

#MeQuedoEnLaTele

La Televisión mantiene a las marcas en la mente del Espectador

Según los datos obtenidos de IOPE y KANTAR comparando la semana antes del confinamiento vs la semana después, las marcas han visto afectada su notoriedad según su mantenimiento o no, en el medio televisión.

Sube el
CONSUMO de TV:



Sube la
NOTORIEDAD



Suben más los que incrementan y los que mantienen
y caen considerablemente los que bajan o desaparecen.

N° GRPs

Menciones

Variación posiciones
en ranking

Mantienen
o Crecen

+136%

5

Dejan de
comunicar

-32%

-9

Mantienen o crecen : campañas de 200 GRPs en la semana previa o que reducen tan sólo 50 GRPs o incrementan su presencia en la semana posterior

Dejan de comunicar: campañas de más de 200 GRPs en la semana previa sin presencia en la semana posterior

Fuente: Tracking IOPE ; Grp's 20" Kantar

Periodo de análisis: semana del 9-15 de marzo vs semana 16-22

