



INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 174/23
DIREÇÃO COMERCIAL | 11 DE MAIO DE 2023

Talks



Imagem meramente representativa



Talks

As Talks CNN Portugal são um formato de branded content, que permite criar debates temáticos em formato digital.

Com live streaming no site, Facebook e LinkedIn da CNN Portugal, este tipo de formato permite mais proximidade com os leitores do site, mais engagement nas redes sociais e aumenta a notoriedade da marca, abordando temáticas relevantes e atuais.



Talks

VANTAGENS

+ AMPLIFICAÇÃO

da temática debatida na Talk

+ NOTORIEDADE

marca como referência na área

+ PROXIMIDADE

com os espetadores e leitores da CNN Portugal

EM NÚMEROS

CNN TALKS

Dados médios (março 2022)

+ 9.1 mil

Visualizações
de página

2:41 min

Duração média
na página

+ 6.1 mil

Alcance médio
post facebook
(CNN PORTUGAL)

+ 29.6 mil

Alcance médio
Instastory
(CNN PORTUGAL)

+ 7.8 mil

Alcance médio
post facebook
(TVI)

Fonte: Google Analytics / Google AdManager /
Marktest Netaudience / Facebook Insights

Talk Digital

Dedebate em directo/ streaming no site CNN Portugal, facebook e LinkedIn CNN Portugal, com possibilidade de transmissão live no facebook do anunciante.

CARACTERÍSTICAS DE UMA TALK DIGITAL:

- Cenário personalizado com grafismo e presença marca
- Oráculos identificativos
- Possibilidade de inclusão de vídeo dentro do live
- Disponível para lives superiores a 20'
- Presença de moderador (não jornalista)
- Painel de oradores podem interagir entre si.
- Alcance do live até 9 canais (websites e redes sociais)
- Talk realizada em estúdio em live streaming e posteriormente disponível em diferido no site.
- Alinhamento editorial definido pela CNN Portugal, com o apoio do anunciante.
- Moderação CNN Portugal (a definir/ não jornalista)



Amplificação digital

CAMPANHA AUTOPROMOÇÃO PRÉ TALK (1SEMANA)

- 75.000 impressões em **Billboard XL** CNN Portugal
- 150.000 impressões em **Mrec** no site CNN Portugal
- **Destaque na HP** do site CNN Portugal no dia do streaming
- **1 Post no Facebook CNN Portugal** onde damos a conhecer as características da talk e oradores, com pequeno enquadramento do projeto e da temática.
- **1 story no Instagram** da **CNN Portugal** cabo a promover a talk.
- **1 Post no LinkedIn CNN Portugal** a promover a Talk

PROMOÇÃO PÓS TALK

- **1 post no facebook** da CNN Portugal, pós talk, a promover a visualização em diferido.
- **1 story no Instagram** da **CNN Portugal** a promover a visualização em diferido
- **1 post no Linkedinda** CNN Portugal, pós talk, a promover a visualização em diferido.

1 ARTIGO PRÉ TALK

Conteúdo de kickoff, onde iremos promover a talk, assim como o painel de moderadores. Artigo com o intuito de função "save the date".

1 ARTIGO PÓS TALK

Conteúdo onde alojamos o vídeo da Talk completo (diferido) com artigo de apoio de cobertura da mesma, os melhores momentos e principais intervenções.

AMPLIFICAÇÃO POR ARTIGO

- 1 destaque 24h na homepage da CNN
- 1 post no facebook da CNN
- 1 instastory no instagram da CNN
- 1 destaque na homepage do IOL
- Partilha nos artigos relacionados

INVESTIMENTO TOTAL
MEDIA + PRODUÇÃO

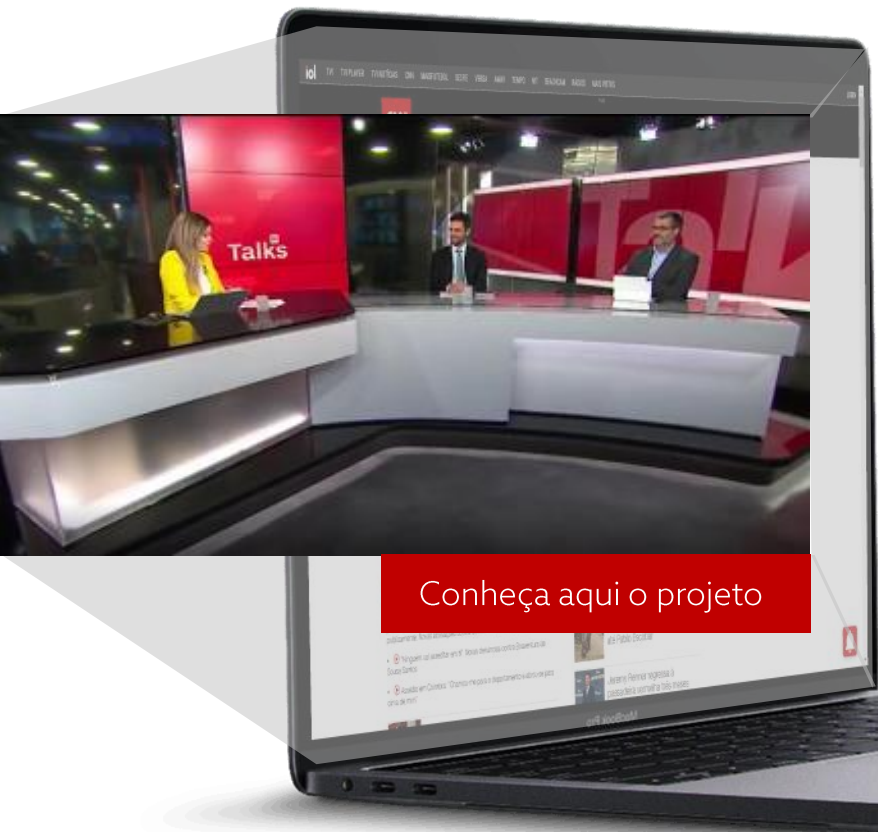
32.500€

Investimento a valores de tabela, contacte o seu diretor de conta.



Talks

EDIÇÕES PASSADAS



Conheça aqui o projeto



Conheça aqui o projeto

OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente. de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, tele vendas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade;
10. Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
11. Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
12. A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.



EM TODAS AS FRENTES

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT