



O amor não cabe  
em um dia só

Há amores que transbordam, que começam no colo e continuam no caminho, que ensinam, protegem, acompanham, transformam.

**Amores tão grandes  
que não cabem em  
um único dia.**





**TV e vídeo** são formatos audiovisuais que têm um impacto profundo na **memória e nas emoções do público**, gerando maior **lembraça de marca** especialmente em datas como o **Dia das Mães e o Dia dos Pais.**



## As datas familiares são as que mais movimentam o mercado

O **Dia das Mães** é a **2ª maior data do varejo brasileiro**, movimentando entre **R\$ 30 e R\$ 40 bilhões**.

Mais de **80% dos consumidores compram presentes**, e a **busca cresce mais de 25%** nas semanas anteriores.

**Marcas que anunciam nas duas datas MÃes + Pais apresentam até 40% mais lembrança**

porque repetem presença, reforçam vínculo e se mantêm na mente do consumidor por um período prolongado, onde a intenção de compra permanece alta.

Fonte: <https://cndl.org.br/varejosa>



# Como vamos fazer:



Comerciais exclusivos

Mídia display

PublEDITORIAL

Merchandising

Anúncios em TV podem aumentar a lembrança de marca em até 25%.

# Comercial exclusivo

Durante **todo o mês de maio** o cliente terá a oportunidade de **divulgar sua campanha e fortalecer as vendas para o Dia das Mães**.



## Aproveitamento do mês de Maio

50 comerciais exclusivos | aproveitamento 30"

\*Cota amor

# Merchandising

**No Balanço Geral nosso apresentador vai divulgar a sua campanha e os produtos da sua marca.**

A vantagem desse formato é que, por **acontecer dentro do programa, não há dispersão do telespectador.**

**Aproveitamento do mês de Maio**

**2 merchandising | Aproveitamento 60"**

\*Cota amor



# PUBLIEDITORIAL

O Portal ND Mais é um dos líderes em audiência no estado e já acumulou mais de 1 bilhão de pageviews em 2024.

Por meio dessa alta visibilidade, vamos divulgar a sua campanha de Dia das Mães a nível nacional.

Aproveitamento do mês de Maio

1 Pacote de PublEDITORIAL de 7 dias

\*Cota amor

TV + digital resulta em campanhas até 35% mais eficazes do que digital isolado

Fonte: <https://www.nielsen.com/>



nd+



# Exclusiva Mídia Display

The smartphone screen shows the ND Play website. At the top, there is a navigation bar with links for Brasil, Política, Economia, Esportes, Publicações Legais, and Jornal ND. A search bar is also present. A prominent pink banner at the top features the text "AMOR em DOSE DUPLA" with two hearts. Below the banner, there is a large image of a tornado. To the right of the image, a caption reads: "Tornado que atingiu a fronteira do Paraná teve ventos de até 177 km/h". On the left side of the screen, there are several news thumbnails. One thumbnail for "Caso Master" shows two men in suits. Another thumbnail for "Calendário do Bolsa Família de 2026 é divulgado" shows a hand holding Brazilian money. The bottom of the screen has a section titled "DESTAQUES LOCAIS".

Teremos à disposição da marca, **uma carga de mídia digital** para utilizar em suas campanhas no período. Essa mídia pode ser **geolocalizada para regiões de seu interesse.**



## Aproveitamento do mês de Maio

350.000 Impressões em Mídia Display

\*Cota amor

- ✓ Repetição gera familiaridade
- ✓ Familiaridade gera confiança
- ✓ Confiança gera compra

- presença na mídia
- estímulos repetidos
- decisões de compra de diferentes categorias





# Onde o amor continua

Com esse projeto sua marca ainda ganha **reaplicação de mídia para o dia dos pais**



# Já o Dia dos Pais mantém o impulso:

Em 2025, a expectativa era de que **65% dos consumidores adultos no Brasil presenteassem no Dia dos Pais**, o que representou aproximadamente **106,3 milhões de brasileiros** envolvidos nas compras para a data, consolidando o período como um dos principais eventos de consumo do ano.

A previsão foi que a data movimentaria cerca de **R\$ 27,13 bilhões no comércio e serviços.**

Fonte: <https://cncl.org.br/varejosa>

No ano passado, somente o **varejo online faturou R\$ 7,56 bilhões** entre os dias 5 e 11 de agosto, segundo levantamento da NeoTrust Confi em parceria com o E-Commerce Brasil.





**Ao anunciar no Dia das Mães  
e no Dia dos Pais, a marca  
participa dos dois momentos  
mais emocionais e  
economicamente ativos do  
varejo brasileiro.**

Juntas, as duas datas movimentam  
**mais de R\$ 64 bilhões**, envolvem  
**mais de 200 milhões de**  
**consumidores**, e criam **um ciclo de**  
**compra que dura quase 90 dias.**

# Resumo total das entregas: COTA AMOR



- **100 Comerciais exclusivos** | Aproveitamento **30"**
- **4 Merchandising no programa “Balanço Geral”** | Aproveitamento **60"**

**700.000 Inserções de mídia Display**



**02 pacotes de publieditorial de 7 dias que incluem:**

- 2 conteúdos exclusivo
- 2 chamadas na home de 2H
- **60.000** impressões em Recomendação
- **1.000.000** impressões em Divulgação

**2 posts Feed Facebook**

**2 posts Stories Instagram**

**200.000** impressões em Mídia Exclusiva

**\*Entregas considerando reaplicação.**

# Resumo total das entregas: COTA CARINHO



- **80 Comerciais exclusivos** | Aproveitamento **30"**
- **2 Merchandising no programa “Balanço Geral”** | Aproveitamento **60"**

**500.000 Inserções de mídia Display**



**02 pacotes de publieditorial de 7 dias que incluem:**

- 2 conteúdos exclusivo
- 2 chamadas na home de 2H
- **60.000** impressões em Recomendação
- **1.000.000** impressões em Divulgação

**2 posts Feed Facebook**

**2 posts Stories Instagram**

**200.000** impressões em Mídia Exclusiva

**\*Entregas considerando reaplicação.**

# Resumo total das entregas: COTA AFETO



- **60 Comerciais exclusivos | Aproveitamento 30"**
- **500.000 Inserções de mídia Display**

\*Entregas considerando reaplicação.



Clique aqui



