



ESTRELLADO

Quem?



15 anos como referência no entretenimento nacional e internacional com sua cobertura completa e linguagem diferenciada



Tudo sobre o mundo dos astros e estrelas nacionais e internacionais



Bastidores e a programação da televisão aberta e fechada



Moda e a beleza dos famosos



O que?

Celebridades

Estilo

Realities

Séries

Teen

Vídeos

Mais de 30 **páginas especiais** e mais de **700 fichas** de artistas e atrações televisivas que produzem mais de **50 novos conteúdos** diariamente.





Onde e quando?

O **ESTRELANDO** acompanha os principais eventos do Brasil e do mundo em tempo real com um olhar ímpar, oferecendo sempre um conteúdo completo e diferenciado para as coberturas mais importantes do entretenimento, como no Oscar, Emmy, VMA, semanas de moda, entre outros.





MEU NOME NO ESTRELANDO

Como?

- Presente na home e sub homes do R7
- Parceiro MSN Global e Agência Estado
- Linguagem mais próxima do internauta
- Jornalismo de entretenimento
- Publieditorial
- Flexibilidade de formatos



Por quê?

Site Estrelando



Páginas vistas:
+ 17.000.000



Visitantes únicos:
+ 2.500.000



Audiência Mobile:
76%



Tráfego Direto:
35%



Tráfego das Redes Sociais:
32%



Por quê?

Site Estrelando

Sexo

Feminino



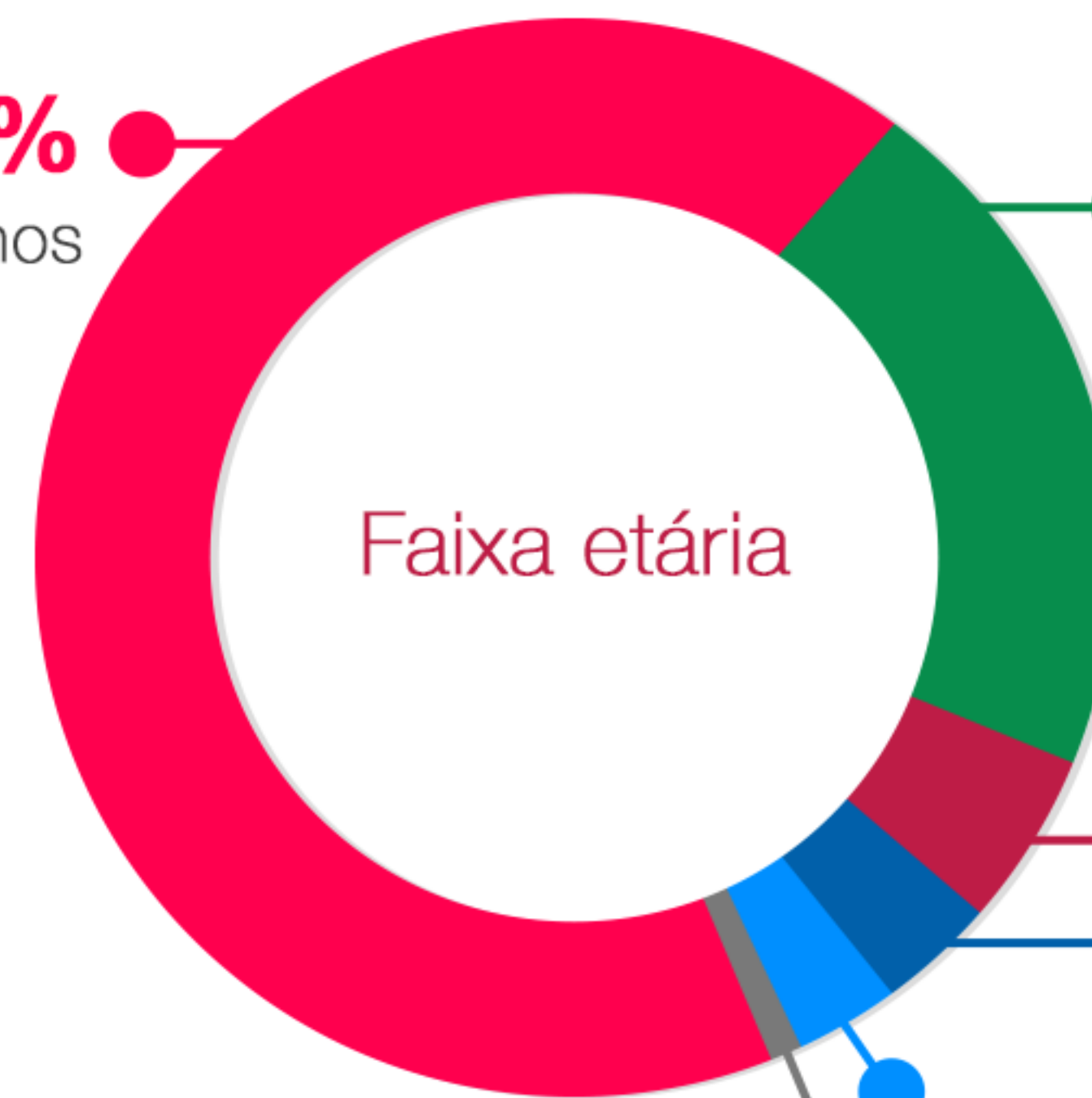
76%

Masculino



24%

35%
25 a 34 anos



28%
35 a 44 anos

8%
18 a 24 anos

14%
45 a 54 anos

4%
mais de 65 anos

11%
55 a 64 anos



A man with a shocked expression, mouth wide open, stands in a waiting area with rows of blue seats. The scene is brightly lit, and other people are visible in the background. The man is wearing a grey polo shirt. The overall atmosphere is one of surprise or alarm.

