

Es un pajaró...  
Es un avión, no. Es...



**el poder**  
de la televisión

somos  
**MASIVOS**





somos  
**AUDIOVISUALES**

somos  
**SEGUROS**



**la televisión es**

**MAS**

MASIVA, AUDIOVISUAL Y SEGURA

**CONSUMO**

**COBERTURA**

**ATENCIÓN Y RECUERDO**

**EFFECTO HALO**

**CONFIANZA Y CREDIBILIDAD**

**REDES SOCIALES**

**GENERADOR DE NEGOCIO**

**CREADOR DE MARCAS**

**EFFECTO CORTO Y LARGO PLAZO**

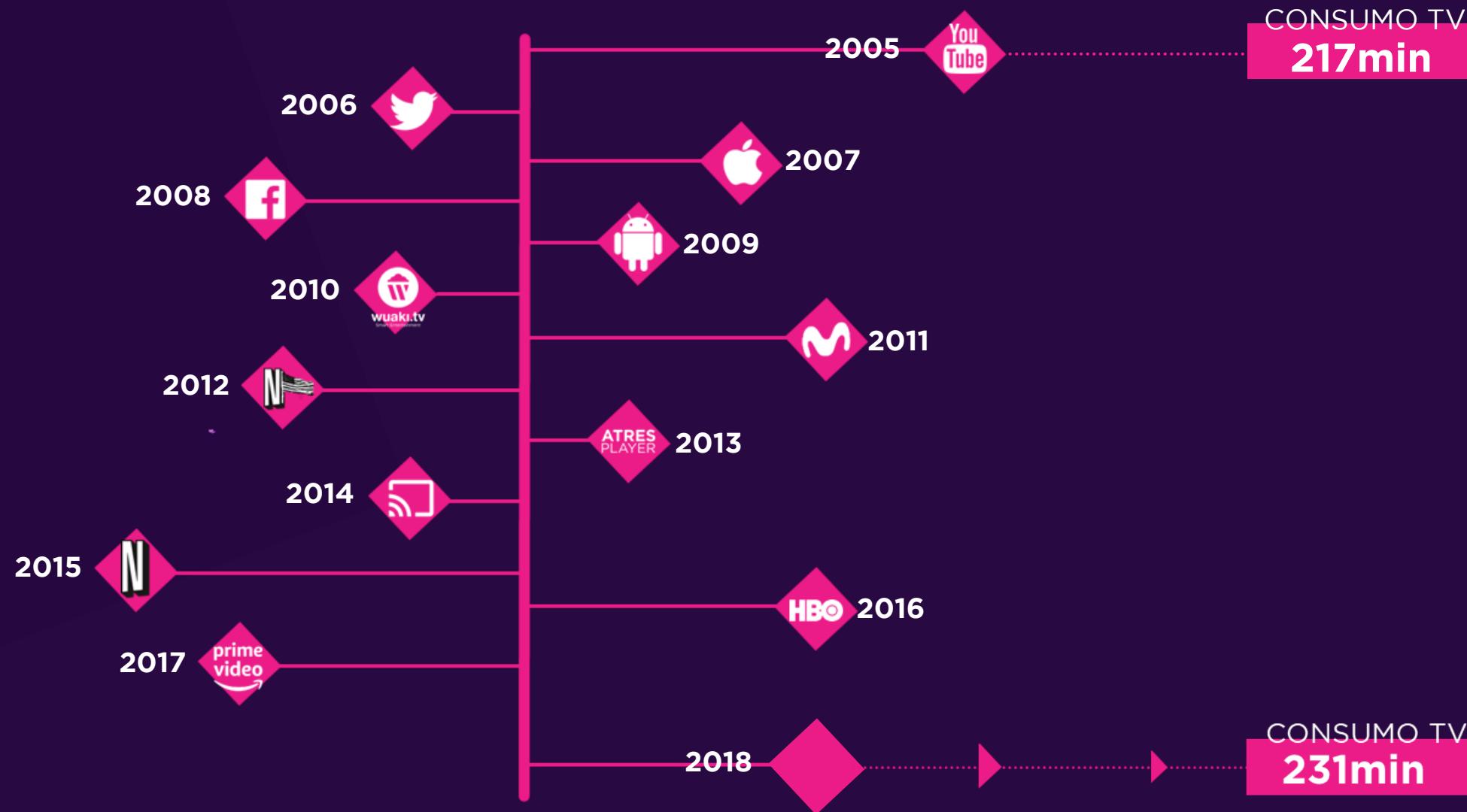
**ROI**



# consumo

A PESAR DE LAS NUEVAS INNOVACIONES LA TV SIGUE SIENDO **EL MEDIO CON MAYOR CONSUMO**

**ADDICTED**  
**TV**



# »cobertura

LA TV SIGUE SIENDO EL MEDIO DE LA COBERTURA

