

#MeQuedo en la Tele

La televisión gana eficacia

+52% ratio
Menciones/GRPs

Fte. Instar analytics del 2-8/03/2020 Vs 13-19/04/2020, GRP20 AD PyB (Kantar), Notoriedad Ind+14 PyB (IOPE)

Crecen las menciones y mejora la posición en el ranking sectorial de aquellas marcas que mantienen o incrementan su emisión de publicidad en TV

Nº GRPs	Menciones	Variación posiciones en ranking
Mantienen o crecen	+284%	66
Bajan	-15%	-36
Dejan de comunicar	-26%	-49

Mantienen o crecen : campañas de +200 GRPs reducen -50grps o aumentan vs semanas anteriores

Bajan: campañas de +200 GRPs reducen -100 grp's vs semanas anteriores

Dejan de comunicar: Campañas de +200 GRPs en semanas anteriores sin presencia en 3 últimas semanas

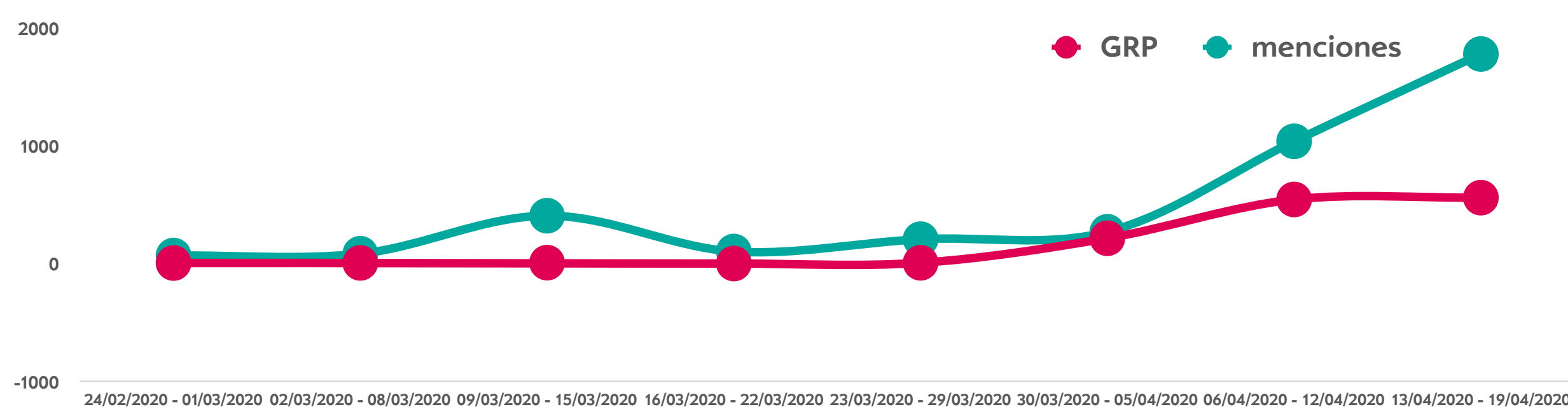
Fte. Instar analytics del 24/02-8/03/2020 Vs 6-19/04/2020, GRP20 AD PyB (Kantar), Notoriedad Ind+14 PyB (IOPE)

Durante las últimas 8 semanas **252 marcas** comienzan a estar en la mente del espectador / consumidor