АHHHHHHHH!!!



Portal Estrelando
@estrelando

- Home
 - Posts
 - Videos
 - Photos
 - About
 - Estrelando Quiz
 - Instagram
 - Twitter
 - Community
 - Groups
 - Info and Ads
- Create a Page



Liked Following Share

Use App

Posts

Portal Estrelando
18 mins ·

Felizmente ela já está melhor!

Community

Invite your friends to like this Page

266,907 people like this

266,142 people follow this

About

www.estrelando.com.br

Entertainment Website

Suggest Edits

Por quê?

Estrelando no Facebook



+ 264.000
curtidas

Sexo

Feminino

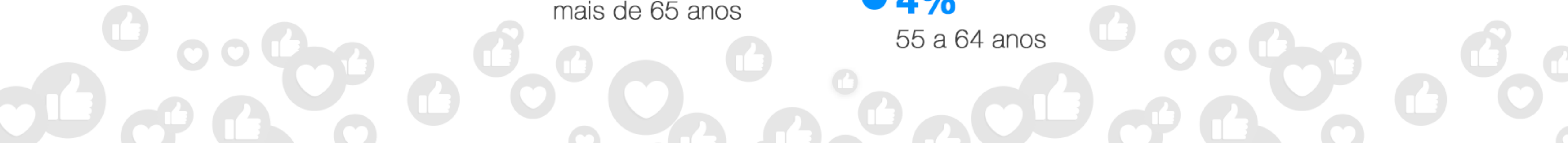
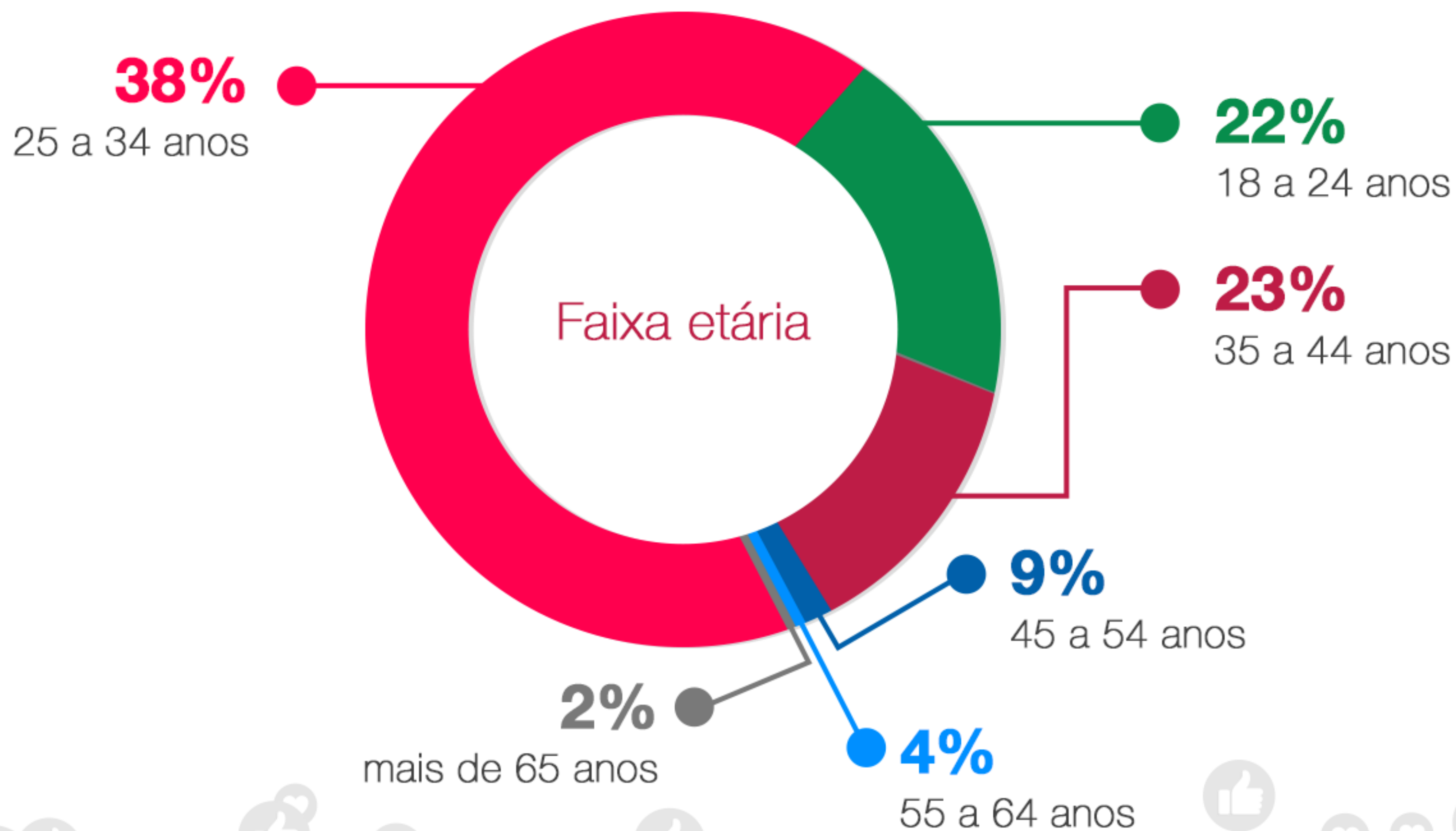