81% cob  
231 min

TELEVISIÓN

INTERNET

56% cob  
32 min

YouTube

13% cob  
16 min

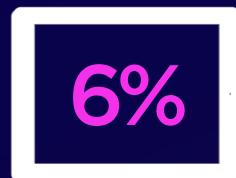
facebook.

7% cob  
1 min

# » atención y recuerdo

LA TELEVISIÓN ES LA PLATAFORMA  
CON **MAYOR ATENCIÓN Y RECUERDO**

¿CUÁNDO ESTÁS CONSUMIENDO CONTENIDO  
TELEVISIVO, EN CUAL DE LAS SIGUIENTES PANTALLAS  
PRESTAS **MÁS ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD?**



TOLUNA. 1.504 ENTREVISTAS. 2017. ESTUDIO INTERNO ATRESMEDIA

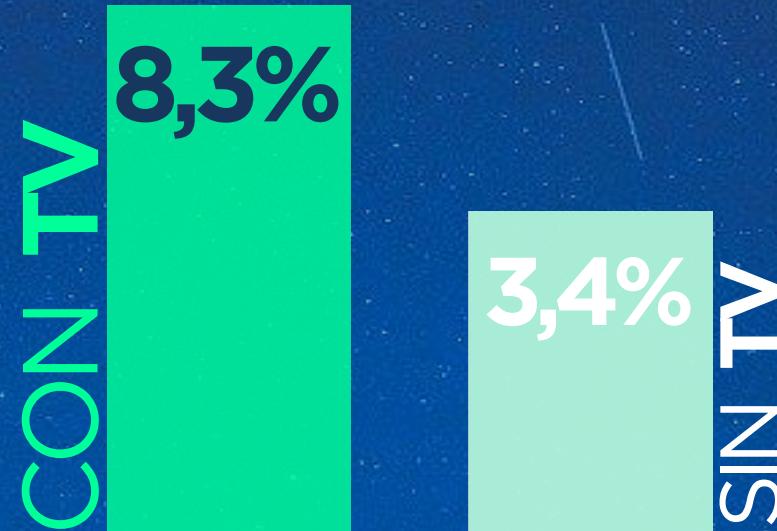
**EL 50% DE LA NOTORIEDAD PUBLICITARIA PROCEDE DE LA TV**

IOPE.NOTORIEDAD ENERO-OCTUBRE 2018.



# » efecto halo

LA TV TIENE UN EFECTO HALO EN LAS CAMPAÑAS MULTIMEDIA

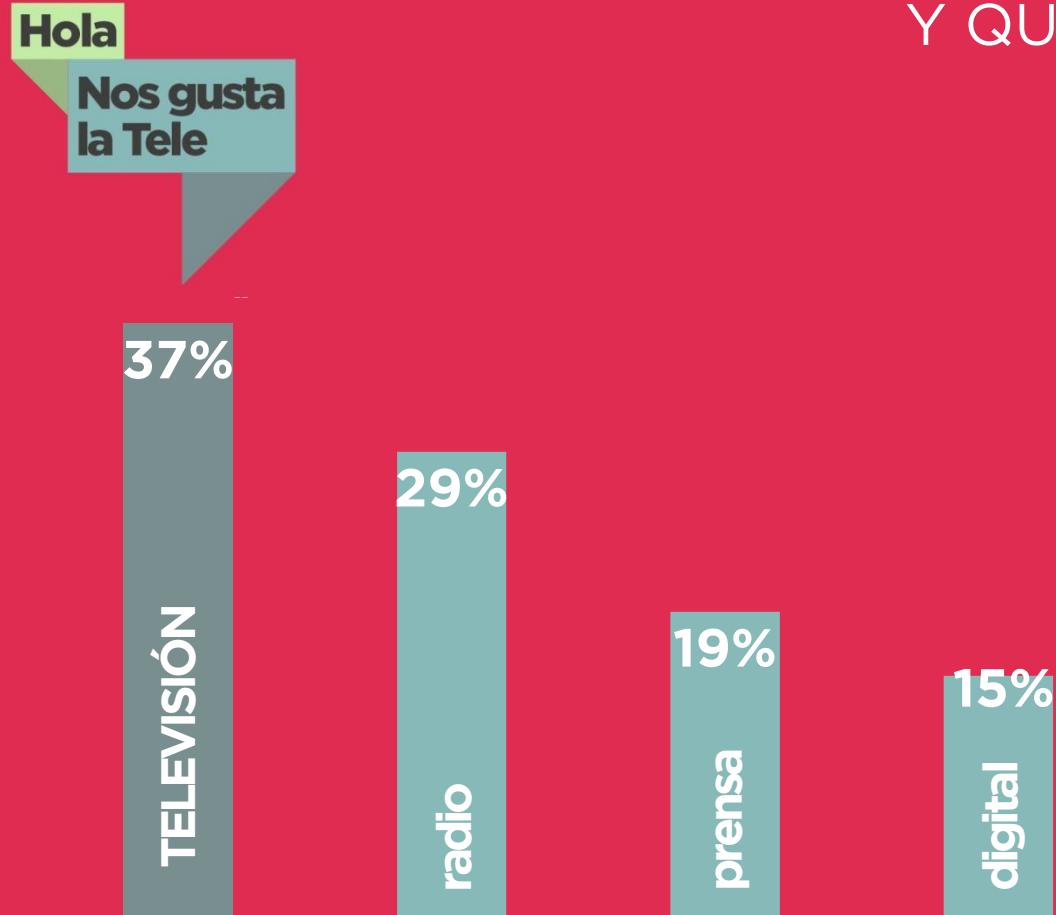


SIN TV LA NOTORIEDAD TOTAL...

-65%

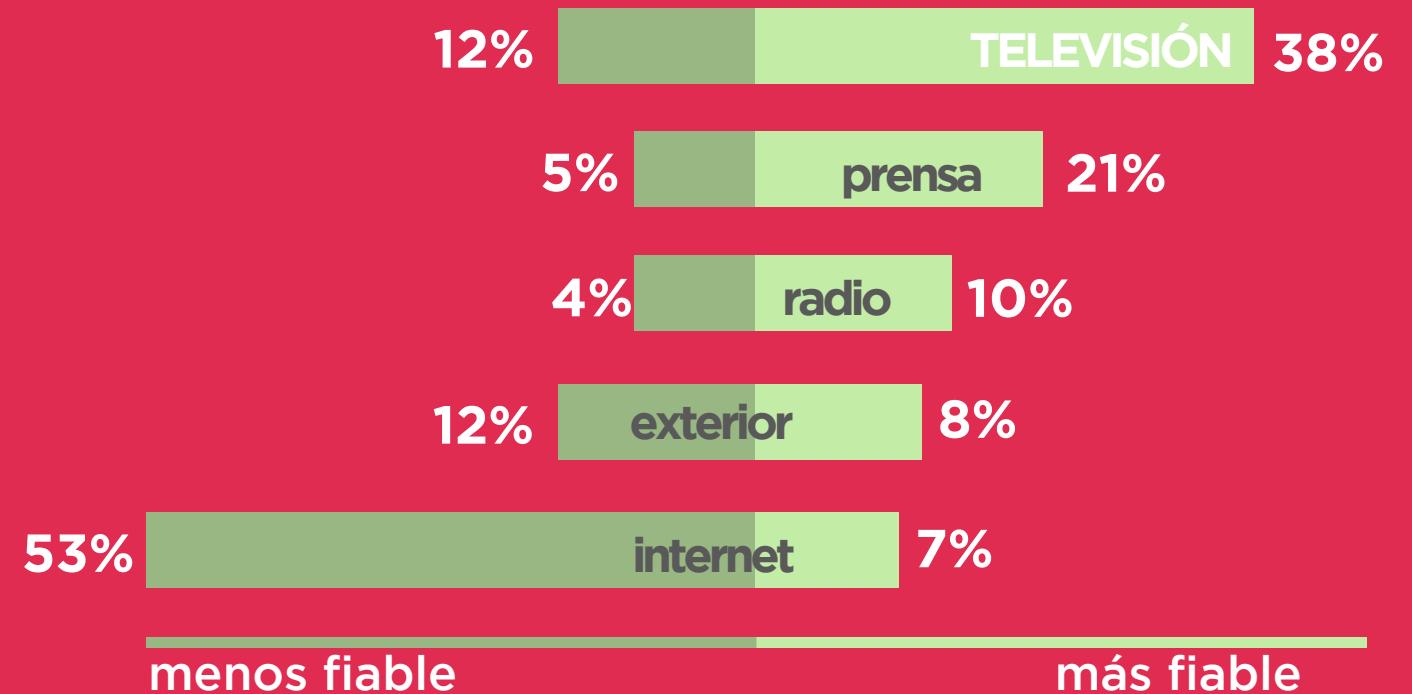
# credibilidad

LA TV ES EL MEDIO CON MÁS CREDIBILIDAD  
Y QUE MÁS CONFIANZA GENERA



Hola

Nos gusta la Tele



¿QUÉ MEDIO TE GENERA MÁS CREDIBILIDAD A LA HORA DE SEGUIR LA ACTUALIDAD?

¿EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS CONSIDERAS QUE LA PUBLICIDAD ES MÁS FIABLE?

# redes sociales

LA TV POTENCIA EL EFECTO DE LAS REDES SOCIALES

LOS TRENDS TOPICS  
EN PRIME TIME  
SON DE TV

50%

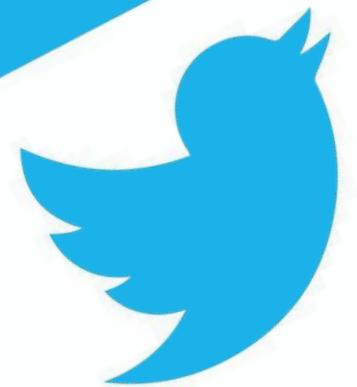
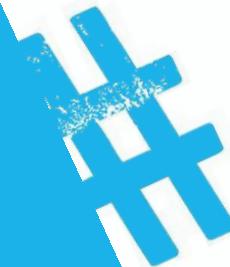
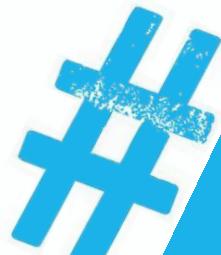
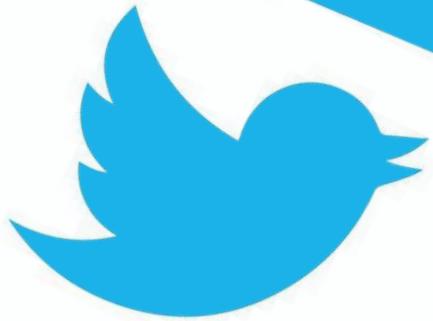
USUARIOS TWITTER UTILIZAN  
LA RED MIENTRAS  
VEN TV

89%

USUARIOS BUSCAN INFORMACIÓN  
EN RELACIÓN A PRODUCTOS  
VISTOS EN TV

72%

II ESTUDIO TWITTER SOBRE USO DE LA TELEVISIÓN DE SUS USUARIOS  
[HTTP://WWW.TRECEBITS.COM/2017/06/20/ASI-HA-CAMBIADO-TWITTER-LA-FORMA-LA-VE-MOS-LA-TELEVISION/](http://www.trecebits.com/2017/06/20/asi-ha-cambiado-twitter-la-forma-la-vemos-la-television/)



