



# Mídia Kit 2022

REVISTA / PORTAL

## No impresso e no digital

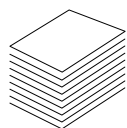
Vantagens de anunciar na SV



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 **30.000** exemplares



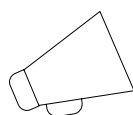
Distribuição com **cobertura nacional**



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**



**5 ANOS**

Premiada durante 5 anos consecutivos pela Anatec



# Perfil do público de cada canal da SV



## RESUMO DO PRODUTO

- 96% OCUPAM CARGO DE DECISÃO
- 95% VAREJISTAS - 78% SUPERMERCADISTAS
- MAIS DE 31.000 EXEMPLARES, COM COBERTURA DE MAIS DE 24.000 CNPJS
- ENTREGA 100% DO RANKING ABRAS (500)
- DISTRIBUIÇÃO INTELIGENTE COM COBERTURA NAS REGIÕES DE MAIOR CONCENTRAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO (SUPERMERCADISTAS)

## CARGO

- PRESIDENTES
- DIRETORES
- GERENTES/SUBGERENTES
- COMPRADORES

## SEGMENTO

- VAREJO
- INDÚSTRIA
- SERVIÇOS

## GÊNERO

- MASC - 73%
- FEM - 27%

## COBERTURA

- CPF: 58%
- CNPJ: 42%



## RESUMO DO PRODUTO

- MAILING AMPLO E CONSTANTEMENTE ATUALIZADO (BASE APAS x EVENTOS E OUTRAS FONTES)
- DISTRIBUIÇÃO PARA UMA BASE DE 50.000 E-MAILS DIARIAMENTE, COM UMA TAXA DE ABERTURA DE APROXIMADAMENTE 10%
- ENTREGA GARANTIDA PARA REPRESENTANTES 100% DOS INTEGRANTES DO RANKING ABRAS

## CARGO

- PRESIDENTES
- DIRETORES
- GERENTES/SUBGERENTES
- COORDENADORES
- COMPRADORES
- ASSISTENTES/AUXILIARES
- SECRETÁRIOS
- ANALISTAS

## SEGMENTO

- VAREJO
- INDÚSTRIA
- SERVIÇOS
- FOOD SERVICE
- STARTUPS

## GÊNERO

- MASC - 64%
- FEM - 36%

## COBERTURA

- CPF: 66%
- CNPJ: 34%



## RESUMO DO PRODUTO

- PÚBLICO JOVEM ADERENTE AO DIGITAL
- ALCANCE NACIONAL E INTERNACIONAL

## CARGO

- PRESIDENTES
- DIRETORES
- GERENTES/SUBGERENTES
- COORDENADORES
- COMPRADORES
- ASSISTENTES/AUXILIARES
- SECRETÁRIOS
- ANALISTAS

## SEGMENTO

- VAREJO
- INDÚSTRIA
- SERVIÇOS
- FOOD SERVICE
- STARTUPS

## GÊNERO

- MASC - 66%
- FEM - 34%

## COBERTURA

- MÉDIA DE 45.000/MÊS



## INSTAGRAM

- Seguidores: 9.000+
- Alcance: 50.000/mês

## LINKEDIN

- Curtidas: 5.800
- Alcance: 25.000/mês

## FACEBOOK

- Curtidas: 6.286





# O que você vai ler

em 2022

## Janeiro / Fevereiro

- Páscoa (mercearia doce): gestão da categoria, oportunidades, exposição, tendências...
- FLV – Frutas, verduras e legumes. A categoria é grande geradora de fluxo em loja; como manter produtos frescos e atraentes.
- Limpeza e desinfecção: desafios e oportunidades para o pós-pandemia, gestão da categoria.
- Pescados: oportunidades para a categoria além dos períodos sazonais

## Março

- Varejo online: oportunidades e desafios para o e-commerce em pequenas e médias redes.
- Tecnologia e inteligência de mercado/CRM: como as tecnologias e análises agregam valor.
- Dia das Mães: como promocionar com qualidade e gerar mais venda no período.

## Abril

- Pesquisa: Shopping Brasil.
- Pré-feira: matéria que fala sobre as principais tendências/ inovações trazidas pela feira.
- Bancos e meios de pagamento: tendências e necessidades de integração.
- Festas juninas (mercearia, bazar e destilados): gestão da categoria, exposição, oportunidades...
- Saudáveis e orgânicos/vegetarianos e veganos: gestão da categoria, oportunidades...

## Maió

- Matéria que fala sobre os assuntos principais da APAS SHOW e o que será abordado nos congressos
- Análise da operação e mkt da categoria de iogurtes.
- Padaria, confeitaria e pães: gestão da categoria, oportunidades e benefícios.
- Vinhos e queijos, massas (incluindo especiais): gestão da categoria e tendências.

## Junho

- Pós-feira: cobertura integral da feira, contendo os principais assuntos e lançamentos.
- Desafios para a fidelização de clientes: programas de fidelidade e estratégias de CRM.
- Precificação dinâmica e inteligente: como aumentar lucro e margem através da gestão de pricing.
- Pets e os itens que incrementam as vendas adicionais nos supermercados: oportunidades e tendências

## Julho

- Pesquisa: Nielsen.
- Como evitar o atrito nas lojas: experiência de compra agrega valor à venda – oportunidades e tendências.

## Agosto

- Marcas próprias: gestão, oportunidades e tendências.
- Cervejas: gestão da categoria e tendências.
- Snacks e salgadinhos: gestão da categoria e oportunidades.
- Açougue (cortes bovinos/suínos e aves: gestão e oportunidades.
- Pré-Next.

## Setembro

- Cobertura Next.
- Higiene e Beleza: gestão da categoria, tendências e oportunidades.
- Lucrar com doces, balas, candies...
- Café – marketing, tendências de consumo e de mercado.

## Outubro

- Natal: principais tendências e novidades.
- Leites – a categoria em seus diferentes formatos e itens.
- Biscoitos e chocolates: gestão da categoria.
- Bebidas destiladas: tendências e oportunidades.

## Novembro

- Pesquisa: Kantar.
- Abastecimento: como evitar quebras, FIFO, logística efetiva.

## Dezembro

- Especial Mercado – CEOs e especialistas analisam o ano e projetam 2023.
- Cesta básica (óleo, açúcar, arroz, sal, feijão etc.) e a operação.
- Sorvetes e sobremesas – de itens de impulso até o consumo em casa.
- Ferramentas de mkt e campanhas: como aumentar a cesta e o ticket médio do consumidor (gancho MC).
- Bebidas refrescantes.



# Formatos padrão de anúncios

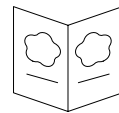


Para aumentar ainda mais a visibilidade da sua marca na **SuperVarejo**, você tem à disposição duas formas de comunicar sua marca na revista que se diferenciam da publicidade tradicional:



## Publieditorial

Nesse formato a equipe da SuperVarejo monta a peça, de acordo com a identidade visual da revista. Com o publieditorial 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)



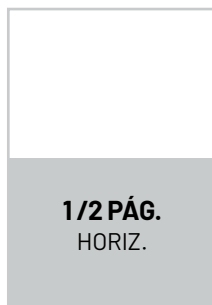
PÁGINA DUPLA

404 x 266 mm



1 PÁGINA

202 x 266 mm



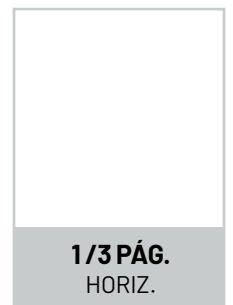
1/2 PÁG.  
HORIZ.

202 x 133 mm



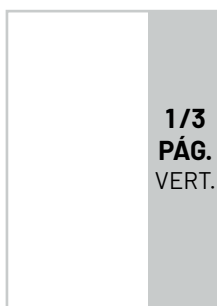
1/2 PÁG.  
VERT.

100 x 266 mm



1/3 PÁG.  
HORIZ.

202 x 80 mm



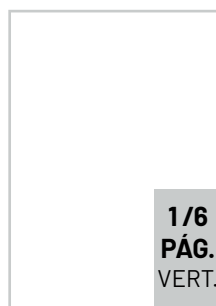
1/3  
PÁG.  
VERT.

66 x 266 mm



1/6 PÁG.  
HORIZ.

120 x 65 mm



1/6  
PÁG.  
VERT.

65 x 120 mm



ILHA

90 x 90 mm



RODAPÉ SUMÁRIO

404 x 40 mm



# Formatos especiais de anúncios

**CINTA**  
218 x 90 mm

**CAPA FOLDER  
INVERTIDA**  
404 x 266 mm

**SAMPLING**  
TAMANHO  
CUSTOMIZADO

**SOBRECAPA  
EXCLUSIVA**  
404 x 266 mm

**CAPA ESPECIAL**  
404 x 266 mm

**Edições de pesquisa:**  
As 5 Mais (Nielsen)  
e as Mais Mais (Kantar)

**Anúncio cooperado:**  
Dia do Supermercadista





# 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

**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). 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.

**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.

**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: [anuncios.sv@cucasconteudo.com.br](mailto:anuncios.sv@cucasconteudo.com.br) - Se for maior, você pode enviar um link por sites de transferências de arquivo, como Wetransfer.

## PROVAS

Provas digitais devem ser encaminhadas para:

### Cucas Conteúdo

Av. Padre Manuel de Nóbrega, 382  
Santo André - SP - CEP 09080-140

### Para mais informações técnicas:

(11) 4901-6728 / (11) 4901-6729

[anuncios.sv@cucasconteudo.com.br](mailto:anuncios.sv@cucasconteudo.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.

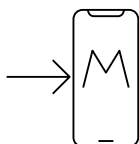
**Quando usar:** Esse tipo de objetivo é utilizado quando se quer divulgar a marca, fazer com que ela esteja presente na mente do shopper. Toda vez que alguém vir seu anúncio ou abrir seu e-mail, uma nova visualização será contabilizada.



## 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:** 770.5x151px

**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

## 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

## 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

## Mega Banner

**Formato:** 1440x307px

**Peso:** Arquivo até 150kb

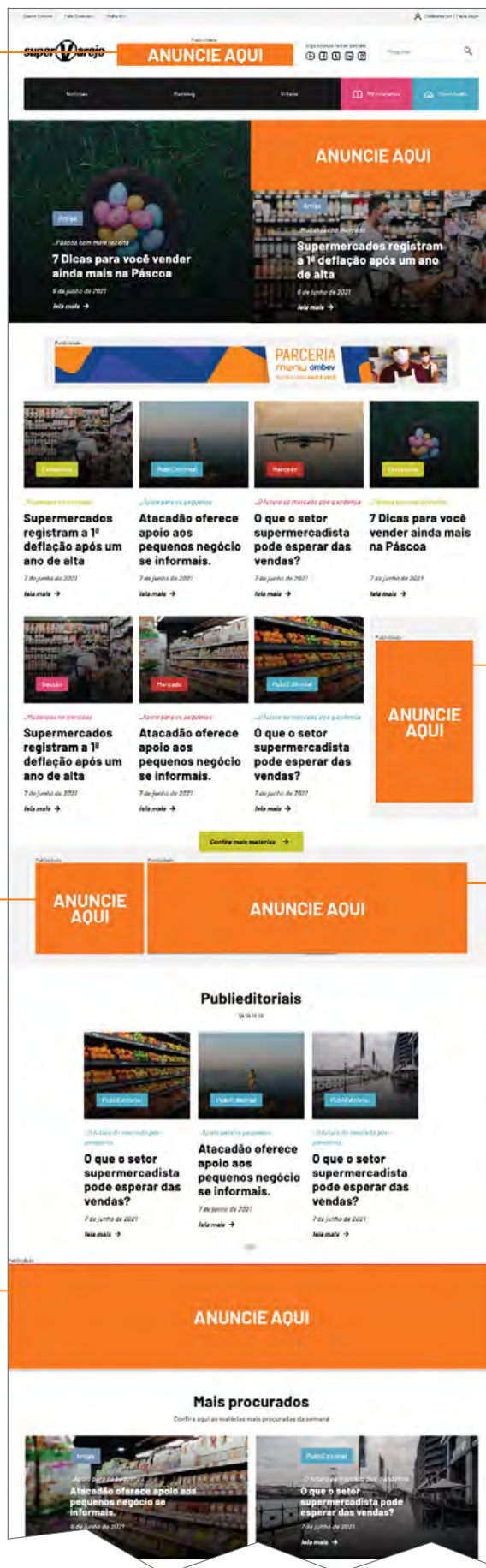
**Extensão:** GIF, HTML, PNG, JPG

**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:** 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 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

### 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



## 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

**1 MÊS**  
VEICULAÇÃO



### 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.



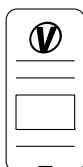
### Projetos especiais e customizados

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!



# 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 por mês.



**10%**  
TAXA MÉDIA DE  
ABERTURA



**1,5%**  
TAXA MÉDIA DE  
CLIQUE

## Full Banner

Envio para a base de

aproximadamente

**40 Mil contatos**

CTR: 0,5% (média)

Formato: 580X120px

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)

## Square Banner

Envio para a base de

aproximadamente

**40 Mil contatos**

CTR: 0,5% (média)

Formato: 250X220px

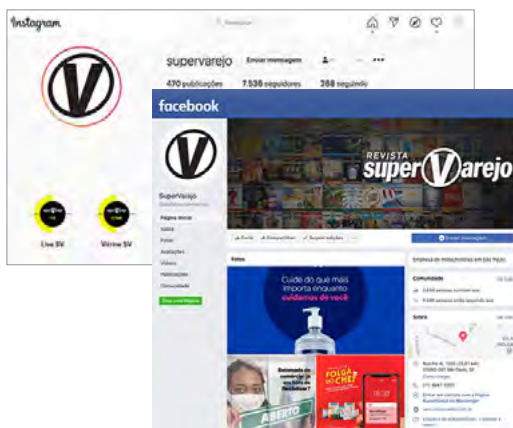
Peso: 150kb

Extensão: GIF, HTML, PNG, JPG



# Redes sociais

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



## FEED INSTAGRAM E FACEBOOK

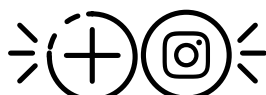
1 PUBLICAÇÃO FEITA NO FEED DE NOTÍCIAS DE CADA REDE SOCIAL

**Formato Facebook:** 1200x1200px

**Formato Instagram:** 1080x1080px

**Legenda:** ambos até 200 caracteres

**Extensão:** jpeg



## STORIES INSTAGRAM E FACEBOOK

1 PUBLICAÇÃO FEITA NO STORIES DE CADA REDE SOCIAL

**Formato Facebook:** 1080x1920px

**Formato Instagram:** 1080x1920px

**Legenda:** ambos até 100 caracteres

**Extensão:** jpeg ou vídeo de 15 segundos



## LINKEDIN

1 PUBLICAÇÃO NO FEED DE NOTÍCIAS

**Formato:** 1200x1200px

**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.