Masculino



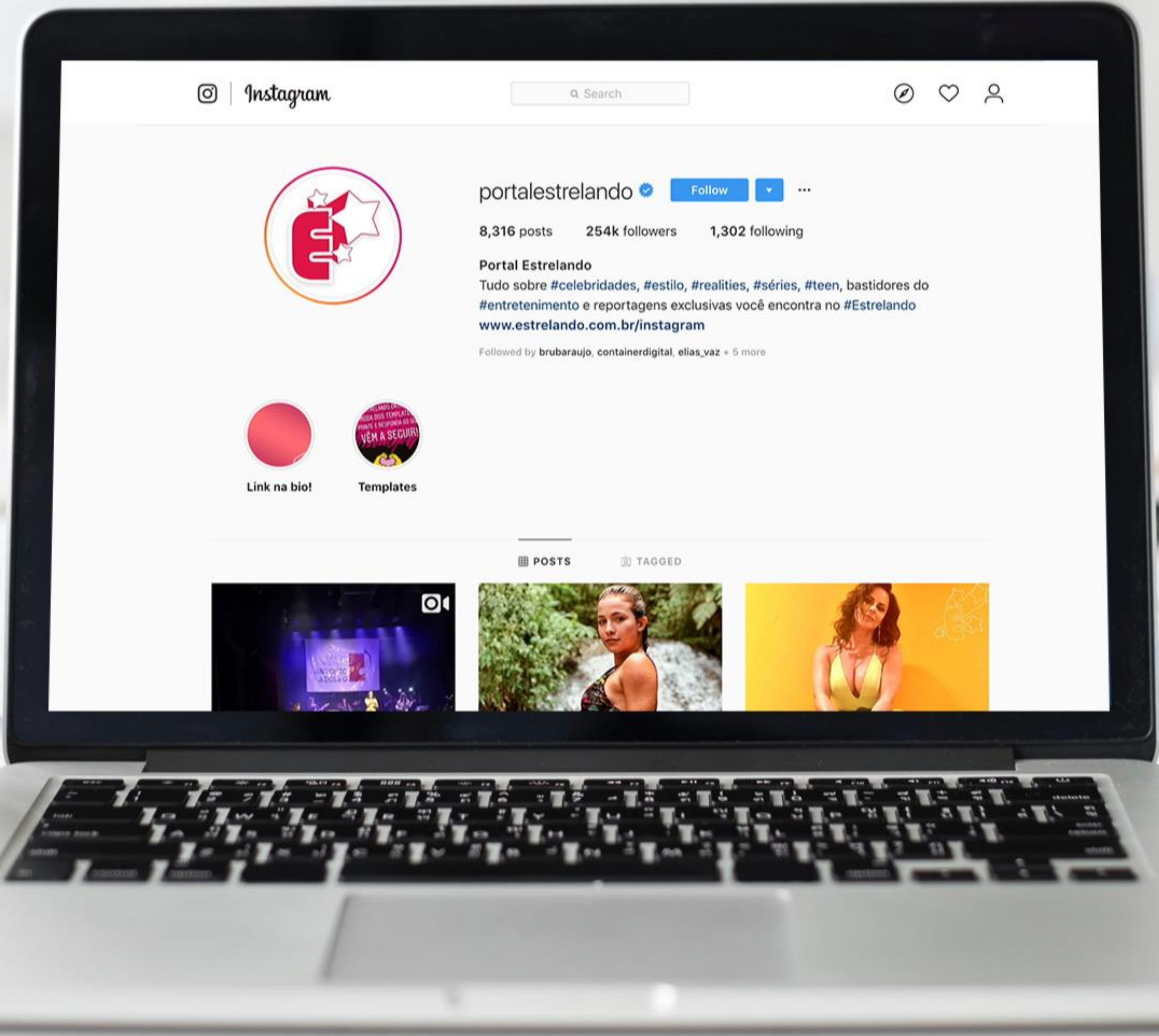
Por quê?

Estrelando no Facebook





GOOD JOB!



Por quê?