# » generador de negocio online

LA TV GENERA TRÁFICO WEB Y VENTAS  
AL ECOMMERCE

**X2**

TRÁFICO DIRECTO A LA WEB  
DEL ANUNCIANTE

**-20%**

DESCENSO EN LOS COSTES DEL TRÁFICO NO  
PAGADO QUE GENERA LA CAMPAÑA EN TV



AUMENTAN LAS DESCARGAS DE LA APP DEL  
ANUNCIANTE. SUBIDA EN EL RANKING DE LAS  
STORE

*Black*  
**FRIDAY**

# » creador de marcas

LA TV ES EL MEJOR MEDIO PARA LA ESTRATEGIAS DE  
BRANDING Y EL CONOCIMIENTO DE MARCA

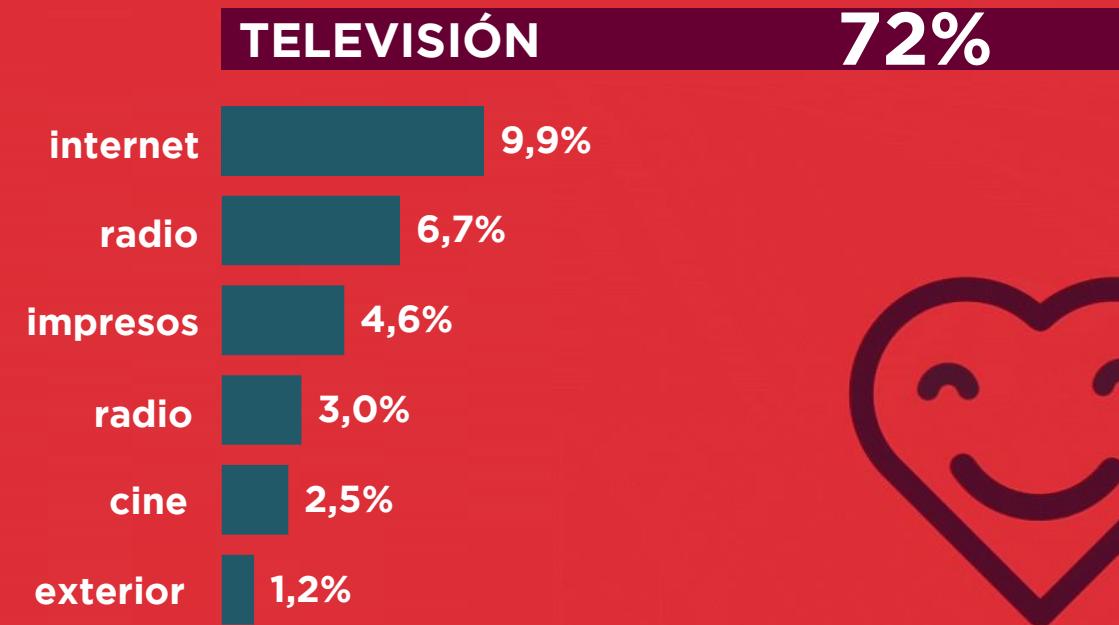
## » DÓNDE INVIERTEN LOS PURE PLAYERS PARA CRECER



CUOTA€TV

>80%

## » EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS CONSIDERAS QUE LA PUBLICIDAD CONTRIBUYE A HACER FAMOSAS LAS MARCAS



# efecto cp&lp

LA TV CONTRIBUYE EN EL LARGO PLAZO

## ROI por medios ROI MAP

ROI MAP.TRES 14 RESEARCH Y ATRESMEDIA 2018

### RESTO MEDIOS

CORTO PLAZO

**0,9€**

LARGO PLAZO

**1,0€**

### DIGITAL

CORTO PLAZO

**1,0€**

LARGO PLAZO

**1,2€**

### TELEVISIÓN

CORTO PLAZO

**1,5€**

LARGO PLAZO

**3,7€**

## Otros estudios

ESTUDIO KANTAR WORLDPAEL/KANTAR MEDIA/67 MARCAS 2015-2017

**C.P 32%**

**TELEVISIÓN**

**L.P 68%**

**TELEVISIÓN**

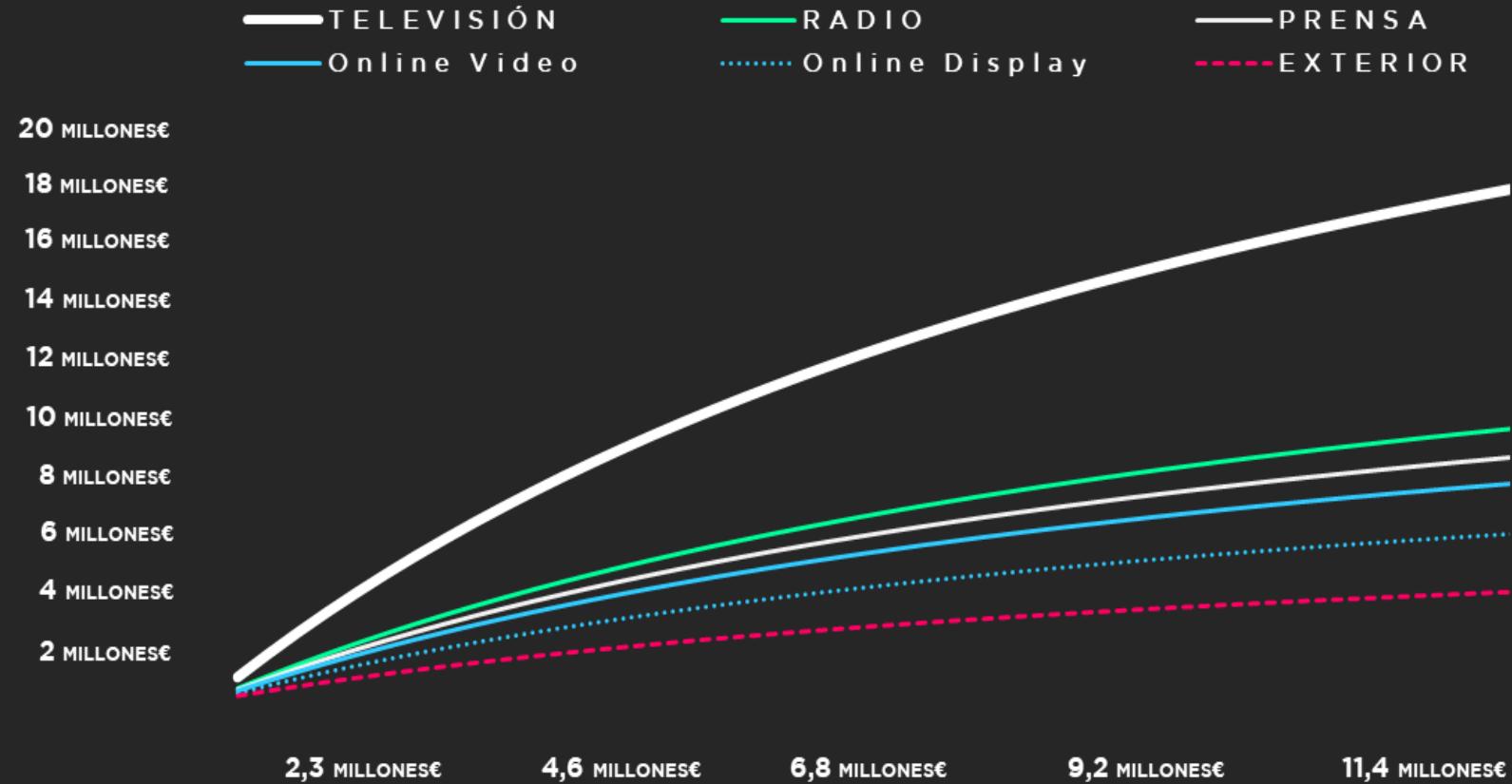
theRecordman  
**MARATÓN**  
42.195 metros  
Eliud Kipchoge

theRecordman  
**VELOCIDAD**  
100 metros  
Usaint Bolt





# LA TELEVISIÓN ES EL MEDIO QUE PROPORCIONA MÁS RETORNO DE LA INVERSIÓN



» 2,1 ROI

» 2,2 ROI