

Marcas con Impacto = Audiencias con Marca?

Soc. Alejandra Solares

IBOPE
media



Impacto

- Múltiples miradas:
 - Presencia / Distribución
 - Inversión Publicitaria
 - Audiencias
 - Recordación
 - Recomendación
 - Compra

Monitoreando Marcas

Nombre, término, símbolo, diseño o logotipo o combinación que identifica los bienes o servicios de un anunciante.

1er aspecto que diferencia uno producto de su competencia.

- Se clasifican de acuerdo a:
 - Anunciante
 - Sector Económico en el cual tienen actividad Publicitaria
 - Categoría de Producto
 - Ítem o

3141 marcas en TV Abierta



Marcas en campaña

- 3.141 marcas
- 647.648 inserciones o salidas
- 98% de cobertura
- 2.168.719 GRP's
- Fuerte estacionalidad no respetada por los líderes que se mantienen constantes a lo largo del año.

Más tiempo al aire. Es mayor impacto?

- GRP's Universo individuos
- 129 marcas generan el 50% de los GRP's
- 42% del tiempo publicitario
- 44% de las salidas/inserciones

La categoría que integra el “Top”

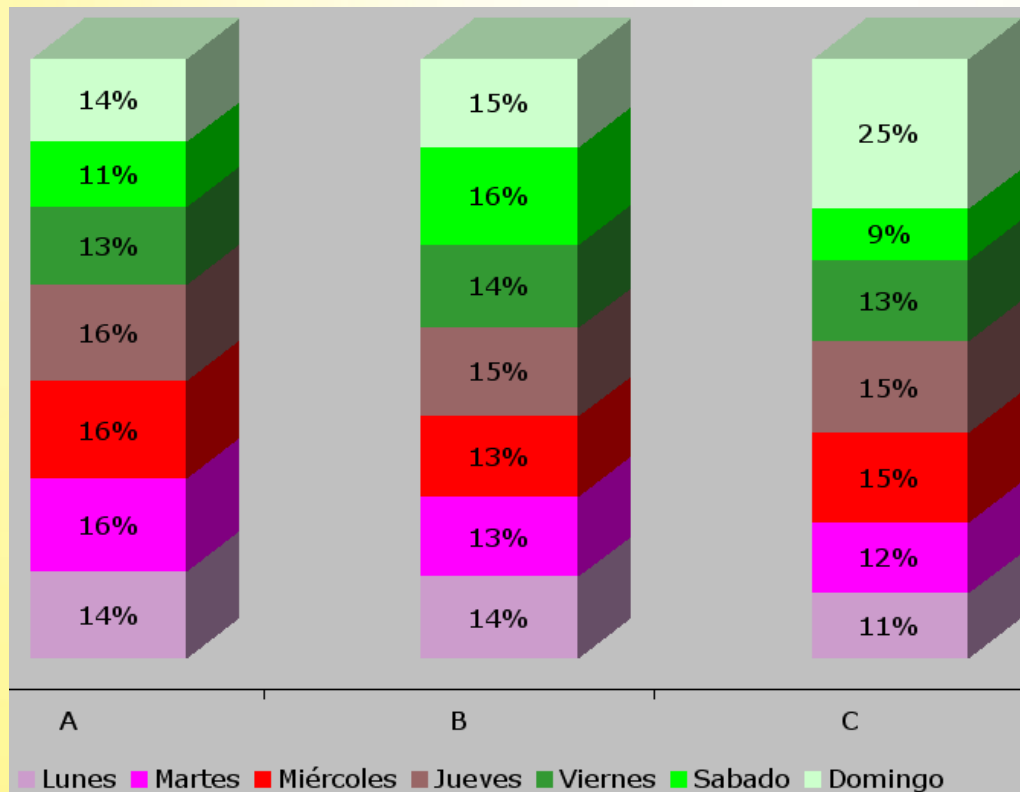
- Telefonía Móvil
- 3 marcas: ANTEL; CLARO; MOVISTAR
- 9.884 salidas /inserciones
- 185 mensajes diferentes
 - Institucional
 - Promociones
 - Notas Empresariales
- 95% de cobertura
- 38.446 GRP`s

Misma Estrategia?

