



**todos a una**  
**#esteeselmomento**

ATRESMEDIA  
PUBLICIDAD





esta crisis ofrece una oportunidad a las marcas para renovarse, para actualizarse y ser más relevantes para el consumidor, adaptándose y ofreciendo valor a una sociedad ya de por sí estresada e insegura de la situación actual..

**todos a una**  
**#esteeselmomento**



# branding covid 19

Investigación sobre la percepción  
de la publicidad durante la crisis  
del Covid 19

Fuente TOLUNA  
1.000 entrevistados  
Campo 19 de Marzo 2020

# #esteeselmomento de seguir comunicando

se está viviendo una situación excepcional de confinamiento de la población en sus domicilios, muchas compañías han intensificado su comunicación y otras han preferido pararla

**¿qué te parece más adecuado para las marcas en situaciones como las del covid19 ?**

**64%**

comunicación  
específica  
situación que  
se está viviendo

**31%**

mantener  
comunicación  
normal con los  
consumidores

**5%**

dejar de  
comunicar



# #esteeselmomento de seguir comunicando

entre las marcas que comunican,  
¿qué quieres oír/ver en el caso de tus marcas  
de confianza en este tipo de situaciones?

**67%**

mensajes  
confianza,  
socialmente  
responsables

**22%**

producto  
ofertas



# #esteeselmomento de seguir comunicando

Muchas marcas están adaptando su comunicación y sus productos debido a la crisis del Covid19  
(con nuevos servicios de entregas, ofertas, servicios gratuitos, medidas con los más afectados...)

¿Hasta qué punto estás de acuerdo estás con estas afirmaciones?

(%Totalmente de Acuerdo + Acuerdo)

Tomar estas medidas es una obligación de la marca

71 %

Fortalece mi relación con las marcas

70 %

Agradezco especialmente estas acciones debido a la situación actual

85 %

Estas acciones consolidan la imagen de marca en el largo plazo

87 %



**#esteeselmomento  
de seguir comunicando**

**Cuando la crisis del Covid19 termine,  
tu relación con las marcas...**

**59%**

**Se fortalecerá**  
con las que me  
haya gustado  
cómo han actuado

**13%**

**Será peor**  
con las marcas  
con las que me he  
sentido  
decepcionado

**28%**

No creo que  
varíe  
sustancialmente



# branding covid 19

El consumidor quiere seguir en contacto con las marcas

La mejor comunicación es una específica al momento que vivimos,  
que le aporte confianza

Agradece éstas acciones y  
consolida la imagen que tiene hacia las marcas en el largo plazo

Cuando la crisis del Covid19 termine, la relación con las marcas  
se fortalecerá con las que al consumidor le haya gustado cómo han actuado

Build your brand

#esteeselmomento  
**DE MIRAR AL FUTURO**

para construir marca  
para pensar en el largo plazo

**TRANSMITIR CONFIANZA**

la oportunidad de mantenerse en la  
mente del consumidor

y ser socialmente responsables

