

LA NAVIDAD DEL Reencuentro

Estudio eficacia

Tracking online Toluna | 23 de diciembre 2021 | 1.007 encuestados

COMPARATIVA ENTRE LOS QUE RECUERDAN LA PUBLICIDAD CONVENCIONAL Y LA ACCIÓN ESPECIALES VS LOS QUE RECUERDAN SÓLO PUBLICIDAD CONVENCIONAL

LOS QUE RECUERDAN LA PUBLICIDAD CONVENCIONAL Y SSEE **COMPRAN MÁS BOMBONES LINDOR Y VALORAN MÁS A LA MARCA**



RECUERDAN PUBLICIDAD CONVENCIONAL Y ACCIÓN ESPECIAL

Compra bombones

LINDOR

76%

+14 PUNTOS

VS LOS QUE RECUERDAN SÓLO PUBLICIDAD CONVENCIONAL

Están de acuerdo

RECUERDAN PUBLICIDAD CONVENCIONAL Y ACCIÓN ESPECIAL

ES UNA MARCA **PREMIUM** QUE ME DA PLENA CONFIANZA

+14 PUNTOS VS RECUERDAN SÓLO PUBLICIDAD CONVENCIONAL

PUBLICIDAD CONVENCIONAL

90%

Están de acuerdo

90% **ACORDE** este tipo de publicidad a la imagen de LINDOR **+19 PTS** vs. los que recuerdan el spot convencional

88% Es un anuncio **EMOTIVO** y adecuado a la Navidad **+24 PTS** vs. los que recuerdan el spot convencional

80% Contribuye a **MEJORAR LA IMAGEN** que tiene de LINDOR **+31 PTS** vs. los que recuerdan el spot convencional

El **90%** considera a LINDOR una marca ideal para compartir en un reencuentro con familiares/amigos.

+17 PTOS vs. los que recuerdan el spot convencional

ÉXITO AL TRANSMITIR EL INSIGHT DE LA CAMPAÑA NAVIDEÑA: COMPARTIR LINDOR EN LOS REENCUENTROS



La diferencia de hacer publicidad ESPECIAL en TV **MEJORA LOS KPI'S DE MARCA** en un entorno de calidad