



S



@



SUBA

A líder em
creator growth
marketing

A VERTICAL DE LIVE E LIVE COMMERCE

SUBA LIVE BOX

Marcas em cena.
Negócios ao vivo.

Estratégia, produção, creators e mídia
em uma operação 360 de Live e Live Commerce.

[Conheça os cases](#)



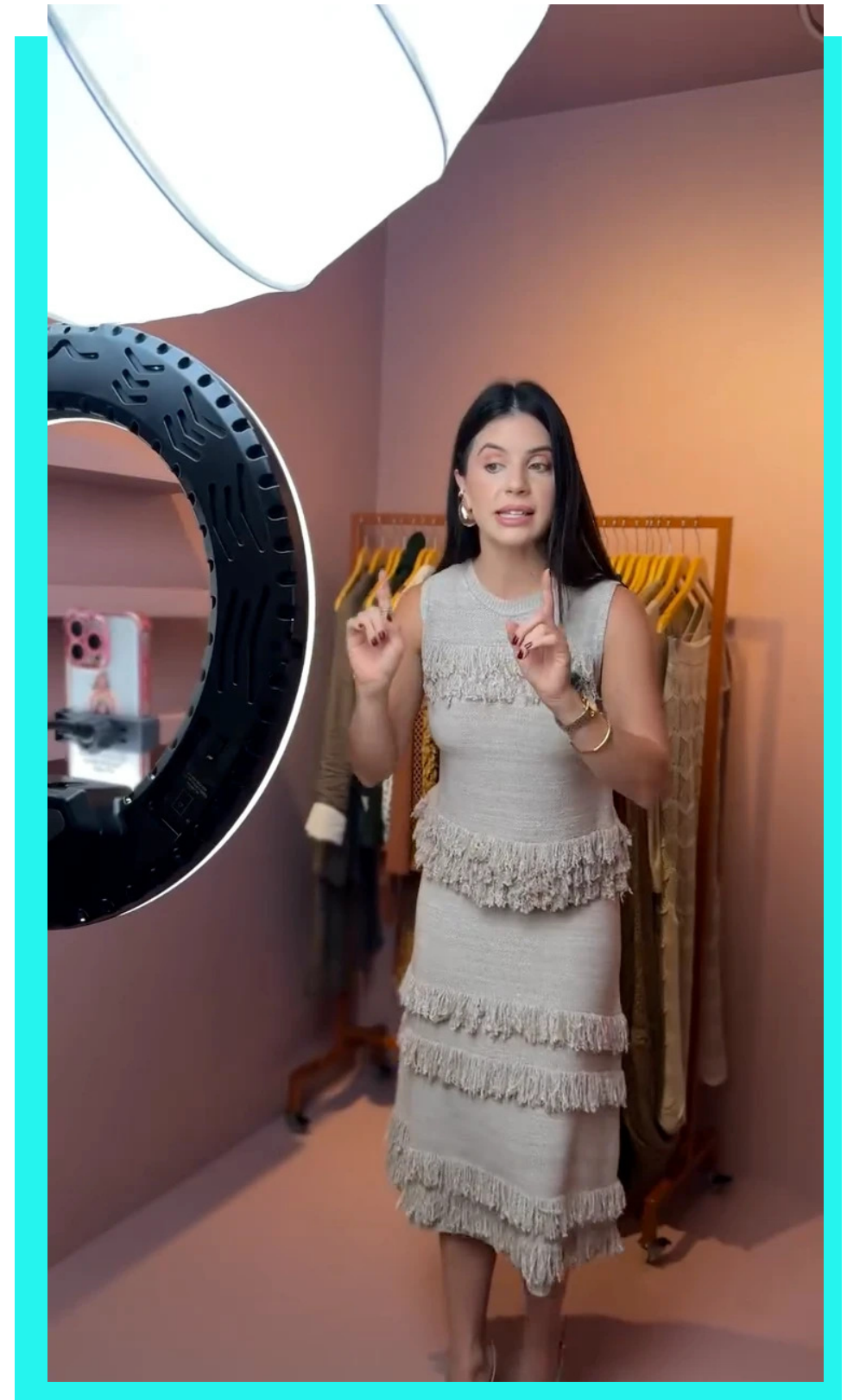
A marca entra ao vivo.

VER. PERGUNTAR. DECIDIR.

