

enox

MIDIAKIT ENOX












DROGASIL

enox

o que é

A Enox é um veículo de mídia, cujo maior ativo é a administração de uma rede social “real life” composta por cerca de 5.000 estabelecimentos que juntos recebem mais de 100 milhões de visitas por mês.

Vida Social	 Bares	 Baladas	 Restaurantes	
 1180  9.3 MM	 600  5.1 MM	 70  0.7 MM	 510  3.5 MM	
Saúde & Bem Estar	 Academia	 Salões	 Quadras	 Clubes
 765  7.5 MM	 400  5 MM	 300  0.9 MM	 40  0.3 MM	 25  1.3 MM
Home & Fashion	 Lj Depto	 Magazines	 Lj Esporte	 Lj Grife
 1235  64 MM	 300  45 MM	 288  15.2 MM	 115  2.3 MM	 532  1.5 MM
Diversão	 Lan Houses	 Lj Brinquedo	 Parque Diversão	
 265  2.0 MM	 200  0.9 MM	 50  1 MM	 15  0.13 MM	
Pontos de Venda	 Farmácias	 Lj Conveniência	 Hipermercado	
 1060  23.8 MM	 360 \$ 5 MM	 600 \$ 4.8 MM	 110 \$ 14 MM	

enox

conceito

Para os anunciantes, investir na ENOX é investir nos momentos de descontração e consumo do ativo mais importante da estratégia de uma marca:

SEU TARGET PRIORITÁRIO.

Além de presença, relevância e qualidade, o impacto de mídia da ENOX no PDV influencia a compra e gera SELL-OUT instantâneo, diferentemente da maioria dos veículos do mercado.

Para identificar a qualificação do impacto da ENOX, usamos a sigla: **ICCA**



sua marca

+



inteligência

I

+



consumo

C

+



contato

C

+



atenção

A

=



sell-out

Nessa apresentação, você terá acesso a informações para investir no momento de consumo das pessoas que frequentam as farmácias da Enox Brasil.

ENOX DROGASIL



A **REDE**  possui **360** farmácias com **+** de **5 milhões** de transações mensais.



Para o **shopper** , o canal **farma**  é fundamental,

pois oferece um **mix de produtos** e **oportunidades** que **garantem e ajudam**

na **saúde** , na **beleza**  e no **bem-estar**  da sua família.

PONTOS DE VENDA / DROGASIL



PERFIL:

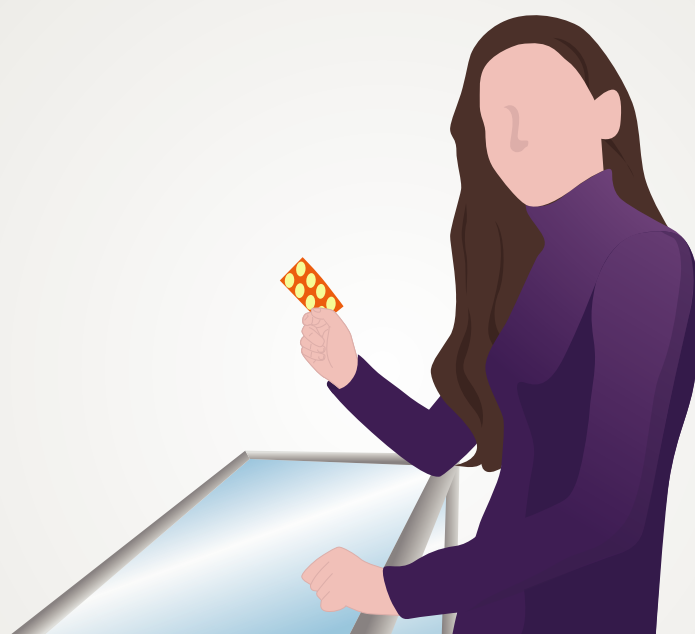
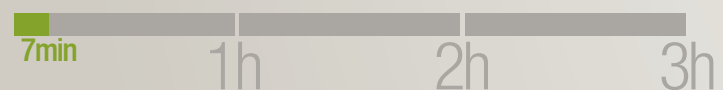


faixa etária:

18/50
anos



tempo médio de permanência:



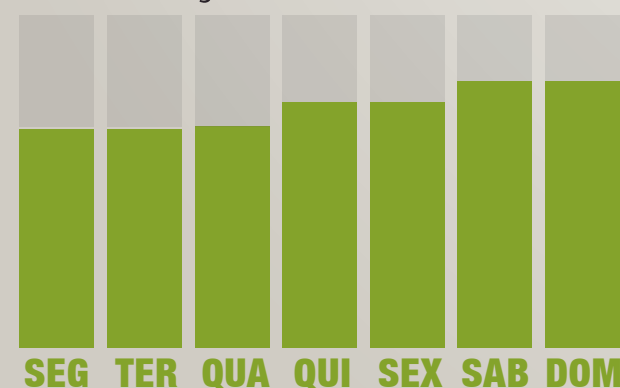
+5 Milhões
transações mensais



360 Lojas
6 Estados

55% Sudeste
15% Sul
10% Centro Oeste
20% Nordeste

distribuição da audiência:



ticket médio:



QUALIDADE PROTEÇÃO
COSMÉTICOS BEM-ESTAR
CUIDADO
CONVENIÊNCIA BELEZA
FACILIDADE SAÚDE
RAPIDEZ ECONOMIA

PONTOS DE VENDA / DROGASIL

INFORMAÇÃO & FORMATOS



+ 10.000
cestinhas utilizadas
por mês



+ 1.000
posições no
check-out



+ de 5 milhões
de transações mensais



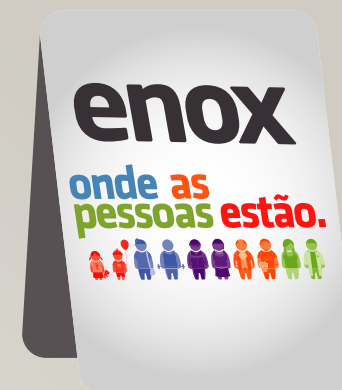
+ 1.500 pontas de
gôndola

+ 4.000
colaboradores no caixa



+ 200 milhões
faturamento mensal

formatos:



display de balcão/caixa



stopper



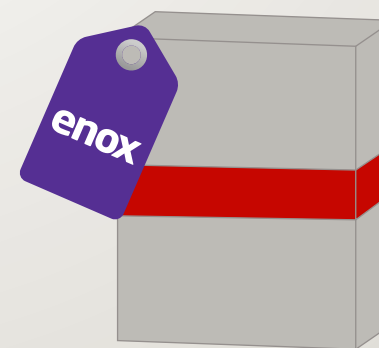
cestinha personalizada



faixa de gôndola



sampling no caixa



Tag em produtos

Outros formatos:



TVs

interações:



+



QR Code

+



Twitter

+



Facebook



PLANO DE INVESTIMENTO: mídia e operação

28 dias de veiculação por loja

VOLUME DE LOJAS	FORMATOS POR LOJA	INVESTIMENTO BRUTO TABELA	IMPACTOS I.C.C.A.	CPM I.C.C.A. (líquido)
30	1	R\$ 120 mil	360 mil	R\$ 333
	2	R\$ 165 mil	720 mil	R\$ 229
60	1	R\$ 227 mil	720 mil	R\$ 316
	2	R\$ 313.5 mil	1.44 MM	R\$ 218
120	1	R\$ 432 mil	1.44 MM	R\$ 300
	2	R\$ 594 mil	2.88 MM	R\$ 206

- O custo de produção dos materiais de campanha NÃO está incluso na tabela acima (para fins de planejamento, favor estimar um valor de produção entre 10% e 20% da mídia).
- A distribuição geográfica dos locais poderá ser feita de acordo com a estratégia do anunciante, sempre respeitando as cidades operadas pela Enox.
- Para uma cidade receber parte da campanha, um mínimo de 5 locais deverá ser considerado.

pré-campanha (entre 10d e 28d)

campanha (28d)



TAMBÉM INCLUSOS:



PRAZOS & OPERAÇÕES:

PONTOS DE VENDA / DROGASIL

CASES:

