"All the New That´s Fit to Print"

The Special Times

ACTUALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII… No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

PROGRAMACIÓN: PRESUNTO CULPABLE

La nueva serie original de Atresmedia Televisión, está ambientada en Mundaka, un pequeño e idílico pueblo pesquero del País Vasco y cuenta la historia de Jon Arístegui, un investigador que vive en París y que, tras un terrible suceso, se verá obligado a volver al pueblo en el que nació y que abandonó seis años atrás

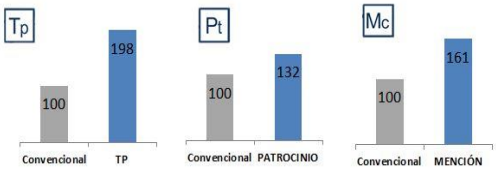
TU CARA ME SUENA

Nueva temporada con éxito de audiencia en su estreno, con un casting extraordinario, invitados de lujo y un jurado de honor.

Más información página 2

NOVEDADES EN SSEE

Formatos Especiales y recuerdo



El último estudio realizado a través de la plataforma de encuestas online TOLUNA demuestra que apostar por estos formatos (telepromoción, mención y patrocinio) **genera un mayor recuerdo de marca.**

BE SPICY

Soluciones "Spicy" para adecuar la publicidad especial de la Televisión a Internet.

SPONSOR

Relanzamos el concepto de patrocinio

Más información página 5 y 6

AtresData en especiales

Planificar, sin coste adicional, la publicidad especial en los programas más afines al comprador gracias a Atresdata.

NOVEDADES EN SSEE

Atresmedia y Lexus estrenan formato

Un bloque exclusivo, simultáneo y multipantalla emitido en El Hormiguero 3.0 y El Intermedio y que estará vinculado durante toda la temporada a los dos programas

Más información página 6

CASE STUDIES

Nissan, Daitsu, Iberojet o #RetoTampax, son algunos ejemplos. Cada vez más marcas trabajan mano a mano con Atresmedia creando ideas multimedia que favorecen los resultados finales de campaña.

Más información página 8

"All the New That´s Fit to Print"

The Special Times

ACTÚALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII … No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

NOVEDAD EN PROGRAMACIÓN

Descubre la programación de Atresmedia 2018 - 2019

Presunto culpable

Nueva serie original de Atresmedia Televisión para el prime time de Antena 3, hace gala de un excelente elenco, contando con actores de reconocida trayectoria. Miguel Ángel Muñoz encabeza este reparto formado por Susi Sánchez, Elvira Mínguez, Tomás del Estal, Josean Bengoetxea, Teresa Hurtado, Irene Montalá, Alejandra Onieva, Carlos Serrano, Itziar Atienza, Carol Rovira entre otros.

De hoy en un año

Los participantes de este programa deben superar un desafío, si lo consiguen, su sueño podrá cumplirse en 365 días. El objetivo de los participantes puede ser muy diverso, desde perder peso hasta reencontrarse con un ser querido.

Intercambio consentido

Nuevo dating show en el que se trata de salvar algunas parejas con una novedosa estrategia: el intercambio de parejas. Al final del plazo, todos los matrimonios originales se reúnen y deciden si siguen adelante.

El contenedor

Un programa donde los concursantes se tendrán que despojar de todos sus bienes durante diez días, mientras han de continuar con sus vidas. Podrán únicamente recuperar un objeto al día.

Tu Cara Me Suena

Tu Cara Me Suena Sigue causando furor entre los espectadores. El arranque de la séptima temporada se convierte en el segundo mejor estreno histórico en cuota (22 de cuota de pantalla, 2,5 millones de espectadores).

Tu Cara Me Suena ha **vuelto aún con más fuerza** y supera a su competidor **(**Mi Casa Es la Vuestra**)** en 8,7 puntos de cuota de pantalla

"All the New That´s Fit to Print"

The Special Times

ACTUALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII … No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

NOVEDAD EN PROGRAMACIÓN

Descubre la programación de Atresmedia 2018 - 2019

¿Te lo vas a comer?

El nuevo programa de Alberto Chicote, está formado por una serie de reportajes sobre temas de alimentación y consumo. Asuntos que conciernen a toda la sociedad, pero que tienen un acceso restringido, por lo que ¿Te lo vas a comer? entrará en lugares donde la gente de a pie no puede llegar.

Arusitys

"ARUSITYS", el primer humorning show de la televisión con Alfonso Arús ya está en la las mañanas de La Sexta. El programa, en riguroso directo, es la primera ventana de información del día en la cadena y está impregnado por el tono desenfadado de su presentador y sus colaboradores.

La guinda del pastel para 2019…La Voz

Para seguir apostando por los grandes formatos y los mejores contenidos. Reforzamos la calidad y el entorno seguro de nuestra programación, la más adecuada para que las marcas puedan brillar.

Neox Discover

Iniciativa de carácter internacional impulsada por Neox, CreaCultura y Atresmúsica para facilitar la exposición de músicos emergentes, y que puedan explotar comercialmente sus canciones.

VÍDEO DE PROGRAMACIÓN

"All the New That´s Fit to Print"

The Special Times

ACTUALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII … No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

ACTUALIDAD EN RCs

HELIOS, las masterclass de desayunos saludables.

Helios se une a la iniciativa de Objetivo Bienestar para promover el desayuno y la dieta saludable. Para ello se han llevado a cabo una serie de eventos, entre los que destacan las masterclass que han tenido lugar en Valencia, Bilbao, Madrid y Barcelona, con diferentes chefs que han permitido a niños y adultos conocer la importancia de un buen desayuno.

Aprender recetas sencillas y rápidas para **preparar un desayuno saludable**, fue su objetivo. Complementado todo ello con una serie de cinco talleres en los que se desarrollaron aspectos básicos del desayuno.

Desayuno saludable también ha tenido eco en **radio, internet y televisión, en el programa "Espejo público"** y en "**Tu tiempo con Roberto Brasero"**. Así como una sección en la web de objetivo bienestar con recetas para preparar desayunos y postres saludables.

¿Así pagas a los creadores?

Atresmedia, desde su movimiento **Crea Cultura**, y la compañía de teatro **Yllana** se unen para promover el respeto a los creadores culturales y a la Propiedad Intelectual. El primer fruto de esta colaboración es una llamativa campaña que se presenta en primicia en el FesTVal de Vitoria y que planteará la siguiente reflexión a través de todas sus piezas: ***"¿Así pagas a los creadores? No seas troglodita***".

"All the New That´s Fit to Print"

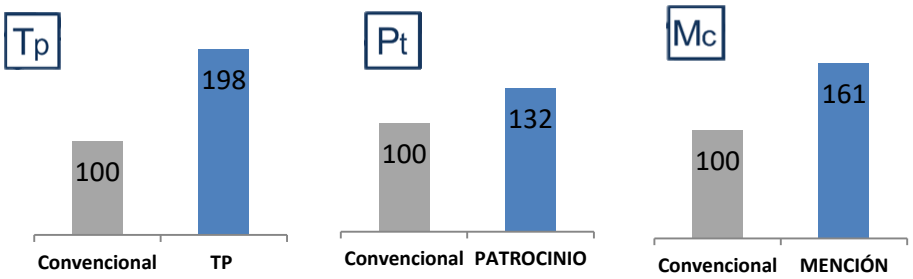
The Special Times

ACTUALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII … No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

NOVEDADES EN SSEE

Los formatos especiales, aportan mayor recuerdo de marca



El último estudio realizado por Atresmedia Publicidad, usando la plataforma online Toluna, demuestra que apostar por estos formatos **genera un mayor recuerdo de marca.**

Los tres formatos que obtienen mayor recuerdo respecto a la media del bloque convencional son el formato **telepromoción** (que se recuerda el doble que un spot en un bloque convencional) y las **menciones** (con un recuerdo de un +61% versus bloque convencional). El formato **patrocinio** también consigue un recuerdo más alto (+32%).

Por lo tanto, destinar parte de la inversión publicitaria a formatos diferenciales, permite mejorar el recuerdo de la marca, así como aportar valor añadido a la campaña y dejar una mayor huella en las mentes de los consumidores.

SPICY, solución publicitaria adaptada al medio

Llega una nueva solución publicitaria integral: SPICY. Con la intención de echarle más picante se ha ideado un servicio, dentro de una estandarización, que nos permita adecuar el mensaje de la tv al medio internet, ofreciendo una **solución nativa y que habla el lenguaje del medio.** Una opción creativa que aprovecha la inmediatez del móvil o las horas del consumo, permitiendo alargar la vida del mensaje y contribuir a una gran segmentación. Habla con tu equipo de especiales para conocer más detalles

Motion Control, una tecnología en auge

Apostamos por un innovador sistema robotizado para incorporar movimiento a la realidad aumentada, el Motion Control. Su aplicación para las caretas de patrocinio y telepromociones ha ido incrementándose de forma muy notable, y lo más importante, las marcas han podido percibir el valor aportado por esta tecnología.

Esta tecnología no tiene límites, actualmente estamos desarrollando una nueva aplicación, para permitir personalizar un plató simulando un escenario (una playa, una tienda…) acorde a las necesidades concretas de la marca.

SPONSOR, un buen vínculo la clave del éxito

Relanzamos el concepto de patrocinio. Nueva forma de patrocinar un programa mediante el SPONSOR PROJECT, que pretende incrementar el efecto del patrocinio combinando diferentes formatos (patrocinio puro, convencional, telepromociones, sobreimpresiones…) y creatividades, generando un vínculo directo entre contenido y anunciante. Mira el ejemplo de Amazon con Downton Abbey.

"All the New That´s Fit to Print"

The Special Times

ACTUALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII … No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

NOVEDADES EN SSEE

PS4 en Neox Games

Neox Games, espacio que cuenta toda la actualidad sobre videojuegos, trucos, imágenes, games, fechas de lanzamiento y las ultimas novedades del sector.

En esta ocasión, y durante las próximas semanas, el espacio tendrá contenido específico para hablar de PS4 la última consola de Sony. Además la marca cuenta con presencia en los avances del programa para incrementar la cobertura.

Atresmedia y Lexus estrenan un formato innovador, multipantalla.

Lexus, la marca de automóviles de alta gama, ha estrenado en primicia un nuevo producto publicitario creado por Atresmedia. **Un bloque exclusivo, simultáneo y multipantalla emitido en El Hormiguero 3.0 y El Intermedio** con gran repercusión digital donde se emitió el mismo bloque exclusivo en los directos de ambos programas y que contó con presencia, también en simultáneo, en los perfiles de las principales redes sociales Facebook y Twitter.

Un novedoso producto líder en notoriedad (los bloques de 1 minuto se recuerdan un 214% más), cobertura y afinidad al target core de Lexus que estará vinculado durante toda la temporada a dos de los programas de referencia de Atresmedia y de la televisión en España.

ATRESDATA, afinidad al comprador

Atresmedia Publicidad continúa su política de servicio al cliente y ofrece a las marcas la opción de planificar su campaña de formatos especiales **sin coste adicional** en los **programas más afines al target de compra o comportamental**. Una forma de impactar, más allá de las variables sociodemográficas, de forma más eficiente alcanzando al futuro comprador.

El departamento comercial estudiará caso a caso, buscando al comprador o al target específico al que la marca quiere impactar. Acude al departamento de ventas especiales para obtener esta información

"All the New That´s Fit to Print"

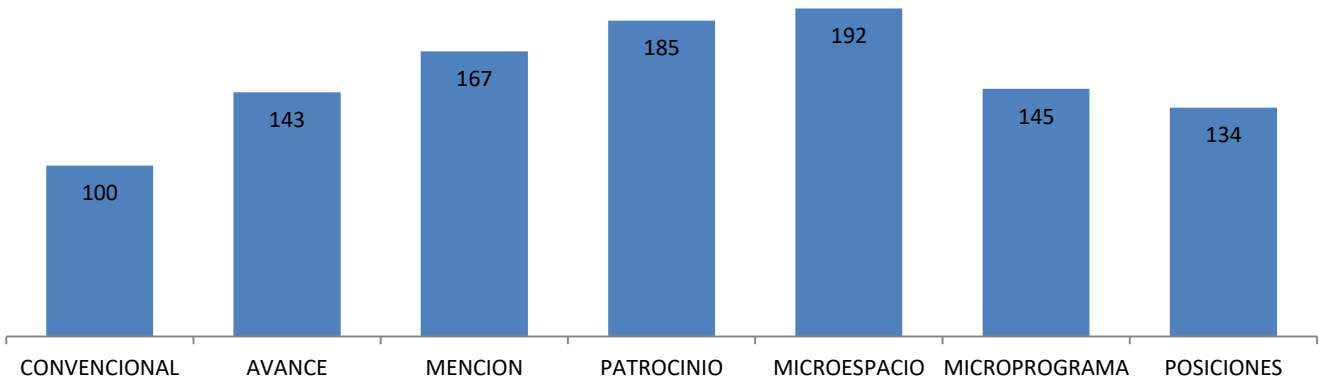
The Special Times

ACTUALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII … No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

NOVEDADES EN SSEE

RADIO



Los formatos de publicidad especial en Radio mejoran la notoriedad de las campañas

Con un total de 3.000 encuestas realizadas (6 bloques y 500 encuestas por bloque analizado), el estudio de Toluna se ha llevado a cabo a través de la escucha de un bloque publicitario de 8 cuñas para analizar el recuerdo espontáneo de las cuñas convencionales frente a formatos especiales (patrocinio, avance, mención, microespacio y microprograma).

El formato **microespacio** tiene uno de los porcentajes de recuerdo más altos al recordarse casi el doble que la media de la publicidad convencional (+92%).

Por otro lado, el **patrocinio** consigue también dejar una mayor huella en los encuestados, recordándose un 85% más que la publicidad convencional.

La **mención** consigue destacar frente al formato convencional con un 67% más de recuerdo, y el **microprograma** con un 45% más.

En último lugar, el formato **avance** con una menor presencia de marca, incrementa la notoriedad un 43%.

Además, el estudio demuestra que **posicionar la cuña** (primera y última posición) supone un incremento del 34% en la notoriedad de la marca vs. posiciones centrales.

Destinar parte de la inversión publicitaria a formatos diferenciales, permite mejorar el recuerdo de la marca, así como aportar valor añadido a la campaña, dejando una mayor huella en los consumidores.

Este análisis 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 y mejora de la eficacia publicitaria.

"All the New That´s Fit to Print"

The Special Times

ACTUALIDAD EN SOLUCIONES ESPECIALES DE ATRESMEDIA

VOL IIII … No 11 ©2014 The Special Times OCTUBRE, 2018

CASE STUDIES

DAITSU

¿Qué tonterías harías por no tener aire? Bajo el hagstag **#airesintonterias,** DAITSU y Atresmedia Publicidad han trabajado conjuntamente para crear una acción multimedia basada en la interacción con el usuario y, con un objetivo claro, generar conocimiento de marca.

Vídeo resumen de la acción.

#NISSANCHAMPIONSKING

Una acción multimedia de alto impacto y notoriedad que tenía como objetivo potenciar el vínculo de NISSAN con la Champions y estrechar lazos con el público madrileño.

Para ello Atresmedia desarrolló una idea en torno a un **evento experiencial**. Durante el 22 y el 24 de mayo en Nuevos Ministerios de Madrid los participantes tuvieron la oportunidad de ganar 2 entradas para la final, pases VIP y balones oficiales de Nissan y la UEFA Champions League.

Todo el público de "El Hormiguero" se va de viaje al Caribe

Durante la emisión del programa "El hormiguero 3.0", y en una **acción sin precedentes en España**, Iberojet regaló en directo **un viaje al Caribe a todo el público** que asistió en el día de ayer al programa de Antena 3. Pablo Motos y Lolita hicieron de anfitriones de uno de los premios más espectaculares que se recuerdan en la televisión española.
La campaña tuvo presencia en TV y se completó con acciones en radio, internet y redes sociales, lo que permitió hacer una comunicación global de la marca.

#RetoTampax

Dos influencers llevan a cabo retos deportivos con deportistas de élite para promocionar la marca. Esta acción tuvo mucha repercusión en redes sociales, en especial Instagram, con vídeos y menciones. También se creó un microsite en la web de Atresmedia para recoger el contenido de la acción.