O produto ganha uma conversa.

Uma demonstração revela detalhes. Uma pergunta abre espaço para a resposta. A live aproxima o produto de quem está considerando a compra.

VER. PERGUNTAR. DECIDIR.



UMA OPERAÇÃO ESPECIALIZADA

Conteúdo, influência e operação de venda.

SUBA

Conteúdo e influência

Estratégia, creators e criação.

Live Center

Produção e operação

Estúdios e estrutura
da Vitrines do Brasil.

A OPERAÇÃO QUE NASCE DO ENCONTRO

SUBA LIVE BOX

Conteúdo + produção + operação comercial.

A experiência da SUBA em conteúdo e influência se une à estrutura da Live Center, da Vitrines do Brasil. Estratégia, creators, criação, produção e operação comercial reunidos para colocar marcas ao vivo.

EXPERIÊNCIA ACUMULADA

Experiência que já está em operação.

8.760

horas de live

+85

marcas no histórico
apresentado

Estúdios, produção, operação técnica e conhecimento de commerce reunidos para desenvolver novos projetos.



Experiência acumulada da operação parceira. Credenciais informadas no material institucional SUBA Live Box.

QUATRO FRENTES DE NEGÓCIO

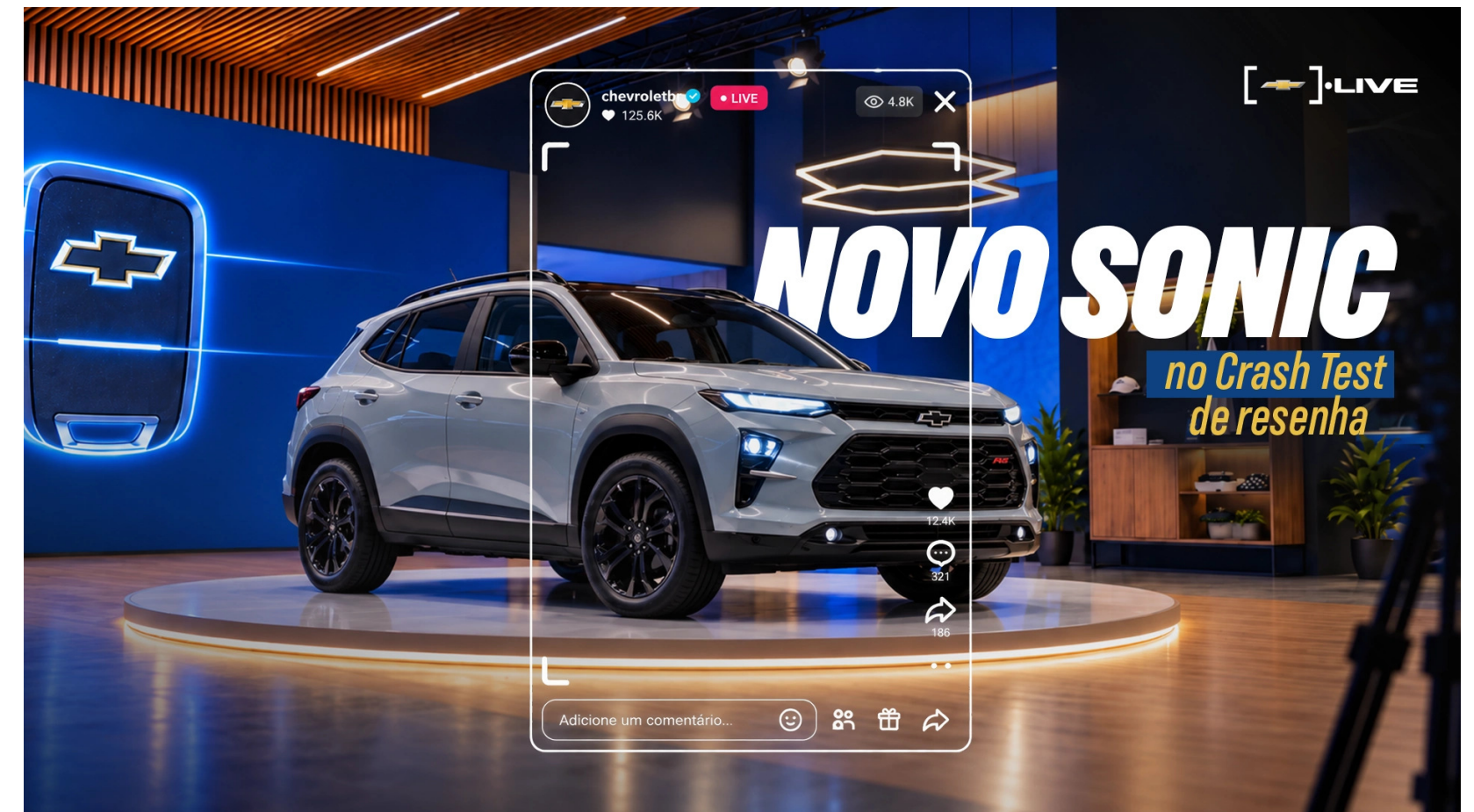
Quatro maneiras de gerar negócio.

