



Con la herramienta Atresdata y sin coste adicional

Atresmedia Publicidad ofrecerá información del target comprador a las marcas que hagan publicidad especial

Los anunciantes mejorarán así la planificación, la afinidad y la eficacia de sus acciones especiales

Atresmedia Publicidad ofrecerá desde el 20 de septiembre información de su herramienta AtresData a los anunciantes que realicen publicidad especial en sus programas (menciones, telepromociones, patrocinios...)

De esta forma, las marcas tendrán la posibilidad de planificar este tipo de acciones buscando impactar con mayor eficacia a su target basándose en criterios de compra o comportamiento y no sólo en variables sociodemográficas.

La herramienta AtresData, lanzada a principios de 2016, permite una visión 360º del telespectador al aunar en una misma fuente la audiencia de televisión, el consumo y la compra de productos, las actitudes y los estilos de vida.

La información de AtresData podrá verse desde dos perspectivas:

- Enfoque de programa: los targets compradores más afines a determinados programas

Cadena	Título			
	Cadena / AfinTg% / AM%			
	LA SEXTA			
	A3			
Targets	AfinTg%	AM%	AfinTg%	AM%
HM Comprador Coloración Capilar	124	2	153	3.94
HM Comprador Styling	128	2.08	144	3.72
HM Comprador Bebidas Gaseosa	105	1.91	125	3.8
HM Comprador Pet Food	103	1.9	115	3.74
HM Comprador Lociones y Aceites	113	1.86	141	3.69
Comprador Coloración Capilar	115	1.86	135	3.61
HM Comprador Crema Facial	111	1.8	139	3.56
HM Comprador Leche Desnatada	104	1.85	109	3.54
HM Comprador Postres Ligeros	116	1.89	119	3.47
HM Comprador Cerveza sin alcohol	105	1.88	112	3.47



- Enfoque de target: los programas más afines a determinados targets de compra/comportamiento

Cadena 			Cadena 		
Categoria: (1) ▾			Categoria: (1) ▾		
Targets ▾			Targets ▾		
Título	AfinTg%	AM% ▾	Título	AfinTg%	AM% ▾
1 EL HORMIGUERO 30	102	6.3	1 EL OBJETIVO DE ANA PASTOR	102	4.4
2 MULTICINE	107	6.0	2 EL INTERMEDIO	101	4.2
3 ANTENA 3 NOTICIAS 1	108	5.9	3 LASEXTA COLUMNNA	101	3.2
4 ¡BOOM!	108	5.4	4 LA SEXTA NOTICIAS 14H	102	3.0
5 MULTICINE 2	106	5.4	5 AL ROJO VIVO	101	2.2
6 DEPORTES	107	5.3	6 LA SEXTA NOTICIAS 20H	96	2.1
7 AMAR ES PARA SIEMPRE	109	5.2	7 EL TAQUILLAZO	98	2.1
8 ANTENA 3 NOTICIAS 2	104	5.1	8 LIARLA PARDO	123	2.1
9 ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	107	4.4	9 MAS VALE TARDE	105	2.0
10 LA RULETA DE LA SUERTE	106	4.3	10 LA SEXTA NOTICIAS JUGONES	99	1.9
11 EL SECRETO DE PUENTE VIEJO	104	4.3	11 LA SEXTA NOCHE	101	1.9
12 ANTENA 3 NOTICIAS 2 FIN DE SEMANA	104	4.2	12 PESADILLA EN LA COCINA	99	1.8

Toda esta información será accesible a las agencias y anunciantes que la demanden a través del equipo de ventas de publicidad especial de Atresmedia Publicidad.

Facilitar el uso de estas herramientas supone un paso más en el compromiso de Atresmedia Publicidad de ofrecer el mejor servicio a los anunciantes y de seguir investigando en el conocimiento de la eficacia publicitaria en línea de otros estudios anteriores como el Modelo Económico de Frecuencia Efectiva, el Primer Estudio sobre la Eficacia Global en Ventas de la Publicidad en TV realizado junto con Kantar Worldpanel o el modelo económico ROIMAP, que explica el retorno de la inversión en los distintos medios para maximizar la notoriedad publicitaria, o el Metrac que explica la relación entre publicidad y tráfico al concesionario.

<https://datastudio.google.com/reporting/1Du7BkjpzXjxzl-mcJgnW50-8Zy-5ioMM/page/D72W>