Estrelando no Instagram



+ 326.000
seguidores



Alcance semanal
+ 2.500.000

Sexo

Feminino

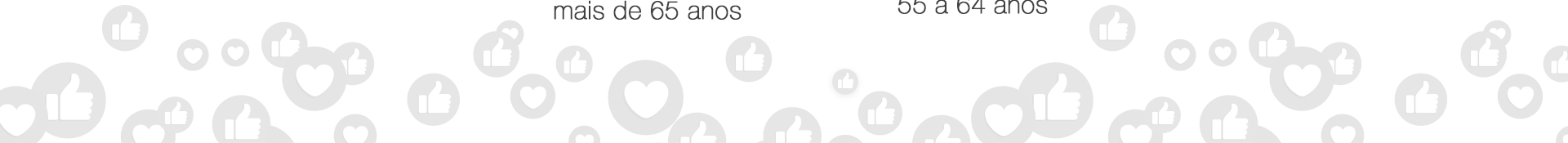
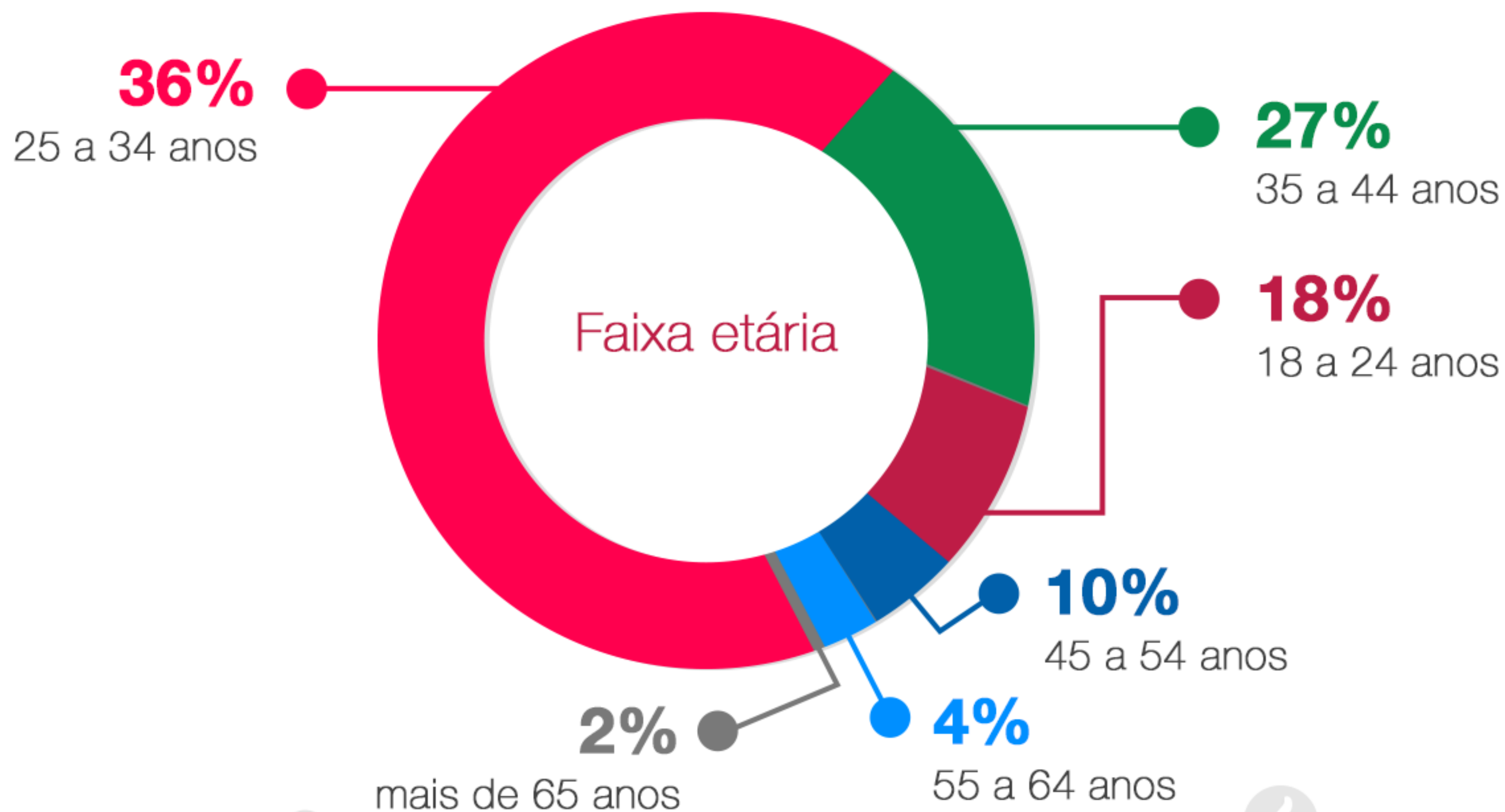


Masculino



Por quê?

Estrelando no Instagram



Por quê?

Estrelando no Twitter



+ 34.000
seguidores





AINDA TEM MAIS!

Cases

Oscar (TNT)

Criação de hot site com notas, ranking e galerias com look and feel do cliente.

A ação publicitária foi complementada com banners.



Cases

H2OH

Com o tema Verão, o Estrelando produziu notícias de famosos e rankings com variações de drinks com a bebida durante a ação.

A home do estrelando ganhou áreas personalizadas para destacar os conteúdos da ação. A ação publieditorial foi complementada com banners.



Cases

Victoria's Secret Fashion Show (TNT)

Para divulgar a exibição do Victoria's Secret Fashion Show, o canal TNT contou com um hot site no Estrelando. A página trazia notas sobre as Angels e galerias e rankings do evento.

Todo o conteúdo produzido era finalizado com informações sobre a exibição do desfile.



Cases

Lux Gotas Douradas

Focado no universo do luxo e do glamour, o Estrelando produziu o hot site Gotas de Beleza para Lux, lançando a nova linha de sabonete líquido da marca. A página contou com notícias, galerias, rankings e ferramenta de votação.

A home do portal ainda ganhou uma personalização na área do menu para promover a ação.



Cases

Miss Universo (TNT)

Criação de hot site com perfis das Misses, notas, ranking e galerias com look and feel do cliente.

A ação publicitária foi complementada com banners.



Cases

Campus Party (Caixa Econômica Federal)

Criação de hot site com notas, ranking e galerias com look and feel do cliente. Cobertura diária do evento e produção de vídeos.

A ação publicitária foi complementada com banners.



Cases

Os Delírios de Consumo de Beck Bloom (Walt Disney)

Criação de conteúdo patrocinado e administração de concurso cultural.

A ação publiceditorial foi complementada com banners.



Cases

A Casa das Coelhinhas (Sony Pictures)

Para a ação de lançamento do filme A Casa das Coelhinhas, além de promover um Concurso Cultural dentro do site, o Estrelando produziu galerias e rankings sobre filme em páginas com a identidade visual da produção.

Os conteúdos especiais ganharam destaque na home do portal em áreas.