-
- 01 **Campanhas e lançamentos**
Lives para apresentar produtos, ativar datas e criar experiências de marca.
-
- 02 **Canal recorrente da marca**
Uma programação de lives, pautas e produtos com continuidade.
-
- 03 **Trade Live**
Varejo e indústria conectados em ativações, demonstrações e conteúdo ao vivo.
-
- 04 **Creators e afiliados**
Talentos, programação comercial e oportunidades de compra na mesma estratégia.

CASE SUBA / CHEVROLET

Novo Sonic. Um lançamento ao vivo.

O lançamento do Novo Sonic reuniu apresentadores, demonstração de produto e interação em tempo real. O produto no centro da conversa com o público.



Arte original do case Chevrolet, apresentada no institucional SUBA Live Box.

CASE SUBA / RESULTADOS

Chevrolet. O público entrou na conversa.

Novo Sonic: conteúdo de lançamento, apresentadores, demonstração e interação em tempo real.

111.200

espectadores únicos

1.891

comentários

5.325

pico de simultâneos

89.988

curtidas

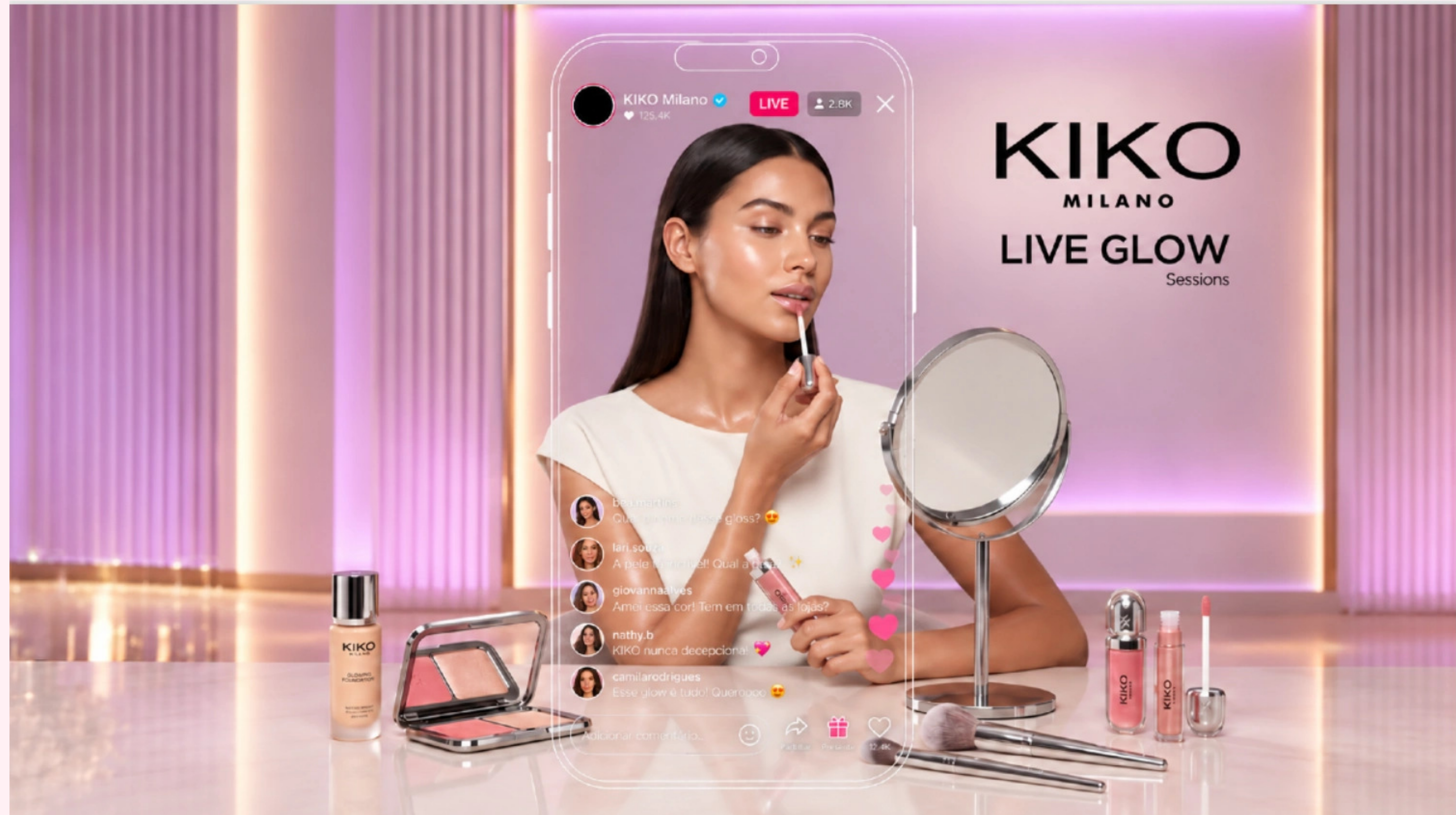
Case e indicadores reportados no material institucional SUBA Live Box. As métricas apresentadas são de audiência e interação.





