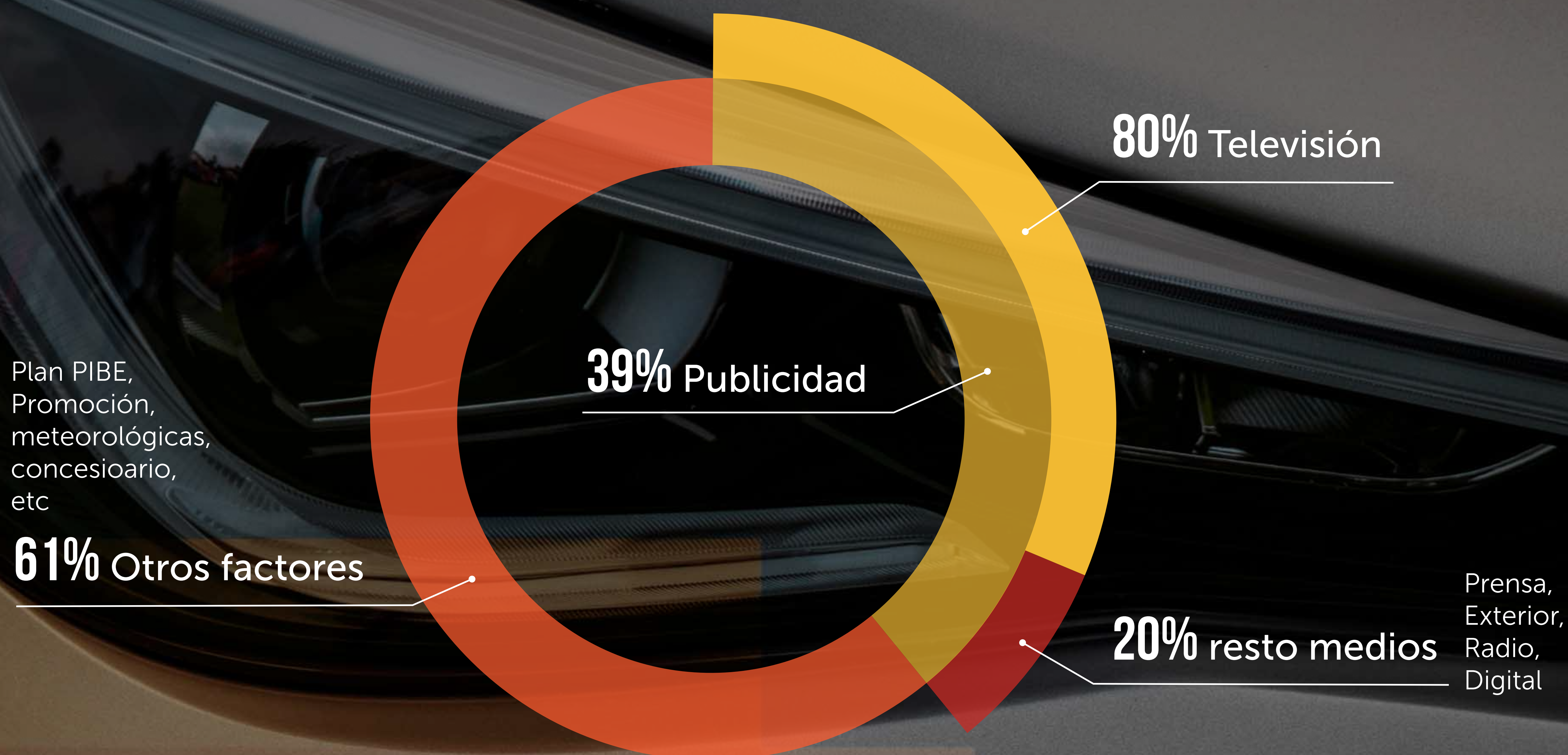


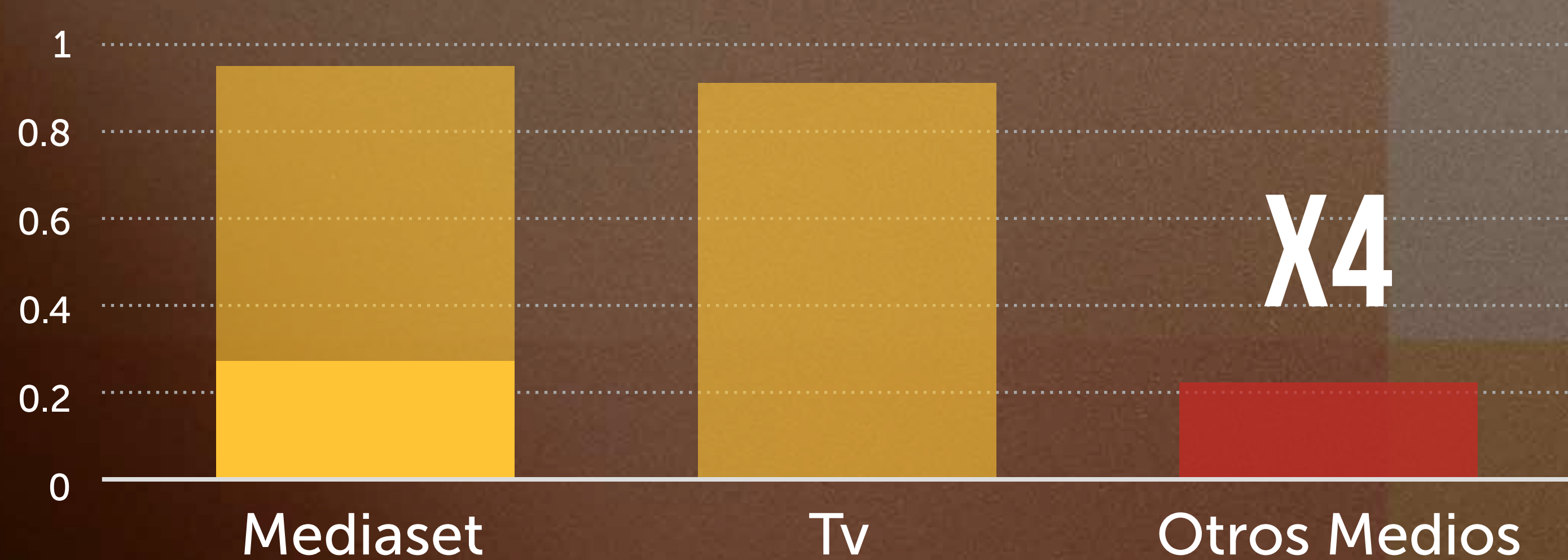
# AUTOMOCIÓN III

LA TELEVISIÓN, EL MEDIO MÁS EFICAZ SEGÚN UN ESTUDIO DE **pwc**

El 80% de las matriculaciones que genera la publicidad proviene de la Televisión



## ROI de medios corto + largo plazo



La televisión multiplica por 4 el ROI del resto de medios.

