... A DISFRUTAR DE LA VIDA

Una acción de Procter&Gamble con Mediaset



MÁSUNIDOSQUENUNCAVOLVEREMOS UNA ACCIÓN DE BRANDING MUY NOTORIA

Con unos resultados en recuerdo publicitario que los sitúan como líderes de sus categorías



Líder sector Productos para la ropa y la limpieza

+144% Notoriedad

+1,1 M menciones de marca

Cambio de posición: 4ª 1ª



2° sector Aseo, Perfumería y Salud

+328% Notoriedad

+940.000 menciones de marca

96 %

Cambio de posición: 25° > 2°



MÁSUNIDOSQUENUNCAVOLVEREMOS UNA ACCIÓN DE BRANDING MUY BIEN VALORADA

Valora tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la estructura publicitaria. Escala 0 a 10

Me parece muy acertado el concepto 'más unidos que nunca volveremos' 93,0%

Me gusta ese tono de alegría y esperanza

94%

Esta estructura favorece el recuerdo

92%

Esta estructura me predispone mejor hacia la publicidad

Fte: Toluna, n=500, Ind+14, 7 Mayo 2020

88,6%



MÁSUNIDOSQUENUNCAVOLVEREMOS UNA ACCIÓN DE BRANDING MUY EFICAZ

Procter con sus marcas Fairy y Pantene se une a la iniciativa de VOLVEREMOS con excelentes opiniones de los espectadores

% de acuerdo y muy de acuerdo



Después de ver el video recomendaría Fairy a familiares y amigos		92 %	
Con Fairy volveremos a celebrar	86 %		
Ver una comunicación de Fairy me ayuda a pensar en una vuelta a la normalidad	87%		
Fairy cunde más que otros lavavajillas		99 9	
Fairy es el milagro antigrasa		96%	

	Después de ver este video recomendaría Pantene a familiares y amigos	90 %	
	Con Pantene volveremos más fuertes	83 %	
PANTENE PRO-V	Ver comunicaciones de Pantene me ayuda a pensar en una vuelta a la normalidad	87 %	
	Pantene es una gran marca de champú	96 %	
	Me alegra que Pantene siga haciendo publicidad	93 %	
	Con Pantene podemos tener un cabello fuerte y bello	95 %	

Me alegra que Fairy siga haciendo publicidad