

NEWS

**PLATAFORMA
DE NEGÓCIOS
2021**

Ago/Set

GOL

Sua marca tem à disposição pontos de contato diretos com o público GOL para que ele se torne seu próximo consumidor:

- Ação no check-in da GOL no aeroporto (sob consulta)
- Ações de bordo
 - Speech
 - Speech + sorteio
 - Speech + sampling
- Revista GOL
 - Publicidade
 - Publieditorial
- Projetos especiais



Atualmente, a GOL está transportando mais de **61 mil passageiros por dia**



São cerca de **417 voos diariamente**, para **54 cidades no Brasil**



Cases de ação de bordo



AUSTRALIAN GOLD (dez/20)

Ativação de speech + distribuição de amostras de sachês de protetor solar no desembarque para todos os passageiros dos voos selecionados pela marca



SMILES (fev/21)

Speech + distribuição de folheto com porta retrato no desembarque para todos os passageiros dos voos selecionados pela marca



MASTERCARD (dez/20)

Ação de speech nos voos com destino à Porto Seguro



L'ORÉAL (fev/21)

Speech + distribuição de amostras de perfume no desembarque para todos os passageiros



DILETTO (dez/20)

Ativação no check-in da GOL nos aeroportos de Guarulhos e do Galeão com distribuição de sorvete para os passageiros após o check-in no balcão

Para as ações de bordo com distribuição de produto, a marca é responsável pelo envio dos produtos para todas bases de origem da ação.

Os produtos devem ser entregues higienizados e embalados em sacos com 30 unidades em cada.

O handling é custo acrescido nas propostas de sampling para armazenagem, manuseio e abastecimento dos produtos nas aeronaves pela empresa de Catering.

Cases de ação de bordo



[Clique para acessar o vídeo](#)

LOCALIZA (mai/21)

Ativação de speech com desconto para todos os passageiros nos voos para Vitória



[Clique para acessar o vídeo](#)

SEDETUR (mai/21)

Ação de speech durante dois meses em 325 voos + anúncio + publiteditorial na Revista GOL



[Clique para acessar o vídeo](#)

L'ORÉAL (jun/21)

Sampling de amostra de perfume + código de desconto do Duty Free durante os dias 11 e 12 de junho no check-in dos aeroportos de BSB e GRU



[Clique para acessar o vídeo](#)

FG EMPREENDIMENTOS (fev/21)

Locução lida pelo comissários em 50 voos para Navegantes



[Clique para acessar o vídeo](#)

CATERPILLAR (jun/21)

Ação de speech + sorteio de brindes personalizados da marca nos voos para Brasília e Rio de Janeiro

Para as ações de bordo com distribuição de produto, a marca é responsável pelo envio dos produtos para todas bases de origem da ação.

Os produtos devem ser entregues higienizados e embalados em sacos com 30 unidades em cada.

O handling é custo acrescido nas propostas de sampling para armazenagem, manuseio e abastecimento dos produtos nas aeronaves pela empresa de Catering.

Investimento

TABELA DE VALORES

VALOR POR VOO

SPEECH * (Não tem handling)

SPEECH + SORTEIO

SPEECH + SAMPLING

ROTAS DOMÉSTICAS

R\$ 340,00

R\$ 350,00

R\$ 360,00

PONTE AÉREA

R\$ 480,00

R\$ 490,00

R\$ 500,00



Revista GOL

- Distribuição gratuita nas aeronaves da GOL
- Durante o voo, você pode acessar a revista através do portal GOL Online
- Também é possível acessar de qualquer lugar, pelo [site da GOL](#)

TABELA DE VALORES

PÁGINA SIMPLES (20,2 x 26,6 cm)	R\$ 117.600,00
PÁGINAS DUPLA (40,4 x 26,6 cm)	R\$ 235.200,00
2ª CAPA + PÁG. 03 (40,4 x 26,6 cm)	R\$ 353.850,00
3ª CAPA	R\$ 141.750,00
4ª CAPA	R\$ 164.850,00
DETERMINAÇÃO	Acréscimo 25%



Distribuição

- A revista volta a ser distribuída no bolsão das aeronaves.
- Previsão de lançamento da edição #224 (agosto e setembro) será dia 16/08.



Perfil de passageiro frequente



46%
mulheres

54%
homens



**40 anos
em média**

18-35 anos: **47%**
36-45 anos: **20%**
46-65 anos: **32%**



31%
solteiro

49%
casado



57%
turismo + trabalho

5+
voos últimos 12 meses

Perfil dos viajantes nos últimos 12 meses



56%
mulheres

44%
homens



38 anos
em média

18-35 anos: **48%**
36-45 anos: **25%**
46-65 anos: **28%**



36%
solteiro

50%
casado

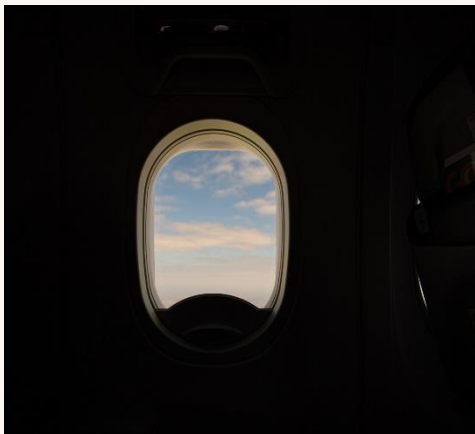


58%
turismo

3+
voos últimos 12 meses

Pauta da edição #224

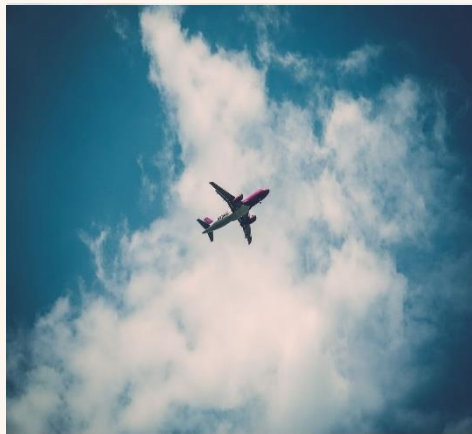
Agosto e setembro



Capa: ESG e a vida comum

Aproveitando o mergulho da GOL nos pilares ESG em seus 20 anos, nossa ideia é desdobrar a relevância desses conceitos nas páginas da revista – para além de sua importância dentro das empresas – como um exercício de imaginação sobre seu impacto na vida das pessoas e no futuro do planeta. Para essa conversa, vamos trazer diferentes nomes em quem confiamos, um para cada pilar do ESG.

E: Ricardo Galvão - Físico e engenheiro
S: Silvio Almeida - Filósofo, advogado e professor universitário
G: Betania Tanure - Sócia-fundadora da Betania Tanure Associados e diretora da Fundação Dom Cabral



Viagem: De – Para

Vamos convidar artistas para escreverem uma declaração de amor para destinos que os marcaram, contando o que tornou essa viagem inesquecível. Por exemplo: o verão de Tiê em Nova York, o giro de Camila Márdila em Pompeia etc.



Comportamento: Positividade tóxica

“A dor é inevitável, mas o sofrimento é opcional.” Essa frase define bem sobre o que se trata a positividade tóxica. Diferente do otimismo, ela é aquela obrigação de estar bem o tempo todo. Vamos discutir sobre como essa imposição da gratidão e do silenciamento dos sentimentos negativos impactam o nosso comportamento e as nossas relações.



Executiva: Orelô

Criada pelo empresário Luiz Felipe Marques, ex-diretor de marketing da Grow, a plataforma Orelô é voltada apenas para podcasts e funciona por assinatura, como a Netflix ou o Spotify. A diferença para as outras plataformas é que, nela, o produtor de conteúdo é remunerado a cada vez que o seu programa é consumido. Além disso, os ouvintes podem destinar 30% da mensalidade da plataforma para seu podcast favorito. Um dos grandes atrativos da Orelô são as suas produções originais, especialmente ficção. Em abril, estreou a série Oculito, produzida pela Marina Person e interpretada pelos atores Gabriel Leone e Bianca Comparato.

Para mais informações, entre
em contato pelo e-mail:
publicidade@trip.com.br