A	A
Salidas	3.009
Mensajes Distintos	34
Segundaje	72.872
Canales	4
Sectores	4

B	B
Salidas	2.726
Mensajes Distintos	73
Segundaje	75.868
Canales	4
Sectores	4

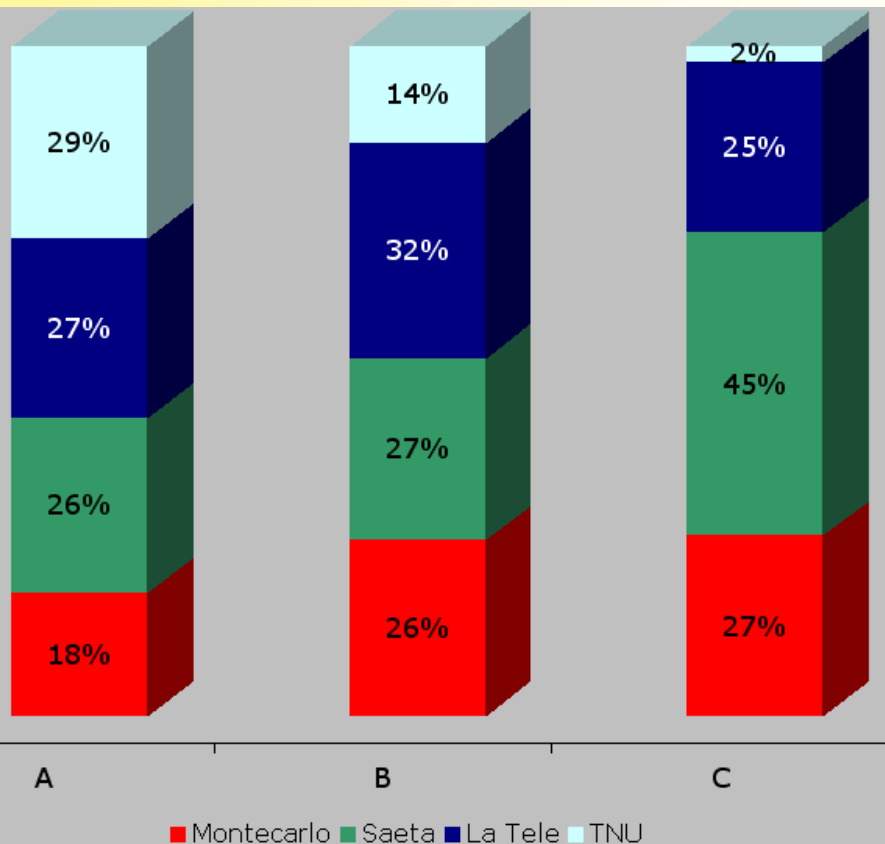
C	C
Salidas	4.149
Mensajes Distintos	78
Segundaje	97.390
Canales	4
Sectores	4