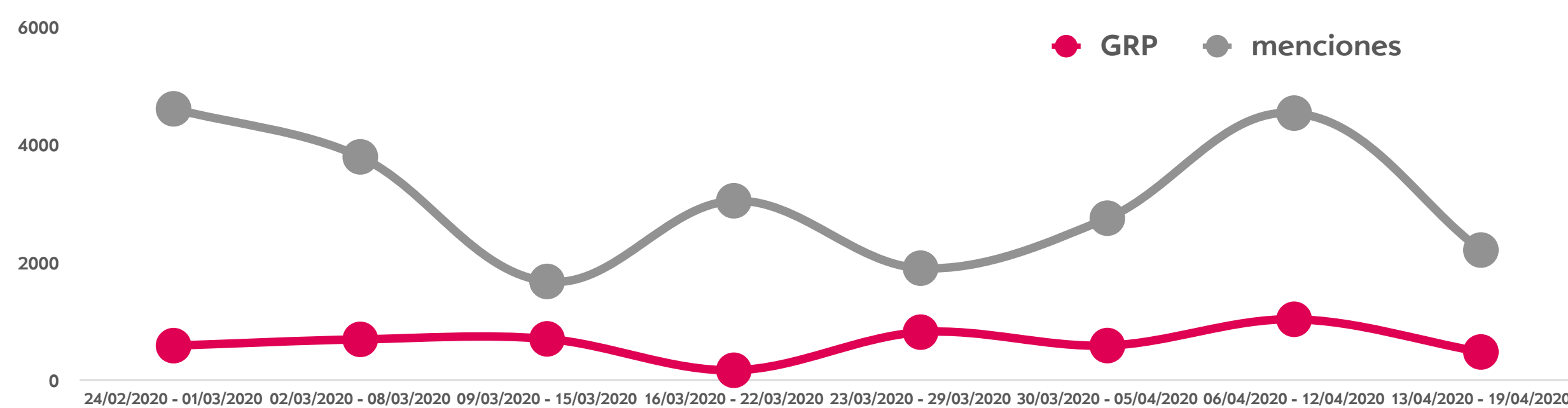
Fte. IOPE, Ind+14, del 24/02/2020 al 19/04/2020 por semanas

Alta correlación entre GRPs y menciones por categorías

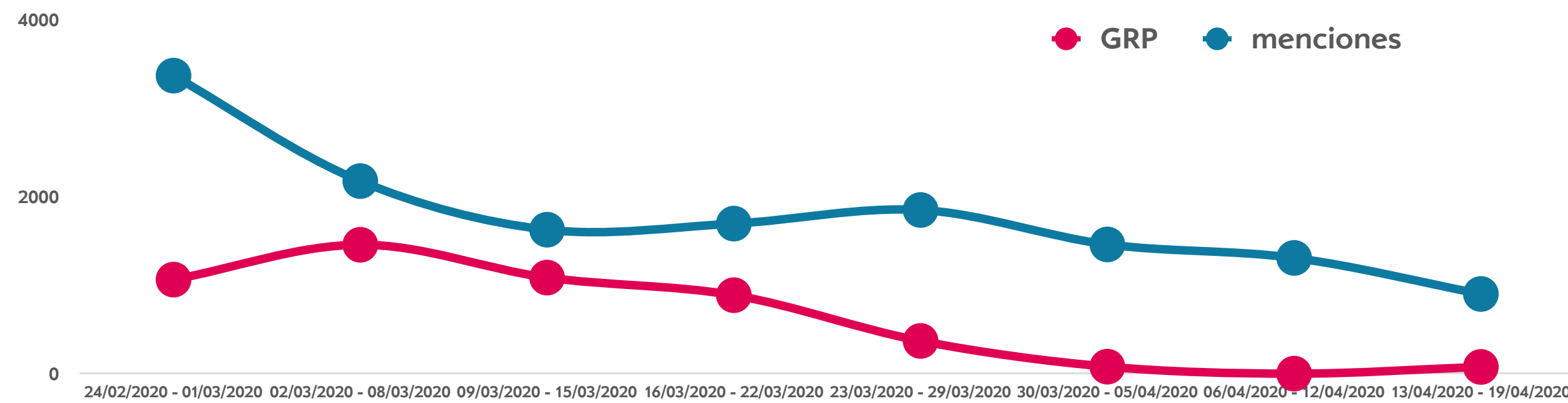

ENERGIA
Crecimiento




ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
Estabilidad




TRATAMIENTOS FACIALES
Descenso



Fte. Instar analytics del del 24/02/2020 al 19/04/2020 por semanas, GRP20 AD PyB (Kantar), Notoriedad Ind+14 PyB (IOPE)

