MONIN
ACADEMIA

GUIA DO CONSULTOR COMERCIAL

Como oferecer a publicidade nas TVs da Monin

O plano Mídia TV Monin, os prazos, a exclusividade e a conversa com o cliente.

Monin Academia · Ji-Paraná / RO

Setembro de 2026

Comece por aqui

O essencial para oferecer o plano. Leia uma vez de ponta a ponta.

Dúvidas do comprador
27 perguntas com a resposta pronta. Abra quando o cliente perguntar algo.

Cola de bolso
Uma página com preços e respostas curtas. Deixe aberta durante a conversa.

São três arquivos. No site, os três estão no botão "Guias", no topo.

01

Antes de ligar

Três conferências de um minuto evitam proposta duplicada e promessa que não dá para cumprir.

1. **Digite o CNPJ na plataforma.**
   Se a empresa já recebeu proposta, aparece um aviso com quem apresentou e quando. Fale com essa pessoa antes de enviar outra.

2. **Escolha o segmento e olhe a exclusividade.**
   Se o segmento já tem contrato fechado, a plataforma avisa. Nunca cite o nome do outro parceiro: diga só que o segmento está fechado.

3. **Consulte "Propostas apresentadas".**
   Mostra as propostas de todos os consultores, com busca por empresa, CNPJ ou consultor.

ATENÇÃO
Só a gestão marca o resultado (fechou, em negociação, não fechou). Proposta apenas apresentada não reserva o segmento: quem bloqueia a exclusividade é o contrato fechado.

02

O produto e quem vê

Publicidade em TV vertical dentro da academia. Dados informados pela gestão em setembro de 2026: use exatamente estes números.

A Monin tem **duas TVs verticais**, uma na entrada e recepção e outra no bebedouro: os dois momentos em que o aluno para. O vídeo do cliente, de **até 30 segundos**, volta à tela **a cada 5 minutos** em cada TV, durante todo o horário de funcionamento (Seg a sex, 5h às 23h · Sáb, 9h às 17h · Dom, 9h às 12h).

2
TVs verticais
recepção e bebedouro

1 × 30"
vídeo a cada 5 minutos,
em cada TV

10.560
exibições por mês, em média,
nas duas TVs

88 h
de marca em tela
por mês, em média

+734
alunos ativos

≈ 300
pessoas por dia na Monin,
em média

Perfil dos alunos: 78% dos frequentadores são das classes A e B, com renda familiar de R$ 8 mil a R$ 25 mil; 65% mulheres e 35% homens. Custo no plano anual: R$ 16,67 por dia e cerca de R$ 0,05 por exibição, a melhor resposta para "está caro?".

DIGA ASSIM

A Monin tem duas TVs verticais, na recepção e no bebedouro, onde o aluno para e espera. O seu vídeo, de até 30 segundos, volta à tela a cada 5 minutos, o dia inteiro. Hoje são 734 alunos ativos e, em média, 300 pessoas por dia na Monin. No plano anual, a partir de R$ 500 por mês.

EVITE

Inventar número de "visualizações", "alcance" ou "pessoas impactadas" por anúncio. Se perguntarem quantas pessoas olham cada exibição, diga com franqueza que a Monin mede exibições e horas em tela, e entrega o relatório todo mês.

03

O plano Mídia TV Monin, prazos e preços

Existe um plano só, de propósito. Quem decide escolhe o prazo e, se quiser, dois adicionais.

O que está incluído	Na prática
2 TVs, recepção e bebedouro	A marca aparece na chegada e na pausa do treino.
1 vídeo de até 30" a cada loop	Em média, 10.560 exibições e 88 horas de marca por mês.
Troca de criativo mensal	O cliente troca a arte todo mês: promoção, data especial.
2 ativações presenciais por ano	Ações combinadas com a gestão, garantidas todo ano.
Apoiador nos eventos da Monin durante o contrato	Não é um evento feito para o cliente: é a presença como apoiador nos eventos que a própria Monin realizar enquanto o contrato estiver ativo (ex.: se o contrato estiver vigente no aniversário da Monin, o cliente aparece como apoiador).
4 divulgações por ano nos Stories do Instagram da Monin	Só Stories. Não inclui post no feed.

Prazos e preços (por mês)

Prazo	Plano Mídia TV Monin	+ Exclusividade adicional	+ 2º vídeo adicional	Total do contrato Mídia TV Monin · com exclusividade
12 meses MELHOR PREÇO	**R$ 500**	**+ R$ 100**	**+ R$ 50**	**R$ 6.000 · R$ 7.200**
6 meses	**R$ 590**	**+ R$ 120**	**+ R$ 60**	**R$ 3.540 · R$ 4.260**
3 meses	**R$ 690**	**+ R$ 140**	**+ R$ 70**	**R$ 2.070 · R$ 2.490**
Mensal SEM FIDELIDADE	R$ 890	+ R$ 180	+ R$ 90	mês a mês

2º vídeo: o plano inclui 1 vídeo; um segundo vídeo diferente é adicional, com limite de 2 vídeos diferentes por contrato. Com dois, eles se alternam nas exibições e o total de exibições e de horas não muda. **À vista no anual:** 10% de desconto (R$ 5.400; com exclusividade, R$ 6.480).

A ordem certa de apresentar

1. **Comece pelo anual**, R$ 500 por mês, e mostre a economia: R$ 390 a menos por mês que o mensal, R$ 4.680 no ano.
2. Fale em **custo por dia**: R$ 16,67 no anual.
3. Se hesitar, ofereça **6 meses** (R$ 590) ou **3 meses** (R$ 690). O **mensal** (R$ 890) só entra se ele pedir flexibilidade total.
4. Só depois, pergunte da **exclusividade** (seção 04) e do **2º vídeo**.

