



**MÍDIA KIT '24**

# Nossas marcas e plataformas proprietárias:



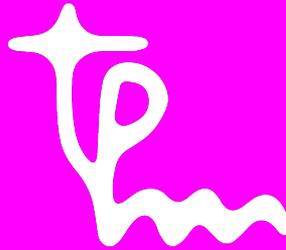
SITE

REDES SOCIAIS

TRIP FM

TRIP TV

TRIP TRANSFORMADORES



SITE

REDES SOCIAIS

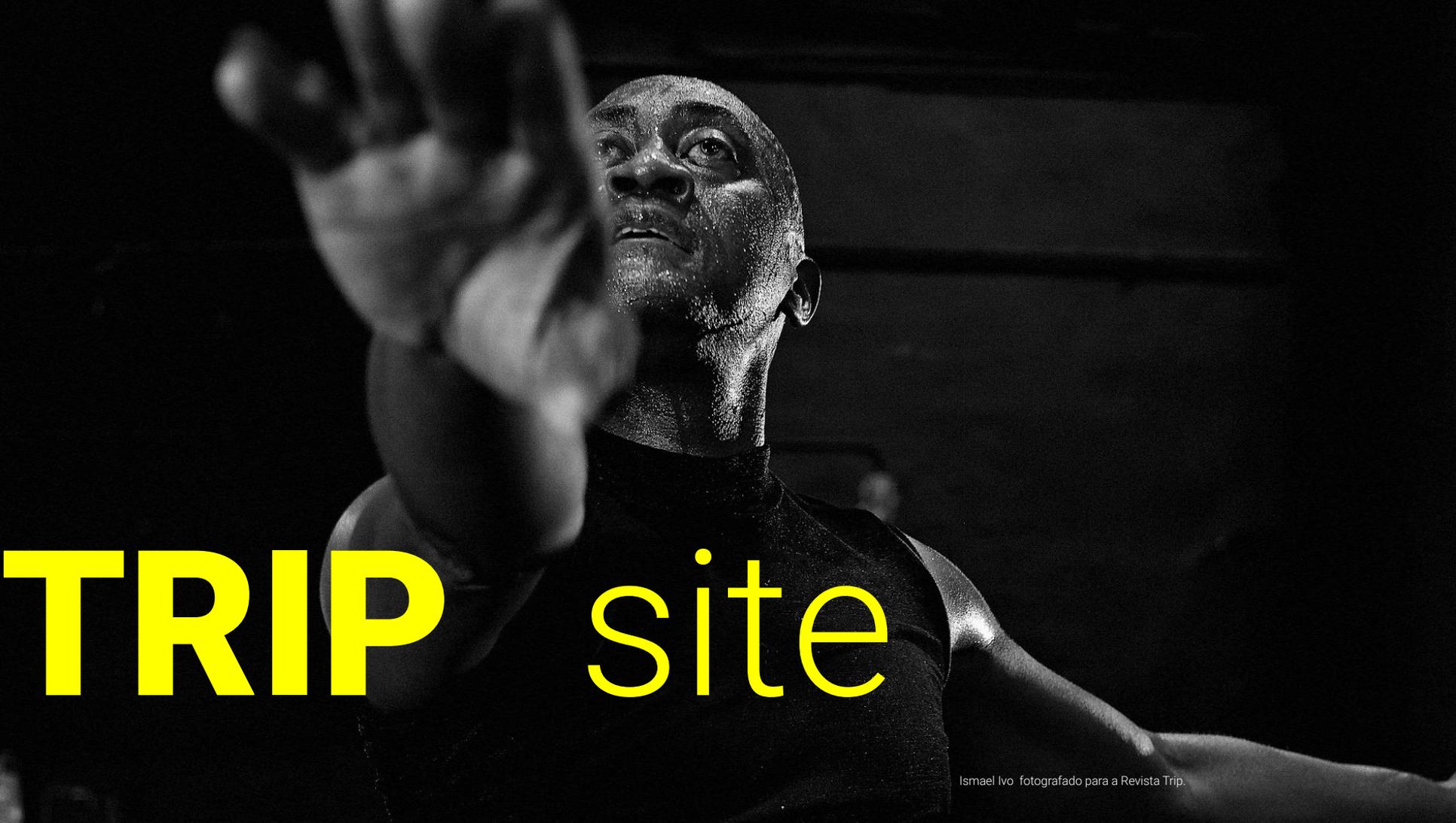
CASA TPM

TRIP

# A Trip é um experimento permanente que há 4 décadas traz para o debate os assuntos que realmente importam.

Da política ao sexo, da cultura de praia às novas relações com o trabalho, da alimentação às drogas, da segurança pública ao ativismo.

Independentemente do formato e do canal, impactamos milhões de pessoas, provocando reflexões e construindo um diálogo inteligente e interessante que possa contribuir, ainda que modestamente, para a evolução de cada um de nós.



**TRIP** site

Ismael Ivo fotografado para a Revista Trip.

## Dados gerais de acesso

# Site

de 17/03 à 15/06

**493.186**

sessões

**00:01:01**

duração média da sessão

**590.772**

visualizações

**200.000**

média de acessos por mês

# Perfil de audiência

## Site

**56%**

Mulheres

**44%**

Homens

### Faixa Etária:

18 a 24 anos	<b>34%</b>
25 a 34 anos	<b>25%</b>
35 a 44 anos	<b>15%</b>
45 a 54 anos	<b>12%</b>
55 a 64 anos	<b>7%</b>
65+	<b>6%</b>

### Temas mais relevantes para a audiência:

Esporte

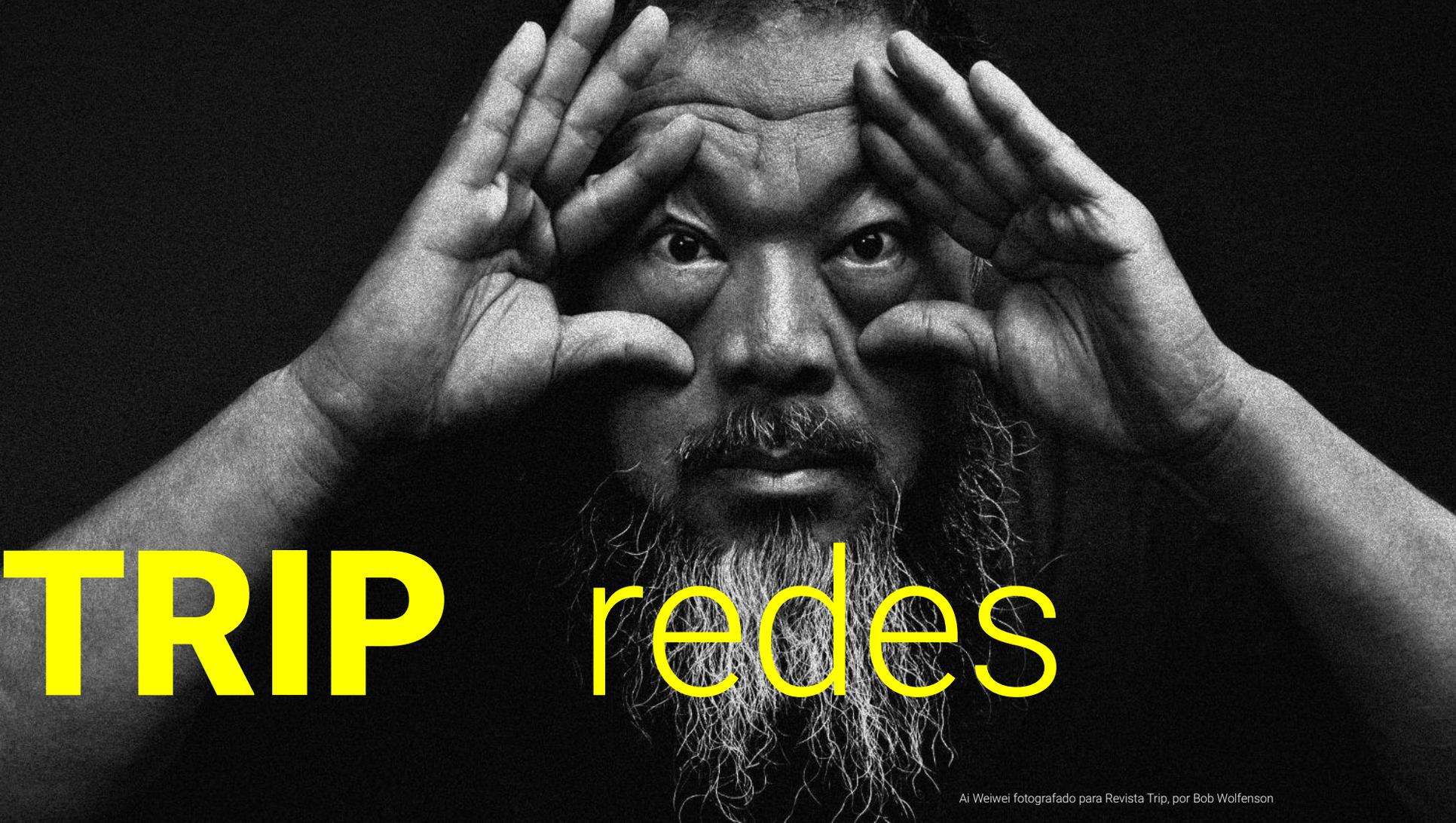
Cinema

Tecnologia

Música

Viagem

Estilo de vida

A black and white photograph of Ai Weiwei. He is looking directly at the camera with a serious expression. His hands are raised to his eyes, with his fingers spread, framing his face. He has a long, full beard and mustache. The background is dark and out of focus.

# TRIP redes

Ai Weiwei fotografado para Revista Trip, por Bob Wolfenson



@revistatrip

# Perfil

## Faixa Etária:

13 a 17	1%
18 a 24	8%
25 a 34	34%
35 a 44	35%
45 a 54	17%
55 a 64	5%
65+	2%

## Temas mais relevantes para a audiência:

TRABALHO  
MASCULINIDADE  
CULTURA  
SEXO  
DIVERSIDADE

INSTAGRAM @revistatrip hoje: **425 mil seguidores**

## Últimos 90 dias

de 17/03 à 15/06

**19,8 mil**

novos seguidores (saldo)

**22,7 milhões**

impressões

**1,1 milhão**

contas com engajamento

*+23% em relação ao trimestre anterior*

**8,9 milhões**

contas alcançadas

*+54% em relação ao trimestre anterior*

**2,6 milhão**

interações com o conteúdo

*+23% em relação ao trimestre anterior*

INSTAGRAM @revistatrip hoje: **425 mil** seguidores

## Como as interações se dividem

de 17/03 à 15/06

**1,3 milhão**

curtidas

**110 mil**

salvamentos

*+12% em relação ao trimestre anterior*

**+6%**

dos leitores que interagiram com o conteúdo compartilharam com alguém  
*março/abril/maio/junho*

**22 mil**

comentários

*+13% em relação ao trimestre anterior*

**157 mil**

compartilhamentos



**Facebook**

**376 mil**  
seguidores

**324 mil**  
alcance



**Twitter**

**537 mil**  
seguidores

**+30,1 mil**  
impressões



**Pinterest**

**3,1 mil**  
seguidores

**+447 mil**  
alcance

**+647 mil**  
impressões

**+26,9 mil**  
interações + engajamentos

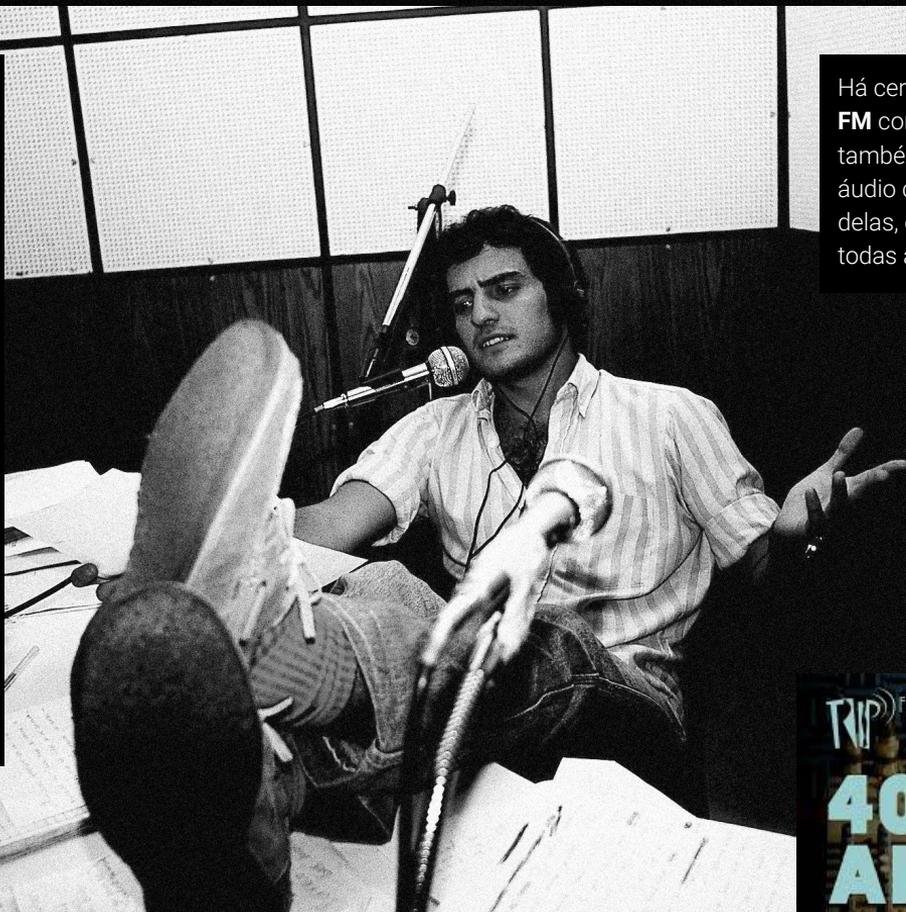


A nossa voz.  
Do rádio para o alcance  
planetário do podcast,  
videocast e do streaming

**TRIP** fm

Caco Barcellos, homenageado pelo prêmio Trip Transformadores, fotografado por Pedro Dimitrow

Nosso projeto mais longo, o talk show **Trip FM** completa em 2024 incríveis 40 anos no ar e segue firme na plataforma onde nasceu, o rádio. Nossa parceria de quase duas décadas com uma das mais prestigiadas emissoras de FM do Brasil, a rádio Eldorado, braço do Grupo Estado, nos leva duas vezes por semana às casas, aos carros, aos computadores e fones de ouvido de centenas de milhares de ouvintes, tanto em São Paulo quanto ao redor do mundo, para os fãs da emissora que a sintonizam através do aplicativo. Também mantemos outras parcerias com emissoras de FM no Rio Grande do Sul, no Ceará e em Minas Gerais.



Paulo Lima, sócio-fundador da Trip, em uma das primeiras gravações do Trip FM, que estreou em 1984

Há cerca de 5 anos, as entrevistas do **Trip FM** começaram a ser disponibilizadas também nas plataformas de streaming de áudio como Deezer e Spotify. Através delas, o alcance da nossa voz extrapolou todas as melhores expectativas.



Segundo o relatório de audiência de podcasts do Spotify de 2022, o crescimento do **Trip FM** foi de 70% em relação a 2021, em número de seguidores. O mais importante é que nossos fãs são engajados e somos altamente compartilhados. De todos os podcasts do Spotify (são literalmente milhões), ficamos entre os 1% mais compartilhados.

Paolla Oliveira, Charles do Bronx, Celso Athayde, Dado Villa Lobos, Fábio Porchat, Barbara Gancia, Flora Gil, Gil do Vígor, Leandro Karnal, Lília Cabral e Denise Fraga, são apenas alguns dos convidados que passaram recentemente pelo microfone do **Trip FM** em conversas marcantes e inspiradoras.

# 2,1 milhões

ouvintes impactados na Rádio Eldorado

# 16 mil

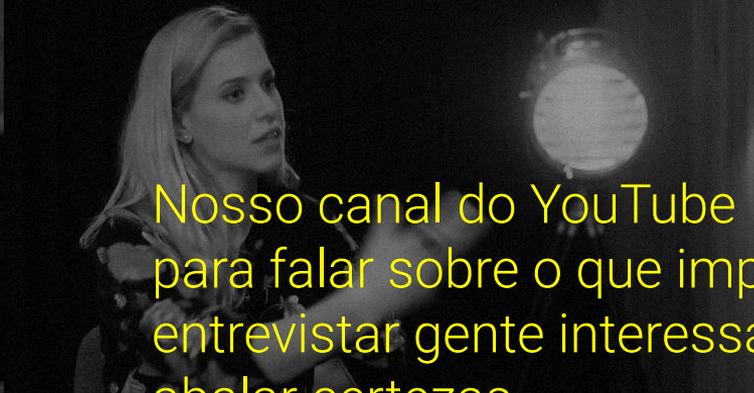
ouvintes da plataforma colocam o Trip FM em seu Top 10 entre todos os podcasts disponíveis

# 78 mil

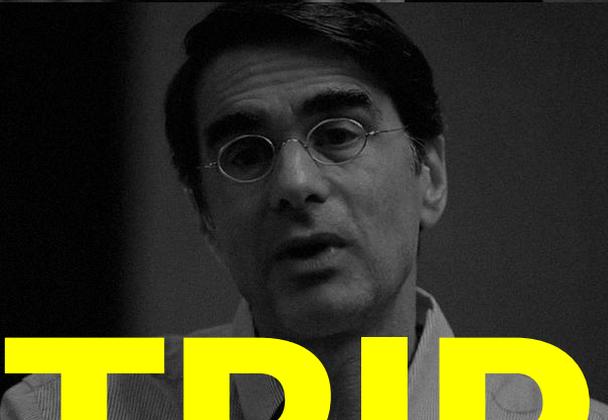
ouvintes únicos no Spotify em 2023

ELDORADOFM  
**107.3**





Nosso canal do YouTube para falar sobre o que importa, entrevistar gente interessante e abalar certezas.



**TRIP**

tv



Audiência

# Performance

(29/04 à 27/07)

**506 mil**

inscritos

**3min25s**

de duração média da visualização

**+70 milhões**

visualizações

**+13,1 milhões**

horas de tempo de exibição

**+2,5 milhões**

de impressões

# Perfil

**31% MULHERES**  
**69% HOMENS**

**1% 13 A 17 ANOS**  
**17% 18 A 24 ANOS**  
**29% 25 A 34 ANOS**  
**24% 35 A 44 ANOS**  
**15% 45 A 54 ANOS**  
**9% 55 A 64 ANOS**  
**5% + 65 ANOS**

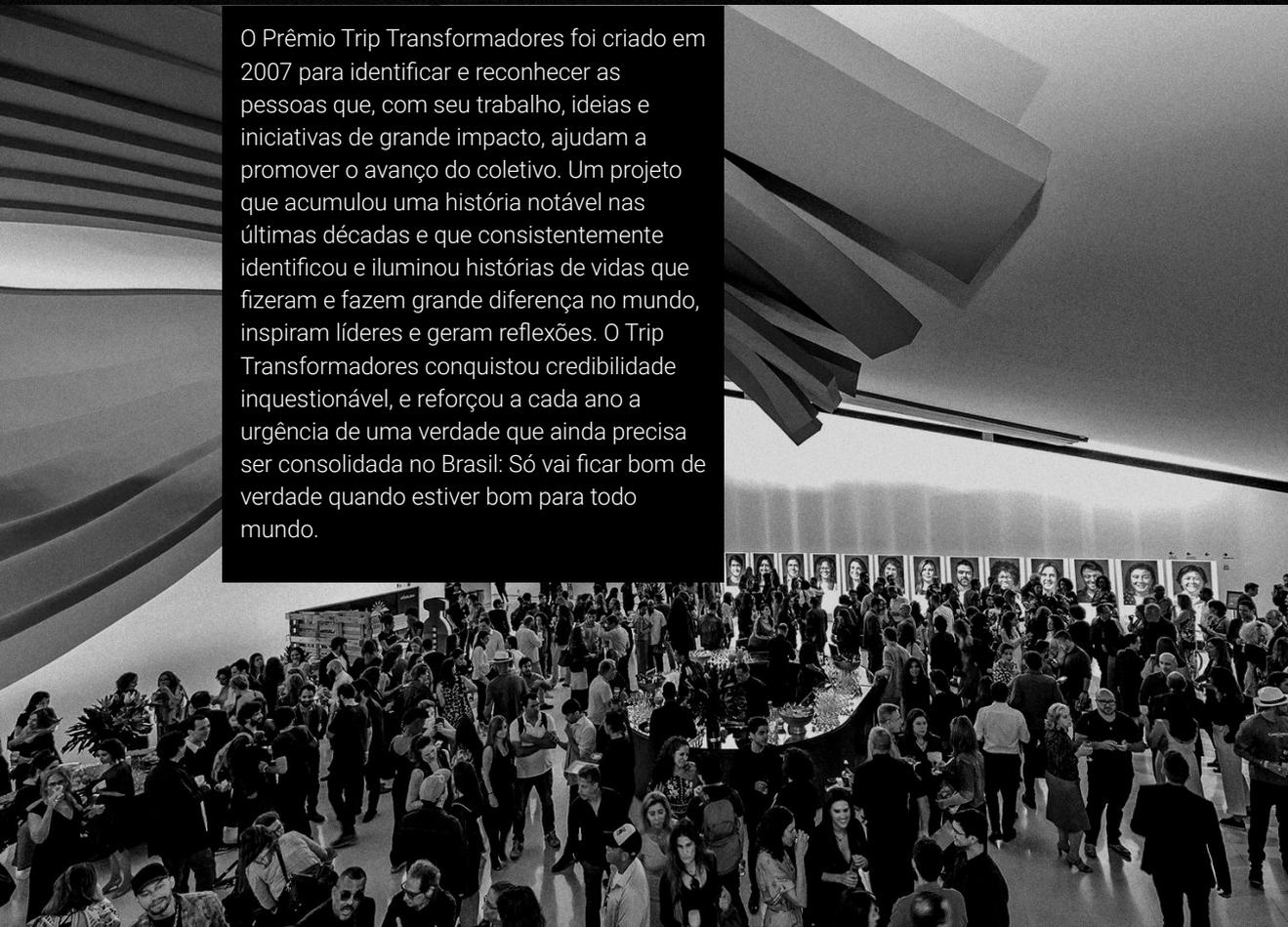


Pessoas especiais, autênticas  
e que promovem uma nova  
maneira de agir e pensar

**TRIP**

transformadores

O Prêmio Trip Transformadores foi criado em 2007 para identificar e reconhecer as pessoas que, com seu trabalho, ideias e iniciativas de grande impacto, ajudam a promover o avanço do coletivo. Um projeto que acumulou uma história notável nas últimas décadas e que consistentemente identificou e iluminou histórias de vidas que fizeram e fazem grande diferença no mundo, inspiram líderes e geram reflexões. O Trip Transformadores conquistou credibilidade inquestionável, e reforçou a cada ano a urgência de uma verdade que ainda precisa ser consolidada no Brasil: Só vai ficar bom de verdade quando estiver bom para todo mundo.



O Auditório Ibirapuera (à esq.), em São Paulo, foi palco das premiações do Trip Transformadores, sempre permeadas por atrações musicais como a cantora Josyara (à dir.)

# Entre em contato com a gente e saiba como fazer parte.

Algumas marcas que já se envolveram com a iniciativa:

 Santander



oBoticário



**Colgate**

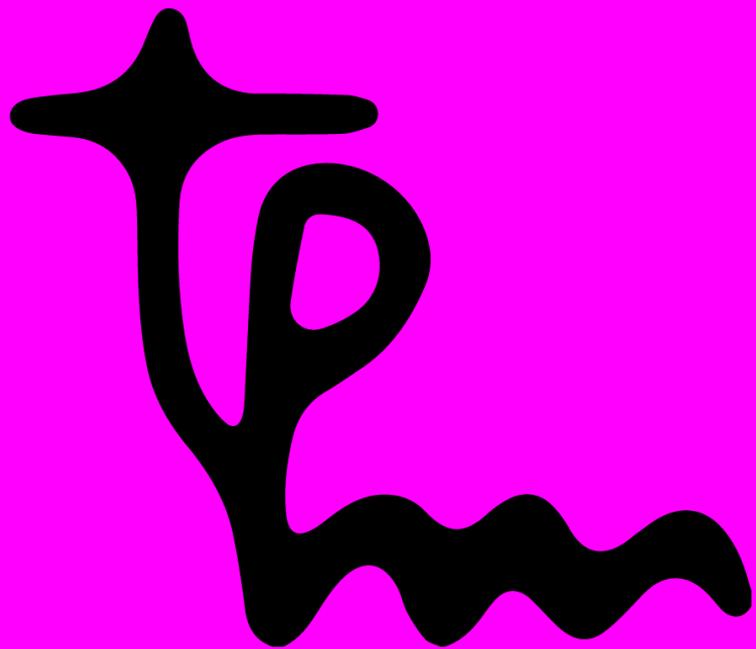
**Jeep**



**ambev**



**DANONE**



# A TPM nasceu em 2001, como uma revista feminina diferente de todas as outras.

Muita coisa mudou no mundo desde então, hoje, TPM no Instagram é certamente uma das mais relevantes influenciadoras do ecossistema feminino nas redes brasileiras. Não só pelos milhares de seguidores, mas especialmente pelas taxas de engajamento, provavelmente o indicador mais relevante de sucesso digital, que atingem índices só comparáveis aos maiores influenciadores da internet brasileira. O que indica um nível de intimidade, confiança e respeito na relação entre marca e seguidores muito superior à maioria das marcas posicionadas para o universo feminino. O mesmo nível de audiência e de impacto pode ser visto nas outras redes sociais importantes.

A black and white close-up portrait of a woman with long, wavy hair, smiling and looking slightly to the left. The lighting is dramatic, highlighting her face against a dark background.

**TPM** site

dados gerais de acesso

# Site

de 17/03 à 15/06

**493.186**

sessões

**00:01:01**

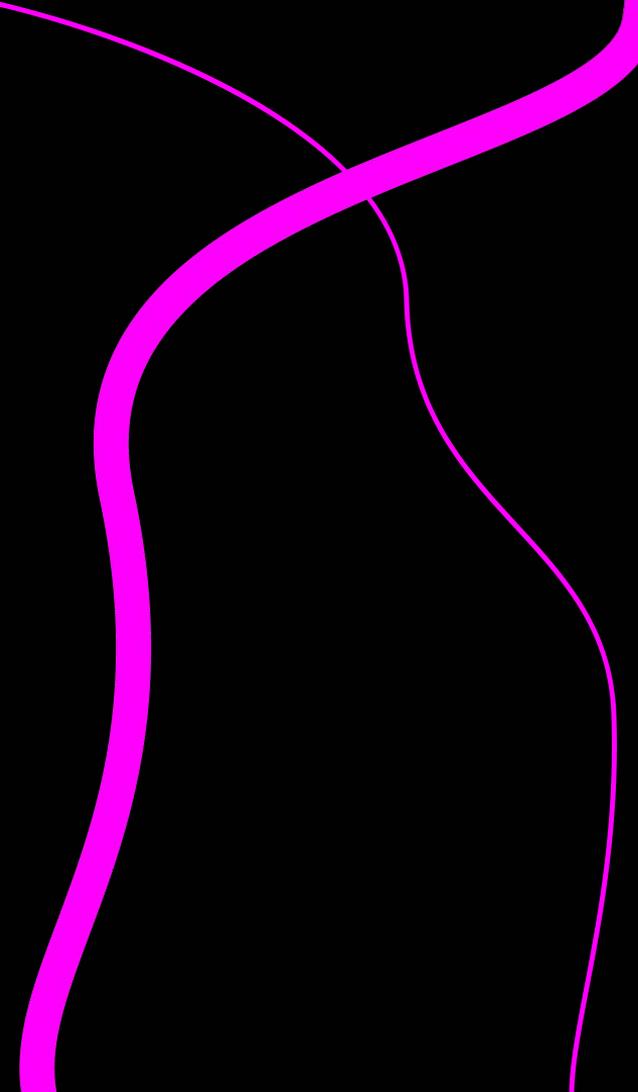
duração média da sessão

**590.772**

visualizações

**200.000**

média de acessos por mês



# Perfil de audiência

## Site

**56%**

Mulheres

**44%**

Homens

### Faixa Etária:

18 a 24 anos	<b>34%</b>
25 a 34 anos	<b>25%</b>
35 a 44 anos	<b>15%</b>
45 a 54 anos	<b>12%</b>
55 a 64 anos	<b>7%</b>
65+	<b>6%</b>

### Temas mais relevantes para a audiência:

Esporte

Cinema

Tecnologia

Música

Viagem

Estilo de vida



# TPM redes

Mari Lobo fotografada na Casa Tpm 2023, na OCA, por Julia Mataruna



### Faixa Etária:

13 a 17	1%
18 a 24	9%
25 a 34	37%
35 a 44	36%
45 a 54	14%
55 a 64	4%
65+	2%

### Temas mais relevantes para a audiência:

CORPO

SORORIDADE

RELACIONAMENTO

MATERNIDADE

SEXO

INSTAGRAM @revistatpm hoje: **757 mil** seguidores

## Últimos 90 dias

de 17/03 à 15/06

**14,3 mil**

novos seguidores (saldo)

**32 milhões**

impressões

*+3% em relação ao trimestre anterior*

**838 mil**

contas com engajamento

**5,9 milhões**

contas alcançadas

*+60% em relação ao trimestre anterior*

**3,7 milhões**

interações com o conteúdo

INSTAGRAM @revistatpm hoje: **757 mil** seguidores

## Como as interações se dividem

de 17/03 à 15/06

**2,6 milhão**

curtidas

**197 mil**

salvamentos

**+7%**

dos leitores que interagiram com o conteúdo compartilharam com alguém

*março / abril / maio / junho*

**35 mil**

comentários

**185 mil**

compartilhamentos



**Twitter**

**169 mil**  
seguidores

**+70 mil**  
impressões



**Pinterest**

**10,3 mil**  
seguidores

**+476 mil**  
alcance

**+698 mil**  
impressões

**+29 mil**  
interações + engajamentos



**Youtube**

**8,8 mil**  
seguidores

**+402 mil**  
visualizações

**+72,6 mil**  
impressões

**+759 mil**  
horas de tempo de exibição



Pode entrar, a casa é sua

# TPM casa tpm

A Casa Tpm é um projeto multiplataforma que nasceu a partir do DNA da Revista Tpm para discutir os principais temas do universo feminino com profundidade e irreverência. Pelo décimo primeiro ano, vamos reunir as mulheres mais inspiradoras do país em conversas únicas e vibrantes. Apoiar a Casa Tpm é conectar sua marca com um universo formador de opinião, participativo e ávido por informação, reflexão e diversão. Abrimos as portas da nossa casa para receber a sua marca e convidados formadores de opinião para uma experiência absolutamente inspiradora.



**FORMATOS &**



Digital (Trip & Tpm)

# Mídia display site

R\$ 177

1. ARROBA | 300x250 px ROS |  
desktop e mobile CPM

R\$ 177

2. HALFPAGE | 300x600 px ROS  
desktop | matérias mobile CPM

**1**

APRESENTADO POR WARREN

**BÊ-A-BÁ PARA A COMPRA DO PRIMEIRO IMÓVEL**

Ter uma casa só sua é o sonho de muita gente. Mas será que só quem tem muita grana consegue chegar lá?

TRIP / WARREN / DINHEIRO / ECONOMIA / CASA

19 MIN PARA LER

**2**

COMO TREINAM OS SURFISTAS GABRIEL MEDINA E ITALO FERREIRA

Conversamos com os preparadores físicos dos surfistas para entender como é o treinamento dos atletas da elite do esporte

TRIP / SURF / ESPORTE / CORPO / ALIMENTAÇÃO

20 MIN PARA LER

**1**

SUA PELE **2X** MAIS SECA

Tecnologia Wet Block®

Barreiras antivazamento

BR/FRAL

Moviment

Conforto agora

**2**

sempre nova

meu passo é livre e faz história

Digital (Trip & Tpm)

# Mídia display site

R\$ 177

3. SUPERBANNER | 728x90 px  
ROS | desktop CPM

R\$ 2,00

4. VÍDEO | 480x360v ROS |  
desktop CPV

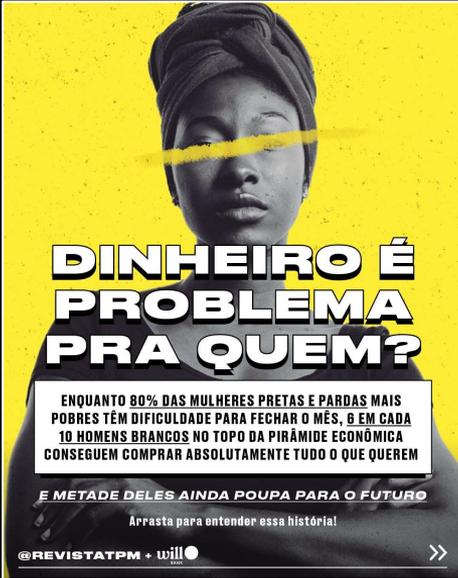


Digital (Trip & Tpm)

# Publipost nas redes sociais

R\$ 29.628

veiculação de conteúdo  
customizado para a marca nos  
nossos ambientes, produzido  
por nossa equipe editorial



**DINHEIRO É PROBLEMA PRA QUEM?**

ENQUANTO 80% DAS MULHERES PRETAS E PARDAS MAIS POBRES TÊM DIFICULDADE PARA FECHAR O MÊS, E EM CADA 10 HOMENS BRANCOS NO TOPO DA PIRÂMIDE ECONÔMICA CONSEGUEM COMPRAR ABSOLUTAMENTE TUDO O QUE QUEREM

**E METADE DELES AINDA POUPA PARA O FUTURO**

Arrasta para entender essa história!

@REVISTATPM + will ● monange + REVISTATPM >>>



**“O PROCESSO DE VIRAR MÃE É UMA TRAVESSIA EM QUE NINGUÉM MAIS VAI TE ACOMPANHAR. A REDE DE APOIO NÃO TIRA VOCÊ DA SOLIDÃO, MAS FAZ COMPANHIA PARA O SEU MATERNAR”**

Lua Barros (@luabarrosf),  
educadora parental

monange + @REVISTATPM >>>  
Foto: Piu Fonseca

Digital (Trip & Tpm)

# Publipost nas redes sociais

R\$ 29.628

veiculação de conteúdo  
customizado para a marca nos  
nossos ambientes, produzido  
por nossa equipe editorial



"EU NÃO AMO O MEU CORPO  
O TEMPO TODO, É UMA JORNADA  
DIÁRIA DE ALTOS E BAIXOS.  
MAS, NA MEDIDA DO POSSÍVEL, QUERO QUE  
MINHA HISTÓRIA CONSIGA AJUDAR OUTRAS  
PESSOAS, PRINCIPALMENTE MULHERES,  
A TOMAR AS PRÓPRIAS DECISÕES"

**Dora Figueiredo**  
@DORAFIGUEIREDO

Bio-Oil®



CASA Tpm  
ESPORTE É COISA  
DE (TODA) MULHER

"NA INFÂNCIA, AS  
MULHERES DIFICILMENTE  
SÃO INCENTIVADAS A  
PRATICAR UM ESPORTE.  
Para os homens é sempre uma diversão, uma  
brincadeira, mas para nós existe essa associação  
muito grande com a busca de um corpo perfeito"

**Cris Guterres, jornalista**  
apresentadora e escritora @crisguterres

@REVISTATPM

Foto: Julia Rodrigues  
@julianof.gem

Digital (Trip & Tpm)

# Carrossel temático

Post no Instagram

Conteúdo veiculado no Feed do Instagram de Trip ou Tpm com uma série de cards ilustrados. Além da assinatura nos cards, a marca aparece também assinando a legenda do post.

## R\$ 42.000

### VEICULAÇÃO:

- publipost no Instagram

### PRESEÇA DE MARCA:

- logo da marca nos cards
- marca tagueada na legenda
- marca citada na legenda

### DESDOBRAMENTOS:

- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm

MULHERES INSPIRADORAS

**"NEM TODA MULHER DE 50 ANOS ESTÁ BRIGANDO COM O TEMPO."**

ALGUMAS PODEM ESTAR JUSTAMENTE FAZENDO AS PAZES COM ELE"

**Cris Paz**  
@EUCRISGUERRA

OX • Tpm

NÃO ME PERTENCE

**QUAL EXCESSO PODE SER ELIMINADO NA SUA VIDA?**

**ESTAMOS SEMPRE SOBRECARRREGADAS:**  
rotina de trabalho, tarefas domésticas, pressões e cobranças...  
Já que é impossível equilibrar tantas demandas, do que podemos nos livrar para tentar deixar a vida um pouco mais leve?

Arrasta para conferir

@REVISTATPM • Tamarine

Foto: English

Digital (Trip & Tpm)

# Carrossel temático

Post no Instagram

Conteúdo veiculado no Feed do Instagram de Trip ou Tpm com uma série de cards ilustrados. Além da assinatura nos cards, a marca aparece também assinando a legenda do post.

## R\$ 42.000

### VEICULAÇÃO:

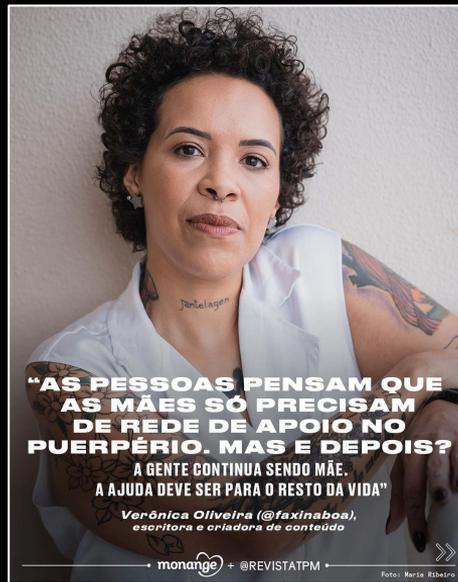
- publipost no Instagram

### PRESEÇA DE MARCA:

- logo da marca nos cards
- marca tagueada na legenda
- marca citada na legenda

### DESDOBRAMENTOS:

- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm



Digital (Trip & Tpm)

# Carrossel temático

Post no Instagram

Conteúdo veiculado no Feed do Instagram de Trip ou Tpm com uma série de cards ilustrados. Além da assinatura nos cards, a marca aparece também assinando a legenda do post.

## R\$ 42.000

### VEICULAÇÃO:

- publipost no Instagram

### PRESEÇA DE MARCA:

- logo da marca nos cards
- marca tagueada na legenda
- marca citada na legenda

### DESDOBRAMENTOS:

- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm



# Digital (Trip & Tpm)

## Videocast

conversa oferecida pela marca em áudio e vídeo

Encontros promovidos por Trip ou Tpm para discutir com profundidade assuntos que engajem nossa audiência. Apresentado pela marca nas redes sociais e mediado por um apresentador ou apresentadora, o debate conta com até três participantes inspiradores, entre figuras célebres e especialistas. Depois da conversa ao vivo, vídeos com os melhores momentos podem ser veiculados nas redes sociais de Trip ou Tpm.

# R\$ 170.000

### VEICULAÇÃO:

- publipost nas redes sociais da Tpm ou Trip com os destaques da conversa
- publipost no Youtube com a conversa na íntegra
- publipost no site da Trip com o conteúdo em áudio, texto, foto e vídeo

### PRESEÇA DE MARCA:

- logo no início e fim do vídeo
- campanha com o logo da marca

### DESDOBRAMENTOS:

- publipost nas redes sociais da Tpm (vídeo gravado)



### REFERÊNCIA:

QUEM CUIDA DE QUEM CUIDA? Com Regina Liberato, Elisá Moreira e Abna Vieira

Digital (Trip & Tpm)

# A gente quer saber

Enquete oferecida pela marca + webstories (site) + carrossel temático

Assinatura de uma enquete no Instagram Stories de Trip ou Tpm para entender quais são as discussões mais relevantes para a nossa audiência dentro de um tema alinhado ao briefing da marca. Os resultados da enquete serão comentados por um especialista da área de maneira a reunir dicas estratégicas para essa pauta em três formatos: um webstories (veiculado no site no formato do Google) e um post no Feed do Instagram no formato de carrossel com uma série de cards ilustrados.

## R\$ 51.000

### VEICULAÇÃO:

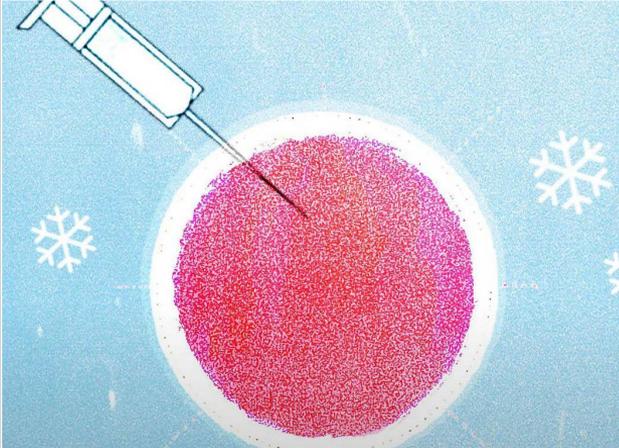
- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm

### PRESENÇA DE MARCA:

- marca tagueada na enquete
- marca citada na enquete
- conteúdos oferecidos pela marca

### DESDOBRAMENTOS:

- publipost no site da Trip ou Tpm (web stories)
- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm (carrossel)



**CONGELAMENTO DE ÓVULOS: É PRA MIM?**

VOCÊ JÁ DEVE TER OUVIDO FALAR NO PROCEDIMENTO QUE OFERECE A ALGUMAS MULHERES A POSSIBILIDADE DE ADIAR O PLANO (OU NÃO) DA MATERNIDADE. MAS COMO SABER SE ESSA IDEIA ATENDE A UMA NECESSIDADE REAL — E SUA?

Arrasta pra ler!

• @REVISTATPM + ORGANON •

Digital (Trip & Tpm)

# A gente quer saber

Enquete oferecida pela marca + webstories (Google) + carrossel temático

Assinatura de uma enquete no Instagram Stories da Trip ou da Tpm sobre um tema alinhado ao briefing da marca. A ideia é entender quais são os fatores que de fato fazem a diferença e são prioridades para nossa audiência sobre um determinado assunto.

Os resultados da enquete serão comentados por um especialista da área de maneira a reunir dicas estratégicas para essa pauta em três formatos: um webstories (no formato do Google) e um post no Feed do Instagram no formato de carrossel com uma série de cards ilustrados.

## R\$ 51.000

### VEICULAÇÃO:

- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm

### PRESEÇA DE MARCA:

- marca tagueada na enquete
- marca citada na enquete
- conteúdos oferecidos pela marca

### DESDOBRAMENTOS:

- publipost no site da Trip ou Tpm (web stories)
- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm (carrossel)

O QUE É  
“**COISA DE  
VELHA**”?

O CONCEITO DE “VELHO” MUDOU  
— E SE EXISTE UMA COISA QUE NÃO  
ENVELHECEU BEM É A PERCEÇÃO  
QUE MANTEMOS SOBRE O QUE  
É SER IDOSO HOJE. ARRASTA PRO  
LADO QUE A GENTE TE CONTA!



Plenitud + Tpm

Digital (Trip & Tpm)

# Cobertura de evento

Parceria com influenciador digital + cobertura nos stories

A convite da Tpm ou da Trip, um formador de opinião do nosso mailing faz a cobertura de um evento, ação ou iniciativa da marca em nossos Stories do Instagram. A ideia é que ele também compartilhe o conteúdo em suas próprias redes sociais, aumentando o alcance da divulgação. Por fim, os destaques dessa experiência se transformam em um post no feed no Instagram de Trip ou Tpm.

## R\$ 51.000

### VEICULAÇÃO:

- plataforma digital do influenciador convidado

### PRESEÇA DE MARCA:

- marca tagueada na cobertura
- marca citada na cobertura

### DESDOBRAMENTOS:

- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm



Digital (Trip & Tpm)

# Aula aberta

Workshop oferecido pela marca + vídeo + ação de seeding

Um workshop oferecido para a nossa audiência, além da audiência da marca. A partir de um briefing, é sugerido um especialista referência no assunto para ministrar de maneira prática uma aula de até 1 hora.

Os interessados devem fazer sua inscrição para assistir à aula e os primeiros inscritos ainda participam de uma ação de seeding, recebendo com exclusividade os ingredientes e ferramentas necessários para usar no workshop.

## R\$ 78.000

### A AÇÃO ACONTECE EM 3 MOMENTOS:

1. campanha de divulgação e ação de seeding
2. experiência ao vivo na plataforma do Sympla
3. veiculação e ativação do vídeo gravado

### VEICULAÇÃO:

- experiência ao vivo na plataforma do Sympla para os inscritos
- vídeo gravado na plataforma digital da Trip ou Tpm

### PRESEÇA DE MARCA:

- marca tagueada no workshop
- marca citada no workshop
- logo no início e fim do workshop
- campanha com o logo do workshop

### DESDOBRAMENTOS:

- campanha de divulgação (pré-workshop)
- publipost nas redes sociais da Trip ou Tpm

REFERÊNCIA: Fica, vai ter bole!  
com Carole Crema para Nestlé na Casa Tpm



# Encontro presencial

## Talk **CASA** *Tpm*

Vamos desenvolver uma programação especial alinhada aos pilares da marca e sob medida para eventos internos, lançamento de produto ou ativação de espaços e outras iniciativas.

Usando toda sua expertise, a Tpm faz a curadoria de participantes, media as conversas e desenvolve o conteúdo de forma customizada. Tudo amplificado pelas redes sociais mais engajadas do universo feminino brasileiro.

# R\$ 89.000

### VEICULAÇÃO:

- publipost no Instagram

### PRESEÇA DE MARCA:

- logo da marca nos cards
- marca tagueada na legenda
- marca citada na legenda

PROJETO ROCHE



Trip FM

# Patrocínio

ENTREGAS POR MÊS

**PROGRAMA TRIP FM ÀS 6AS. 20H / REPRISE ÀS 3AS. 23H**

90 chamadas com citação da marca, 9 aberturas, 9 vinhetas de passagem (entrada intervalo + volta programa), 9 encerramentos e 9 spots da marca

**BOLETIM MOMENTO TRIP FM 6H ÀS 24H NA PROGRAMAÇÃO DA ELDORADO**

60 citações da marca e 60 spots da marca

**DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS TRIP**

Post assinado pela marca no Instagram da Trip

**SPOTIFY + SITE TRIP**

Citação da Marca, Abertura, Encerramento

R\$ 123.000

Trip TV

## Formatos

- Websérie
- Mini documentário
- Reportagem
- Entrevista
- Trip FM (rádio, podcast e vídeo)

### APOIO DE MARCAS COM CONTEÚDOS

- Colocação pagas: produto da marca integrado diretamente ao conteúdo produzido
- Endossos: quando o conteúdo reflete as opiniões, crenças ou experiências de uma marca para os espectadores

\$ sob consulta





**Fale com a gente:**

[publicidade@trip.com.br](mailto:publicidade@trip.com.br)

**OBG ;)**