



CONTRATAÇÃO DE ESPAÇO PARA EXECUÇÃO DE VÍDEOS E SPOTS PUBLICITÁRIOS  
EM JUKEBOX DIGITAL

## GUIA DE REFERÊNCIA PARA OPERADORES ASSOCIADOS

1. INTRODUÇÃO – OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO
2. CONCEITO PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE EXECUÇÃO DOS VÍDEOS DE PUBLICIDADE AOS ANUNCIANTES
3. TRABALHO A SER DESENVOLVIDO PELA ASSOCIAÇÃO
4. O QUE PODEMOS ANUNCIAR?
5. CONDIÇÕES PARA HABILITAÇÃO

## 1 INTRODUÇÃO – OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS/RECEITAS

Com o advento da tecnologia digital, as jukeboxes passaram a uma categoria que supera barreiras de conteúdo que as tecnologias anteriores impunham. Disponibilizar um amplo catálogo videomusical aos clientes passou a ser mais simples, fácil e econômico, além da questão legal (direitos autorais) já definida.

Porém, é uma realidade nacional que as receitas da operação tradicional de jukebox não têm acompanhado os níveis de investimento necessários a esta tecnologia, principalmente no tocante aos novos equipamentos digitais. Alterar o modelo de operação, diante da concorrência muitas vezes desleal é um fator restritivo para o aumento do faturamento pela entrada de créditos de música (único meio de entrada de dinheiro no negócio Jukebox).

Há tempos se discutem alternativas para gerar novas receitas, e principalmente o potencial da “publicidade”. Várias empresas individualmente buscaram desenvolver e buscar contratar a veiculação de marcas e produtos. Houve alguns casos experimentais, outros de ordem promocional e regional, mas até o momento, de fato, não houve um “case”, uma grande experiência realizada com uma marca ou produto consagrado e que realmente pudesse consolidar a jukebox digital como uma ferramenta de mídia. Por quê? São vários os motivos.

Primeiro: quando se usa o termo Mídia, nos referimos que há uma grande rede ou estrutura instalada com capacidade de atingir a uma grande “audiência”. Então temos que Mídia se refere à publicidade tradicional que atinge a milhares ou milhões de pessoas, como a TV, Radio, Jornais e Revistas, principalmente. Para as agências de publicidade, estas Mídias tradicionais são fundamentais para lançamentos de produtos e fixação de marcas, pois têm um grande alcance, e estão quase sempre, unidas a entretenimento, informação e cultura. E por isto, estas Mídias tradicionais representam a grande fatia do orçamento de publicidade de qualquer anunciante que deseja ter reconhecimento e expressão no mercado.

Segundo: há mídias alternativas que se estabeleceram com o uso de tecnologia digital, dentro e fora do ponto-de-venda. Atualmente, é perceptível a todos o aumento de painéis e monitores em shoppings, elevadores, lojas de conveniência, aeroportos e áreas de grande fluxo de pessoas. As empresas que se dedicam a operar e oferecer estes espaços, porém, tiveram que desenvolver softwares e tecnologias de atualização de dados, negociarem os pontos de instalação e investirem pesado para instalarem estas “telas digitais” para então venderem os espaços aos anunciantes. A “precificação” destes espaços digitais passou por anos de estudo e negociação. Somente depois de uma rede formatada e instalada é que se pode oferecer o espaço. E claro, deve haver credibilidade aos anunciantes: não basta ter, tem que convencer sob todos os aspectos.

Terceiro: novos mercados necessitam de investimentos. Nosso caso em especial: não basta ter a máquina, a tela e o software instalados num ponto. É preciso haver estudos, estrutura de pessoas e conhecimento para poder convencer com uma argumentação em nível profissional. São necessários altos investimentos e, portanto, difícil para que cada um consiga realizar sozinho.

Quarto: até pouco tempo atrás não havia condições de legalidade quanto aos direitos autorais para as jukeboxes digitais. Certamente será num risco enorme conseguir um contrato com algum anunciante e ter um equipamento ilegal apreendido. Seria um desastre que poderia

comprometer todo o futuro. E não iremos, portanto, agir com irresponsabilidade e incompetência.

