



A IMPORTÂNCIA DOS PLANOS DE MÍDIA NO PATROCÍNIO



ESPORTE COMO CONTEÚDO TELEVISIVO



UNIVERSAL

EMOÇÃO

IMPREVISÍVEL

INTERATIVO

MOBILIZADOR

AO VIVO - IMEDIATO



PARCERIA

MÍDIA + ESPORTE + PATROCÍNIO

CONSUMIDORES
EXISTENTES

INFLUENCIADORES

MÍDIA

ESPORTE

PATROCÍNIO

NOVOS
CONSUMIDORES

MERCADO





EMISSORA OFICIAL





INSPIRAÇÃO



ADMIRAÇÃO



TRANSFORMAÇÃO

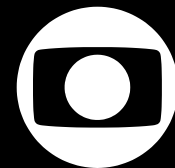


EDUCAÇÃO

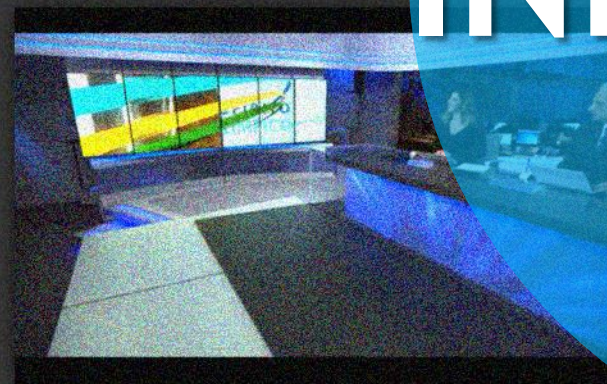


A female athlete is kneeling on a blue track, her head buried in her hands in a gesture of intense emotion. She is wearing a dark athletic top and shorts. The background is a blurred blue track surface.

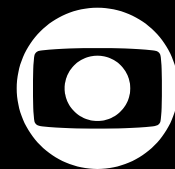
EMOÇÃO



INFORMAÇÃO



QUANTO MAIS E MELHOR
EXPLICARMOS CADA
MODALIDADE...



MAIOR É O ENVOLVIMENTO DO PÚBLICO!

**CONTEÚDO DE ALTA RELEVÂNCIA
E QUALIDADE**



DIFERENCIAÇÃO

EMOÇÃO

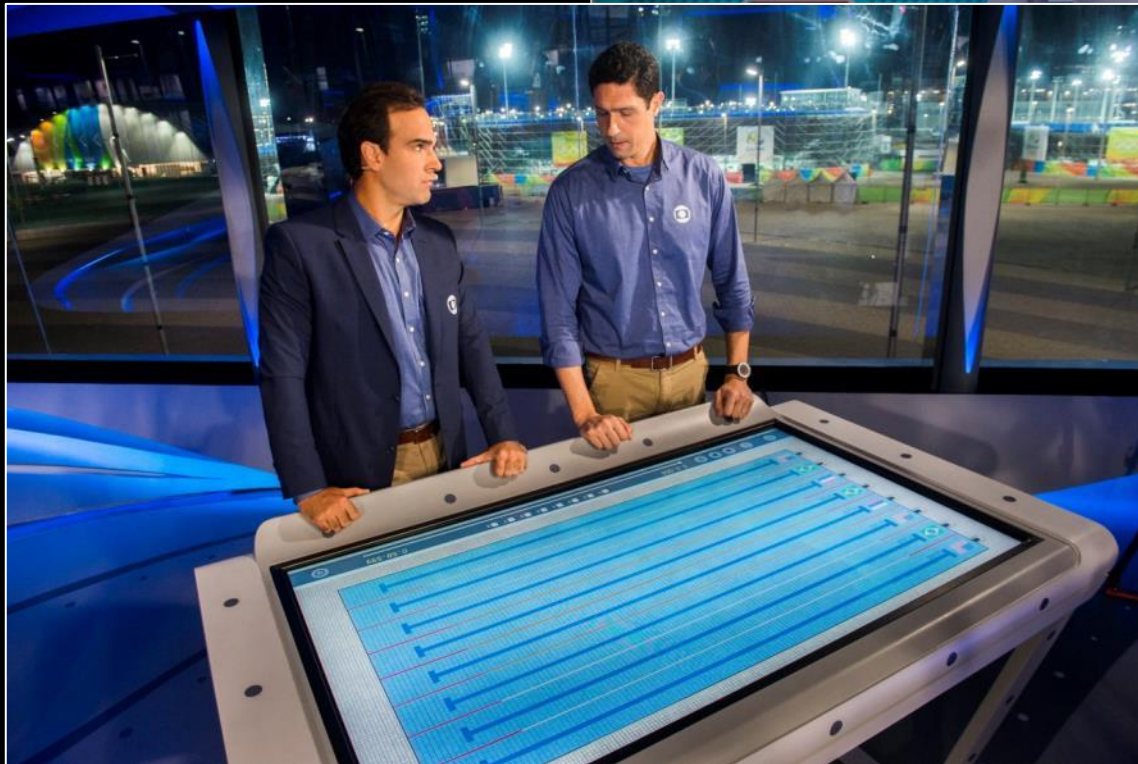
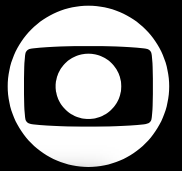
CREDIBILIDADE



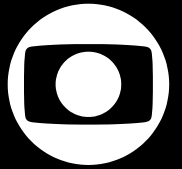




EVOLUÇÕES TECNOLÓGICAS



CONCEITO PROJETO COMERCIAL



2015

2016

mar

abr

mai

jun

jul

ago

set

out

nov

dez

jan

fev

mar

abr

mai

jun

jul

AGO

AQUECIMENTO

ENVOLVIMENTO

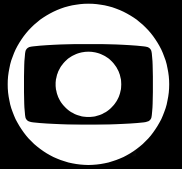
JOGOS



EMISSORA OFICIAL



OBJETIVOS DO PLANO COMERCIAL



VISIBILIDADE

EXCLUSIVIDADE

ENVOLVIMENTO

ATIVAÇÃO + ENGAJAMENTO

ABRANGÊNCIA,
COBERTURA
E FREQUÊNCIA

INTERATIVIDADE
E
ACESSO



OBJETIVOS DO PATROCINADOR



RESULTADOS



**176,8 MILHÕES DE
BRASILEIROS**

+ DE 200 HORAS DE COBERTURA

**MÉDIA DE
18 MILHÕES POR MINUTO**

6.303 MINUTOS DE TRANSMISSÕES DOS JOGOS

**155x
DE FREQUÊNCIA DE EXPOSIÇÃO À MARCA**

RESULTADOS



**CONTEÚDO
PREMIUM**

**REPERCUSSÃO
POSITIVA**

**BENEFÍCIOS
INTANGÍVEIS**

**O PAÍS ACOMPANHOU OS
JOGOS NA GLOBO**

**ENGAJAMENTO DA
POPULAÇÃO NO EVENTO**





A Globo criou agenda na rotina brasileira, emocionou, engajou o país, pautou conversas, uniu pessoas. Colocou **178 MILHÕES de brasileiros** em contato com os **valores do esporte** e com as **marcas que patrocinaram** este projeto.

