

“Olá,

vamos juntos?



“Nosso negócio é descobrir o melhor caminho

Entregamos soluções feitas sob medida às necessidades dos nossos clientes.

 Grupo iG - O Dia



“Perfil do usuário O Dia

11 MM

Usuários Únicos



Identidade de gênero



51%

Homens



49%

Mulheres

Acesso



9%

Desktop



91%

Mobile

Classe social

Classe AB

68%

Classe C

22%

Classe DE

10%

Idade

18-24:

17%

25-34:

23%

35-44:

21%

45-54:

14%

55-64:

13%

+65:

12%

% por região

Norte

8%

Nordeste

12%

Centro-Oeste

3%

Sudeste

69%

Sul

8%

Fonte: GA, média Q2/2022

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022



Grupo iG - O DIA

“Quem acessa O Dia

Intenção de Compra



1. Negócios e Serviços
(Afinidade - 0,95x)



2. Economia e Finanças
(Afinidade - 1,55x)



3. Saúde
(Afinidade - 1,55x)



4. Casa e Construção
(Afinidade - 1,33x)



5. Veículos
(Afinidade - 1,31x)

Fonte: Navegg, compilado Q2/2022

Assuntos de interesse



1.

Notícias
Afinidade 0,47x



2.

Entretenimento
Afinidade 0,43x



3. Esportes
Afinidade 0,59x



4. Carreira e
Educação
Afinidade 1,59x



5. Economia e
Finanças
Afinidade 0,65x



6. Negócios
Afinidade 0,64x

Afinidade com marcas



1.

Veículos
Afinidade 0,60x



2.

Eletrônicos
Afinidade 0,61x



3.

Eletrodomésticos
Afinidade 0,67x

“Perfil do usuário iG

60MM

usuários únicos



Identidade de gênero



41%
Homens



59%
Mulheres

Acesso



8%
Desktop



92%
Mobile

Classe social

Classe AB
65%

Classe C
27%

Classe DE
8%

Idade

18-24:	17%
25-34:	23%
35-44:	21%
45-54:	15%
55-64:	13%
+65:	11%

% por região

Norte	12%
Nordeste	15%
Centro-Oeste	5%
Sudeste	53%
Sul	15%

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



6. Comidas e Bebidas
Afinidade 0,59x

Afinidade com marcas



1. Veículos
Afinidade 0,52x



2. Eletrônicos
Afinidade 0,67x



3. Eletrodomésticos
Afinidade 0,64x

“Perfil do usuário Meia Hora

1MM

Usuários Únicos



Identidade de gênero



53%
Homens



47%
Mulheres

Acesso



14%
Desktop



86%
Mobile

Idade

18-24:	14%
25-34:	26%
35-44:	26%
45-54:	14%
55-64:	12%
65+	8%

% por região

Norte	9%
Nordeste	12%
Centro-Oeste	8%
Sudeste	60%
Sul	11%

Fonte: GA, média Q2/2022



Grupo iG - Meia Hora

“Soma das audiências do Grupo iG



60MM

Usuários únicos

Um dos maiores portais de notícias do Brasil

O DIA

11MM

Usuários únicos

Mais importante jornal das classes BC do RJ

HORA
MEIA

1MM

Usuários únicos

Líder na Baixada Fluminense e comunidades do RJ

Alcance aproximado ~72MM



Grupo iG - O DIA

Fonte: GA, média Q2/2022



“Entregas de **comunicação** personalizadas

Entrega de
mídia

Awareness e
consideração

Entrega de
conteúdo

Mídia

/SUSTENTAÇÃO
/ALTO IMPACTO

Conteúdo

/PUBLIEDITORIAL



Grupo iG - O DIA

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

“Obrigado!”