Cases

Eu sou o número Quatro (Walt Disney)

Criação de conteúdo patrocinado e administração de concurso cultural.

A ação publiceditorial foi complementada com banners.





QUERO!



Portal Estrelando ✓
@estrelando

- Home
- Posts
- Videos
- Photos
- About
- Estrelando Quiz
- Instagram
- Twitter
- Community
- Groups
- Info and Ads

Create a Page



Like Follow Share ...

Use App

Posts

Portal Estrelando
6 mins ·



Community

See All

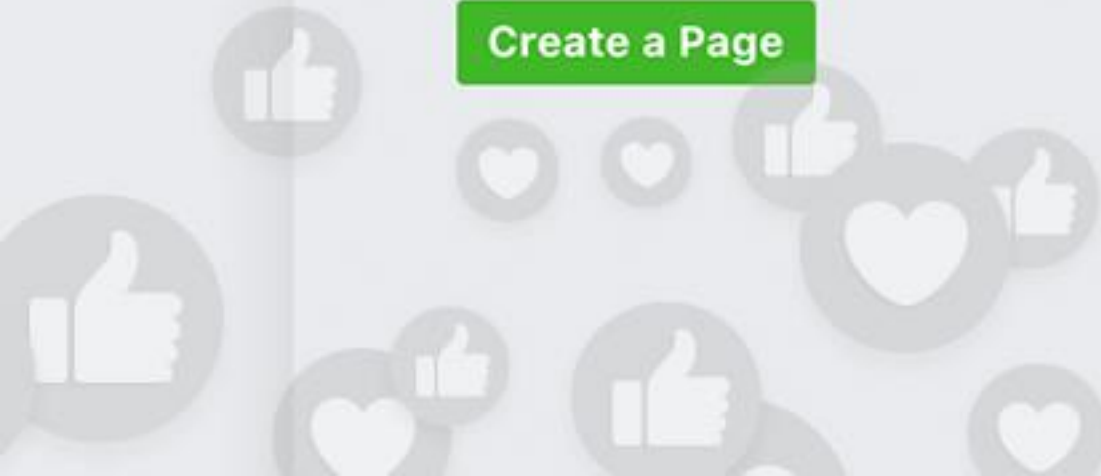
- Invite your friends to like this Page
- 268,138 people like this
- 267,359 people follow this

About

See All

- www.estrelando.com.br
- Entertainment Website
- Suggest Edits

Pages Liked by This Page





Objetivo

Ampliar a visibilidade da marca e intensificar suas ações de relacionamento e fidelização junto ao público do ESTRELANDO.

"O branded content é fundamental, principalmente para o nosso público. Para ter engajamento com a marca, você precisa ter conteúdo, senão, não soa verdadeiro",
Igor Miranda, diretor de vendas e marketing da LATAM Airlines Brasil.





Well, hello!

● Estratégia Digital

- A internet é o principal meio que os consumidores utilizam para planejar suas compras e adquirir produtos e serviços
- Apesar da facilidade, muitos possíveis clientes estão sem tempo para pesquisar e decidir sozinhos, uma estratégia digital impacta positivamente neste processo
- A utilização das redes sociais em uma estratégia digital é fundamental por funcionar como uma ferramenta de influência, que faz com que usuários se sintam mais motivados em adquirir algo com a exposição de fotos, vídeos e posts



Marketing de Conteúdo



Responde as perguntas do público com a criação de conteúdo



Constrói uma relação de confiança entre a marca e o consumidor graças a informações relevantes



Exibição em várias plataformas para atrair o público alvo por vários canais com periodicidade bem definida



Potencializa vendas





NÃO PARA!

Marketing de Conteúdo



Investimento menor



Alcance de público
segmentado



Maior engajamento



Mais interação
com a marca



Comunicação
personalizada



A close-up shot of a man with a mustache and goatee, wearing a dark suit, white shirt, and red tie. He is looking out of a car window with a wide-eyed, shocked expression. The background is a blurred view of a road with a guardrail and some greenery.

Cause we're connected.

Home Moments Search Twitter Have an account? Log in

Sua marca no Estrelando

Tweets 92.3K Following 710 Followers 34.6K Likes 110

Estrelando
@Estrelando
Acompanhe tudo sobre o mundo das celebridades, os bastidores do entretenimento, o estilo dos famosos e reportagens exclusivas
estrelando.com.br
Joined September 2008
36.1K Photos and vídeos

Tweets Tweets & replies Media

Estrelando @Estrelando · 31m
Amiga de Katie Holmes afirma que ela poderia perder a custódia de Suri Cruise por causa da Cientologia: bit.ly/2N4zPoi