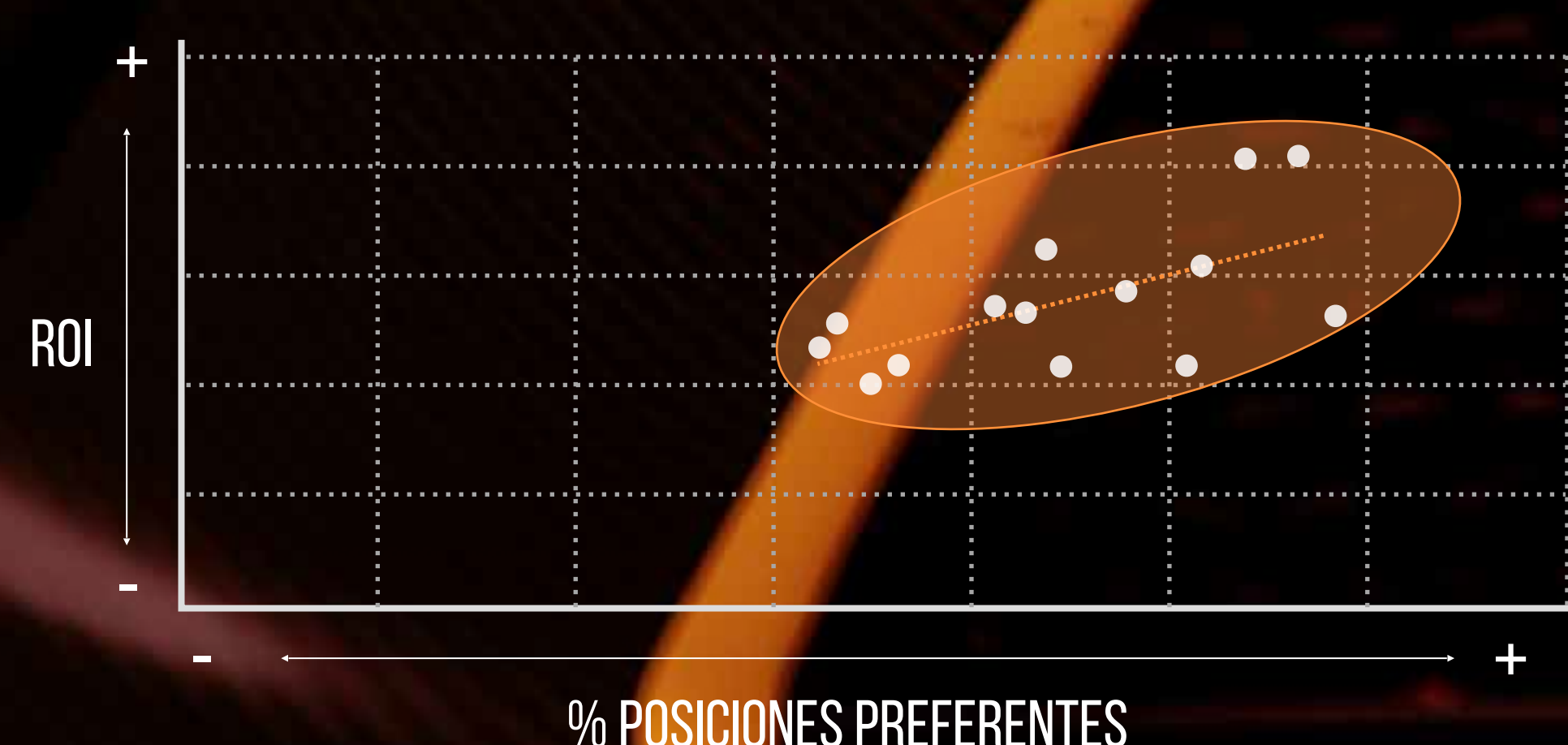
## Variables que mejoran el ROI

CORRELACIÓN ENTRE EL ROI DE TV Y EL NÚMERO DE ANUNCIOS POR BLOQUE



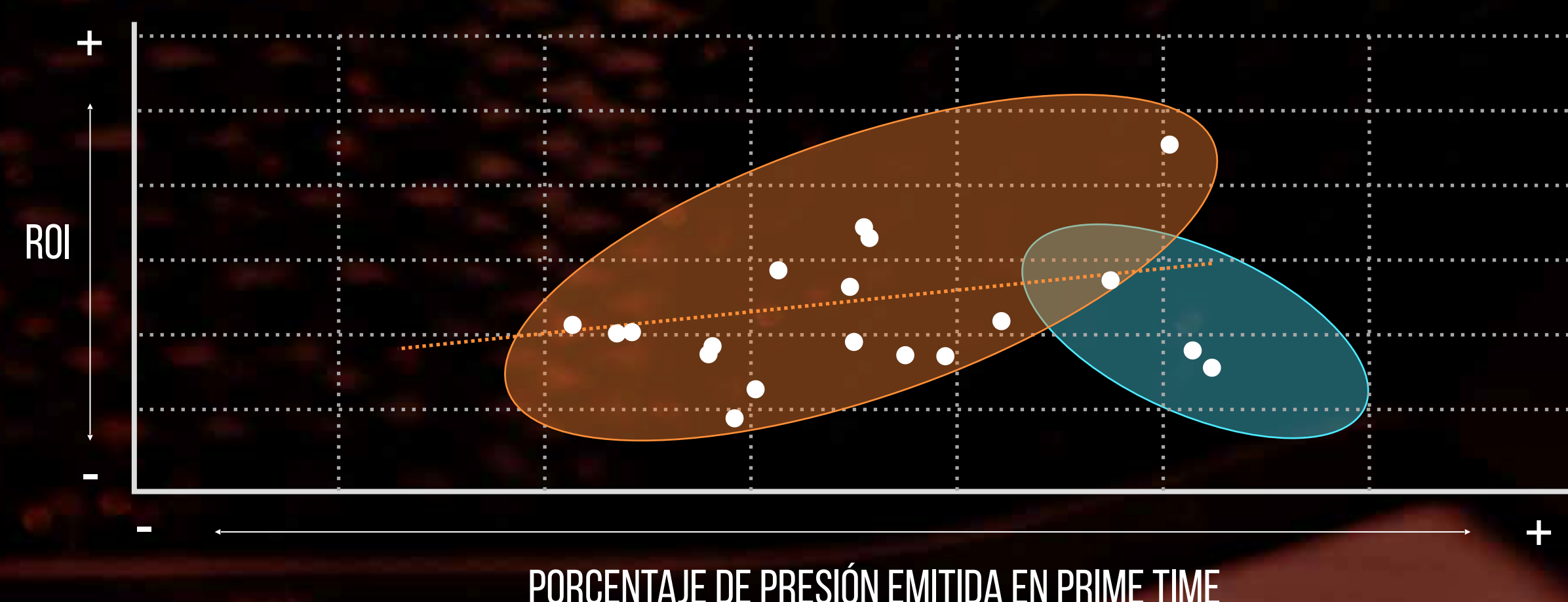
Los bloques publicitarios cortos favorecen el buen performance de los spots

CORRELACIÓN ENTRE EL ROI DE TV Y LA POSICIÓN DEL ANUNCIO  
(01/01/2016 – 09/30/2018)



Las primeras posiciones suponen un extra en la efectividad de la campaña

CORRELACIÓN ENTRE EL ROI DE TV Y LA PROPORCIÓN DE PT  
(01/01/2016 – 09/30/2018)



Los niveles óptimos de Prime Time se encuentran entre el 60% y el 70%