Produção da arte

O cliente pode **trazer o vídeo pronto, sem custo** (Vídeo vertical (9:16), 1080 x 1920 pixels (Full HD), MP4 (H.264), máx. 100 MB, até 30 segundos, aprovado 48 h antes do início) ou pedir que a Monin produza, por valor à parte:

Serviço	Valor	Prazo
Adequação ao formato vertical	R$ 120,00	2 dias úteis
Peça estática exclusiva (imagem, design Monin)	R$ 240,00	4 dias úteis
Vídeo em motion graphics 15"	R$ 380,00	7 dias úteis
Vídeo captado pelo marketing da Monin 30"	R$ 680,00	12 dias úteis

04

Exclusividade de segmento

Adicional opcional. Vale oferecer sempre que o cliente tem concorrente direto na cidade.

O que garante

Durante o contrato, a Monin não disponibiliza espaço publicitário em suas dependências, o que inclui as TVs, para concorrentes diretos do mesmo segmento do cliente. O segmento fica escrito no contrato (cláusula 1.3).

O que não garante

Não impede o concorrente de anunciar em outras mídias. Não prometa exclusividade "da cidade". Se perguntarem se cobre Instagram e eventos, encaminhe à gestão.

Antes de oferecer, confira o segmento

- Segmento com **exclusividade fechada**: ninguém mais do ramo pode anunciar. A plataforma bloqueia.
- Segmento com **contrato fechado sem exclusividade**: não dá para garantir exclusividade a outra empresa do ramo. O botão fica desabilitado, com o motivo.
- Proposta apresentada ou em negociação **não reserva** o segmento. Só o contrato fechado, marcado pela gestão, bloqueia. Na dúvida, confirme com a gestão.

Segmento vedado: academias e studios de treinamento, por serem concorrentes diretos da Monin (cláusula 4.2). Centros esportivos, arenas e personal trainers estão liberados. Studio de pilates, funcional ou lutas: confirme com a gestão, pode ser tratado como studio de treinamento.

> **DIGA ASSIM**
>
> **Sem a exclusividade, um concorrente seu pode anunciar nas mesmas telas. Com ela, durante o contrato inteiro, ninguém do seu ramo entra. São R$ 100 a mais por mês no anual.**

05

A conversa em 4 passos

De 15 a 20 minutos. Nos dois primeiros passos, o cliente fala mais que você.

1. **Abrir (2 min)**
   Diga por que está ali e peça a agenda: "Posso te mostrar em 10 minutos como a sua marca aparece para quem treina na Monin?"

2. **Descobrir (5 min)**
   Quem é o cliente ideal? Onde divulga hoje? Tem concorrente direto na cidade? Qual promoção ou data forte vem por aí? As respostas viram argumento.

3. **Apresentar (10 min)**
   Siga a ordem da apresentação, que já conta essa história. No fim de cada parte, pergunte se faz sentido. Peça para ele escolher a arte favorita: quem escolhe já se vê no ar.

4 **Fechar (3 min)**
Pergunta de sim ou não, com prazo e exclusividade já escolhidos: "Vamos começar pelo anual, com a exclusividade do seu segmento?" Combine o próximo passo com data.

Se ele disser "vou pensar": pergunte "o que falta para você decidir?" (quase sempre é preço, prazo ou dúvida sobre resultado), volte ao custo por dia, ofereça o prazo menor e combine data e horário do retorno. A proposta vale 30 dias.

06

O que nunca prometer

Cada promessa fora da tabela vira problema depois. Estas aparecem mais, e o que dizer no lugar.

Nunca diga	Diga assim
"Você vai vender mais."	"Em média, sua marca aparece 10.560 vezes por mês na frente de quem treina aqui."
Número de "visualizações" ou "pessoas impactadas" por anúncio.	"Não medimos isso. O que garanto é a exibição, e você pode pedir a confirmação de que está no ar."
"Ninguém do seu ramo vai anunciar", sem a exclusividade contratada.	"A exclusividade é um adicional e vale a partir do contrato assinado."
Desconto, prazo ou condição que não está na tabela.	"Deixa eu confirmar com a gestão e te respondo hoje."
Comparação com rádio, outdoor ou redes sociais, com números.	"Cada mídia tem um papel. A nossa coloca a marca na frente de quem treina."
O nome de outro anunciante.	"Esse segmento já está fechado com outro parceiro."
Enviar como oficial a proposta com selo RASCUNHO ou contrato com marca MINUTA.	"Vou te enviar a versão final assim que a gestão confirmar os valores."
Início antes do primeiro pagamento e da arte aprovada.	"Começa em até 7 dias depois do primeiro pagamento, com a arte aprovada."

07

Depois de fechar

O passo a passo no sistema, do primeiro contato ao anúncio no ar.

1 **Prepare a proposta.**
Empresa (com CNPJ), argumentos, artes, prazo, adicionais e seu nome. A IA sugere os textos; revise e use o "↻ Refazer" onde não ficou bom.

2 **Apresente, baixe o PDF ou gere o contrato.**
Qualquer uma das três ações registra a proposta no cadastro compartilhado, com o seu nome.

3 **Fechou? Avise a gestão.**
Só a gestão marca "Fechou" no painel. É essa marcação que bloqueia o segmento.

4 **Combine a arte e o início.**
Contrato assinado, arte aprovada 48 horas antes e início em até 7 dias depois do primeiro pagamento.

5 **Ajude a IA a aprender (1 minuto).**
No fim da aba "Consultor", marque só o que faltou nos campos que você refez ou editou.

Preços e regras vêm da mesma configuração da plataforma. Se a gestão mudar um valor, os três arquivos são gerados de novo: use sempre a versão mais recente.