O.J.D.: No hay datos
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 409 €
Área: 135 cm2 - 15%

Anuncios

Fecha: 27/05/2013
Sección: NOTICIAS
Páginas: 19

La eficacia de la publicidad en TV, medida en ventas

ATRESMEDIA PUBLICIDAD Y KANTAR WORLDPANEL FIRMAN UN ACUERDO ESTRATÉGICO

Atresmedia Publicidad, exclusivista del grupo Atresmedia, y Kantar Worldpanel ha suscrito un acuerdo para analizar la eficacia de las campañas del medio televisión en términos de ventas. De este modo, la exclusivista podrá investigar la eficacia de la televisión y su efecto sobre un gran número de campañas. La información servirá para que los anunciantes evalúen su planificación y la inversión que manejan en función de los diferentes targets de consumo real y no solo según variables sociodemográficas.

Este nuevo servicio supone la integración en una fuente única de información de datos de compra y audiencia real; permite "medir de forma precisa la afinidad de los targets" y hasta aislar el ROI de la campaña de otras acciones que estén en marcha al mismo tiempo en el punto de venta, indican desde Atresmedia Publicidad.

Compras

El panel de consumidores de Kantar está integrado por 12.000 hogares y 8.000 individuos que declaran semanalmente y desde hace 40 años todas sus compras de productos de gran consumo (alimentación, bebidas, droguería, perfumería e higiene personal), productos para el bebé, alimentación para mascotas, medicamentos, telefonía móvil, prendas y complementos de vestir, carburantes y productos de impulso, así como su consumo de medios.