E finalmente, porque é necessário termos Profissionais do mercado publicitário, com "P" maiúsculo, que "comprem" a nossa ideia, trabalhem a nosso favor para abrir portas nas agências, utilizarem suas credenciais e seus contatos para "vender" os primeiros contratos. Isto pelo menos até o dia em que tivermos autonomia, força e credibilidade suficientes para termos o reconhecimento e continuidade.

Então, a partir de agora este será um trabalho desenvolvido pela APROVA aos seus associados: orientar, organizar os dados, reunir o maior numero de máquinas em todo o Brasil, definir nosso "preço" e "vender" espaços de mídia, trazendo receitas significativas, importantes e frequentes para todos, elevando o conceito de "jukebox" em todos os sentidos.

**A participação é opcional.** Nenhum associado é obrigado a participar da rede e dos contratos e receitas que eles irão gerar. Mas aqueles que desejarem participar deverão atender em 100% os requisitos fixados pela APROVA para disponibilizar suas máquinas para este trabalho, o que veremos mais adiante.

## **2 CONCEITO E FORMATO PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE EXECUÇÃO DOS VÍDEOS DE PUBLICIDADE AOS ANUNCIANTES**

A característica principal de um canal de Mídia Digital é a sua programação: uma grade cujo conteúdo seja executado em tempo programado e automático. O conteúdo pode estar num servidor remoto e ser transmitido para as telas (Broadcasting) como no caso da TV ou então ser armazenado no local em dispositivos como Hds, Cartões de memória e outros (Stand Alone).

No caso das jukeboxes digitais, assim como o conteúdo musical (fonogramas e videofonogramas digitais), os arquivos digitais de vídeos publicitários também estarão armazenados no HD. Ou seja, as jukeboxes digitais estão prontas para o trabalho na questão de hardware.

Porém, o que comandará a execução dos vídeos publicitários, assim como a música paga, é o software da jukebox, e este sim, precisará de ajustes para se adequar a esta nova realidade de negócios. Deveremos ajustar o software jukebox para criar os "breaks" ou "intervalos comerciais".

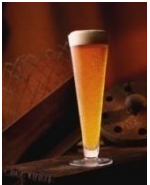
Para um fácil entendimento de como serão os intervalos:



Vamos dividir uma hora do funcionamento de uma jukebox em 4 intervalos de 15 minutos\*. Cada intervalo comercial terá duração máxima de 1 minuto.

É neste 1 minuto de intervalo (ou *break*) que teremos um ou mais vídeos de publicidade. Resumindo: a cada hora, apenas 4 minutos serão destinados a vídeos de publicidade, para não haver conflito com a operação e faturamento da jukebox.

*\*15 minutos será um parâmetro relativo, pois a duração de músicas e videoclipes não é a mesma*



Como os vídeos publicitários também têm tempos de duração distintos podemos subdividir um intervalo de 1 minuto para 8 Cotas de 7,5 segundos.

Assim, se um anunciante deseja contratar um tempo maior, pagará pela quantidade de Cotas necessária. Exemplos:

Vídeo de 15 segundos => 2 Cotas de 7,5 segundos

Vídeo de 30 segundos=> 4 Cotas de 7,5 segundos

2 Vídeos de 30 segundos => 8 Cotas de 7,5 segundos

E assim por diante. Cada negociação será feita para atender este formato.



**RESUMO FUNCIONAL:** O SOFTWARE DA JUKEBOX, A CADA QUINZE MINUTOS DEVERÁ VERIFICAR SE HÁ UMA MÚSICA PAGA SENDO EXECUTADA. CASO TENHA, AGUARDA A MUSICA OU VIDEOCLIQUE MUSICAL TERMINAR E EM SEGUIDA EXECUTA O INTERVALO COMERCIAL DE PUBLICIDADE, RETORNANDO A FILA DE MÚSICAS AO FINAL. CASO NÃO HAJA MÚSICA PAGA, O INTERVALO COMERCIAL ENTRA AUTOMATICAMENTE NO TEMPO DE 15 MINUTOS.

### 3 TRABALHO A SER DESENVOLVIDO PELA ASSOCIAÇÃO

Vamos iniciar o trabalho na associação para que todos possam ter conhecimento dos requisitos necessários para participar, da precificação que será padronizada, dos contatos feitos com agências e anunciantes.

