



FOR

WWW

**WEBMOTORS**

# A Webmotors.

**BIG NUMBERS**

**BIG NUMBERS**

Visitas

**33MM**

Usuários únicos

**12MM**

Buscas

**140MM**

Leads

**1.9MM**

Catálogo OKM

**1.3MM**

**MARCA**

**TOP<sub>of</sub>  
MIND**

Top of Mind e Marca favorita para comprar ou vender carro



**Top 10 e-commerces mais buscados do Brasil**  
(semrush)



Segundo termo **mais buscado no Google** no segmento Autos



Rede Sociais:  
**3.6MM**  
de fãs



Hub de conteúdo  
**1MM**  
de pageviews

**CLIENTES**

Simulações únicas  
Financiamento:

**270K/MÊS**

Dealers:

**14K**

Vendedores particulares

**90K**

039540023938430

 webmotors · tv

5  
0  
·  
6  
8

**Visão Geral**

5  
0  
·  
6  
8



 webmotors  Santander

50938849828948729

#WEBMOTORSTV

 webmotors | tv

**H** webmotors · tv

## **A sua marca na TV, dentro de um programa totalmente direcionado para os amantes do mundo automotivo.**

Os programas são semanais e abordam o melhor do conteúdo automotivo. Entre eles são:



- **Entrevistas**
- **Cobertura de eventos**
- **Testes**
- **Lançamentos**
- **Histórias emocionantes.**



# A **Webmotors** é o primeiro player do segmento a ter um programa de TV!

É especialista em geração de conteúdo automotivo desde 2016, nos canais digitais como o **WM1** e o **Youtube**, que inclusive está entre os **top 05 maiores canais automotivos** do Brasil.

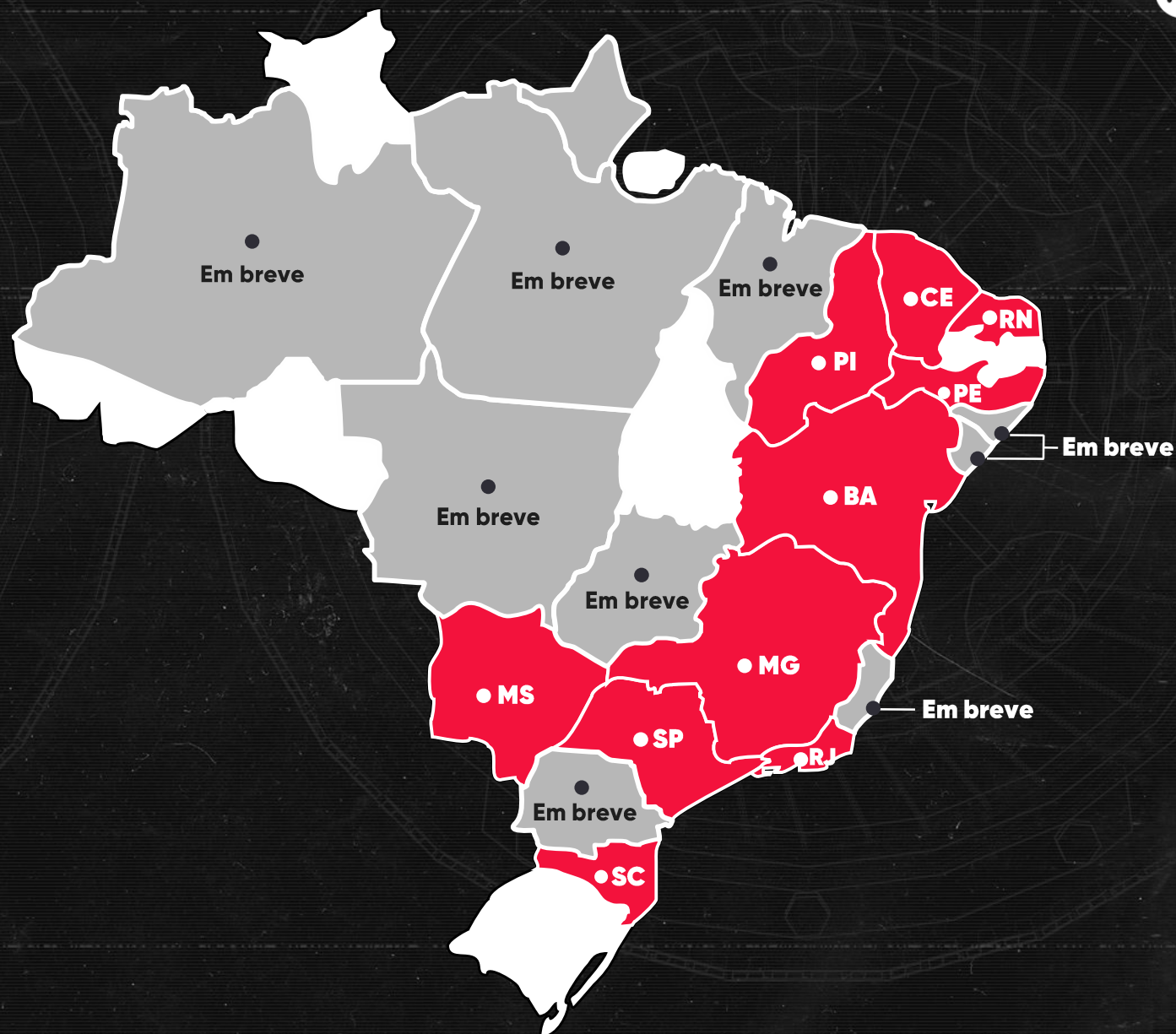


Presença em praças  
**Estratégicas**

**Está presente hoje em diversas regiões do Brasil e com o projeto de expandir ainda mais!**

**+1500** municípios cobertos.

**+80** telespectadores potenciais.  
**Milhões**





039540023938430

# Programação Geral

5  
0  
·  
6  
8

 webmotors · tv



5  
0  
·  
6  
8

50938849828948729



 webmotors · tv

**SEXTA**



SÃO JOSÉ DO  
RIO PRETO

13h45



**H webmotors · tv**

**SÁBADO**



CAMPINAS E  
LITORAL DE SP 12h45



MINAS GERAIS  
*BAND TRIÂNGULO* 09h



MINAS GERAIS  
*BAND MINAS* 11h30



MATO GROSSO  
DO SUL 10h30



PIAUÍ 09h30



 webmotors · tv

**SÁBADO**



RIO DE JANEIRO 09h30



RIO GRANDE DO NORTE 10h30



SANTA CATARINA 09h30



SOROCABA 10h



SÃO PAULO CAPITAL 08h15



 webmotors · tv

**DOMINGO**

  BAHIA 10h

  CEARÁ 10h30

  PERNAMBUCO  
*INTERIOR* 09h30

  PERNAMBUCO  
*RECIFE E METRO* 10h

039540023938430

# Emissoras e Programas

Visão Detalhada

 webmotors · tv



5  
0  
·  
6  
8

5  
0  
·  
6  
8

50938849828948729

<b>PRAÇA</b>	<b>EMISORA</b>	<b>IMPACTOS</b> HORÁRIO	<b>AUDIÊNCIA</b> HORÁRIO	<b>ABRANGÊNCIA</b>
Bahia	TV Aratu	58.203	3,1	100
Campinas e Litoral	VTV	170.232	2,1	61
Ceará	TV Jangadeiro	47.580	3,3	59
Minas Gerais	BAND Minas	30.835	0,45	228
Minas Gerais	BAND Triângulo	30.835	0,45	112
Mato Grosso do Sul	TVi	-	-	-
Pernambuco	TV Jornal	-	3,3	138
Piauí	Band Piauí	40.687	4,1	14
Rio de Janeiro	Band RJ1	84.172	0,72	72
Rio de Janeiro	Band RJ2	45.107	0,72	20
Rio Grande do Norte	Band Natal	27.259	1,47	130
Santa Catarina	SCC	156.503	2,9	295
São José do Rio Preto	SBT	264.000	9,1	202
Sorocaba	SBT	72.466	2,8	34
São Paulo	Mega TV	-	-	32



**H** webmotors · tv

**Bahia**



**DOMINGO**

10h às 10h30.



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

**554.210**

Residências impactadas/mês

**7,99%**

Share

**+100**

idades

**+11 milhões**

Telespectadores potenciais

## PRINCIPAIS REGIÕES

- Salvador
- Feira de Santana
- Vitória da Conquista
- Juazeiro
- Camaçari
- Itabuna
- Lauro de Freiras
- Ilheus
- Jequie
- etc

Dados referentes a março/2020



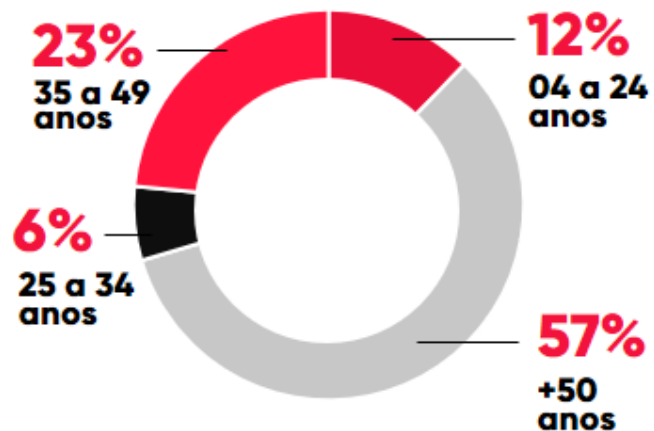
# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

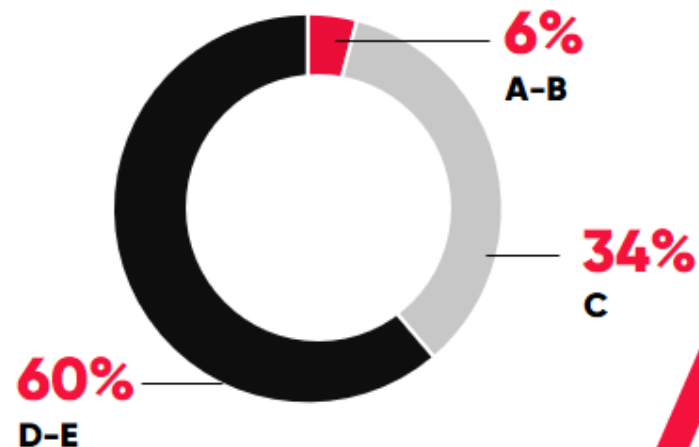
**34%** Feminino

**66%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social





**webmotors · tv**  
**Campinas e Litoral**



**SÁBADO**

12h45



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo



**Vice líder de  
audiência!**



**+4.705 MM**

De audiência em **Campinas**



**+2.146 MM**

De audiência em **Santos  
e Litoral Sul - SP**

**63 cidades**

Sinal 100% digital

**+124,2K**

telespectadores

**+6.815 MM**

Habitantes/telespectadores  
na grade da VTV

**+2.294 MM**

Domicílios com TV(DCTV)

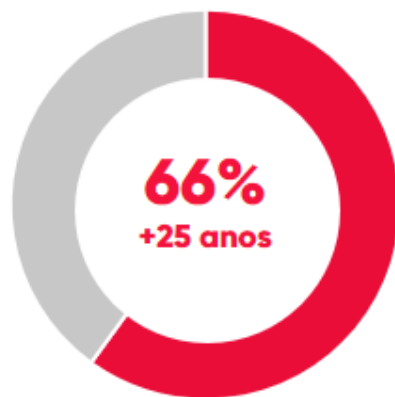
# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

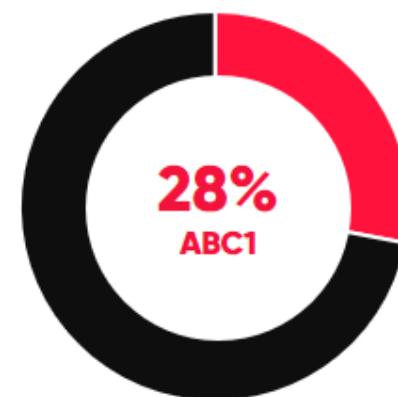
**51%** Feminino

**49%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social





**H** webmotors · tv

**Ceará**



**DOMINGO**

10h30 às 11h



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo



**Vice líder de  
audiência!**

75% do público que assiste TV Jangadeiro de 10h30 às 11h00 aos domingos são maiores de 18 anos.

**3,3**

Audiência

**47.580**

Telespectadores

**204.780**

Alcance domiciliar

**258.510**

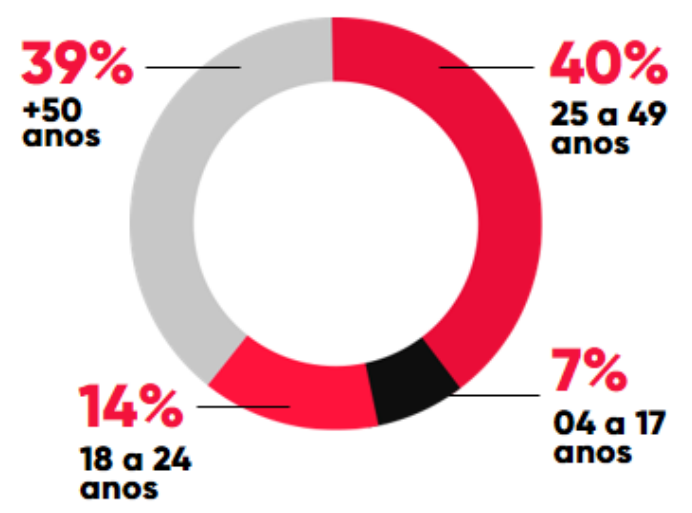
Alcance indivíduos

# Perfil dos telespectadores

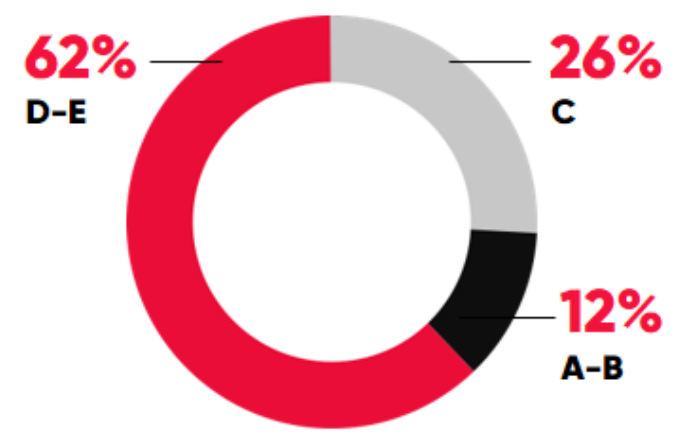
Por gênero

**61%** Feminino  
**39%** Masculino

Faixa etária



Classe social





**H** webmotors · tv

# Minas Gerais

BAND MINAS



**SÁBADO**

11h30 às 12h



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

Presente em várias regiões do estado, o sinal da TV BAND Minas chega diariamente a milhões de residências, levando informação, diversão, arte, cultura e muito entretenimento.

**228**

Cidades cobertas

**+13.000.000**

Telespectadores potenciais

**+4.500.000**

Domicílios com TV

**+23.000**

Residências, em média,  
por programa

**30.835**

Residências, em  
média, por programa

**87.060**

Residências no pico  
mensal da audiência

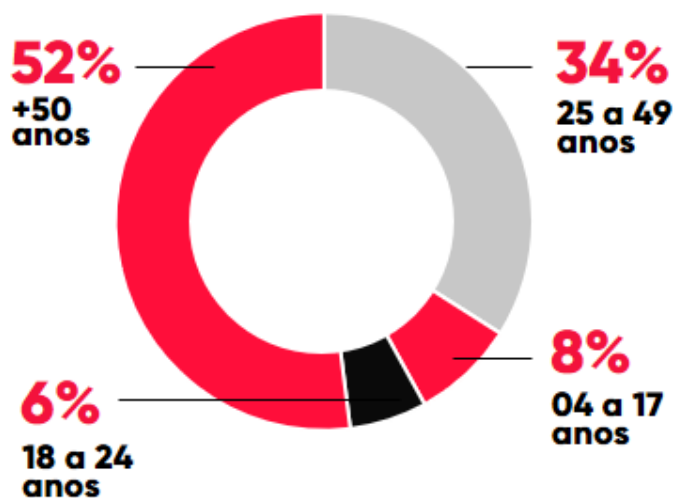
# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

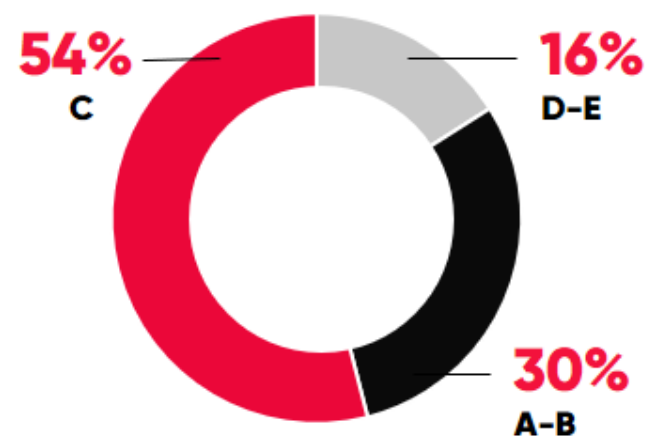
**46%** Feminino

**54%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social





**H** webmotors · tv

# Minas Gerais

*BAND TRIÂNGULO*



**SÁBADO**

09h às 09h30



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

**122**

Cidades cobertas

**3.200.000**

Habitantes na área de  
abrangência

**1.000.000**

Domicílios com TV

**50%**

Da população coberta  
com sinal HD



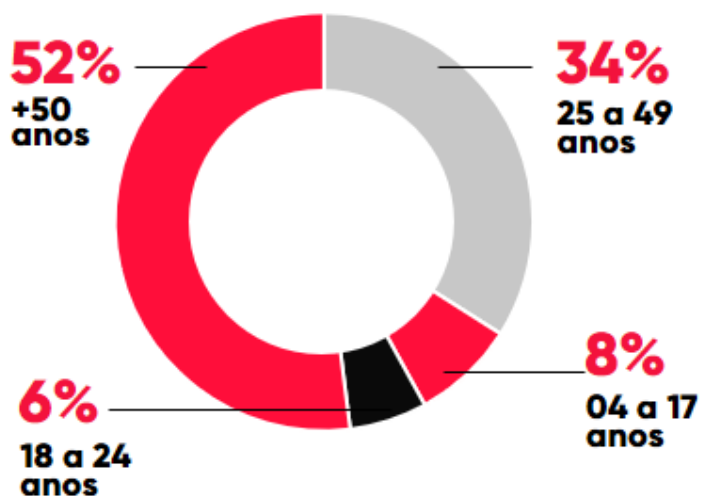
# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

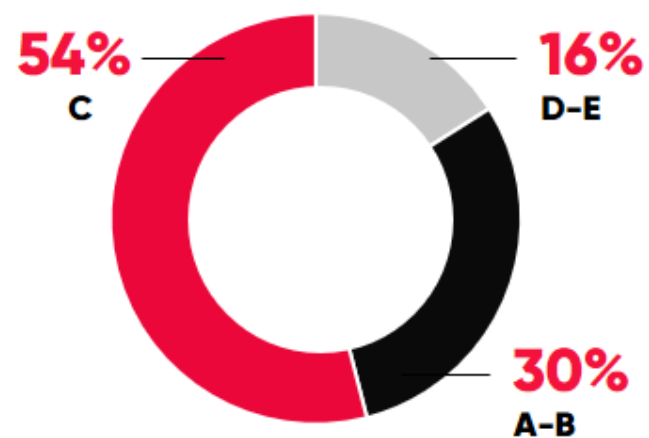
**46%** Feminino

**54%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social





**H** webmotors · tv

## Mato Grosso do Sul



**SÁBADO**

10h30 às 11h



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

**35.728**

Domicílios

**6,9%**

Share de audiência

**55%**

Municípios  
cobertos

**1.3 milhão**

Telespectadores potenciais

### PRINCIPAIS REGIÕES

- Campo Grande
- Três Lagoas
- Corumbá
- Paranaíba
- Dourados
- Bonito

# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

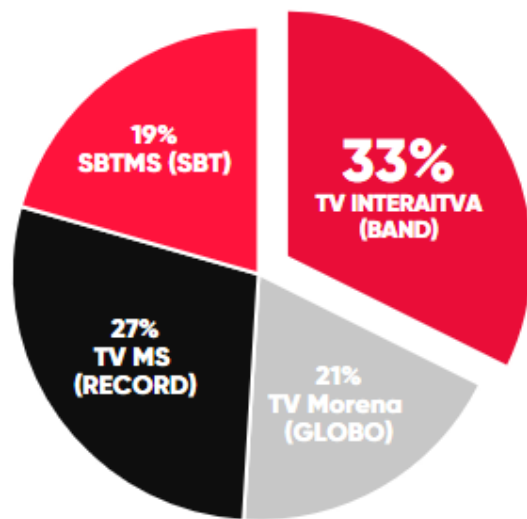
**40%** Feminino  
**60%** Masculino

## Faixa Etária

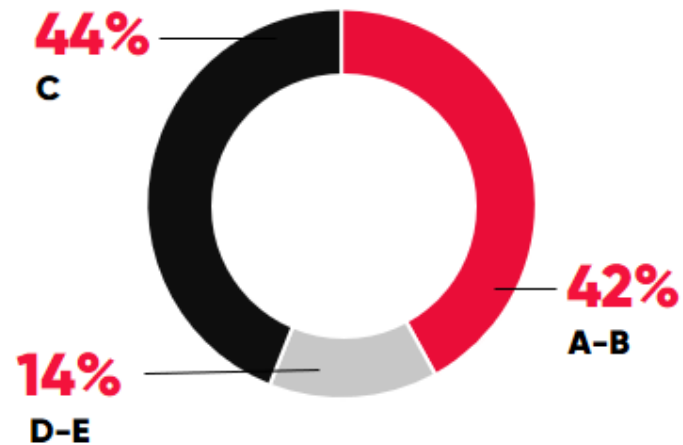
**52%** entre 25-49 anos

## Preferência

ESCOLHA DO PÚBLICO MASCULINO:



## Classe social





**H** webmotors · tv

**Pernambuco**



Recife e região metropolitana:

**DOMINGO** 10h às 10h30



Interior:

**DOMINGO** 09h30 às 10h



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

**Vice líder de  
audiência!**



A TV Jornal alcança mais de

**2,8** milhões  
por mês.

**+ Audiência  
+ Participação**

Com a TV Jornal, a Webmotors vai alcançar  
39% mais pessoas que a emissora C e 100%  
mais que a emissora D.

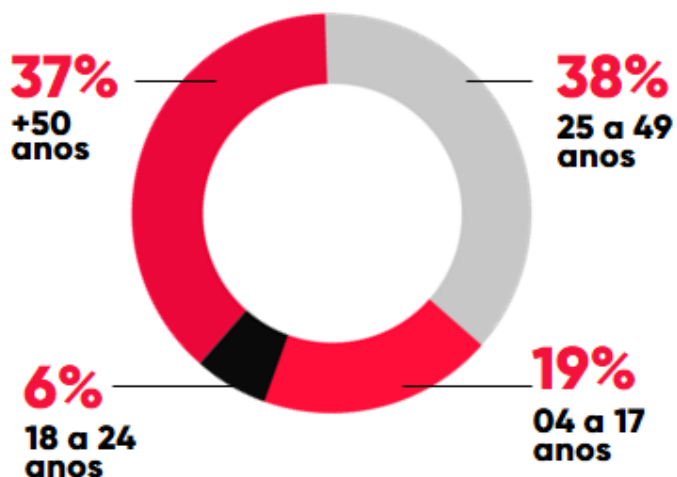
# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

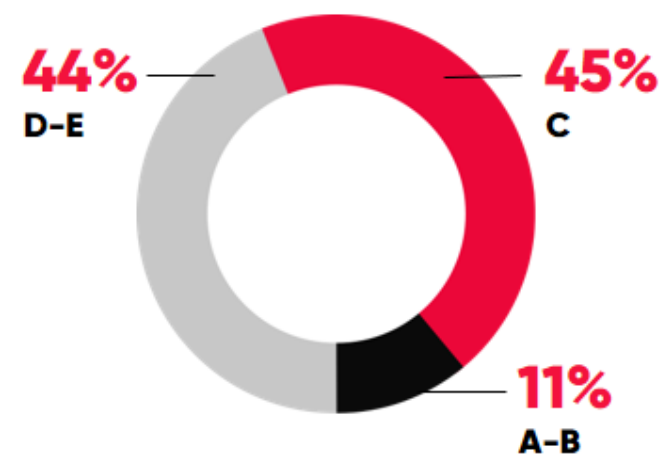
**63%** Feminino

**35%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social





**SÁBADO**  
09h30 às 10h



**30 minutos  
de programa**  
9 minutos de intervalo

**+60 milhões**

Domicílios alcançados

**62%**

De cobertura no  
estado do Piauí

**100**

Emissoras em rede direta

**20**

Emissoras próprias

**+40 mil**

Telespectadores  
alcançados entre 07h e 10h

**4.1**

De audiência entre  
07h e 10h

## PRINCIPAIS REGIÕES

- Teresina
- Maranhão
- Parnaíba

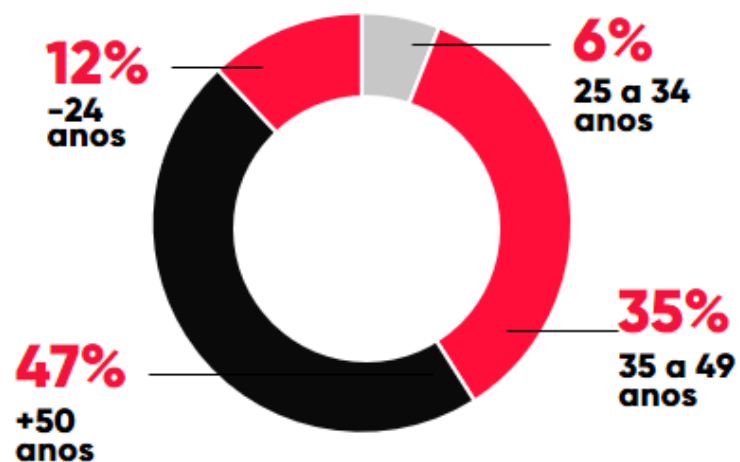
# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

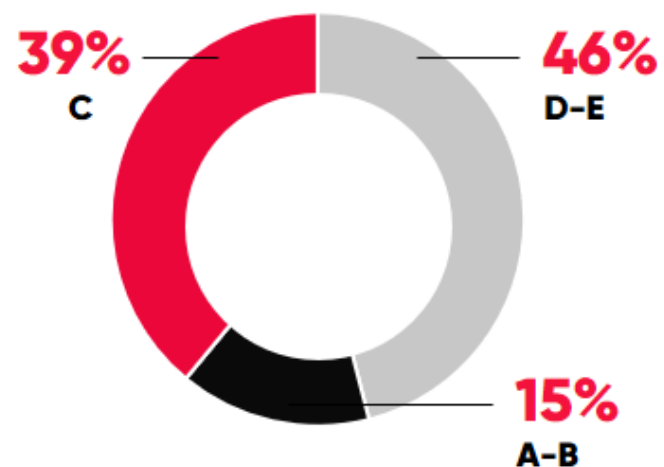
**56%** Feminino

**44%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social





**H** webmotors · tv

**Rio de Janeiro**



Há 40 anos no mercado do Rio, o grupo atua nos mais diversos segmentos levando conteúdo de qualidade e de relevância para o público.

Com a força do Grupo Band de todo o país, nos comprometemos em entregar um conteúdo que presta serviço, diverte e traz cultura para o carioca.



**SÁBADO**

09h30 às 10h



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

**6.269.943**

Potenciais telespectadores

**45.107**

Impactos no horário



# Perfil dos telespectadores

Por gênero

**33%** Feminino

**67%** Masculino

Classe social





**HH** webmotors · tv

## Rio Grande do Norte



**SÁBADO**

10h30 às 11h



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

**+613.000**

Domicílios

**7,9%**

Share de audiência

**+21**

Municípios

**1.880.000**

Telespectadores potenciais

### PRINCIPAIS REGIÕES

- Natal
- Mossoró
- Parnamirim
- Macaíba



**H** webmotors · tv

**Santa Catarina**



**SÁBADO**

09h30 às 10h



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo

**197.947**

É a média de alcance médio de telespectadores por programa no estado.

**78%**

de crescimento de audiência

**22 milhões**

de impactos mensais no estado

**+6 milhões**

Telespectadores potenciais

## PRINCIPAIS REGIÕES

- Grande Florianópolis
- Serra Catarinense
- Criciúma
- Joinville
- Vale do Itajaí
- Blumenau
- Chapecó
- Lajes

# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

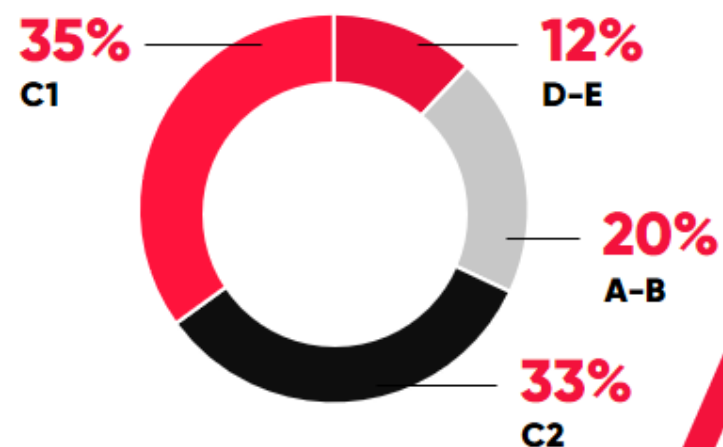
**61%** Feminino

**39%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social





**H** webmotors · tv

**São José do Rio Preto**



**SEXTA-FEIRA**

13h45 às 14h15



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo



**Vice líder de  
audiência!**

**+200**

Cidades cobertos

**+3.300.000**

Telespectadores potenciais

## PRINCIPAIS REGIÕES

- São José do Rio Preto
- Araçatuba
- Presidente Prudente
- Birigui
- Catanduva
- Penápolis
- Votuporanga
- Valparaíso

# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

**61%** Feminino

**39%** Masculino

## Classe social





**HH** webmotors · tv

**Sorocaba**



TV SOROCABA



**SÁBADO**

10h às 10h30



**30 minutos  
de programa**

9 minutos de intervalo



**PIONEIRISMO –  
Marco da TV Sorocaba  
SBT desde 1990.**

**34**

Municípios

**2.900.00**

Telespectadores

**16,5%**

Crescimento de  
audiência (2019/2020)

**03**

Programas são regionais,  
das 20 líderes em audiência.

# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

**59%** Feminino

**41%** Masculino

## Faixa etária

**31%**  
25 a 49  
anos

**39%**  
+50  
anos

**14%**  
18 a 24  
anos

**16%**  
04 a 17  
anos

## Classe social

**22%**  
D-E

**78%**  
A-B - C





**H** webmotors · tv

**São Paulo**

**mega**tv



**SÁBADO**

08h15



**1 hora e 15 minutos**

de programa

**100%**

de presença no maior mercado de consumo da América Latina

**+9 milhões**

de domicílios cobertos

**+32**

Municípios cobertos na Grande São Paulo

## PRINCIPAIS REGIÕES

- Alphaville
- Arujá
- Barueri
- Caieiras
- Cajamar
- Carapicuíba
- Cotia
- Diadema
- Embu
- Embu Guaçu
- Ferraz de Vasconcelos
- Franco da Rocha
- Guarulhos
- Itapeverica da Serra
- Itapevi
- Itaquaquecetuba
- Jandira
- Mairiporã
- Mauá
- Mogi das Cruzes
- Osasco
- Poá
- Ribeirão Pires
- Rio Grande da Serra
- Santana de Parnaíba
- Santo André
- São Bernardo do Campo
- São Caetano
- São José dos Campos
- São Paulo – Capital
- Suzano
- Taboão da Serra
- Vargem da Grande Paulista

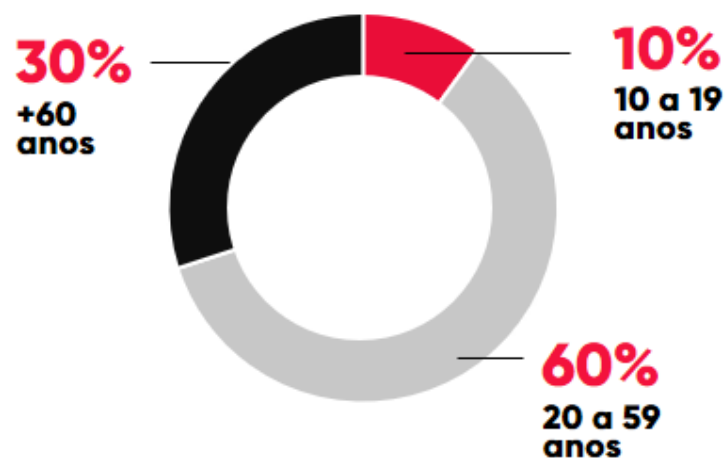
# Perfil dos telespectadores

## Por gênero

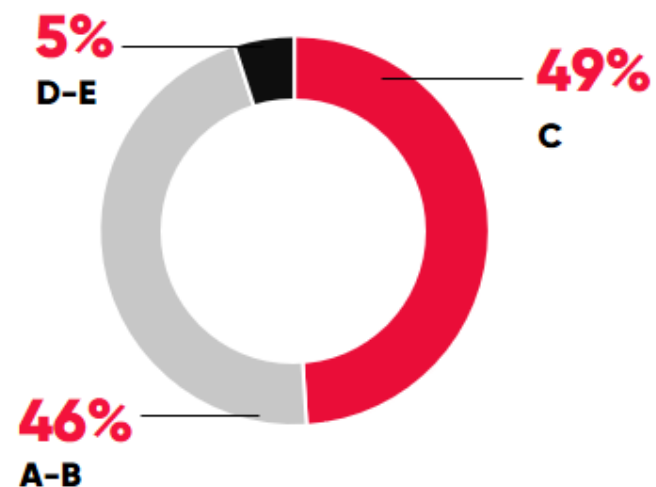
**56%** Feminino

**44%** Masculino

## Faixa etária



## Classe social



039540023938430

# Soluções para Advertising

5  
0  
·  
6  
8

**H** webmotors · tv



5  
0  
·  
6  
8

50938849828948729

# Formatos

## INTERVALOS

Inserções de 30 segundos nos breaks comerciais.



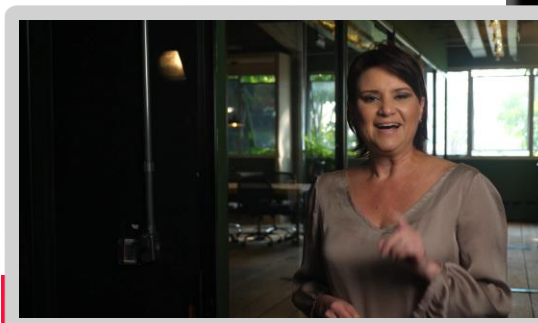
## MERCHAN 60" MODELO INSTITUCIONAL LOJA

Vídeo de 60 segundos exibido no conteúdo do programa. A gravação é realizada em uma concessionária.



## MERCHAN 60" MODELO INSTITUCIONAL ESTÚDIO

Vídeo de 60 segundos exibido no conteúdo do programa. A gravação é realizada em um estúdio.



## OS FORMATOS



### SELOS15"

Mensagem publicitária que é exibida **no inferior da tela** por 15 segundos **durante uma matéria.**



### OFERECIMENTO15"

Mensagem publicitária que é exibida **no inferior da tela** por 15 segundos **durante uma matéria.**

## OS PLANOS

72 espaços por mês  
18 por final de semana

### INSERÇÃO 30s

sem produção; 1 veiculação

### PLANO SEMANA

1 produção, 1 veiculação  
Opções com gravação em loja ou em estúdio

### PLANO MÊS

2 produções, 4 veiculações

### PLANO MENSAL PLUS

1 produção, 4 veiculações

### PLANO TRIMESTRAL PLUS

1 produção, 12 veiculações

### PLANO SHOPPING

6 lojas com 30s cada

# O FLUXO

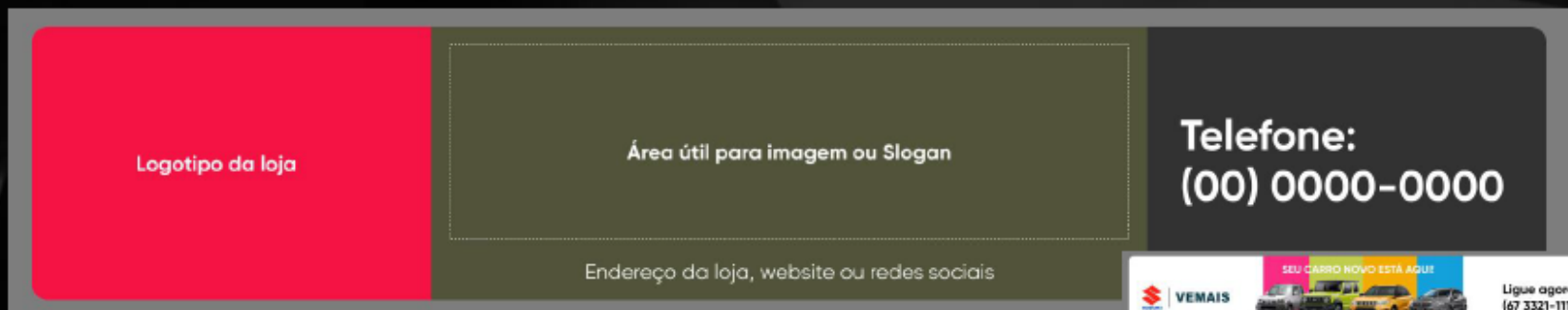
## GRAVAÇÃO LOJA

Segunda-Feira	Terça-Feira	Quarta-Feira	Quinta-Feira	Sexta-Feira	Sábado	Domingo
					1	2
			<b>RESERVA NO FORMULÁRIO</b>			
3	4	5	6	7	8	9
<b>RESERVA NO FORMULÁRIO</b>				<b>GRAVAÇÃO</b>		
10	11	12	13	14	15	16
<b>GRAVAÇÃO RECEBIMENTO</b>		<b>VALIDAÇÃO ENVIO</b>	<b>CORREÇÃO</b>		<b>VEICULAÇÃO</b>	
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

iCalendario.pt

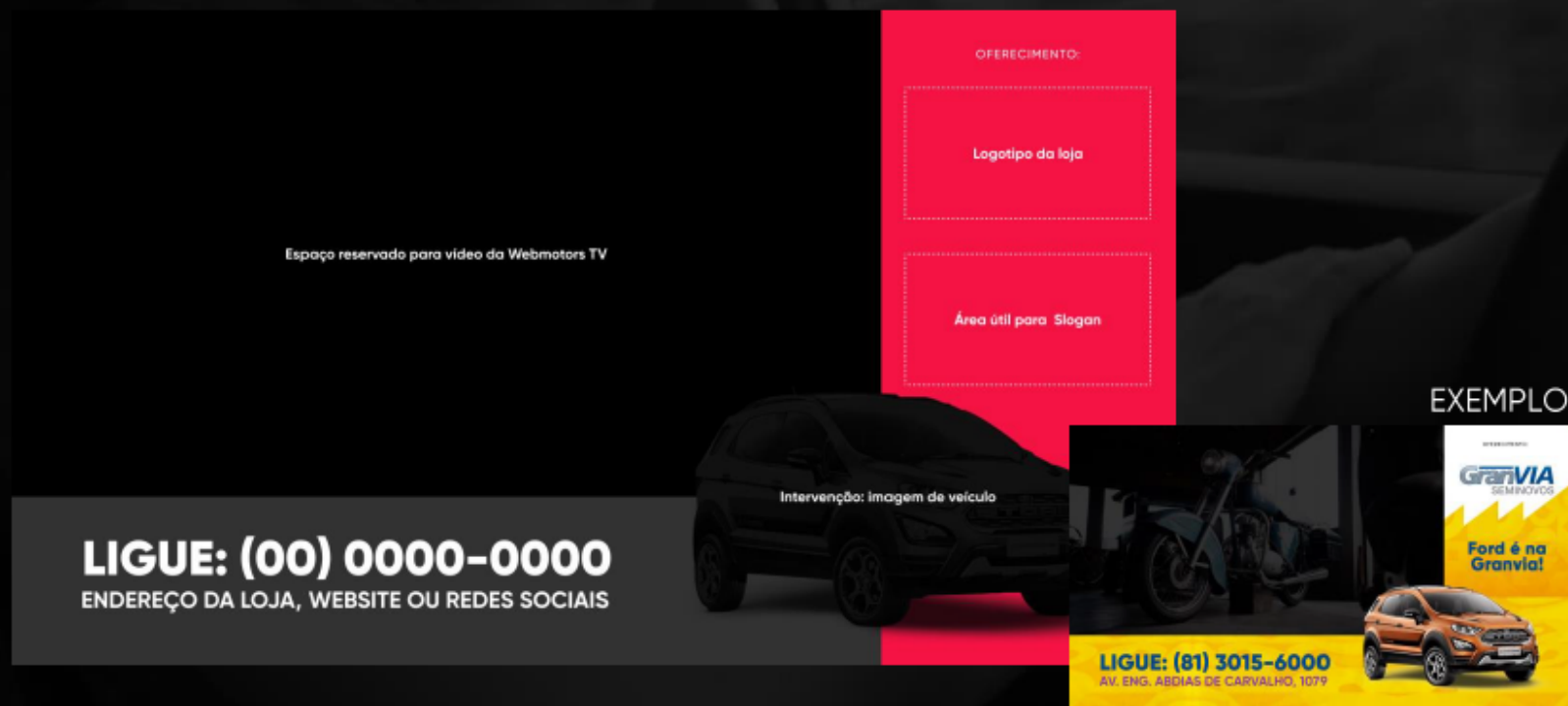
1. As reservas são feitas sempre até a quarta-feira semana anterior à exibição
2. A produtora entra em contato com a loja na quinta/sexta e nos confirma na sexta, pelo grupo, se está tudo ok
3. As gravações são feitas entre sexta até segunda/terça-feira
4. O envio do programa para a emissora é feito na quarta-feira

## GUIDE SELO



EXEMPLO

## GUIDE OFERECIMENTO



# O FLUXO

## SELOS E OFERECIMENTOS

1. O lançamento também é feito no formulário online;
2. A disponibilidade pode ser consultada na grade online, abas SELO e OFERECIMENTO
3. A peça é produzida por nós!
4. Temos um formato padrão, que é alterado apenas: cores, logos e dados da loja
5. A peça será enviada para o comercial apenas para validação da loja
6. O SLA também é até a quarta-feira anterior à exibição



## CHAMADAS

As chamadas são disponibilizadas para download no drive da Webmotors TV, sempre **às quartas-feiras** da semana de exibição do programa;

O download pode ser feito pelo comercial ou pela loja.

## VÍDEOS LOJAS

Os vídeos individuais das lojas ficam disponíveis no mesmo drive, separados em pastas de acordo com as datas dos programas.

Eles são postados sempre entre a quinta e a sexta-feira antecedente ao programa. Ficam disponíveis por 1 mês.

No caso da **MEGA TV**, os vídeos ficam disponíveis no site da Mega por 7 dias após a exibição do programa.

## YOUTUBE

Os programas na íntegra, com as matérias e os intervalos (regionalizados) são postados no canal Webmotors TV sempre **às terças-feiras posteriores** a exibição do programa.

Eles são separados em playlists por praça e podem (E DEVEM) ser compartilhados com as lojas.

# Black List

## **Categorias que não realizamos vendas de espaços publicitários:**

- Sites de Classificados de Veículos;
- Bancos;
- Financeiras;
- Seguradoras e corretoras de seguros;
- Consórcios;
- Bebidas alcoólicas;
- Jogos sociais de cassino;
- Astrologia, magia negra;
- Medicamentos e suplementos;
- Política;
- Religião;
- Sites de perda de peso;

039540023938430

5068

**H** webmotors · tv



5068

**H** webmotors  Santander

50938849828948729