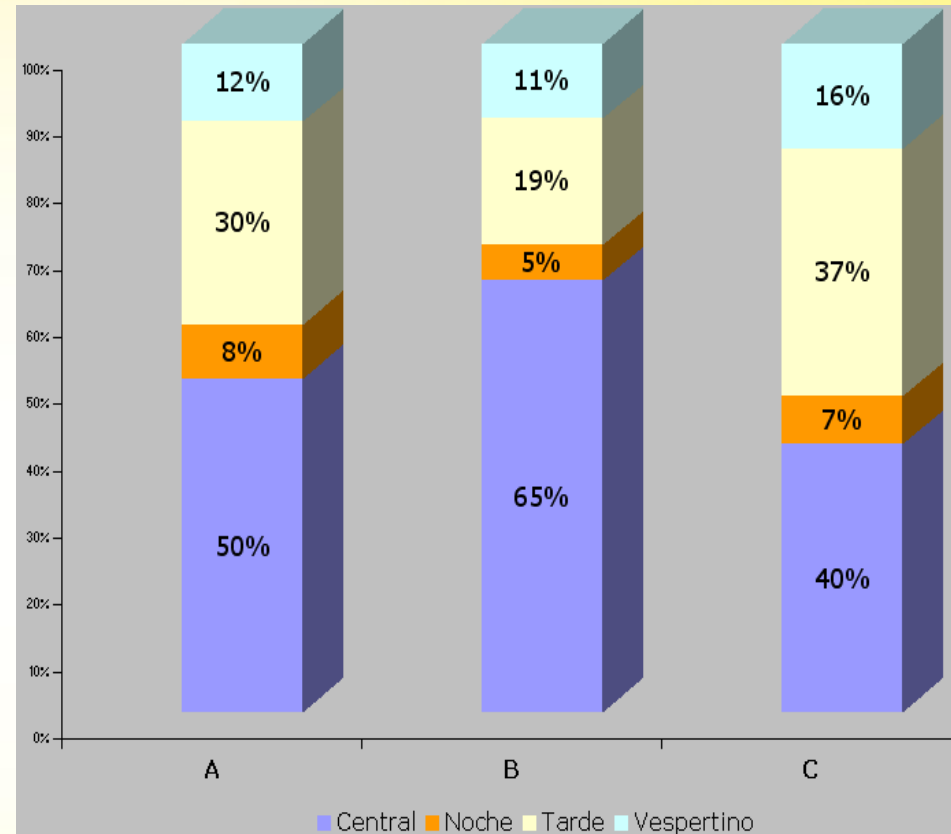
Salidas por día de la semana

Misma Estrategia? (II)

Salidas por canal



Salidas por sector horario



Mismos Resultados?

