

super **V** **arejo**

MÍDIA KIT

Revista/Portal

2023

O melhor conteúdo do setor varejista.

ÍNDICE

Vantagens de anunciar na SV	02
Perfil do público de cada canal	03
O que você vai ler em 2023	04
Formatos padrão de anúncios	06
Formatos especiais de anúncios	07
Informações técnicas	08
Vantagens do Digital	09
Formatos Digitais	10
Newsletter	13
Redes sociais	14
E-mail Marketing	16

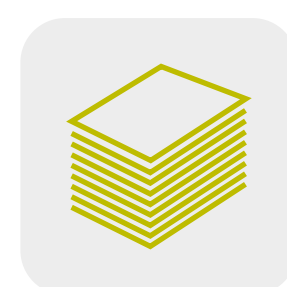
VANTAGENS DE ANUNCIAR NA SV

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.



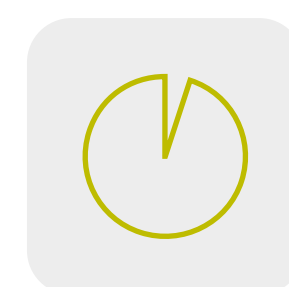
**Mais de 20.000
exemplares**



**Distribuição
com cobertura
nacional**



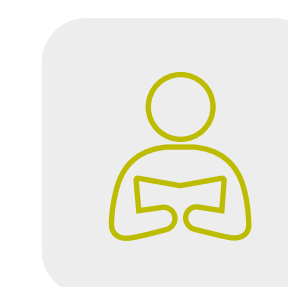
**Veículo oficial
da APAS SHOW**



**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 40.000 e-mails diariamente, com uma taxa de abertura de aproximadamente 15%
- Entrega garantida para representantes 100% dos integrantes do ranking ABRAS

CARGOS

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

SEGMENTOS

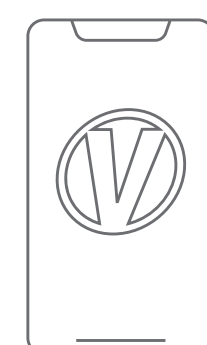
- Varejo
- Indústria
- Serviços
- Food service
- Startups

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

CARGOS

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

SEGMENTOS

- Varejo
- Indústria
- Serviços
- Food service
- Startups

GÊNEROS

- Masculino - 66%
- Feminino - 34%

COBERTURA

Média de 70.000/mês



REDES SOCIAIS

Periodicidade Mensal



INSTAGRAM

Seguidores: 11.000+
Alcance: 80.000/mês



FACEBOOK

Seguidores: 7.000+
Alcance: 80.000+/mês
Média de 45.000/mês



LINKEDIN

Seguidores: 7.000+
Impressões: média de 15.000/mês

O QUE VOCÊ VAI LER EM 2023

Janeiro / Fevereiro

- Produtos importados e Premium: alimentos e bebidas (dicas de como trabalhar, etc)
- FFLV - como manter produtos frescos e atraentes e o papel das cooperativas no abastecimento dos supermercados
- Limpeza e desinfecção: produtos com alto desempenho de limpeza e inovação na categoria
- Páscoa (mercearia doce): gestão da categoria, oportunidades, exposição, tendências...+ pescados
- Tendências de mercado: veganos, vegetarianos (plant-based), flexitarianos, etc

Março

- Pesquisa Shopping Brasil - Índice de ofertas
- Gerenciamento de Categoria: como evitar quebras, FIFO, logística efetiva
- Tecnologia: Desafios para a fidelização de clientes: programas de fidelidade e estratégias de CRM
- Dia das Mães: como promover com qualidade e gerar mais venda no período
- Inverno : Vinhos, queijos, massas, etc: gestão da categoria e tendências

Abril

- Energia: como reduzir custos e tornar a operação mais sustentável
- Pré-feira: matéria que fala sobre as principais tendências e inovações que serão trazidas pela feira
- Festa junina (mercearia, bazar e destilados): gestão da categoria, exposição, oportunidades...
- Dia dos namorados: oportunidades de aumentar o ticket (flores, preservativo, chocolates, vinhos, etc)

Maio

- Matéria que fala sobre os assuntos principais da feira e o que será abordado nos congressos
- Tecnologia e inteligência de mercado: como as tecnologias e análises agregam valor
- Padaria, confeitaria e pães: gestão da categoria, oportunidades e benefícios
- Saudáveis e orgânicos/vegetarianos e veganos: gestão da categoria, oportuni, suplementos)
- Produtos importados e Premium: Parte II

Junho

- Pós feira: Cobertura integral da feira, contendo os principais assuntos e lançamentos
- Especial -Cuidados Pessoais - feminina/masculina
- Equipamentos (novos e usados)de alta performance para a operação de loja
- Pets - Itens que incrementam as vendas nos supermercados (alimentos e higiene)

Julho

- Pesquisa 2: Neogrid - Ranking 5+
- Congelados: semi-pronto e pronto
- Como evitar o atrito nas lojas: oportunidades, tendência e gerenciamento de categorias

O QUE VOCÊ VAI LER EM 2023

Agosto

- Especial de cervejas - oportunidades, tendências, lançamentos e gestão de categoria
- Snacks e salgadinhos: gestão da categoria e oportunidades
- Açougue e Churrasco
- Halloween - Doces, balas e chocolates: gestão de categoria
- Café - marketing, tendências de consumo e de mercado

Setembro

- ESG na prática - ações, oportunidades, produtos e movimentos no varejo e nas indústrias
- Cobertura Next - Será 100% digital
- Higiene : gestão da categoria, tendências e oportunidades
- Lácteos - iogurtes, bebidas lácteas, leite fermentado, requeijão, etc. - Gestão de categoria e novidades
- Vinhos de verão (drinques alcoolicos, gins, espumantes, frizs

Outubro

- Natal: principais tendências e novidades
- Leites - a categoria em seus diferentes formatos e itens
- Pescados: oportunidades para a categoria além dos períodos sazonais
- Bebidas destiladas: tendências e oportunidades
- Sorvetes - Tendências, oportunidades e GC

Novembro

- Pesquisa 3: Shopper - Ranking Mercado Online
- Bebidas não alcoólicas: tendências, consumo e gestão da categoria
- Varejo online: oportunidades e desafios para o e-commerce em pequenas e médias redes
- Verão ou Summer Care - Inseticidas, repelentes, protetor/bloqueador solar, bazar (cooler, cadeira...), etc.

Dezembro

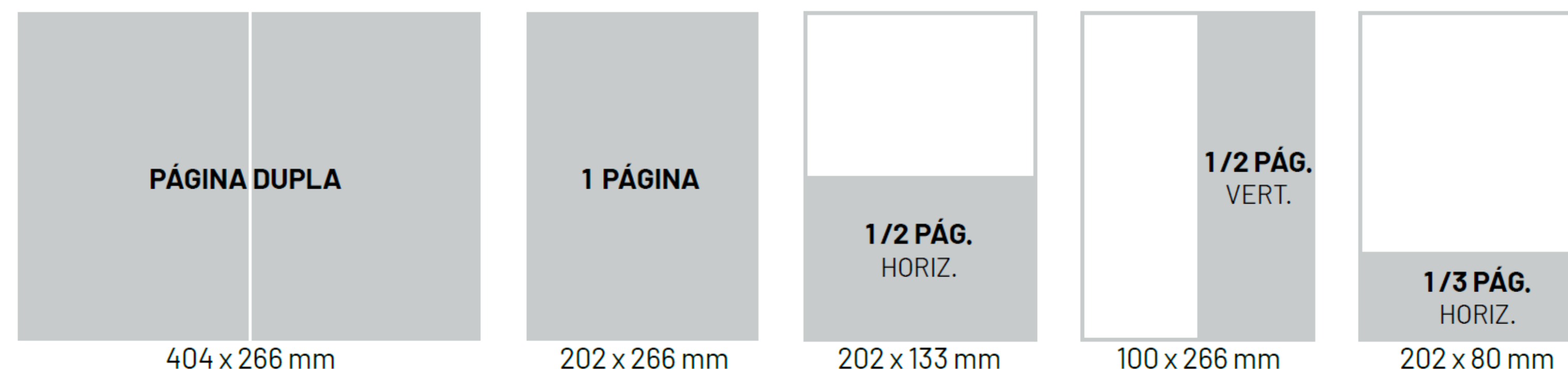
- Especial mercado - CEOs e especialistas analisam o ano e projetam 2024
- Cesta básica (óleo, açúcar, arroz, sal, feijão etc.) e a operação
- Meios de Pagamento: As soluções disponíveis para apoiar o negócio.
- Ferramentas de mkt e campanhas: como aumentar a cesta e o ticket médio do consumidor
- Bazar - Volta às aulas; itens de cozinha, jardinagem

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:

PUBLIEDITORIAL

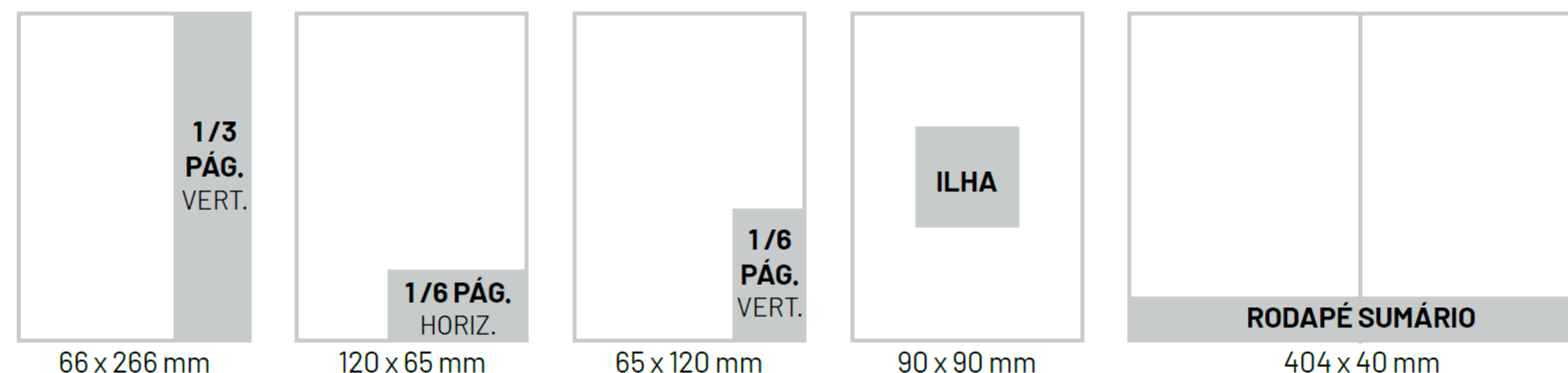
Nesse formato a equipe da SuperVarejo monta a peça, de acordo com a identidade visual da revista. Com o publiteratorial você transmite conhecimento por meio de uma linguagem visual impactante, que chama a atenção do supermercadista.



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 ESPECIAIS DE ANÚNCIOS

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



CINTA
218 x 90 mm

CAPA FOLDER INVERTIDA
404 x 266 mm

CAPA ESPECIAL
404 x 266 mm

SAMPLING
TAMANHO CUSTOMIZADO

SOBRECAPA EXCLUSIVA
404 x 266 mm

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.



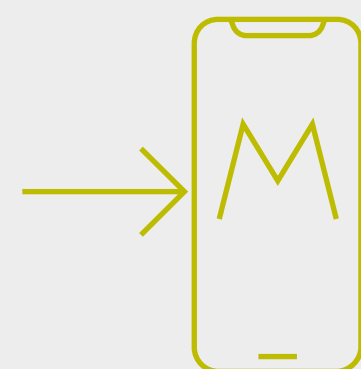
VISUALIZAÇÃO (VIEWS)

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

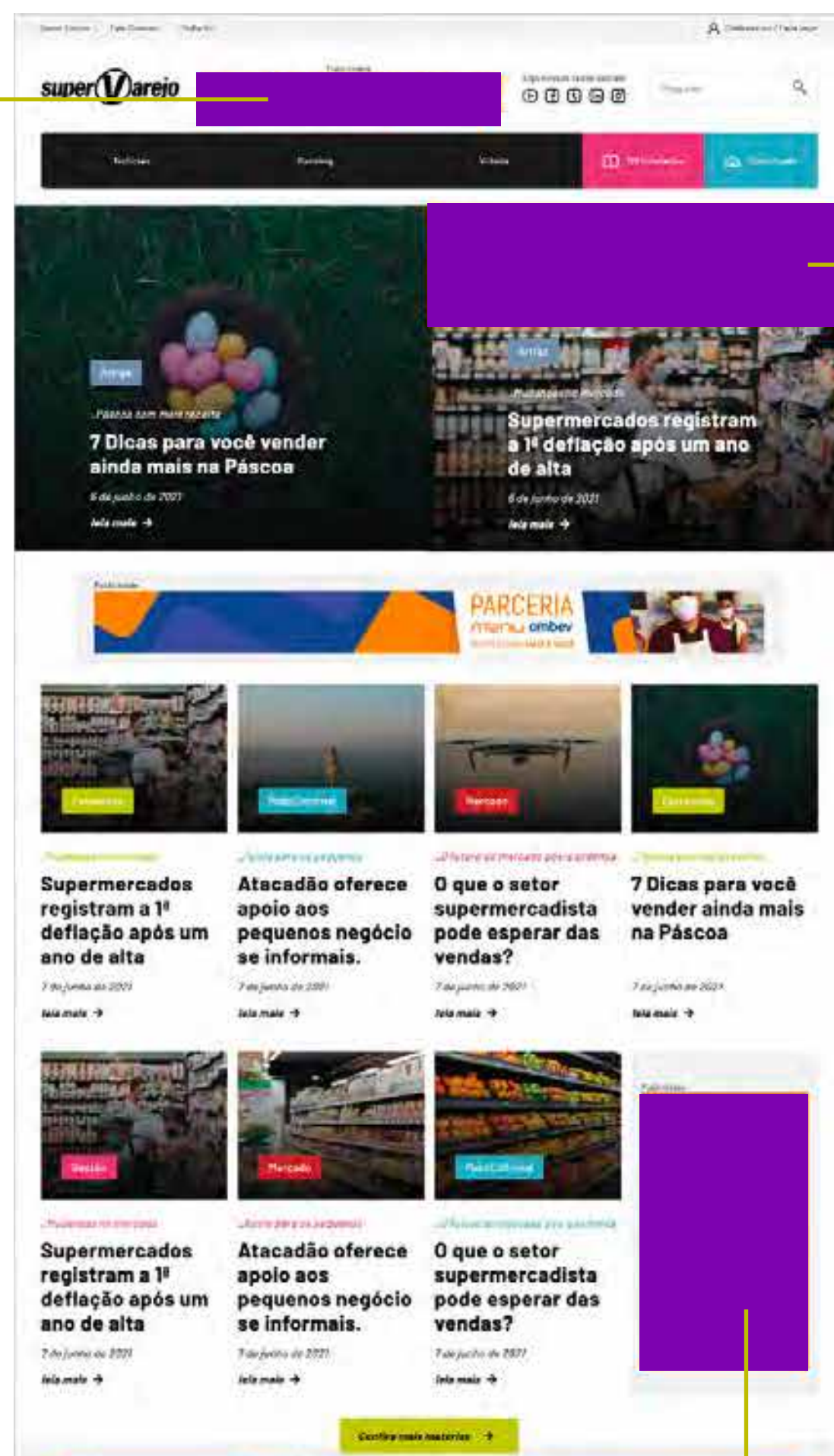
Formato: 468x60px
Peso: Arquivo até 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG
Posição: Home - página inicial
CTR: de 0,5 a 1,5%
Média de acessos do site: 45.000/mês

BANNER TELEVISÃO

Formato: 771x151px
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: 45.000/mês

BANNER LATERAL

Formato: 240x400px
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: 45.000/mês



SQUARE BANNER

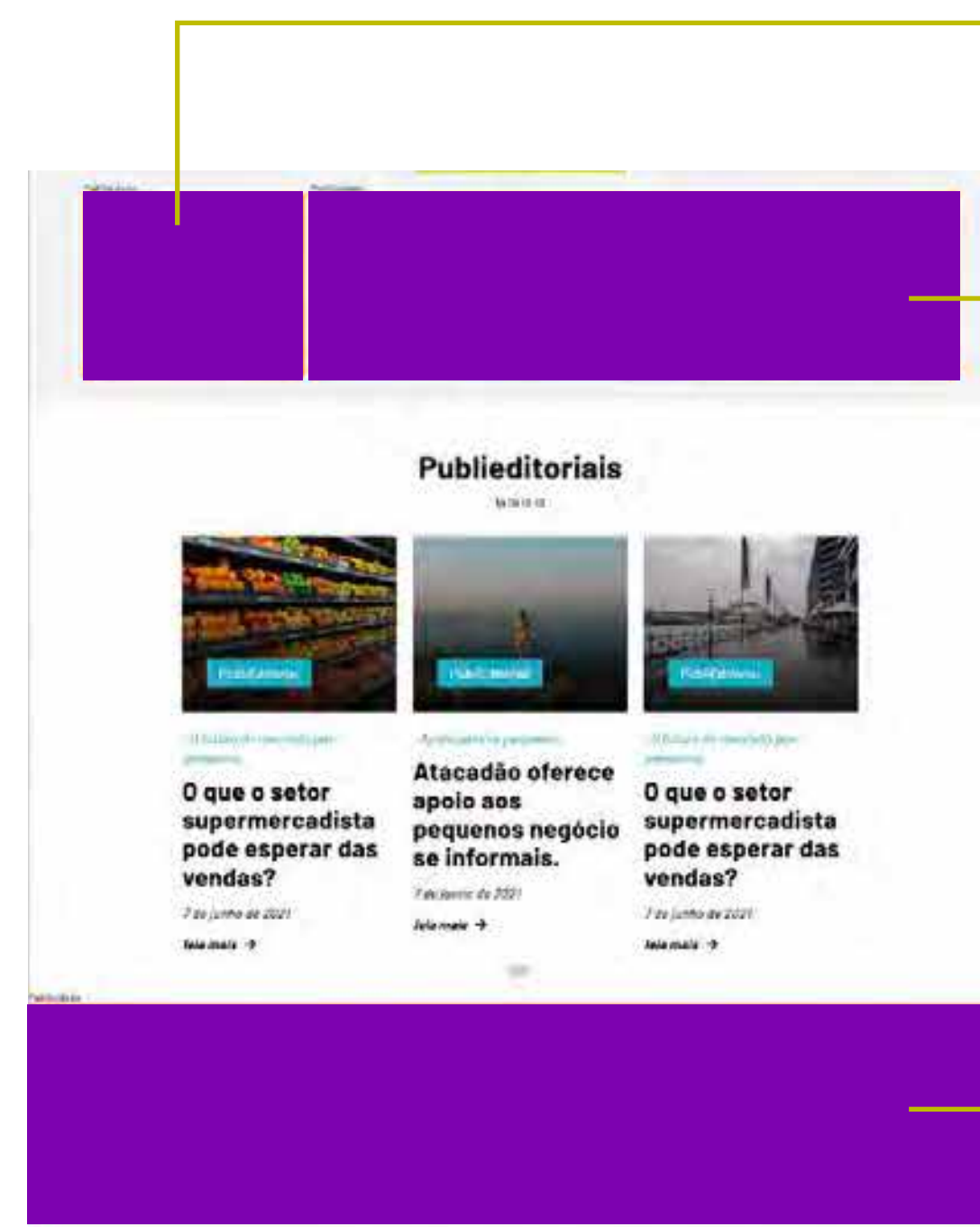
Formato: 300x250px
Peso: Arquivo até 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG
Posição: Home - página Inicial e notícias/artigos e publis
CTR: de 0,5 a 1,5%
Média de acessos do site: 45.000/mês

BANNER 3/4

Formato: 884x250px
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: 45.000/mês

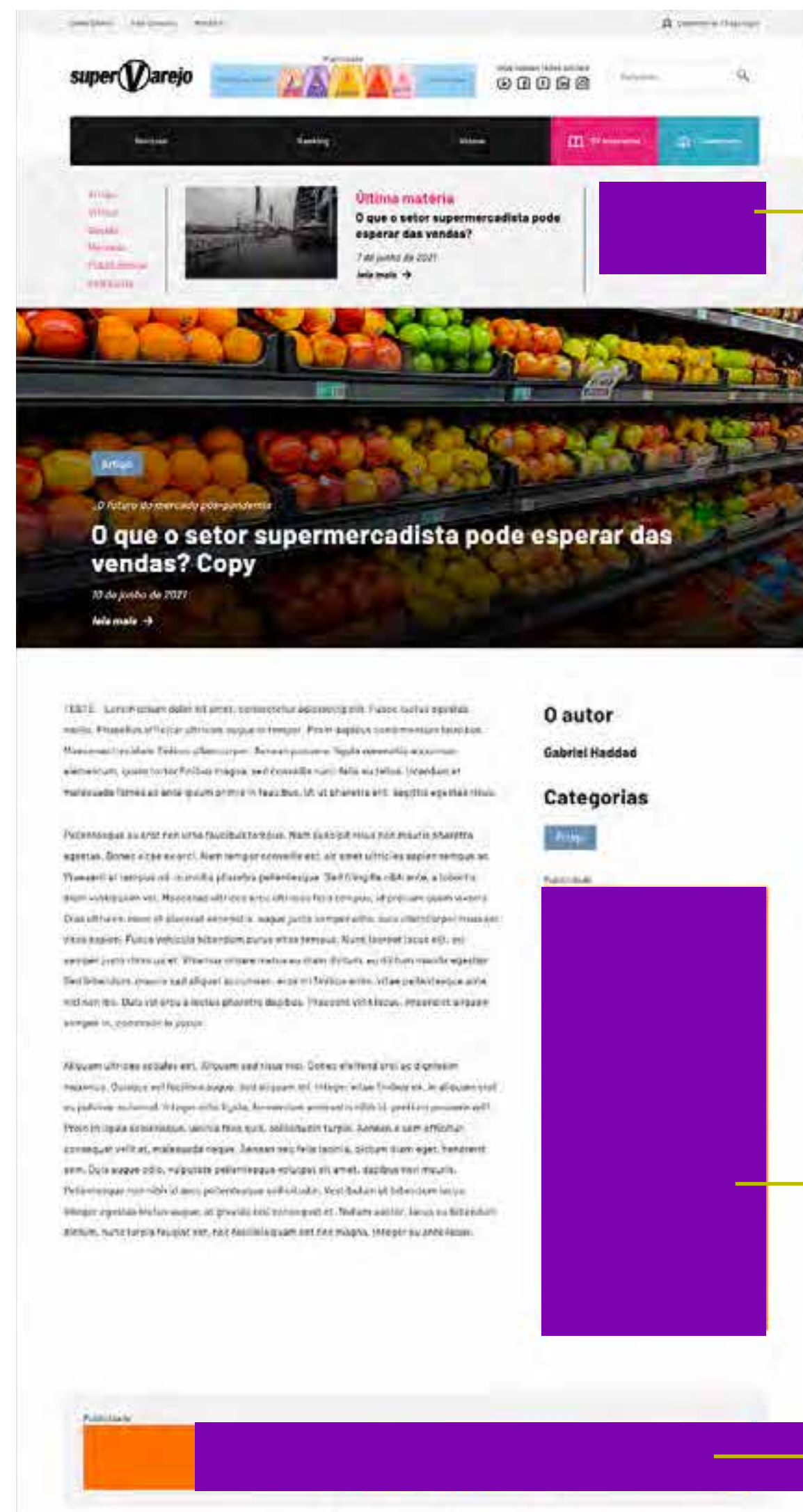
MEGA BANNER

Formato: 1440x307px
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: 45.000/mês



FORMATOS DIGITAIS

SITE



BANNER MENU

Formato: 225x138px

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: 45.000/mês

BANNER NOTÍCIAS

Formato: 300x600px

Peso: Arquivo até 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

Posição: Artigos/notícias/publis

CTR: de 0,5 a 1,5%

Média de acessos do site: 45.000/mês

BANNER HORIZONTAL

Formato: 970x90px

Peso: Arquivo até 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

Posição: Home - página Inicial e notícias/artigos e publis

CTR: de 0,5 a 1,5%

Média de acessos do site: 45.000/mês

FORMATOS DIGITAIS

SITE

CANAL DO FORNECEDOR

Neste formato você tem uma página inteira de conteúdo no estilo one-page para poder abordar temas e produtos de sua escolha com o público supermercadista. Possibilidade de até 2 atualizações de conteúdo dentro do mês vigente.

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 base64) e javascripts precisam estar inseridos no código.



PROJETOS ESPECIAIS E CUSTOMIZADOS

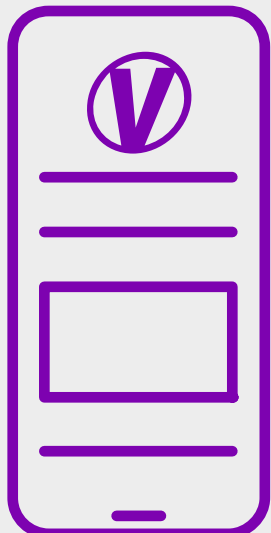
Na SuperVarejo Interativa é possível criar projetos customizados, de acordo com a ideia/necessidade do cliente. Traga sua ideia para trabalharmos nela juntos e encontrar uma solução diferente, impactante e inteligente para a sua marca. Fale agora mesmo com um Executivo de Vendas!



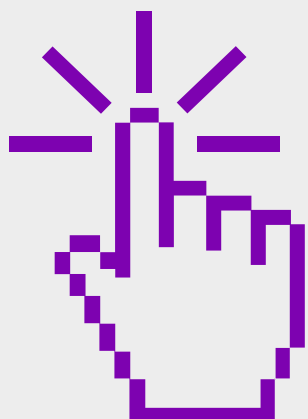
1 MÊS
VEICULAÇÃO

NEWSLETTER

A maior e melhor base de varejistas do Brasil possui, em média, 40 mil nomes de decisores cadastrados com qualidade garantida. São 5 disparos semanais.

15%
TAXA MÉDIA DE ABERTURA



1,5%
TAXA MÉDIA DE CLIQUES

FULL BANNER
Envio para a base de aproximadamente 40 Mil contatos
CTR: 0,6% (média)
Formato: 580X120px
Peso: 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

SAQUARE BANNER
Envio para a base de aproximadamente 40 Mil contatos
CTR: 0,6% (média)
Formato: 300x250px
Peso: 150kb
Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG

POST PUBLIEDITORIAL NEWSLETTER
05 disparos (segunda a sexta) do publieditorial na newsletter para a base de aproximadamente 40 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)



REDES SOCIAIS

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



FACEBOOK:

- Alcance da página: 12,748, 413
- Impressões 14,603,664



INSTAGRAM:

- Alcance da página: 3,606,062
- Impressões: 4,730,105



LINKEDIN:

- Alcance da página: 244,168
- Impressões: 521,538
- Engajamento: 54,123



TWITTER:

- Alcance: 316,571

***Dados anuais

70 MIL

TAXA MÉDIA DE ACESSOS
MENSIS NO SITE



LINKEDIN

1 PUBLICAÇÃO NO FEED DE NOTÍCIAS

Formato: 627x1200px

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).

+10k
seguidores

REDES SOCIAIS

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

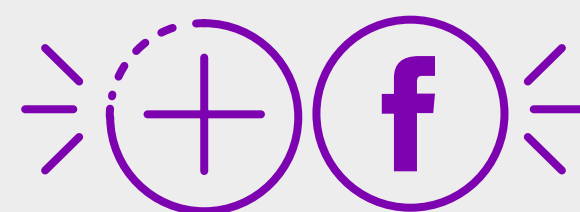


FEED INSTAGRAM E FACEBOOK 1 PUBLICAÇÃO FEITA NO FEED DE NOTÍCIAS DE CADA REDE SOCIAL

Formato: 800x1080px

Legenda: ambos até 200 caracteres

Extensão: jpeg

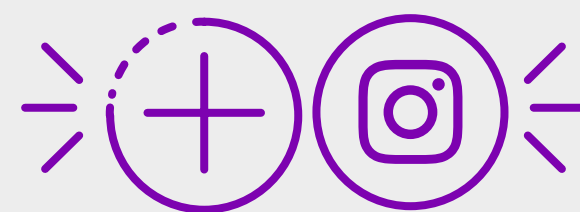


STORIES INSTAGRAM E FACEBOOK 1 PUBLICAÇÃO FEITA NO STORIES DE CADA REDE SOCIAL

Formato: 1080x1080px

Legenda: ambos até 100 caracteres

Extensão: jpeg ou vídeo de 15 segundos



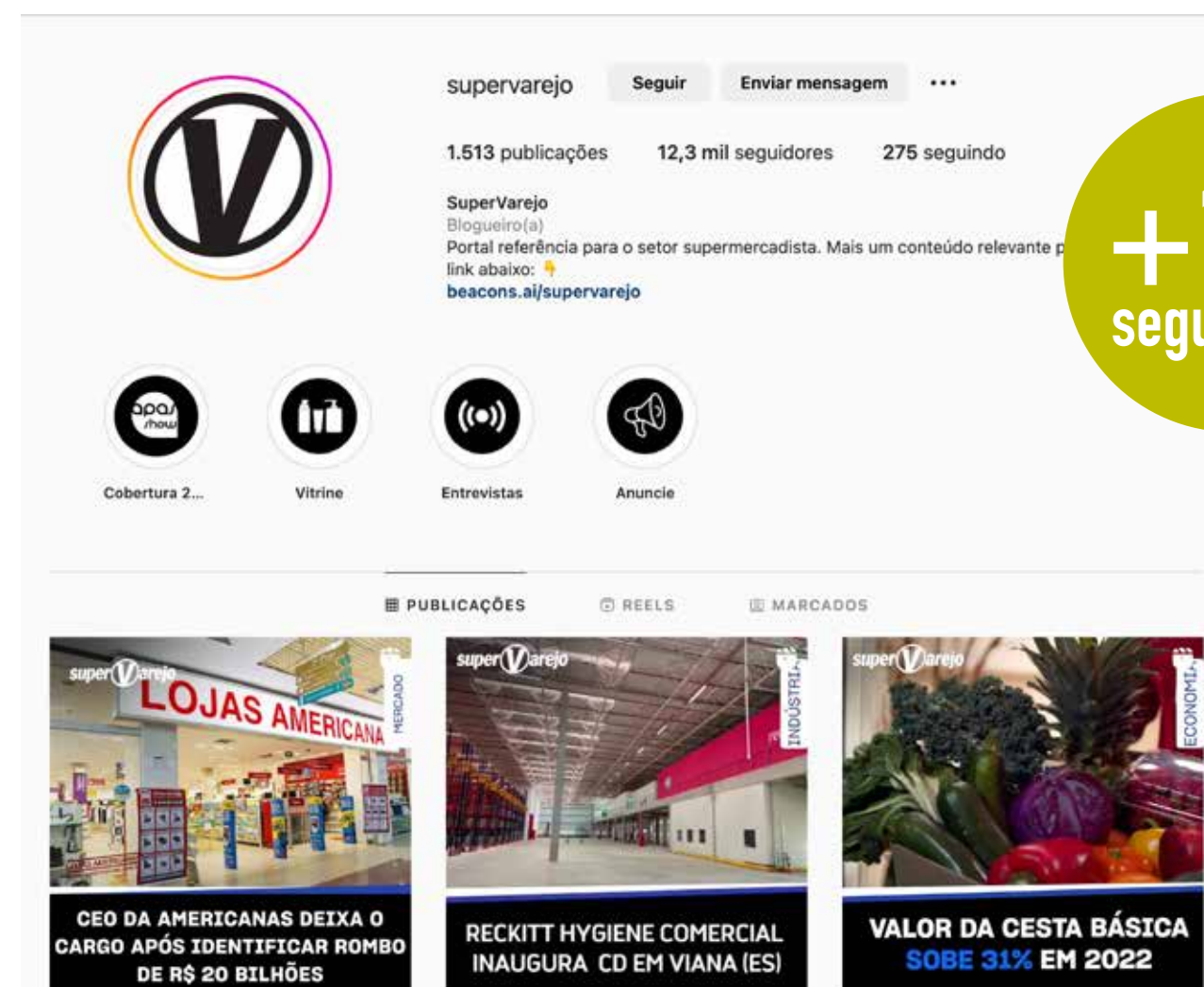
REELS NO INSTAGRAM

Formato: 1080 x 10920, na proporção 16:9

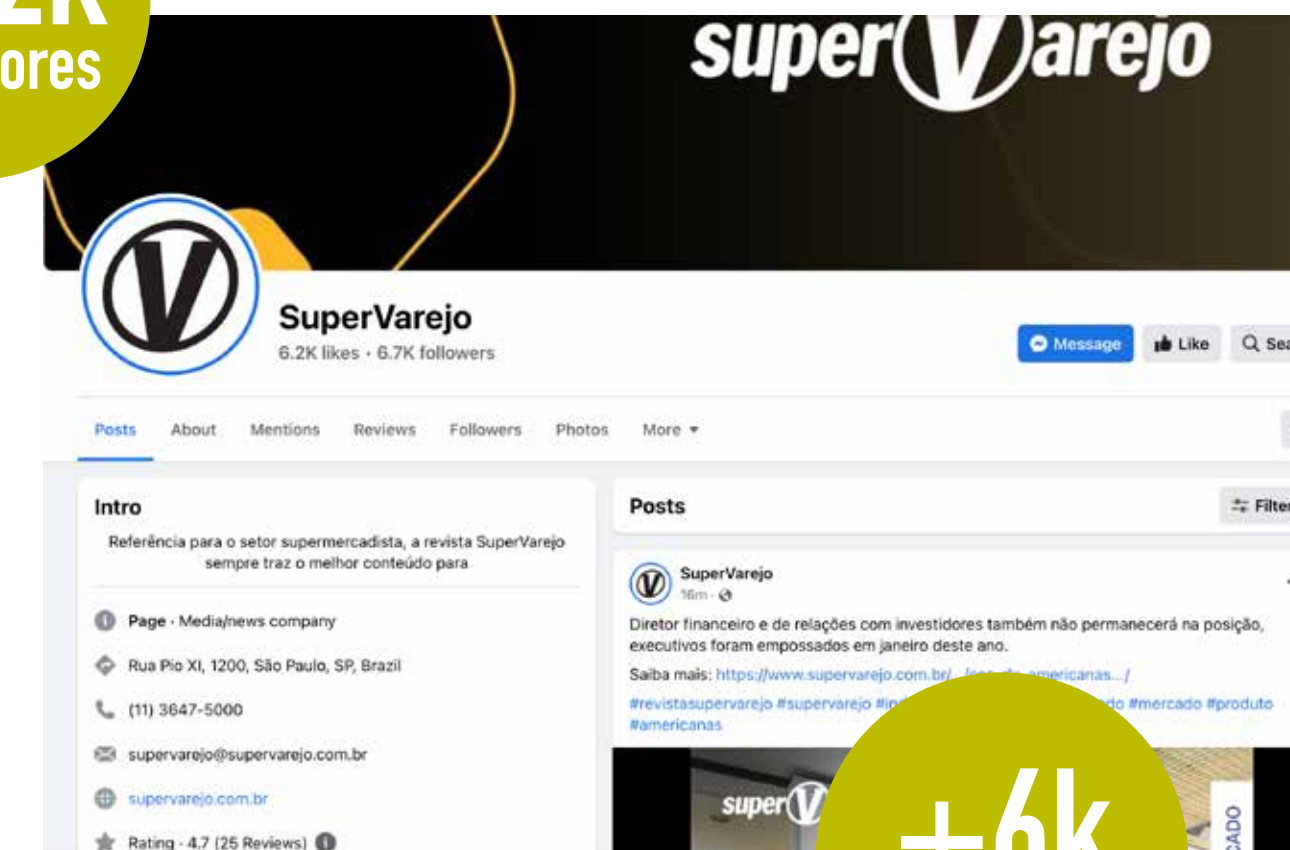
Vídeo de até 60 segundos.

Legenda: ambos até 200 caracteres

Extensão: mp4



+12k
seguidores



+6k
seguidores



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: Html ou peça no formato: 1170x1659px

Peso: Arquivo até 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG



super*  *Varejo

O melhor conteúdo do setor varejista.