Uma experiência de marca do C6 Bank que reúne moda, estilo e conteúdo no Look Friday.

Case SUBA. Arte original do material institucional fornecido.



Beleza como tema de uma experiência ao vivo da KIKO Milano, no projeto Live Glow Sessions.

APLICAÇÃO / MECÂNICOS CREATORS

Quem conhece o produto entra em cena.

Um projeto de live com mecânicos e vendedores de peças como protagonistas. Detalhes, demonstrações e perguntas sobre peças genuínas AC Delco, com destino comercial no TikTok Shop.

- 01 Creator Academy para preparar os participantes.
- 02 Conhecimento técnico transformado em conteúdo de produto.
- 03 Demonstração conectada à oportunidade de compra.

Projeto apresentado no material SUBA. Arte original preservada.



A marca ganha programação.

Categorias, novidades e produtos entram em um calendário de lives. A cada edição, os aprendizados ajudam a evoluir pautas, apresentadores, ofertas e formatos.

EXEMPLO DE PROGRAMAÇÃO

- 01

Novidades

Uma pauta para apresentar o que acabou de chegar.
- 02

Demonstrações

Tempo para mostrar o produto em uso e responder perguntas.
- 03

Curadoria

Seleções e combinações que ajudam o público a escolher.
- 04

Oportunidades

Ofertas e ocasiões comerciais integradas ao calendário da marca.

UM AMBIENTE PARA A MARCA

Live Box. O produto é o protagonista.

Um espaço de produção pensado para a categoria, a identidade da marca e a demonstração. Pode integrar uma campanha, uma programação recorrente ou uma ativação no varejo.

Conceito ilustrativo de ambientação. Marca utilizada para demonstrar possibilidades.



BELEZA / CONCEITO ILUSTRATIVO

O produto, visto de perto.

Demonstrações próximas do produto, combinações e perguntas ao vivo. Uma experiência que dá espaço à descoberta antes da decisão de compra.



VER DE PERTO.

Produto. Pessoa. Conversa.

A demonstração dá contexto à escolha.

COZINHA / CONCEITO ILUSTRATIVO

O produto vira receita.



Ingredientes, preparo e dicas em tempo real. Uma pauta que pode reunir produtos do varejo e marcas da indústria em uma experiência de consumo.

MODA / CONCEITO ILUSTRATIVO

Uma coleção. Várias maneiras de usar.

Looks, caimento e combinações apresentados ao vivo.
A conversa acompanha as dúvidas sobre peças,
tamanhos e ocasiões.



03 / TRADE LIVE

A loja ganha um novo espaço de negócio.

Uma Live Box dentro do varejo abre espaço para demonstrações, ações cooperadas e pautas com fabricantes. Um projeto que conecta experiência do consumidor e novas oportunidades comerciais para varejo e indústria.

Varejo

Espaço, categorias e contexto de compra.

Indústria

Produtos, demonstrações e participação comercial.

SUBA Live Box

Estratégia, produção e operação do projeto.

GALERIA DE POSSIBILIDADES

Uma estrutura. Muitos universos de marca.

Ambientação, linguagem e pauta adaptadas ao produto e ao contexto da marca.



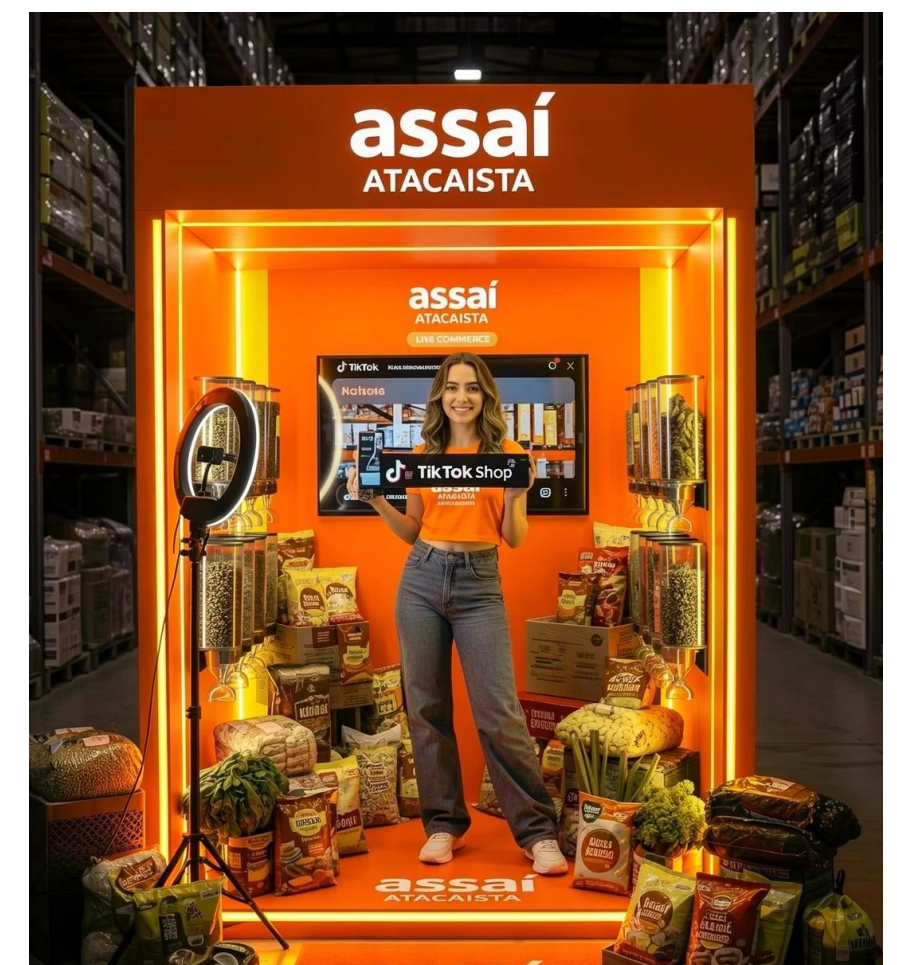
Coca-Cola

Encontro e ocasião de consumo.



O Boticário

Demonstração e descoberta.



Assaí

Varejo e indústria em uma programação cooperada.

04 / CREATORS E AFILIADOS

Uma audiência. Novas formas de monetizar.

Curadoria de creators, seleção de produtos e programação comercial. A operação aproxima marcas e talentos em projetos de venda e remuneração desenhados para cada parceria.

Creators contratados para campanhas e lançamentos.

Afiliados conectados a produtos e comissões.

Slots comerciais em programações desenvolvidas com os talentos.

O PÚBLICO PRECISA ENCONTRAR A LIVE

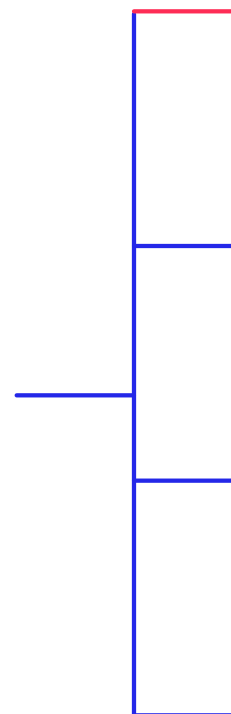
A live encontra o seu público.

TikTok Shop, canais da marca, canais de creators e ambientes de varejo entram no desenho conforme o público, o produto e a jornada de compra. A estratégia conecta conteúdo, ativação e destino comercial.

CANAIS POR PROJETO

LIVE

Conteúdo da marca.

- 
- 01 TikTok Shop
 - 02 Canais da marca
 - 03 Canais de creators
 - 04 Varejo e ativações físicas

Amplification Live amplia o plano com os ativos da SUBA Growth: Mobile Media, programática de vídeo e vídeos como extensão da live.

Ativos, canais e integrações definidos conforme o objetivo e o escopo de cada projeto.

DO BRIEFING AO PRÓXIMO CICLO

A operação começa antes do ao vivo.

01

Preparar

Objetivo, produtos, roteiro, casting, ambientação e calendário.

02

Realizar

Direção, transmissão, apresentação, demonstração e interação.

03

Evoluir

Cortes, leitura de indicadores e decisões para as próximas ativações.

Escopo, responsabilidades e interfaces definidos para cada operação.

DA TELA À OPERAÇÃO

A compra também precisa funcionar.

O projeto organiza a interface entre conteúdo, vitrine, disponibilidade de produtos e operação do seller. Marca, plataforma e produção entram com papéis definidos no desenho operacional.

- 01 Onboarding e configuração da operação.
- 02 Catálogo, produtos e disponibilidade.
- 03 Fluxo de pedidos e interfaces com o seller.

CRITÉRIOS DEFINIDOS ANTES DA ESTREIA

Atenção, intenção e compra têm métricas diferentes.

Indicadores escolhidos por objetivo e canal. O aprendizado de cada operação orienta a evolução da próxima.

Atenção

Audiência, retenção e participação ao vivo.

Intenção

Interação com produtos, cliques e visitas rastreadas.

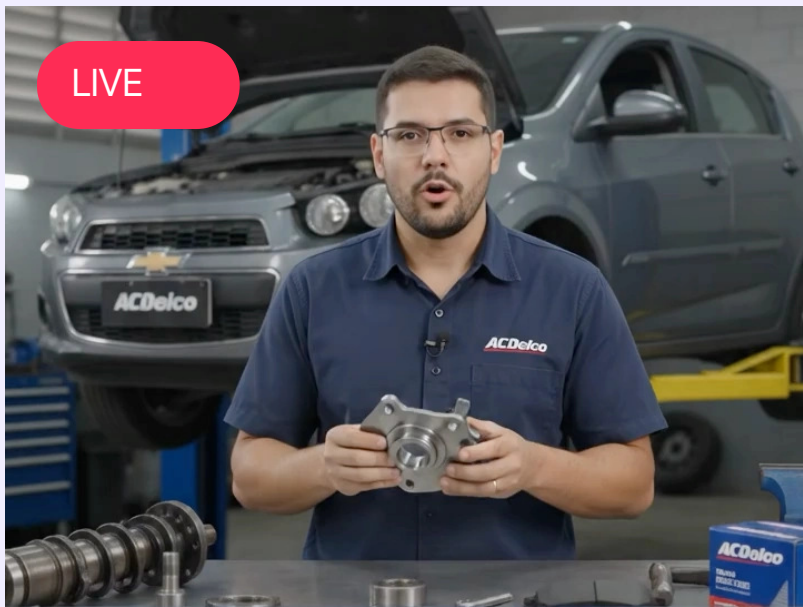
Compra

Pedidos e receita atribuída quando houver dados e rastreamento compatíveis.

A LIVE SE MULTIPLICA

Conteúdo em escala com apoio de IA.

Demonstrações, perguntas e momentos de produto alimentam novos formatos. A seleção e a edição transformam a live em conteúdo para o calendário da marca.



01 / LIVE
Conteúdo e interação ao vivo.

02 / SELEÇÃO COM IA



O trecho que importa.
Seleção de momentos relevantes para edição.

03 / EDIÇÃO DE CORTES



Vertical



Quadrado



Detalhe

Formatos ilustrativos

04 / DISTRIBUIÇÃO

Um conteúdo.
Novos formatos.

Reels, TikTok, stories e canais da marca.

A CONVERSA CONTINUA

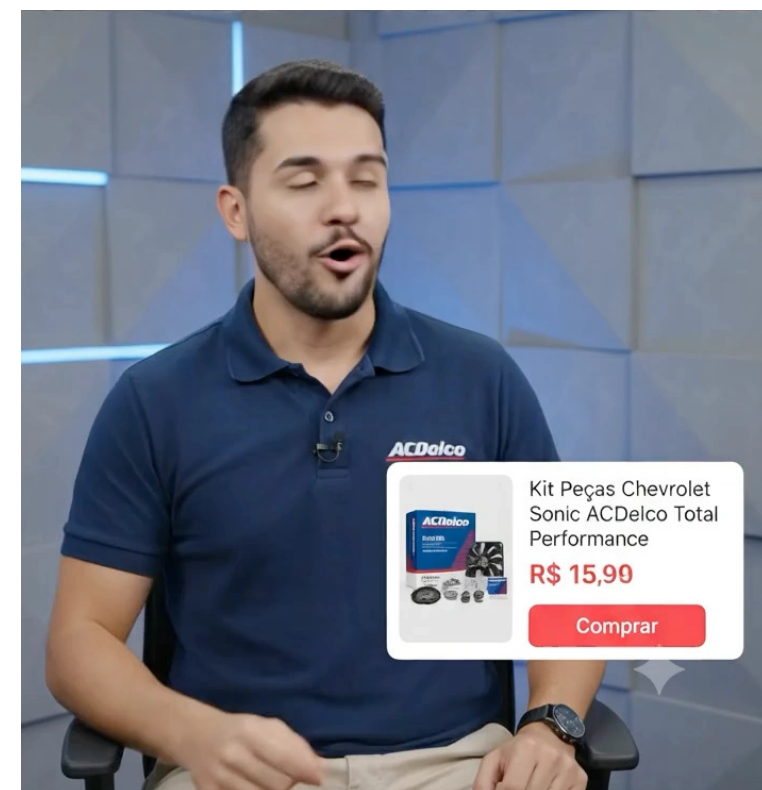
O conteúdo continua. A oportunidade também.

Os melhores momentos da live viram vídeos de produto. Creators e afiliados distribuem os cortes com seus próprios links, conectando conteúdo e oportunidades de compra.



01 / DEMONSTRAÇÃO

Conhecimento em cena.



02 / CONTEÚDO DE PRODUTO

A peça ganha contexto.

03 / DESTINO COMERCIAL

Da indicação à escolha.

Produto, disponibilidade e condições da oferta no destino comercial.

Compra vinculada à operação do seller.

UM PROJETO PARA O SEU NEGÓCIO

Uma estreia. Ou uma programação inteira.

Produto, público e objetivo definem o projeto. A proposta dimensiona formato, creators, distribuição, calendário, responsabilidades e investimento.

Proposta com escopo, entregas, orçamento e critérios de sucesso.

Uma ação pontual

Lançamento, campanha, data comercial ou ativação.

Uma programação recorrente

Calendário de conteúdo, produtos e oportunidades de compra.

SUBA LIVE BOX 360

Sua live. Uma operação 360.

Estratégia, infraestrutura, creators e mídia integrados antes, durante e depois do ao vivo.

ANTES

Planejar e atrair.

Estratégia e roteiro
Creators e convocação



DURANTE

SUBA LIVE BOX

Produzir e conectar.

Infraestrutura e transmissão
Interação e jornada comercial

DEPOIS

Desdobrar e evoluir.

Cortes e distribuição
Mensuração e próximos ciclos

SUBA GROWTH

Amplification Live

Canais, integrações e entregas definidos por projeto.

Impulsioneamento no antes, durante e depois.

Mobile Media

Programática de vídeo

Vídeos como extensão da live

SUBA LIVE BOX

Vamos desenhar a primeira operação da sua marca.

Traga um produto, uma categoria ou uma data comercial. Vamos definir formato, canais, entregas e indicadores para a primeira operação.

Vamos conversar

contato@suba.ag

suba.ag

[@suba.ag](https://www.instagram.com/suba.ag)

