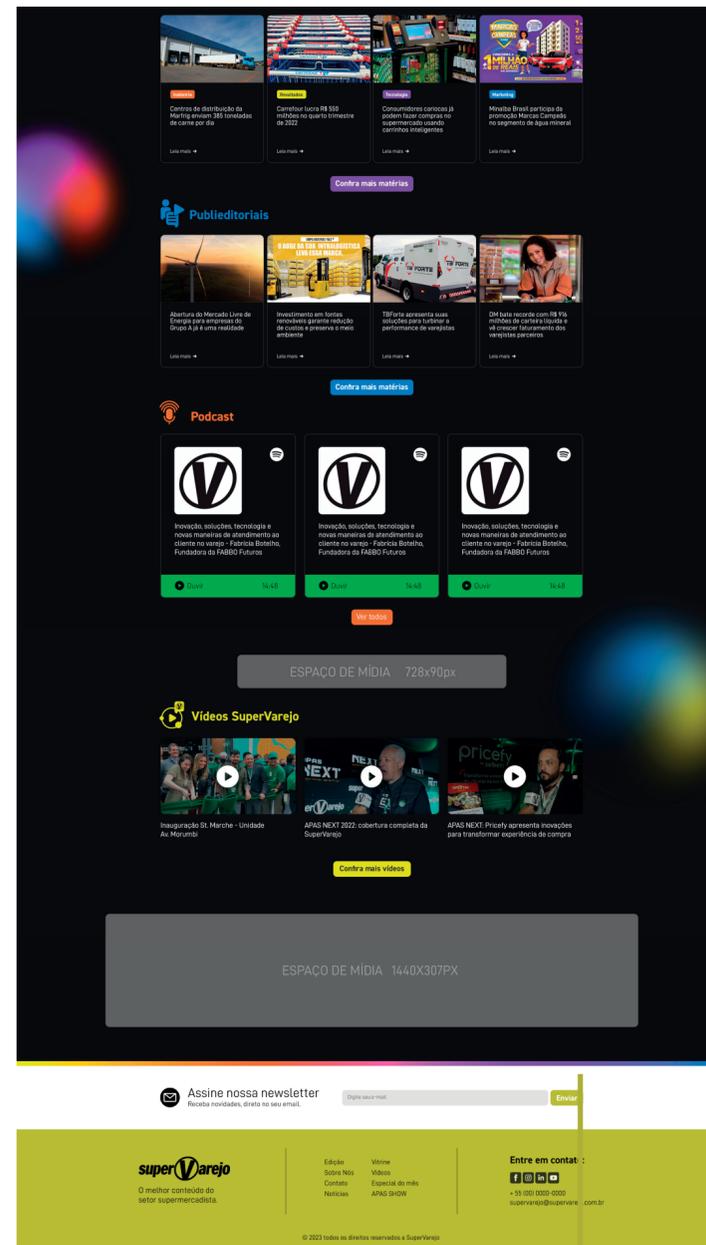
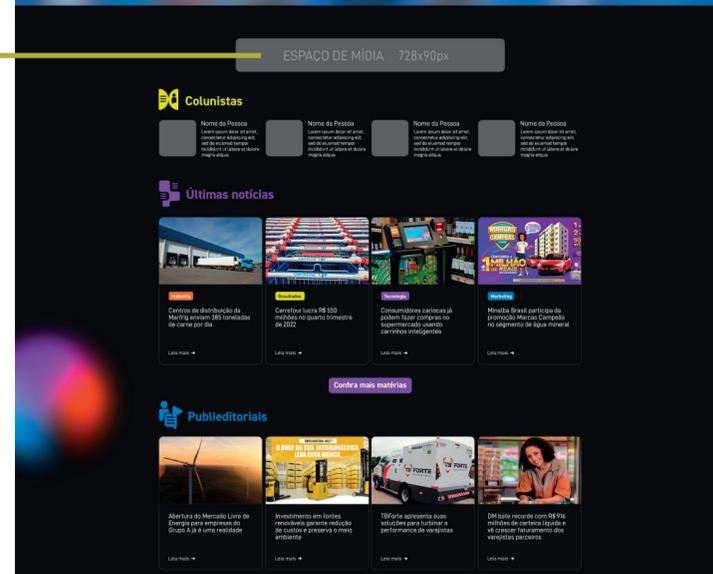
BANNER HORIZONTAL

Formato: 728 x 90px
Peso: Arquivo até 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG
Posição: Home - página inicial
CTR: de 0,5 a 1,5%



MEGA BANNER

Formato: 1440 x 307px
Peso: Arquivo até 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG
Posição: Home - página Inicial
CTR: de 0,5 a 1,5%



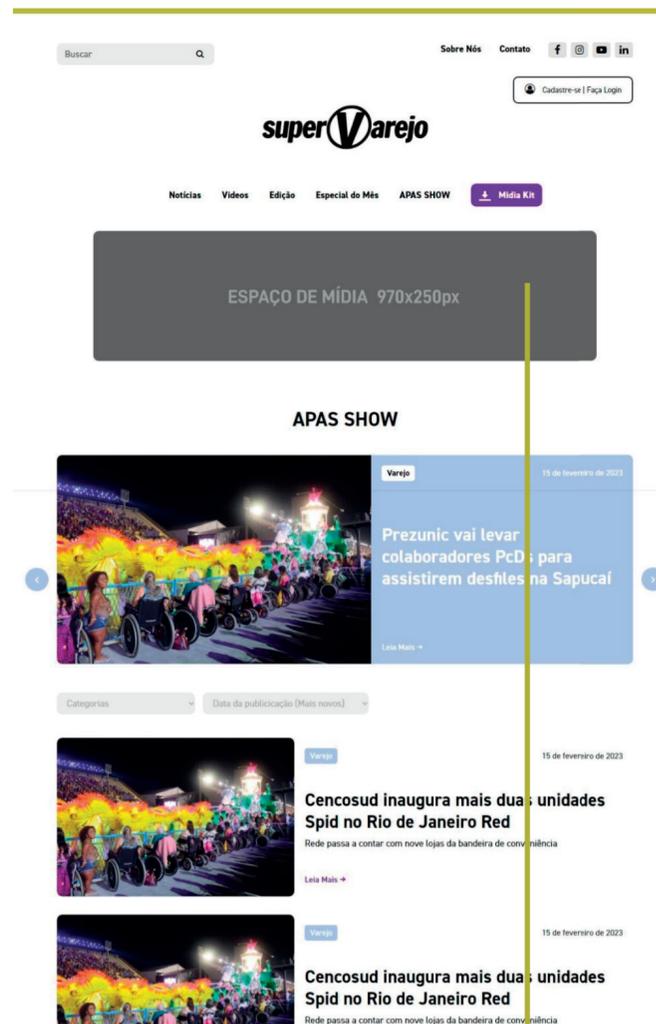
BANNER POP UP

Formato: 240 x 400px
Peso: Arquivo até 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG
Posição: Home - página inicial
CTR: de 0,5 a 1,5%

Média de acessos do site:
 154mil usuários/mês

FORMATOS DIGITAIS

SITE



BANNER TOPO

Formato: 970 x 250px

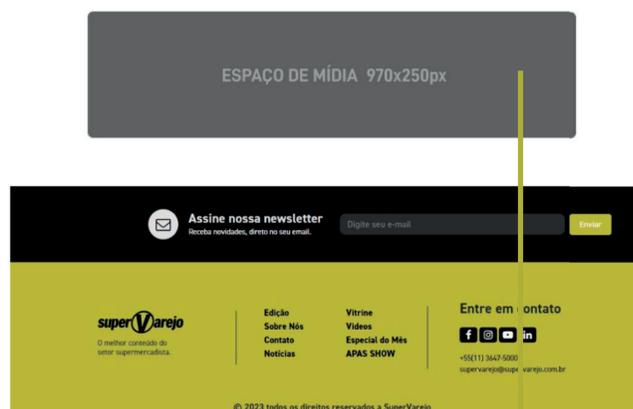
Peso: Arquivo até 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

Posição: Pode entrar nas paginas **Notícias**, **Especial do Mês** e **APAS show**



Mais lidas



BANNER HORIZONTAL

Formato: 970 x 250px

Peso: Arquivo até 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

Posição: Pode entrar nas paginas **Notícias**, **Especial do Mês** e **APAS show**



Média de acessos do site:
154mil usuários/mês

BANNER NOTÍCIA

Formato: 300 x 600px

Peso: Arquivo até 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

Posição: Artigos/notícias/publis

CTR: de 0,5 a 1,5%

BANNER RODAPÉ

Formato: 300 x 600px

Peso: Arquivo até 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

Posição: Artigos/notícias/publis

CTR: de 0,5 a 1,5%

FORMATOS DIGITAIS

SITE

ESPECIAL DO MÊS

Focado em produtos sazonais, periódicos ou com relevância em uma pauta específica de conteúdo pelo editorial SuperVarejo. O canal perfeito para seu cliente potencializar o lançamento de um produto, ou produto específico junto ao público supermercadista. O Especial do Mês contará com publiteditorial e uma área exclusiva em destaque referente ao tema trabalhado no período.

MÉDIA DE 5 MIL IMPRESSÕES
CTR: 0,5%
POSIÇÃO: CUSTOMIZÁVEL

ARQUIVOS EM HTML5

Devem ser enviados em um único arquivo, contendo todo o projeto: CSS, JS, HTML. Folhas de estilo, imagens (em base 64) e javascripts precisam estar inseridos no código.



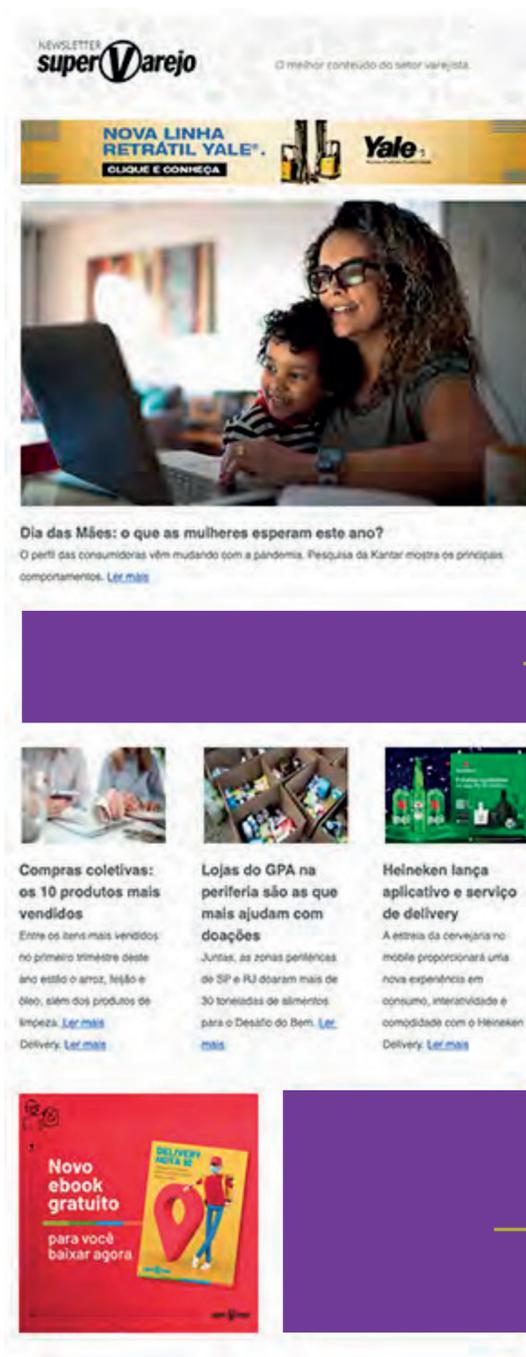
PROJETOS ESPECIAIS E CUSTOMIZADOS

Na SuperVarejo Interativa é possível criar projetos customizados, de acordo com a ideia/necessidade do cliente. Traga sua ideia para trabalharmos nela juntos e encontrar uma solução diferente, impactante e inteligente para a sua marca. Fale agora mesmo com um Executivo de Vendas!



NEWSLETTER

A maior e melhor base de varejistas do Brasil possui, em média, 32 mil nomes de decisores cadastrados com qualidade garantida. São 5 disparos semanais.



17%
TAXA MÉDIA DE ABERTURA

3,25%
TAXA MÉDIA DE CLIQUES

1,35%
TAXA DE REJEIÇÃO (BOUNCE RATE)

BANNER NEWSLETTER
Envio para a base de aproximadamente 32 mil contatos
CTR: 0,6% (média)
Formato: 580 x 120px
Peso: 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

SQUARE BANNER
Envio para a base de aproximadamente 32 mil contatos
CTR: 0,6% (média)
Formato: 300 x 250px
Peso: 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

POST PUBLIEDITORIAL NEWSLETTER
05 disparos (segunda a sexta) do publieditorial na newsletter para a base de aproximadamente 32 mil contatos
O espaço destinado é aquele reservado para o publieditorial.

*A venda deste post está atrelada a compra do publieditorial no portal SV (Home)



NEWSLETTER

NEWSLETTER

Taxa de cliques

3,25%

Taxa de abertura

17%

Taxa de rejeição

1,35%

Análises de Resultados

Propriedade: Portal SuperVarejo
Mês de março de 2024

BENCHMARK:

Taxa de entrega

98%

Taxa de abertura

18,39%

Taxa de rejeição

-1,7%

Fontes:

Brevo, Rock Content, RD Station, SendPulse, Mailchimp, RD Station

PORTAL SUPER VAREJO



Usuários*

220 MIL

↑ +25%

Novos Usuários

202 MIL

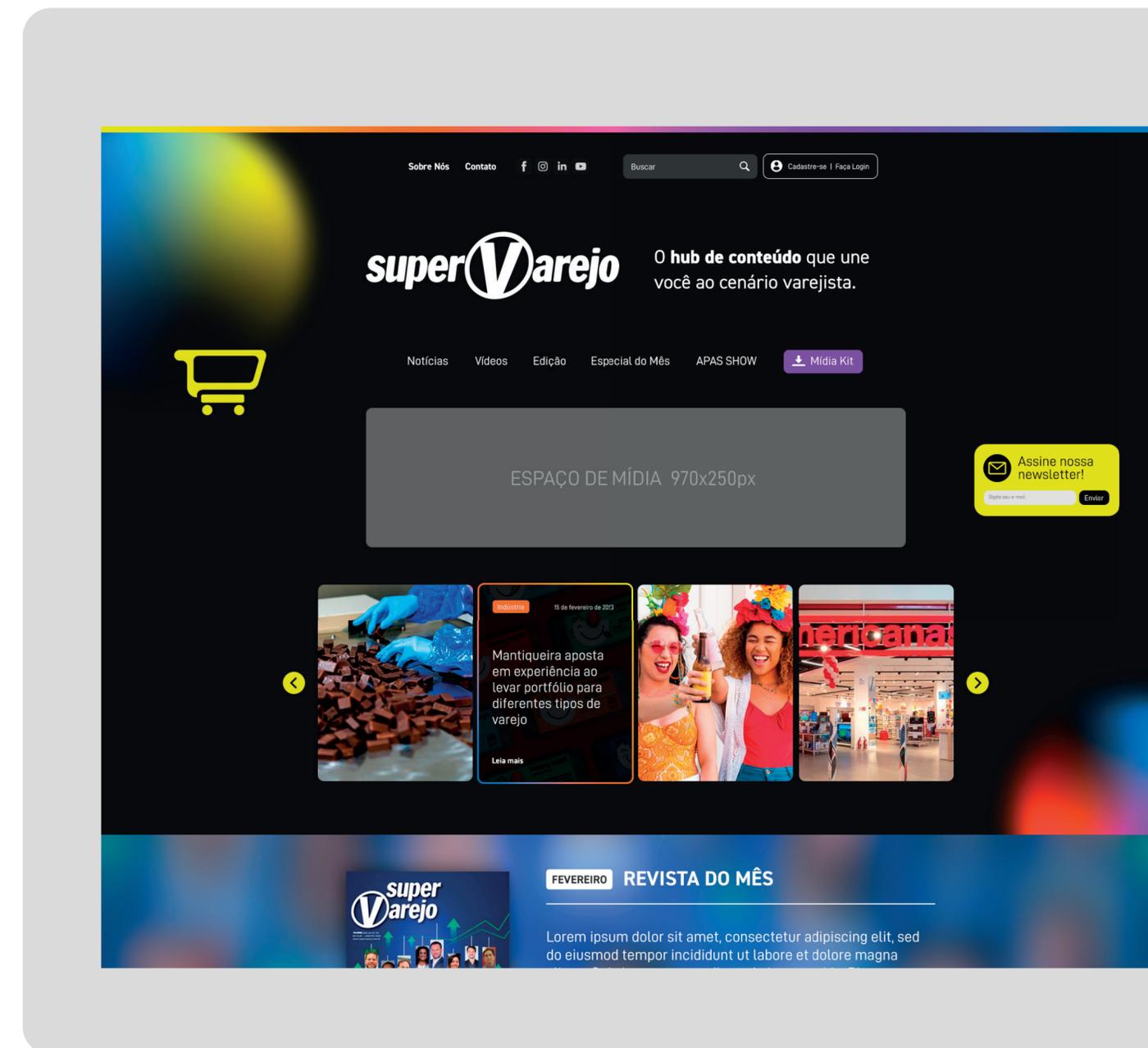
↑ +7,6%

Análises de Resultados

Propriedade: Portal SuperVarejo

Mês de março de 2024

*Maior média de acessos já registrada no site.





FACEBOOK

Impressões de página

24.933

Total de curtidas

6.523

Seguidores

7.166

Engajamento

1.432

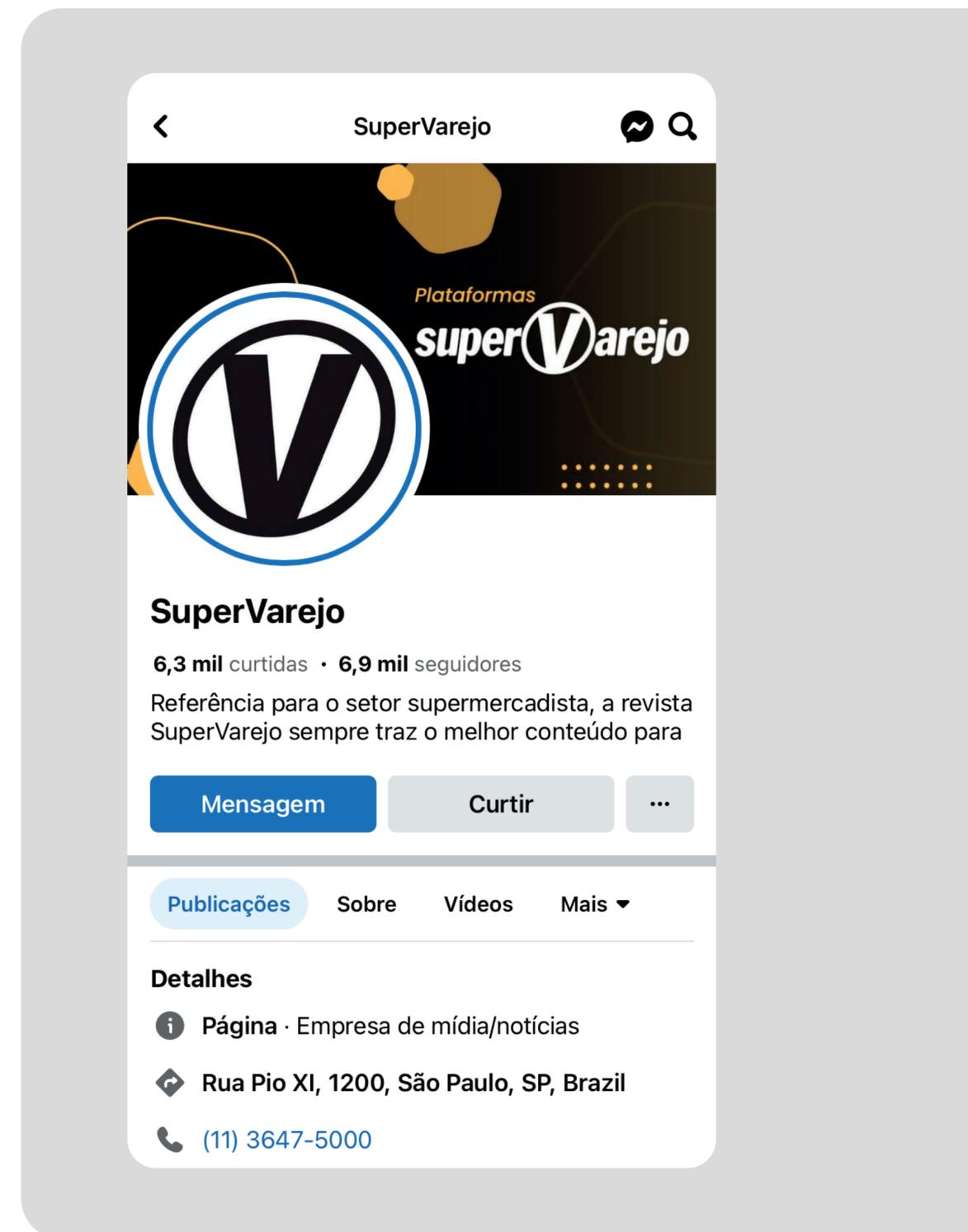
Alcance

588.000

Análises de Resultados

Propriedade: Portal SuperVarejo

Mês de março de 2024





INSTAGRAM

Seguidores

24.300

Engajamento

10.228

Consumo da página

17.277

Alcance

517.153

Impressões

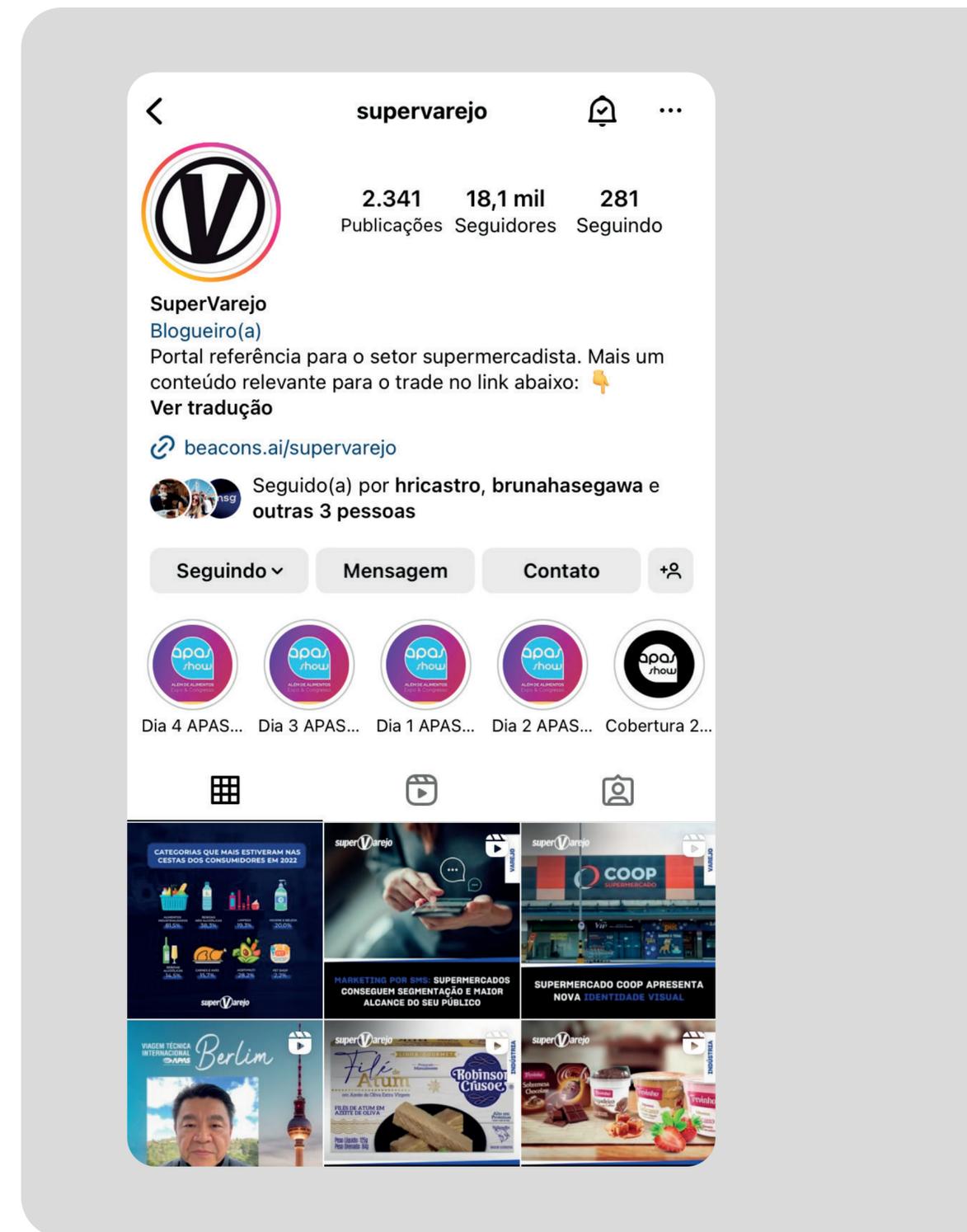
790.130

Clientes no perfil

3.067

Análises de Resultados

Propriedade: Portal SuperVarejo
Mês de março de 2024





LINKEDIN

Visualizações da página

1.748

Visitantes únicos

2.605

Reações

5.512

Seguidores

28.448

Engajamento

8.350

Cliques

5

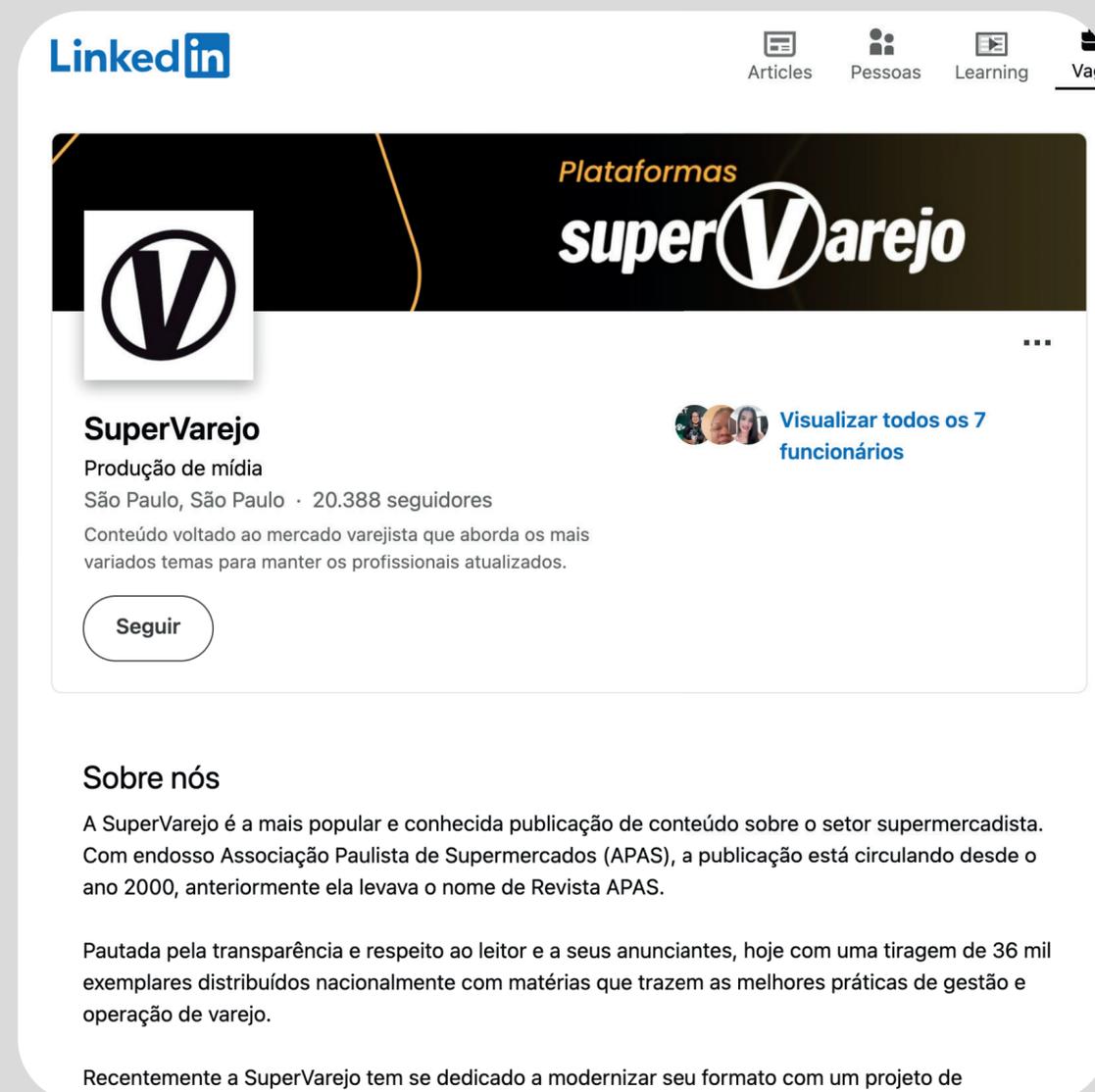
Impressões

335.756

Análises de Resultados

Propriedade: Portal SuperVarejo

Mês de março de 2024





YOUTUBE

Inscritos

3.673

Visualizações

24.384

Impressões

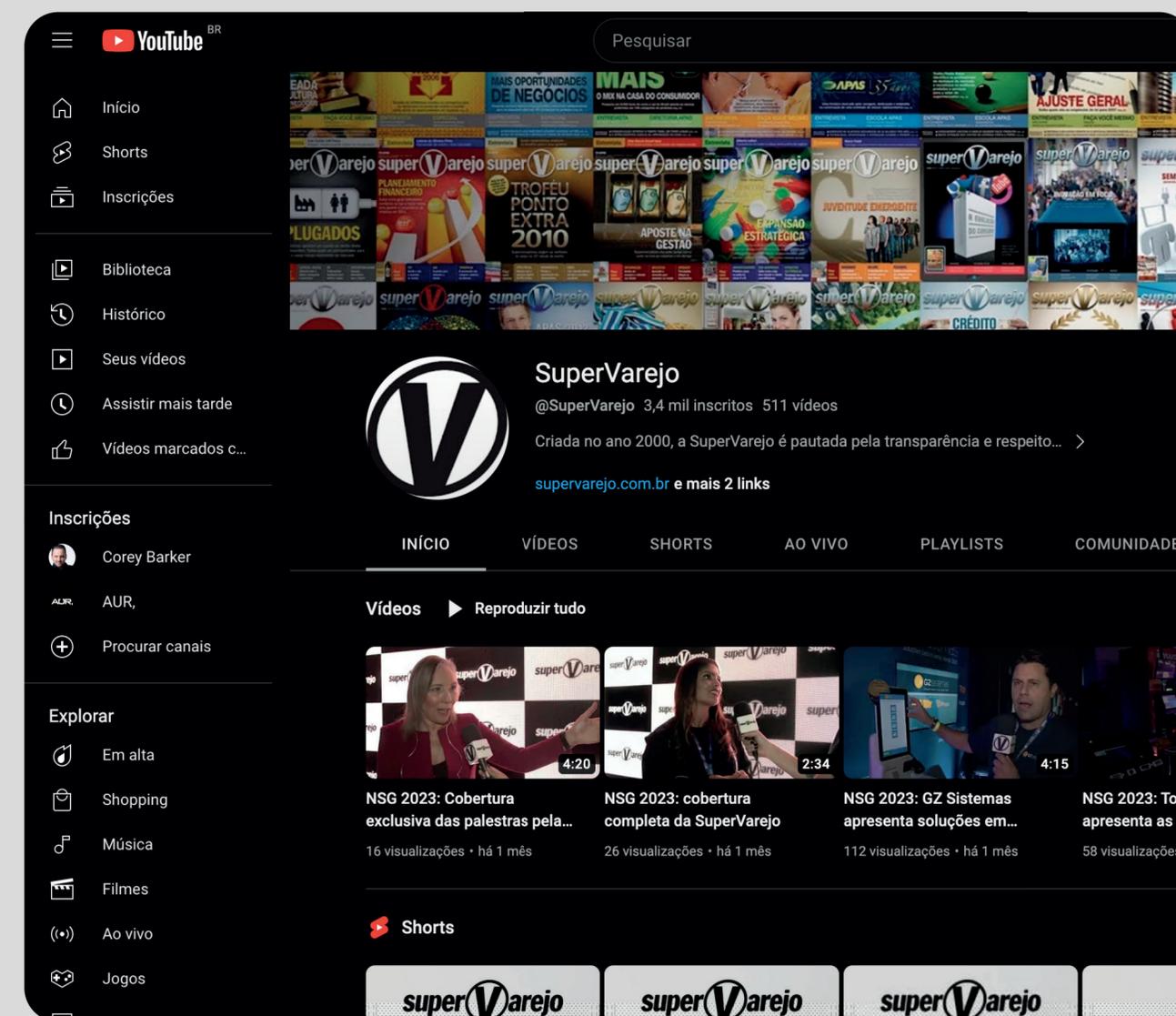