A

	A
GRP`s	10.159
Cobertura	92%
OTS	110

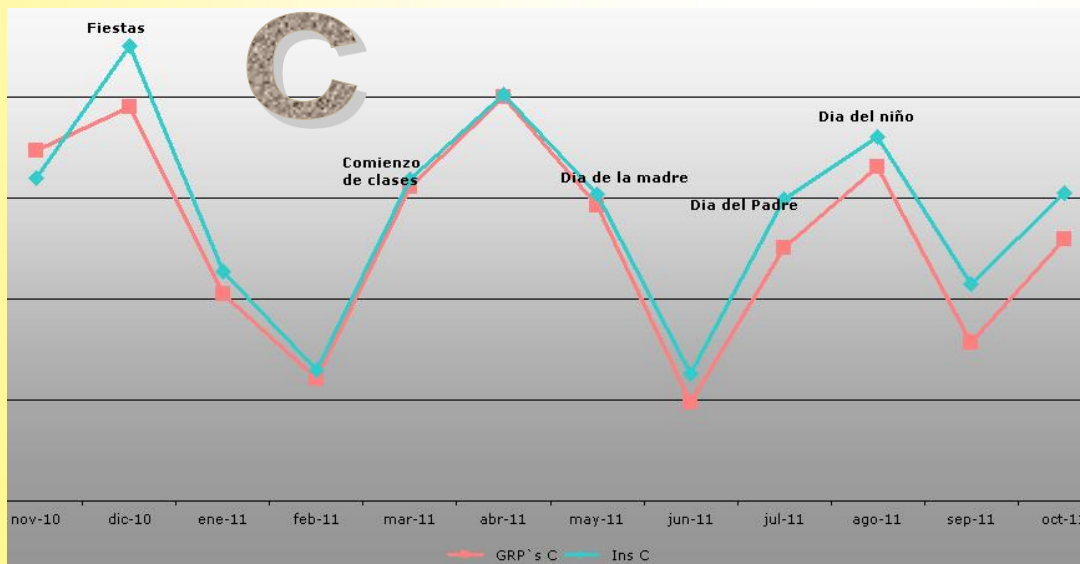
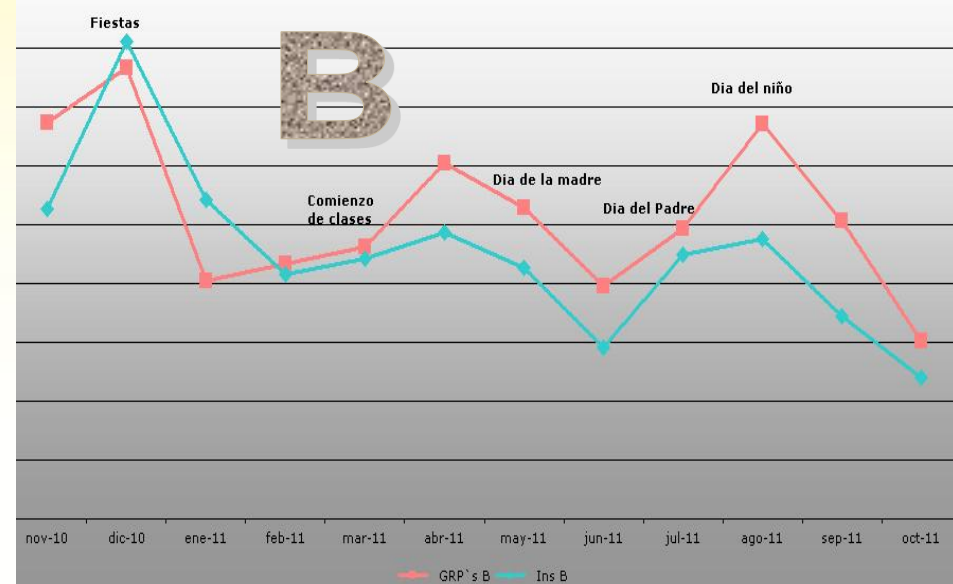
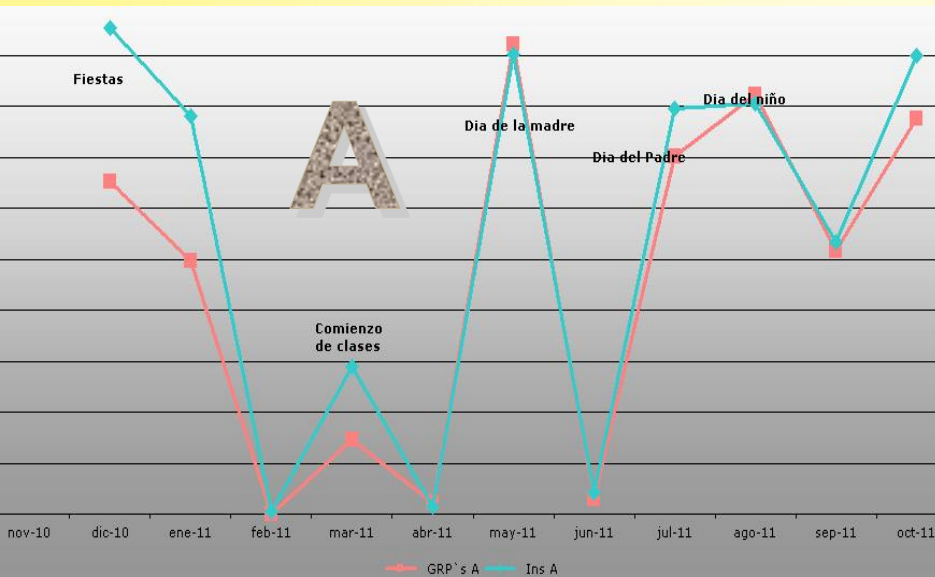
B

	B
GRP`s	12.479
Cobertura	93%
OTS	134

C

	C
GRP`s	15.808
Cobertura	93%
OTS	169

Estrategia y Resultados Estacionalizados



Para Cerrar...

- Los montevideanos consumen 3 horas y media de TV en promedio por día.
- El 75% del tiempo mirando TV abierta
- En algún momento del año son contactados por las marcas
- El silencio tiene su precio
- Pero la estrategia marca la diferencia
- Cuanto más espacio / silencio dejen más posibilidades tiene mi competencia de ganar(se) ese lugar que tanto me costó conquistar.

Gracias

www.ibope.com.uy

IBOPE
media



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay