



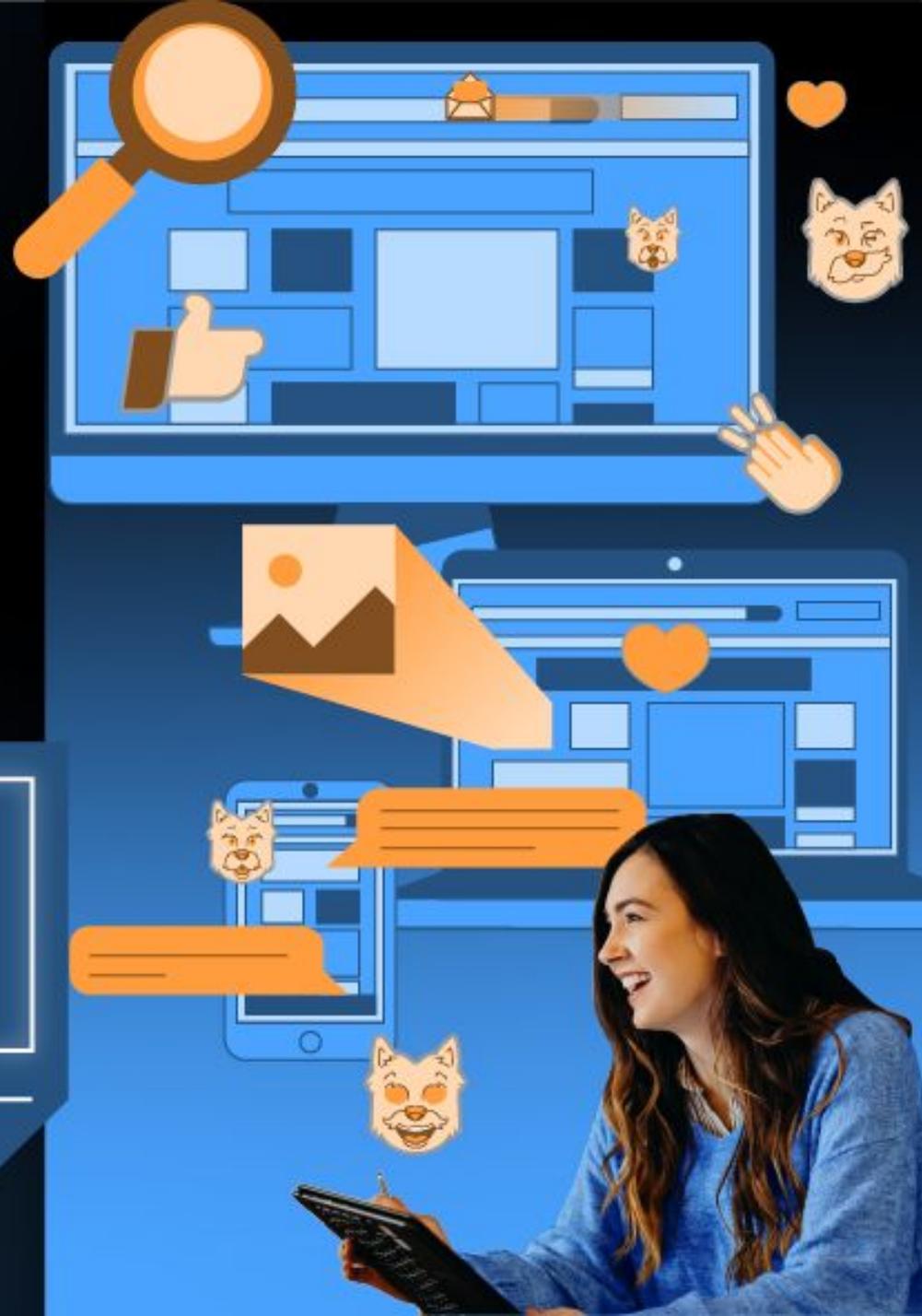
**BLACK
FRIDAY**

2022



“Um dos **MAIORES** produtores de conteúdo próprio

Focado em posicionar a sua marca e alavancar a conversão na data mais importante do varejo.



“Conteúdo próprio

60MM

usuários únicos



Identidade de gênero			
	41%		59%
Mulheres		Homens	
Acesso			
	8%		92%
Desktop		Mobile	
Classe social			
Classe AB	Classe C	Classe DE	
65%	27%	8%	
		% por região	
18-24:	17%	Norte	12%
25-34:	23%	Nordeste	15%
35-44:	21%	Centro-Oeste	5%
45-54:	15%	Sudeste	53%
55-64:	13%	Sul	15%
+65:	11%		

Fonte: GA, média Q2/2022

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022

“Quem acessa o iG

Intenção de compra

	1. Negócios e Serviços (Afinidade - 0,88x)
	2. Economia e Finanças (Afinidade - 1,40x)
	3. Saúde (Afinidade - 1,40x)
	4. Casa e Construção (Afinidade - 1,20x)
	5. Veículos (Afinidade - 1,20x)

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022

Assuntos de interesse

 1. Notícias Afinidade 0,45x	 2. Entretenimento Afinidade 0,38x	 3. Economia e finanças Afinidade 0,59x
 4. Carreira e Educação Afinidade 0,52x	 5. Esportes Afinidade 0,51x	 3. Comidas e Bebidas Afinidade 0,59x

Afinidade com marcas

 1. Veículos Afinidade 0,52x	 2. Eletrônicos Afinidade 0,67x	 3. Eletrodomésticos Afinidade 0,64x
--	---	--



“Nossos insights para BF

Nos aprofundamos nos principais perfis de consumo dentro do Portal

“Perfil de comportamento: Tech addicts

22MM usuários únicos

Homens e Mulheres, 18+ Classe A/B, C e D/E

Assuntos de interesse relacionados a tecnologia e games e intenção de compra por produtos relacionados a eletrônicos, E-Books e jogos diversos.

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022

 Grupo iG



“Perfil de comportamento: Home lovers

21MM usuários únicos

Homens e Mulheres, 18+ /Classe A/B, C e D/E

Assuntos de interesse e intenção de compra em Casa e Construção, Casamento, Decoração, Utensílios de Cozinha, Móveis pra Cozinha, Cama, Mesa e Banho.

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022



“Perfil de comportamento: Fashionistas

22MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Interesse em assuntos relacionados à moda e intenção de compra por produtos relacionados a maquiagem, acessórios de Maquiagem, sapatos, cosméticos para corpo e rosto Masculino, Cosméticos para Corpo e Rosto, entre outros.

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022



“Perfil de comportamento: Travelers

16MM usuários únicos

Homens e Mulheres, /18+ /Classe A/B, C e D/E

Assuntos de interesse intenção de compra por produtos relacionados a viagens para dentro e fora do país, pacotes de turismo, aluguel de casa por temporada, aluguel de carro e seguro viagem.

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022



“Nossa ideia para as marcas

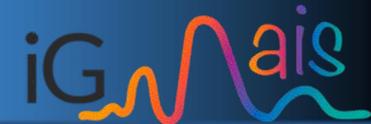


Mídia

/Envolvimento
/Sustentação e alto impacto

Conteúdo

/Content commerce



“Audiência segmentada iGMais

10%

De CTR

1,65%

Tx de conversão em vendas captadas

100%

Tx de conversão de vendas captadas em faturas

R\$44,00

Ticket médio

TOP categorias

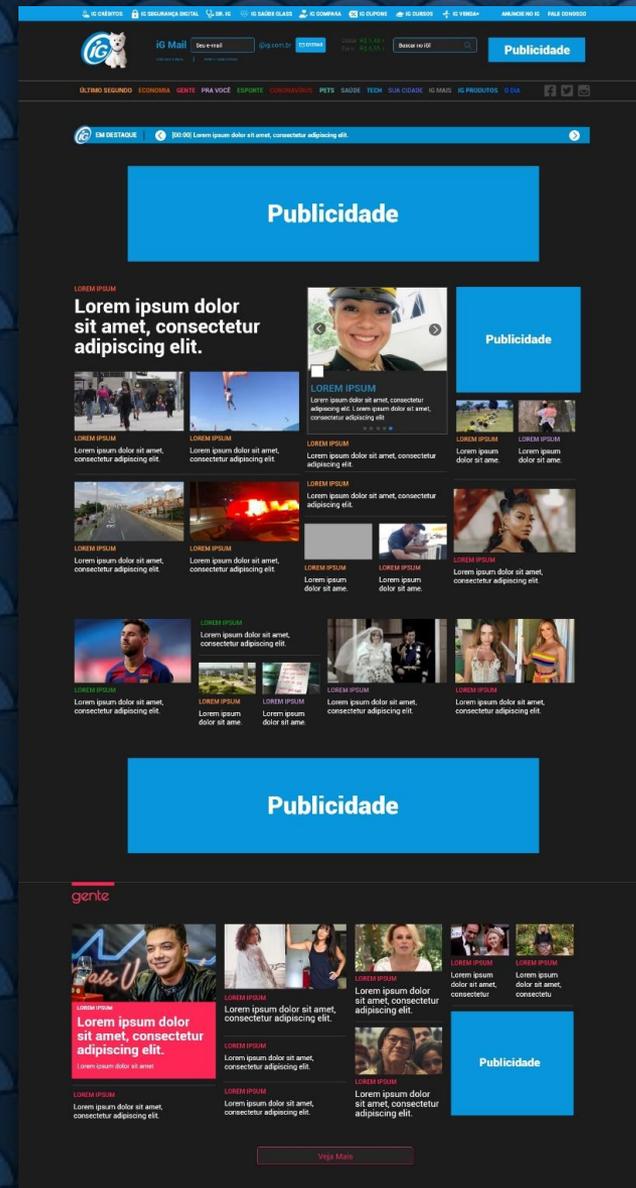
Vinhos, bebidas alcoólicas e cerveja
Saúde e Residência
Livros e livros didáticos
Pets
Artigos para pets
Comidas e Bebidas
Roupas e Acessórios



Um canal dedicado às melhores práticas de **content commerce**. Acreditamos que temos um papel importante de referência e curadoria para os nossos leitores. Em paralelo, com um conteúdo direcionado à venda, contribuimos de forma mais assertiva para as estratégias de performance dos nossos anunciantes.

“Envelopamento home

O iG se veste para uma datas mais importantes para o varejo no mundo!



“Mídia display

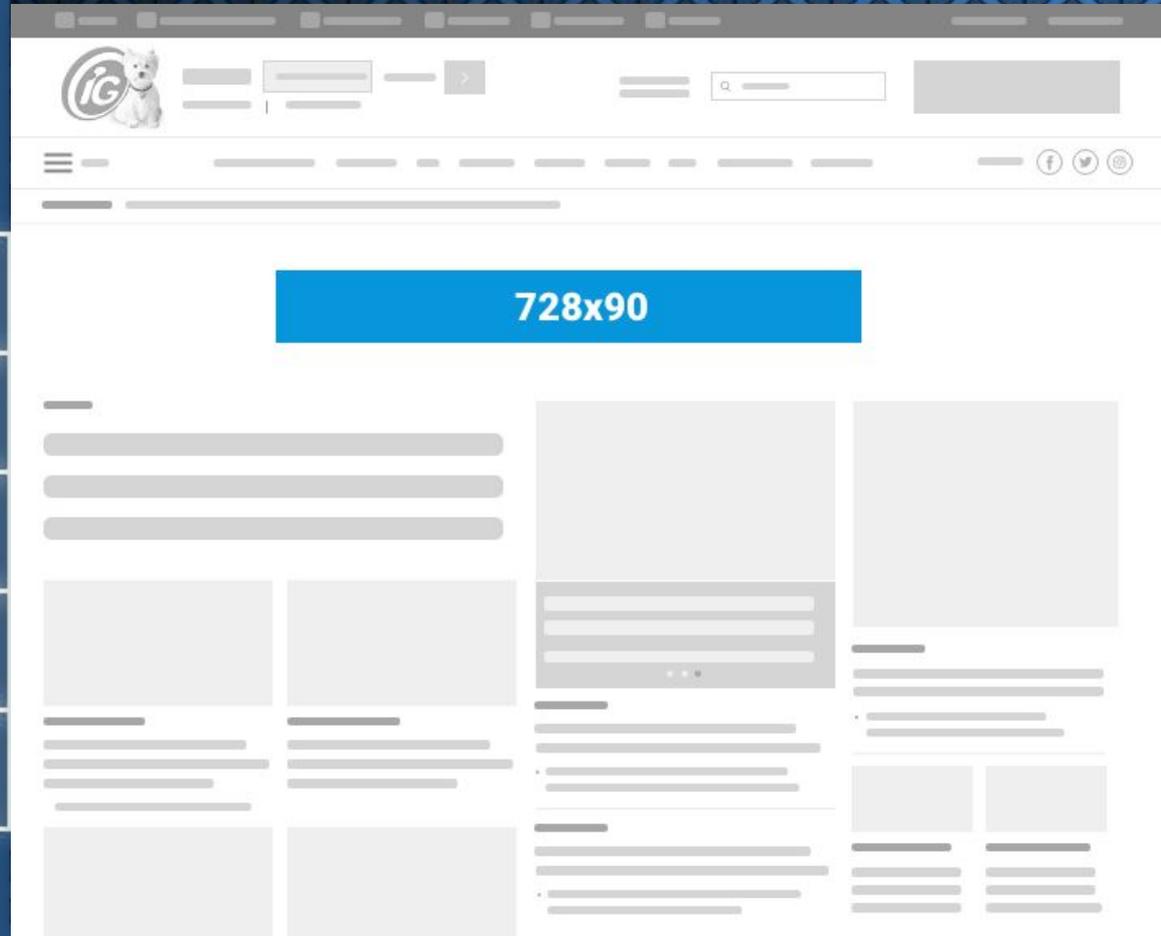
Tipo: Desktop

Nome: Superbanner

Dim.: 728x90

Posição: Home

Final: Topo



“Mídia display

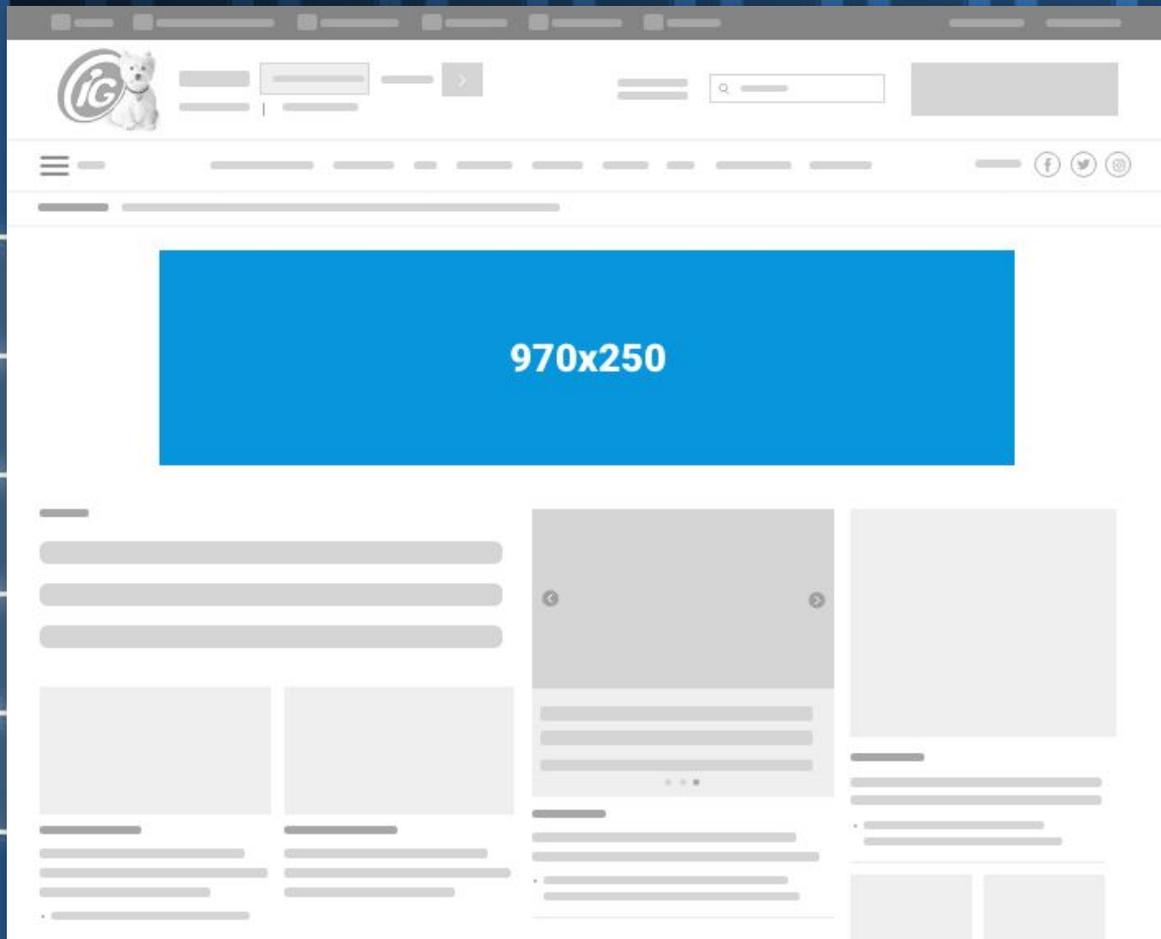
Tipo: Desktop

Nome: Billboard

Dim.: 970x250

Posição: Home

Final: Topo



“Mídia display

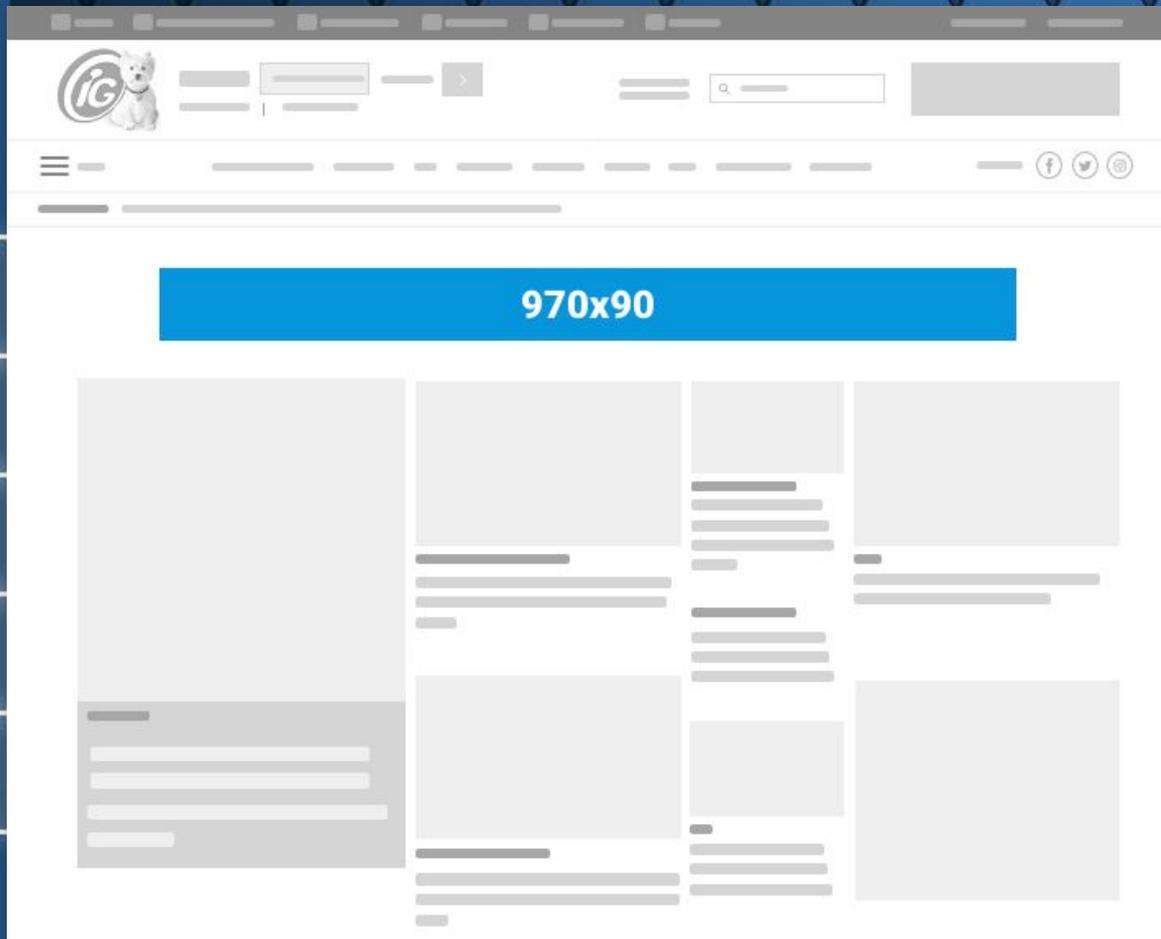
Tipo: Desktop

Nome: Small Billboard

Dim.: 970x90

Posição: Home

Final: Topo



“Mídia display

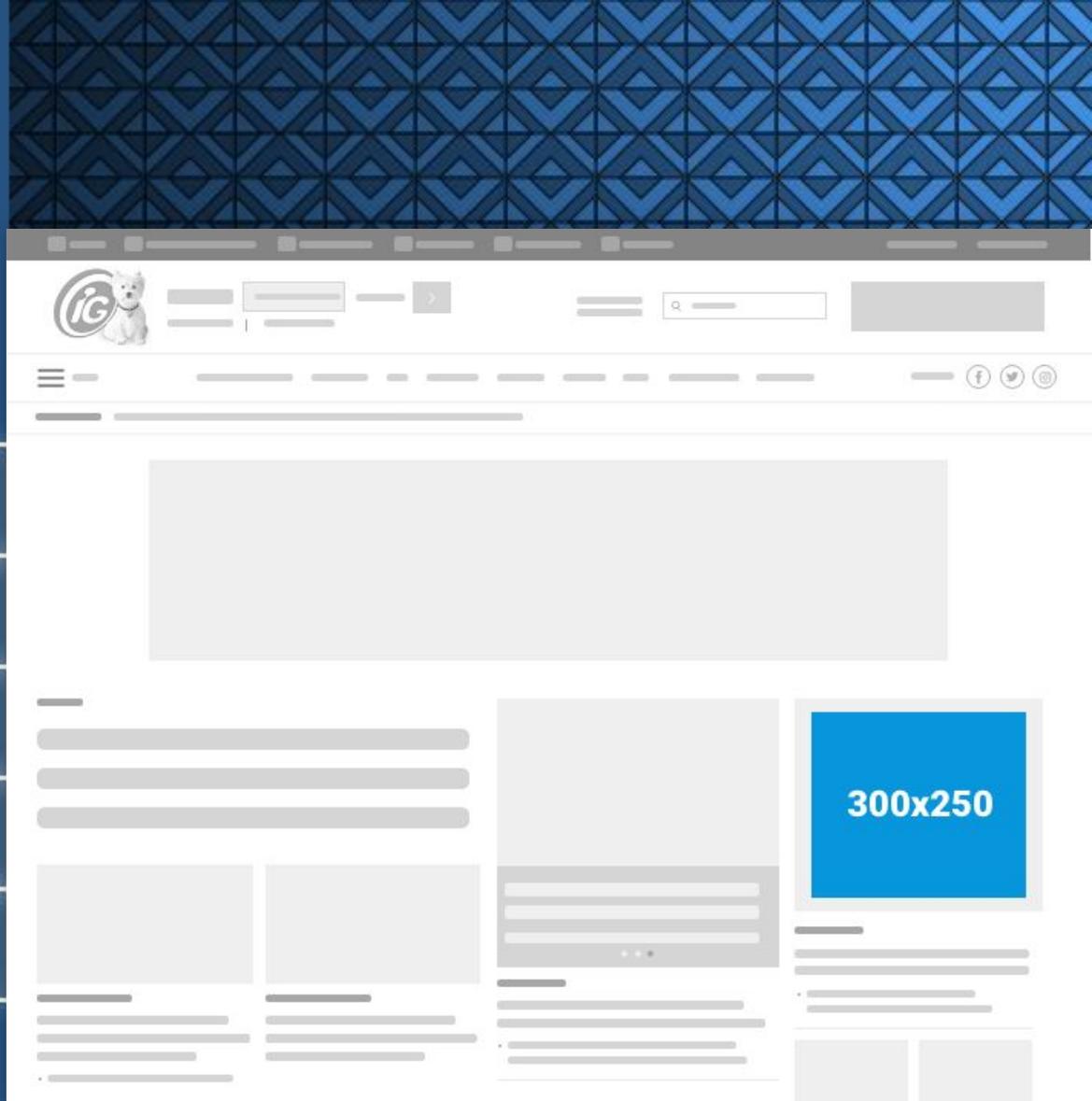
Tipo: Desktop

Nome: Retângulo

Dim.: 300x250

Posição: Home

Final: 1° scroll



“Mídia display

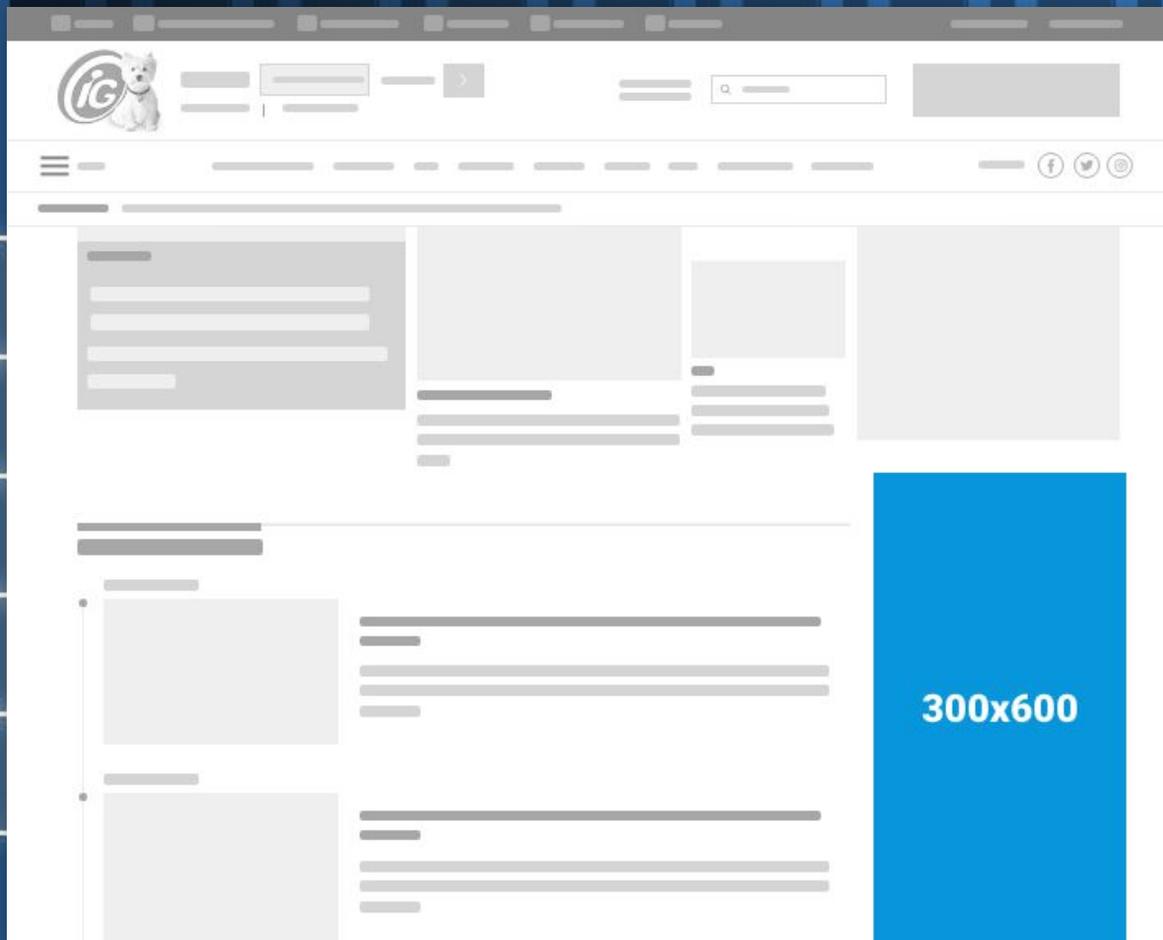
Tipo: Desktop

Nome: Halfpage

Dim.: 600x250

Posição: Home

Final: 1° scroll



“Vídeo

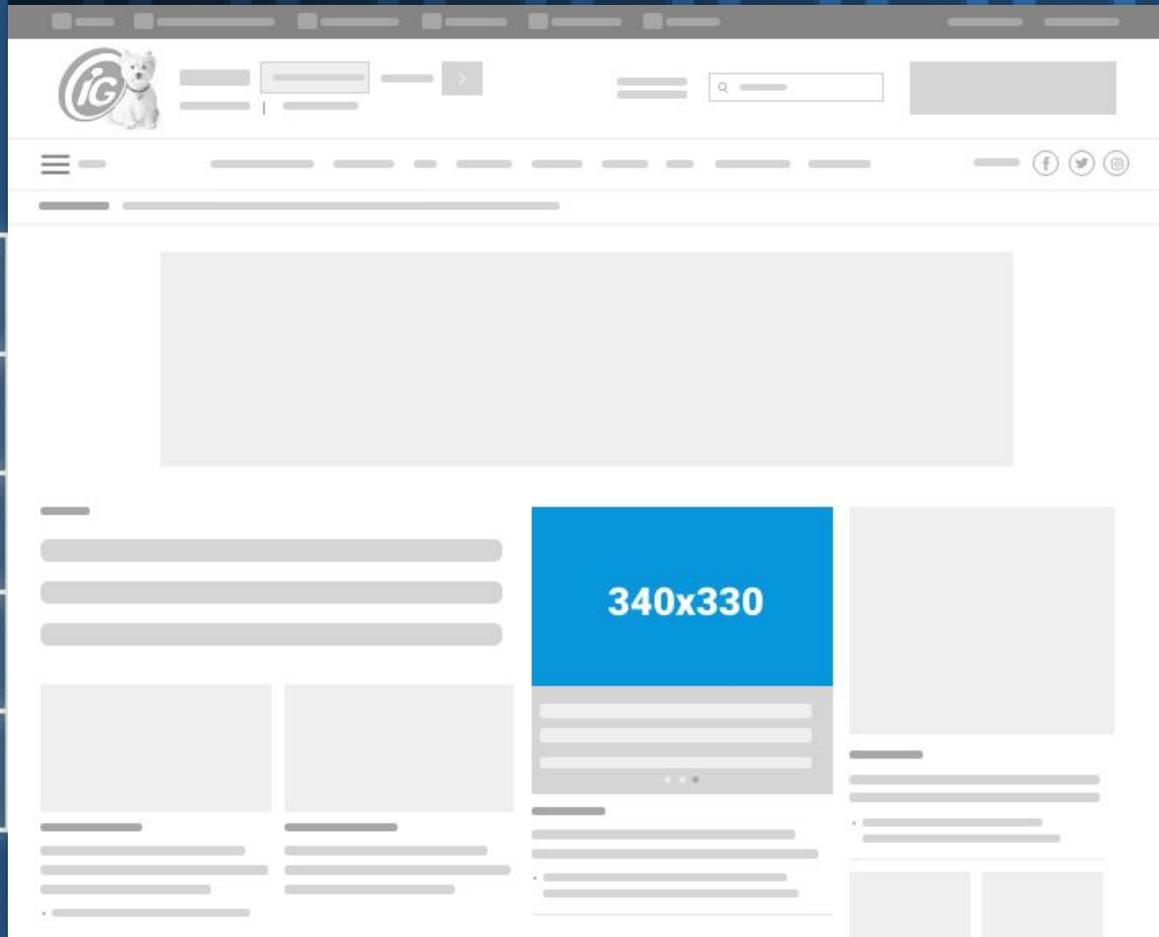
Tipo: Desktop

Nome: Destaque

Dim.: 340x330

Posição: Home

Final: 1° scroll



“Mídia display

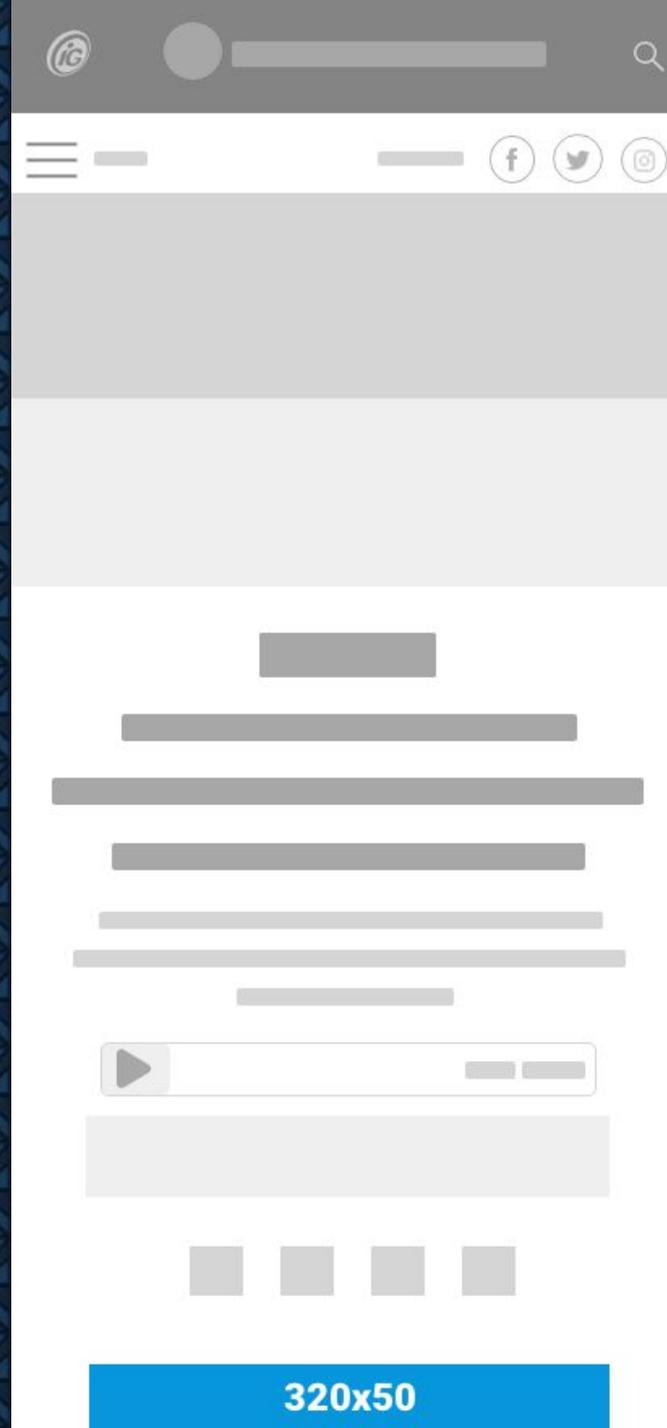
Tipo: Mobile

Nome: Footer Ads

Dim.: 320x50

Inicial: 320x50

Final: Fullscreen (opcional)