Reuniremos todas as informações das máquinas e suas localizações num banco de dados único que será denominado REDE JUKEBOX TV, via Website. Com uma centralização das informações e do formato, reunindo uma grande rede, a REDE JUKEBOX TV se tornará uma das maiores redes de telas para marketing indoor do País, favorecendo a captação de negócios a todos.

A integração de dados de todas as máquinas é feita por uma empresa parceira chamada Kiko Mix. Trata-se de uma empresa com larga experiência em tecnologia Web, inclusive para TV Digital por Internet, e com a necessária idoneidade.

A comercialização dos espaços será feita pela empresa CBM Publicidade. Trata-se de uma tradicional empresa de venda de espaços publicitários em ônibus, metrô, aparelhos públicos, outdoors, etc.

Inicialmente será feito um esforço para busca de anunciantes de produtos e serviços que estejam presentes em todas as regiões do País, e posteriormente, de anunciantes regionais.

Todas as informações passadas para a APROVA serão protegidas para que os dados sejam utilizados única e exclusivamente pela diretoria comercial com o intuito de captar contratos de publicidade.

Uma vez concluídas as negociações a APROVA se encarregará dos contratos.

A disponibilização dos arquivos digitais dos vídeos publicitários será convertida em vários formatos (MPG, MP4, AVI, WMA, etc.) para distribuição aos associados.

Para garantir a lisura e o cumprimento das responsabilidades assumidas com as agências e anunciantes, a APROVA poderá contratar auditorias sobre procedimentos junto aos associados para comprovar a instalação e o perfeito funcionamento do que estiver contratado. Isto é fundamental para que a REDE JUKE tenha credibilidade sempre.

#### **4 O QUE PODEMOS ANUNCIAR?**

Obviamente as principais oportunidades são de produtos consumidos dentro do estabelecimento comercial onde a jukebox está instalada:

- Cervejas
- Refrigerantes
- Destilados
- Cigarro (somente se for ponto de venda)
- Snacks (ex: Elma Chips)
- Balas e Chicletes

Porém, há outros produtos e serviços institucionais que têm relação com o perfil do usuário da jukebox, como:

- Financeiras
- Lojas de móveis (ex: Casas Bahia)
- Operadoras de Celular
- Farmacêutica (ex: Engov, Nicorete)
- Preservativos
- Administração pública (governos federal, estadual e municipal, ministérios, etc.)
- Automóveis e concessionárias

Há ainda uma ampla possibilidade de marcas, produtos e serviços regionais que serão também objeto do trabalho de prospecção.

## 5 CONDIÇÕES PARA HABILITAÇÃO

6

Entende-se por habilitação o conjunto de requisitos fixados pela APROVA para que os associados possam disponibilizar suas máquinas para captação de contratos. As condições são as seguintes:

1. Possuir licenciamento da ABLF: nenhuma jukebox sem selo vigente poderá receber mídia publicitária para que não haja risco de perda ou quebra contratual e, principalmente, de credibilidade junto aos anunciantes. A APROVA aceitará todos os cadastramentos de máquinas/endereços fornecidos pelos operadores participantes que, por sua vez, devem ter a ciência de que os contratos somente serão assinados após a comprovação de que os equipamentos contratados estejam licenciados.
2. Recursos de software: os programas instalados nas jukeboxes deverão permitir o armazenamento de vários arquivos digitais que possam ser programados para serem executados a cada "X" minutos de modo automático e sem interrupção e, ainda, gerarem relatórios de execução dos arquivos para envio aos anunciantes, com a finalidade de auditoria e comprovação do serviço. Todos os softwares, de qualquer sistema operacional, deverão gerar relatórios xml padrão da REDE JUKEBOX TV, com integridade (segurança) de dados, para que sejam reunidos no site da Kiko Mix.
3. Dados de localização: todas as jukeboxes disponibilizadas para participação na REDE JUKE deverão ter sua localização exata informada a APROVA por login e senha individuais fornecidos no momento da adesão;
4. Termo de compromisso/ adesão e responsabilidade: o departamento jurídico da APROVA fornecerá a documentação para que o associado assine e se responsabilize pelas informações prestadas e pela execução dos serviços nos formatos negociados e ainda se submeta à auditoria quando solicitado. Será também condição à participação que o associado esteja em dia com as suas obrigações perante a tesouraria e secretaria da APROVA.