29.578

Tempo de Exibição (horas)

378,1

Análises de Resultados

Propriedade: Portal SuperVarejo
Mês de março de 2024





TWITTER

Seguidores

1.262

Alcance total

482.583

Análises de Resultados

Propriedade: Portal SuperVarejo

Mês de março de 2024



Seguir

SuperVarejo

@RevSuperVarejo

Referência para o setor supermercadista, a SuperVarejo traz sempre o melhor conteúdo para o seu negócio.

📍 São Paulo, Brasil supervarejo.com.br 📅 Ingressou em março de 2014

337 Seguindo 1.276 Seguidores

Não é seguido por ninguém que você segue

REDES SOCIAIS

Obs.: posts em redes sociais precisam ser pré- aprovados pela SV



FEED INSTAGRAM E FACEBOOK 1 PUBLICAÇÃO FEITA NO FEED DE NOTÍCIAS DE CADA REDE SOCIAL

Formato: 800 x 1080px

Legenda: ambos até 200 caracteres

Extensão: jpeg



STORIES INSTAGRAM E FACEBOOK 1 PUBLICAÇÃO FEITA NO STORIES DE CADA REDE SOCIAL

Formato: 1080 x 1080px

Legenda: ambos até 100 caracteres

Extensão: jpeg ou vídeo de 15 segundos



REELS NO INSTAGRAM

Formato: 1080 x 10920, na proporção 16:9

Vídeo de até 60 segundos.

Legenda: ambos até 200 caracteres

Extensão: mp4

LINKEDIN

1 PUBLICAÇÃO NO FEED DE NOTÍCIAS

Formato: 627 x 1200px

Legenda: até 1.300 caracteres

Extensão: jpeg + texto com
link de direcionamento

(Venda atrelada apenas a post
de conteúdo, não é permitida a
publicação de post publicitário
ou promocional).



VITRINE INSTAGRAM

Produção de vídeo referente ao lançamento de produtos da empresa patrocinadora. O vídeo será postado no feed e stories do Facebook e Instagram da SuperVarejo (fica disponível por 24h).

Formato: Obrigatório o envio do release do produto pelo parceiro.

E-MAIL MARKETING



Refrescos de fruta com cara nova!

Quem gosta de qualidade, está animado para desfrutar essa experiência de sabores marcantes e com menos açúcar. A linha de refrescos bioleve conta com 7 sabores (açai e guaraná, frutas cítricas, limonada suíça, abacaxi e hortelã, acerola e laranja, frutas tropicais e uva), todos produzidos com água mineral bioleve. Temos embalagens com opções de 390 ml e 1 litro, o novo rótulo conta com design moderno e criativo, que foi reformulado para chamar atenção de todos os públicos, e já é um grande sucesso.

Venha ser bioleve, qualidade tem nome!

Veja nossos produtos e conheça mais sobre a Bioleve, temos uma variedade de produtos e ações.

SAIBA MAIS

bioleve

www.bioleve.com.br

INFORME PUBLICITÁRIO

Disparo de E-mail Marketing, com a comunicação do cliente para uma base de + de 1500 associados (contato principal).

O público são decisores.

Formato: Largura padrão: 600px

Peso: Até 500kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG



super* **V** *arejo

O melhor conteúdo do setor varejista.