New to Twitter?
Sign up now to get your own personalized timeline!
Sign up

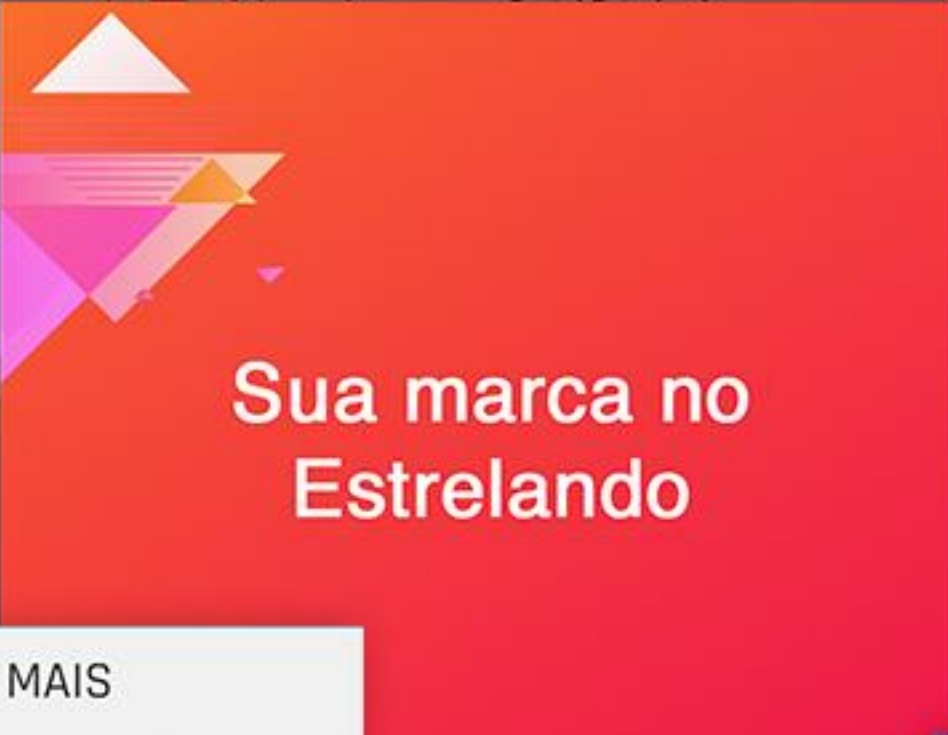
You may also like · Refresh

- ofuxico @ofuxico_oficial
- CARAS Brasil @carasbrasil
- Contigo! @tococontigo

Instagram Search

portalestrelando Follow

8,316 posts 254k followers 1,302 following



portalestrelando · Follow

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



NOTÍCIAS Publicada em 22/12/2018 às 10:20 | Atualizada em 22/12/2018 às 10:28

Saiba detalhes de como será o primeiro Natal de príncipe Harry e Meghan Markle!

O casal participará de tradições da família real

Da Redação

Facebook Twitter Google+ Pinterest



SAIBA MAIS

Sua marca no Estrelando

viagens

- Giovanna Antonelli troca carro por patinete em Lisboa, confira o clique!
- Durante pausa no tratamento das cordas vocais, Juliana Paes posa com Ricardo Pereira em Portugal. Viaje pelo mundo com os famosos!
- Thais Fersoza e Michel Teló mostram pôr do sol da Grécia. Confira as melhores fotos das viagens do casal!

Reynado Gianecchini

fotos

Like Estrelando Twitter @estrelando

Portal Estrelando Home Create



Portal Estrelando @estrelando

Home Posts Videos Photos About Estrelando Quiz Instagram Twitter Community Groups Info and Ads

Create a Page

Liked Following Share Use App

Portal Estrelando 13 mins ·



ESTRELANDO.COM.BR
Bianca Bin surge em foto rara ao lado do amado, Sérgio Guizé, veja!

Community See All

- Invite your friends to like this Page
- 266,958 people like this
- 266,193 people follow this

About See All

- www.estrelando.com.br
- Entertainment Website
- Suggest Edits

Pages Liked by This Page

Portal R7 Like





Concorrência

≡ O GLOBO RIO

Branded content fortalece reputação das marcas

Segunda edição do Conexão RJ discute como as empresas devem se comunicar por meio do conteúdo



POR ABAP

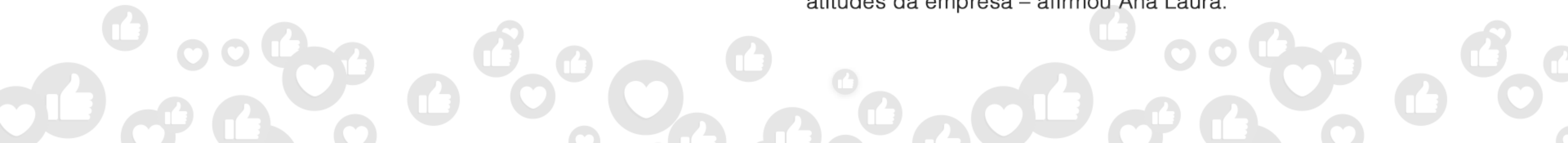
04/05/2018 - 17:17 / Atualizado em 04/05/2018 - 17:27

Conteúdo de responsabilidade do anunciante

O papel do branded content no fortalecimento e reputação de uma marca foi o tema da segunda edição do Conexão RJ, evento que discute os principais desafios de anunciantes, agências e veículos.

O encontro, realizado no auditório da Infoglobo, na quinta-feira, é uma parceria do GLOBO e da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap). Participaram do debate a gerente de marketing da Braskem, Ana Laura Sivieri, o sócio e vice-presidente nacional de criação da NBS, André Lima, o diretor-executivo do G.Lab, Edward Pimenta, e o diretor de desenvolvimento comercial e digital da Editora Globo, Tiago Afonso. Os especialistas concordam que o branded content, associado à publicidade tradicional, gera resultados mais assertivos para o posicionamento de uma marca.

– O conteúdo entra para ajudar as corporações, materializando os benefícios que as empresas podem trazer à sociedade e resgatando a confiança do público. Mas é preciso ter o que contar. Cada história deve estar conectada aos valores e atitudes da empresa – afirmou Ana Laura.



Concorrência

A gerente de marketing da Braskem, uma das empresas brasileiras que mais investem em branded content, mostrou no encontro quatro projetos de diferentes temas e todos divulgados por meio de conteúdo de marca aliado à publicidade tradicional.

O primeiro foi o patrocínio dos atletas paralímpicos brasileiros. A partir de um estudo sobre a evolução das próteses e de como o plástico contribuiu para que se tornassem mais confortáveis e eficientes, fez todo o sentido para a empresa associar-se aos paratletas – muitos deles usuários de próteses. A história de luta de cada um foi mostrada por meio de uma série no Discovery Channel e matérias em revistas como Época e Galileu.

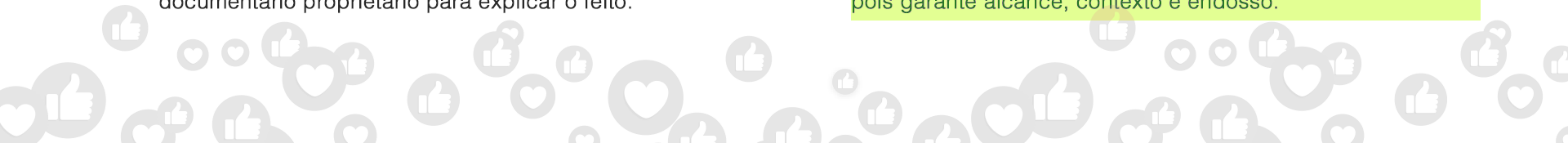
Outro projeto, o Imprimindo o Futuro, tornou a Braskem fornecedora da Nasa de matéria-prima para impressão de objetos com o plástico verde (de origem vegetal) em gravidade zero. A empresa optou por produzir um documentário proprietário para explicar o feito.

Já o Braskem Labs fornece conhecimento para empreendedores que utilizam o plástico na fabricação de seus produtos. E por fim, foi apresentada a Bluevision, plataforma digital de conteúdo próprio que traz uma visão positiva e otimista do planeta. Assuntos como sororidade (aliança e empatia entre as mulheres) até a "privada do futuro", que utiliza menos ou nenhuma água estão na plataforma. E todos eles divulgados por meio de branded content nos principais veículos do país e também nas redes sociais.

Edward Pimenta, que coordena a equipe responsável pela produção de conteúdo nos veículos da Editora Globo, destacou a importância de as empresas ocuparem ambientes seguros para se comunicarem.

– Quando o anunciante se associa a um publisher como O GLOBO e Valor, ele ganha força e credibilidade.

Essa associação faz bem a uma estratégia de comunicação, pois garante alcance, contexto e endosso.



Concorrência

André Lima definiu o branded content como “um tipo de conteúdo relevante para as pessoas, viabilizado por uma marca, de um jeito menos intrusivo e menos interruptivo do que a publicidade, despertando a vontade de ver e compartilhar este conteúdo sem importar se ele é patrocinado ou não”.

O publicitário lembrou que no passado as marcas brigavam pela atenção dos consumidores com seus concorrentes. Hoje brigam com os concorrentes, os milhares de canais de TV, a Netflix, os memes e, acima de tudo, brincou, "com os vídeos de gatinhos".

André destacou quatro princípios que devem ser considerados em qualquer branded content: Propósito – qual o papel da sua marca no mundo?, Atratividade – seu conteúdo é bacana mesmo?, Legitimidade – a prática da empresa sustenta esse tema que você usou? e Relevância – seu conteúdo traz algo bom ou divertido para as pessoas?

O branded content também foi bastante discutido no South by Southwest (SXSW), realizado em março deste ano, como relatou Tiago Afonso, que participou do evento, e fez um resumo sobre o festival que ocorre anualmente em Austin, no Texas (EUA). Apesar da tendência explícita de textos curtos e fragmentados, uma boa história, afirmou, "é aquela que tem o formato e tempo adequados para ser contada".



Concorrência

UOL AD.LAB

MEDIA_LAB

Camila Mateus: como a Volvo Cars surpreendeu no digital com reações do consumidor

Postado em: 19 de setembro de 2017

Divulgação/Volvo



Modelo Volvo XC 60 foi lançado em campanha que envolveu reações dos consumidores

Em vez de apresentar as funcionalidades do Novo XC60 numa campanha tradicional, a Volvo Cars quis mostrar que confia tanto no carro que as reações dos consumidores fariam por si. Idealizada e produzida pela Grey Brasil, a campanha Instant Reactions filmou os consumidores durante o test-drive nos dias 1 e 2 de setembro. Os vídeos foram para as redes sociais da marca e para diversos pontos de São Paulo, como relógios digitais nas ruas e displays em elevadores e no Shopping JK, quase em tempo real. “A gente equipou o carro com câmera e microfone e ficou numa ‘sala de guerra’, onde monitorava as reações. Elas eram tão positivas que foi difícil de escolher”, conta Camila Mateus, gerente-executiva de marketing da Volvo Cars, que coordenou o lançamento do modelo no Brasil.

Os números mostraram o acerto da estratégia, segundo ela. Além do aumento de busca pelo modelo nos pontos de venda, o resultado de visitas ao site foi 321% maior do que a média do mesmo período no ano anterior. E, dentro da plataforma, o uso do simulador de configurações do modelo cresceu 1.272%. No Stories, do Instagram, onde a marca transmitiu a ação, foram mais de 195 mil views: o melhor resultado do ano.

Concorrência

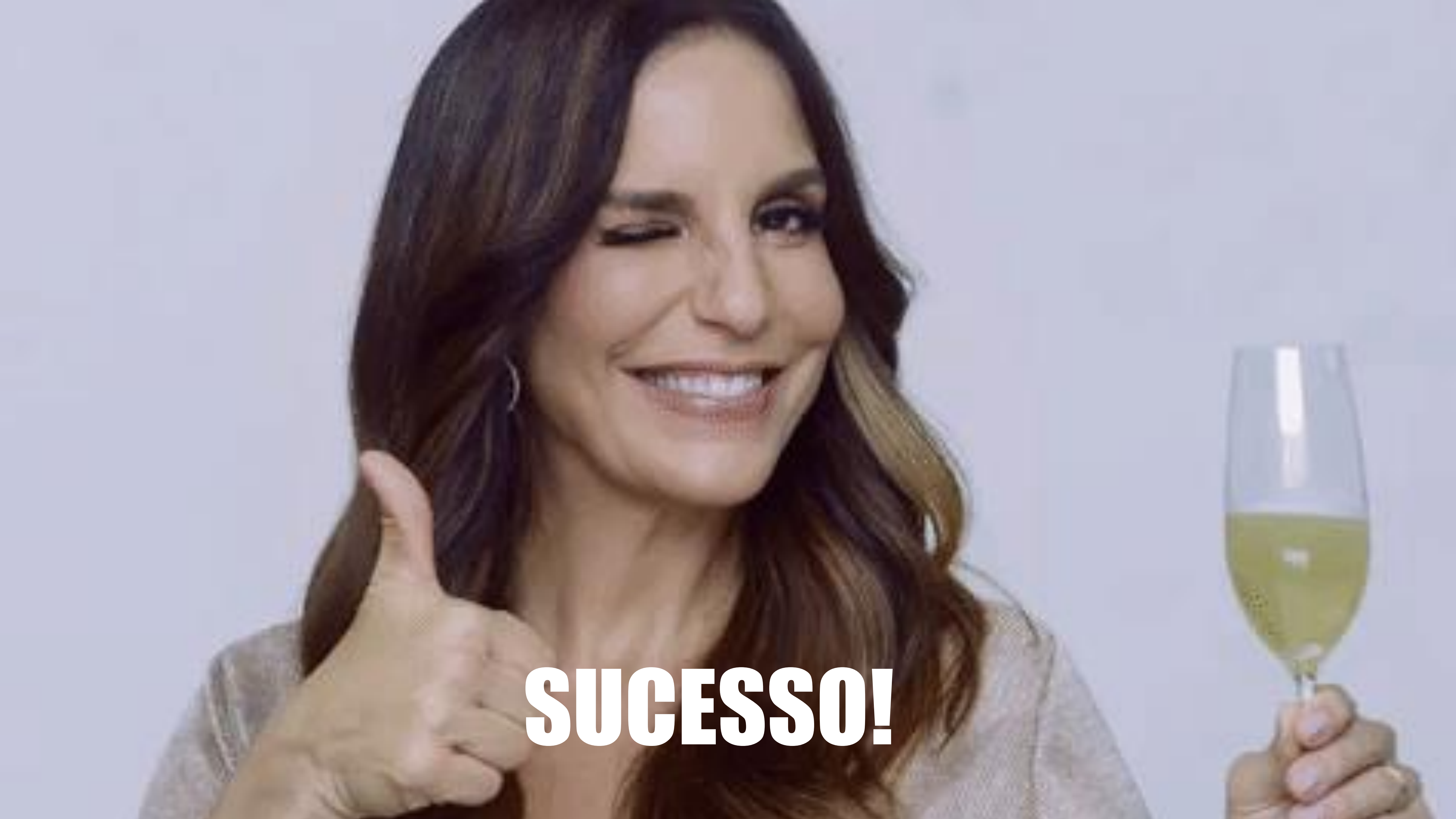
Ao unir o test-drive nas concessionárias à divulgação no digital e em espaços da cidade, a campanha reflete a multicanalidade da marca. “A gente entende que consumidor é um só, é multicanal. A gente faz um investimento considerável e crescente em digital, e acredita que a composição dos meios de comunicação vai entregar o melhor resultado possível.”

E isso inclui a geração de conteúdo de marca em contextos relevantes. “O nosso público consome muito conteúdo. Por que não entregar para ele um conteúdo relevante que seja aderente ao que ele está buscando no meio em que ele está? Cada vez mais nossos produtos vêm com muita tecnologia, e esse é um assunto muito gostoso de abordar. E a gente aproveita a audiência quando demonstra isso em outros meios e não só nos nossos canais.” Em parceria com o UOL, a Volvo Cars realizou uma ação de branded content logo depois que o modelo foi coroado revelação global no Salão de Genebra.

Missão digital

Na Volvo Cars desde 2014, Camila recebeu a missão de olhar para o digital e o social quando chegou à companhia como gerente de marketing. O desafio se ampliou desde fevereiro deste ano, quando assumiu o posto de gerente-executiva de marketing. Agora, ela é também responsável pelas campanhas e lançamentos e estreou na posição já com o desafio de lançar a segunda geração do XC60 no Brasil, o best-seller global da marca. “Nunca teve tantas frentes envolvidas num período tão curto.” Além de alinhar a campanha com a agência, ela coordenou um grande evento de lançamento, que contou com um centro de experiências e ações específicas para colaboradores, rede de concessionários e imprensa. O próximo desafio será o lançamento do XC40.





SUCCESSO!

Contato

Priscila Oliveira



poliveira@containerdigital.com.br



11 5627-7576



A woman with long, wavy brown hair is smiling and looking towards the camera. She is wearing a black, long-sleeved, form-fitting dress with a white beaded necklace and large white earrings. The background is a vibrant green with a pattern of small white confetti or stars. The text 'ESTRELANDO' is positioned above the main text, featuring a red and white starburst graphic.

ESTRELANDO

OBRIGADO!