“Mídia display

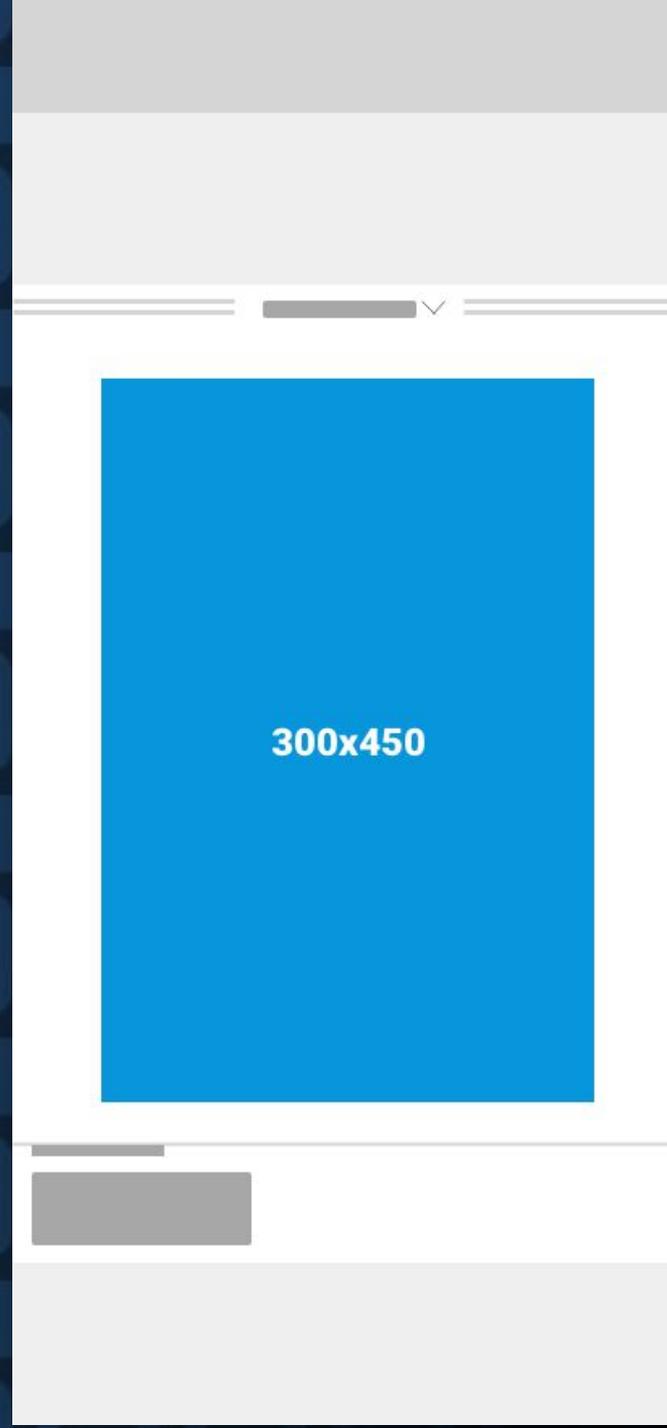
Tipo: Mobile

Nome: Halfbanner

Dim.: 300x450

Posição: Home

Final: 1º scroll



“Mídia display

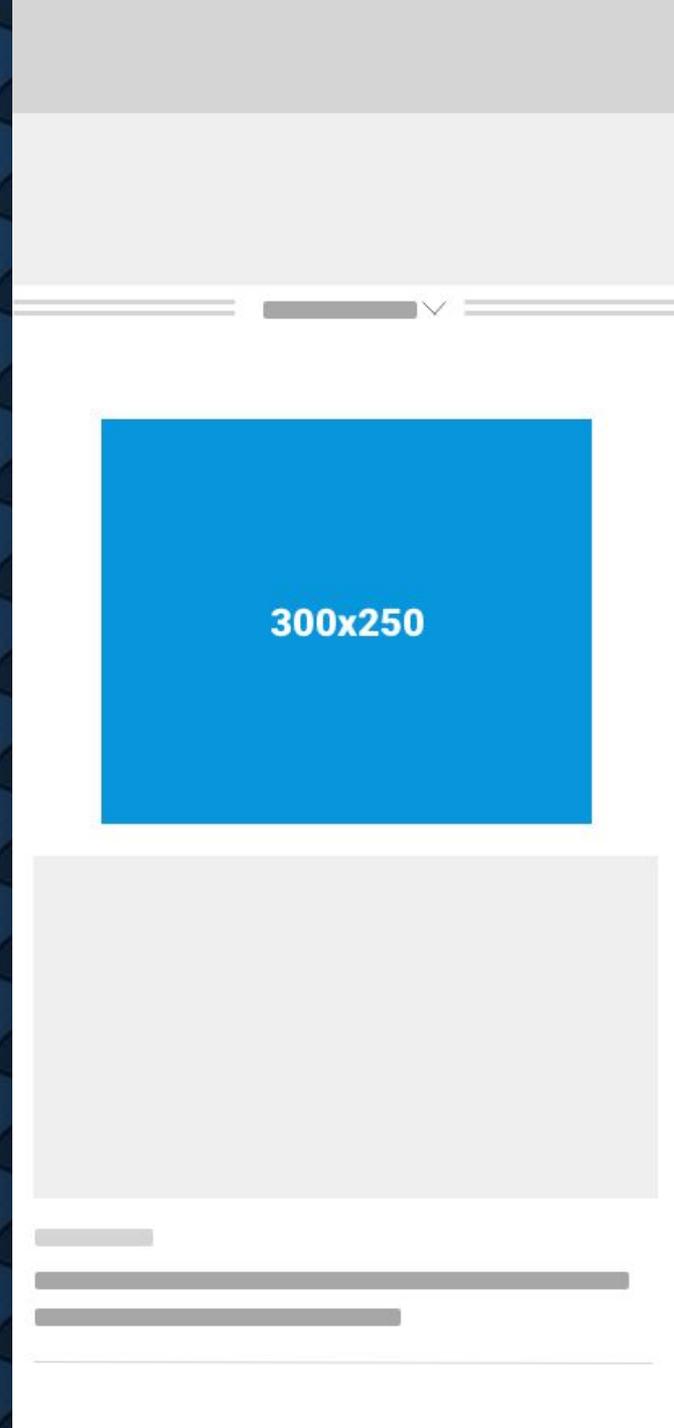
Tipo: Mobile

Nome: Retângulo

Dim.: 300x250

Posição: Home

Final: 1º scroll



“Branded content

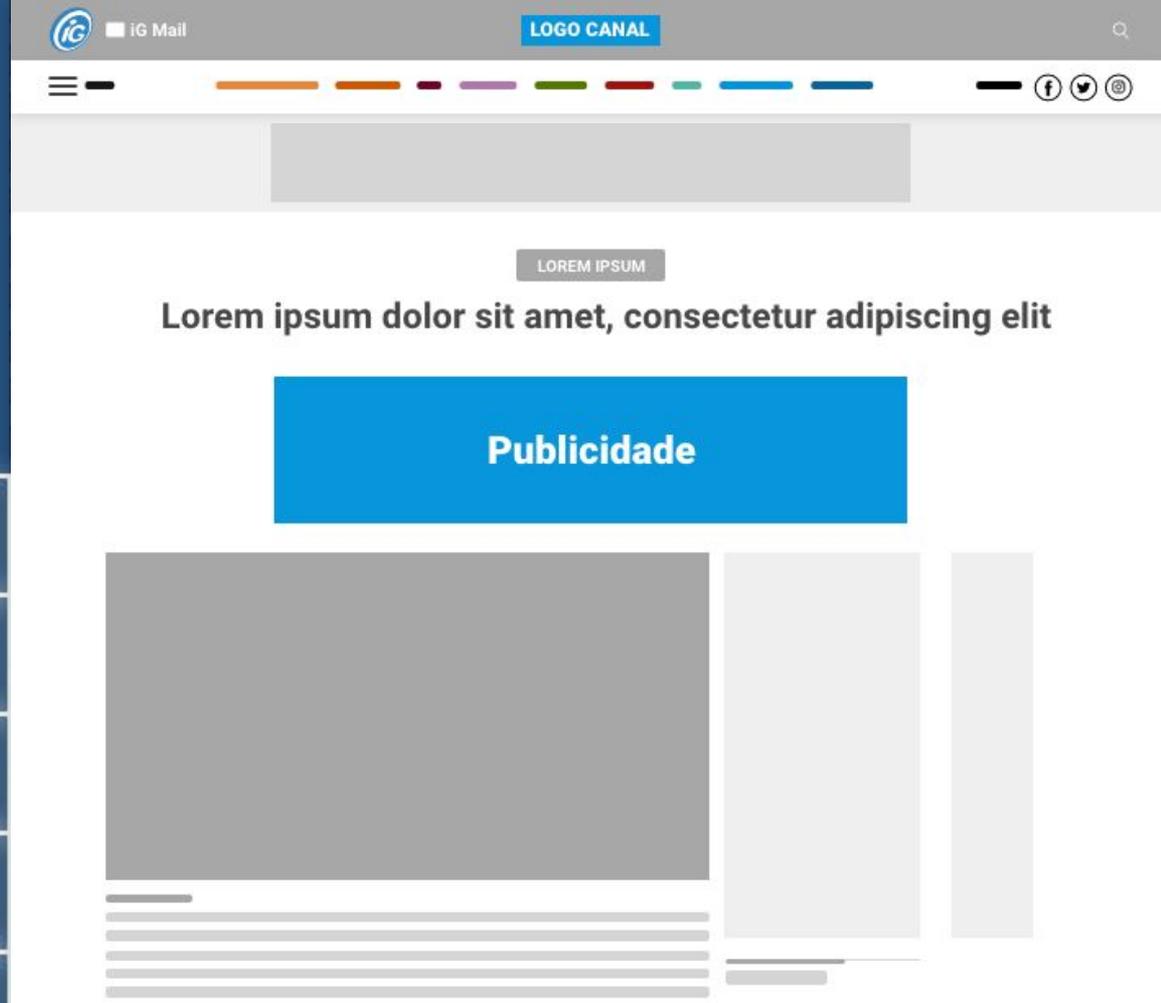
Tipo: Desktop

Nome: Matéria

Dim.: Fullpage

Posição: Pág. interna

Final: Rodapé



iG produzirá conteúdos exclusivos para a **SUA MARCA** com as pautas previamente definidas com o cliente.

A página da matéria do branded content tem layout diferenciado priorizando o conteúdo e as publicidades do anunciante.

“Um time de suporte para quem não pode perder tempo

Temos uma equipe preparada para auxiliar agência e cliente com agilidade em todas as fases da campanha



Desenvolvimento de propostas personalizadas



Suporte técnico no desenvolvimento de novos formatos



Análise e feedback de material enviado



Relatório de pós-vendas direcionado



Acompanhamento e otimização da campanha durante a veiculação



Suporte criativo no desenvolvimento e adequação de peças



Grupo iG

“Obrigado!”

