

RESULTADOS

EL VERANO MÁS VIAJERO 2014



ATRESMEDIA
PUBLICIDAD



Barceló
VIAJES

DESCRIPCIÓN

Barceló
VIAJES

EL VERANO MÁS VIAJERO 2014

- LA ACCIÓN PUBLICITARIA DE TV EN COLABORACIÓN CON WHATSAPP



- NUNCA ANTES 2 EMBAJADORES RECONOCIDOS DE ATRESMEDIA COMO PRESCRIPTORES DE LA ACCIÓN



- ACCIÓN MULTIMEDIA. TODOS LOS SOPORTES DEL GRUPO INVOLUCRADOS



DESCRIPCIÓN

Barceló
VIAJES

EL VERANO MÁS VIAJERO 2014

- PLANIFICACIÓN EN LOS PROGRAMAS MÁS RECONOCIDOS DE LA PARRILLA



- PARTICIPACIÓN DE LAS CARAS MÁS RECONOCIDAS DEL GRUPO ATRESMEDIA



ROBERTO LEAL



THAIS VILLA



J. PEDREROL



R. BRASERO



P. MOTOS



C. HERRERA



J. OTERO



J. CÁRDENAS

1518 GRP's TOTALES REPARTIDOS DE LA SIGUIENTE MANERA

Barceló
VIAJES



- 625 GRP's CONVENCIONAL
41%

- 777 GRP's TELEPROMOCIÓN
51%



- 89 GRP's RADIO
6%



- 26 GRP's INTERNET
2%



2014
EL VERANO MÁS VIAJERO

NOTORIEDAD

ATRESMEDIA
PUBLICIDAD



Barceló
VIAJES



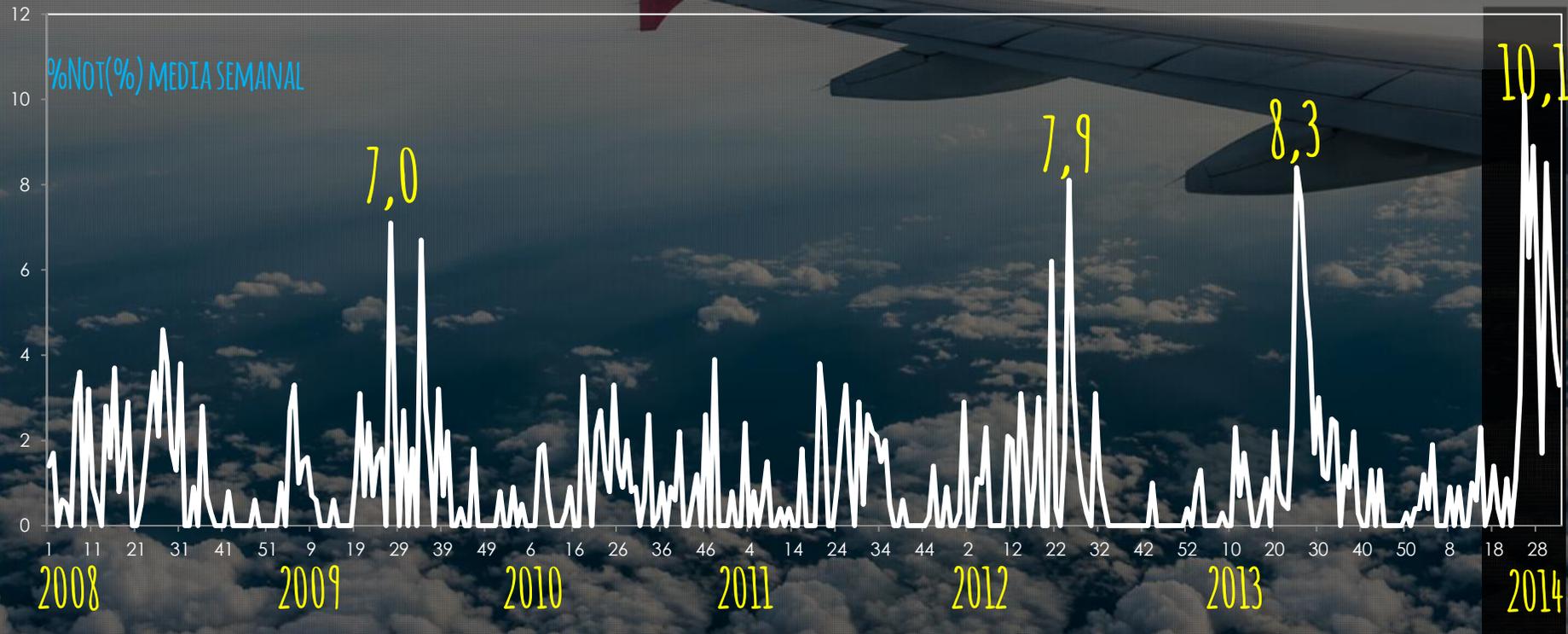
EVOLUCIÓN NOTORIEDAD

Barceló
VIAJES

NOTORIEDAD TV

RÉCORD HISTÓRICO DE LA ACCIÓN EL VERANO DE TU VIDA Y DE LA MARCA BARCELÓ

RÉCORD



Fuente: Tracking IOPE. Datos confidenciales. Prohibida su difusión. Notoriedad semanal. Semanas naturales 2014 Adultos 16+. Marca Barceló

EVOLUCIÓN NOTORIEDAD

Barceló
VIAJES

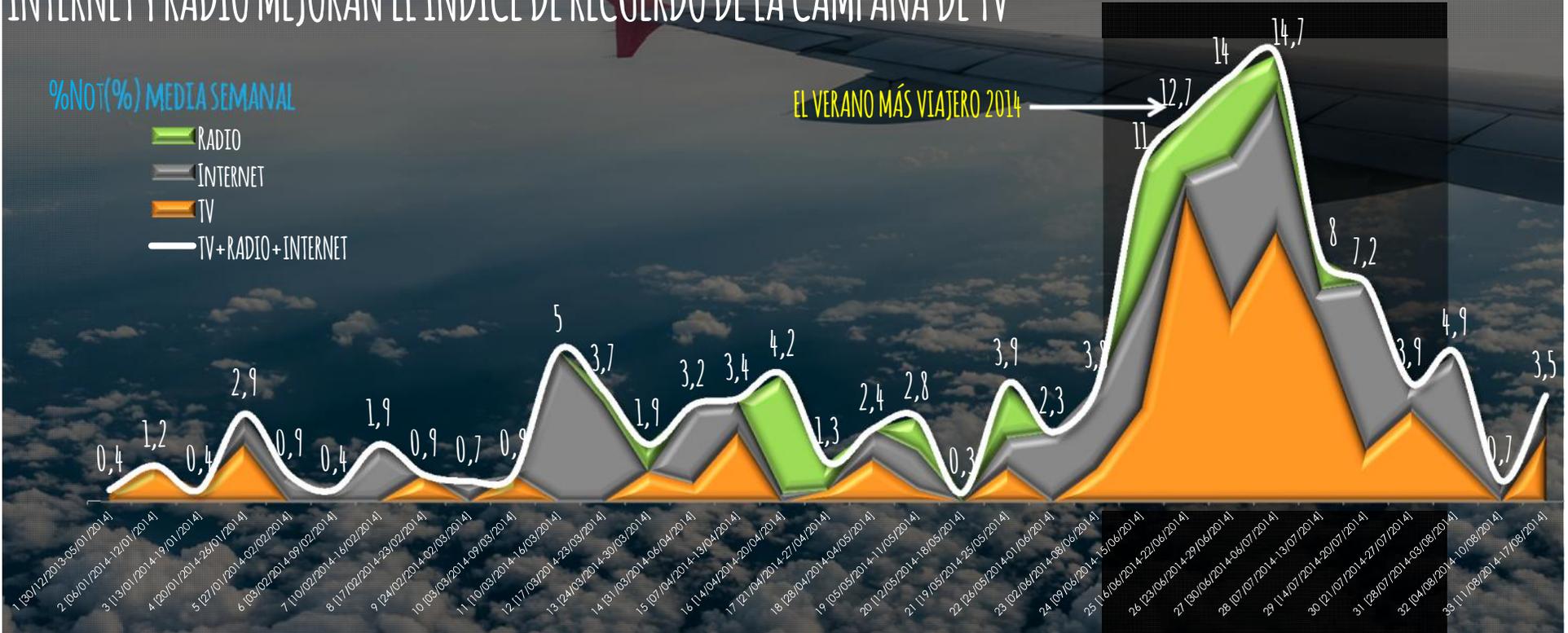
NOTORIEDAD MULTIMEDIA 2014

INTERNET Y RADIO MEJORAN EL ÍNDICE DE RECUERDO DE LA CAMPAÑA DE TV

%NOT(%) MEDIA SEMANAL

- RADIO
- INTERNET
- TV
- TV+RADIO+INTERNET

EL VERANO MÁS VIAJERO 2014



Fuente: Tracking IOPE. Datos confidenciales. Prohibida su difusión. Notoriedad semanal. Semanas naturales 2014. Adultos 16+. Marca Barceló

CORRELACIÓN MULTIMEDIA: GRP'S - NOTORIEDAD

Barceló
VIAJES

NOTORIEDAD MULTIMEDIA 2014

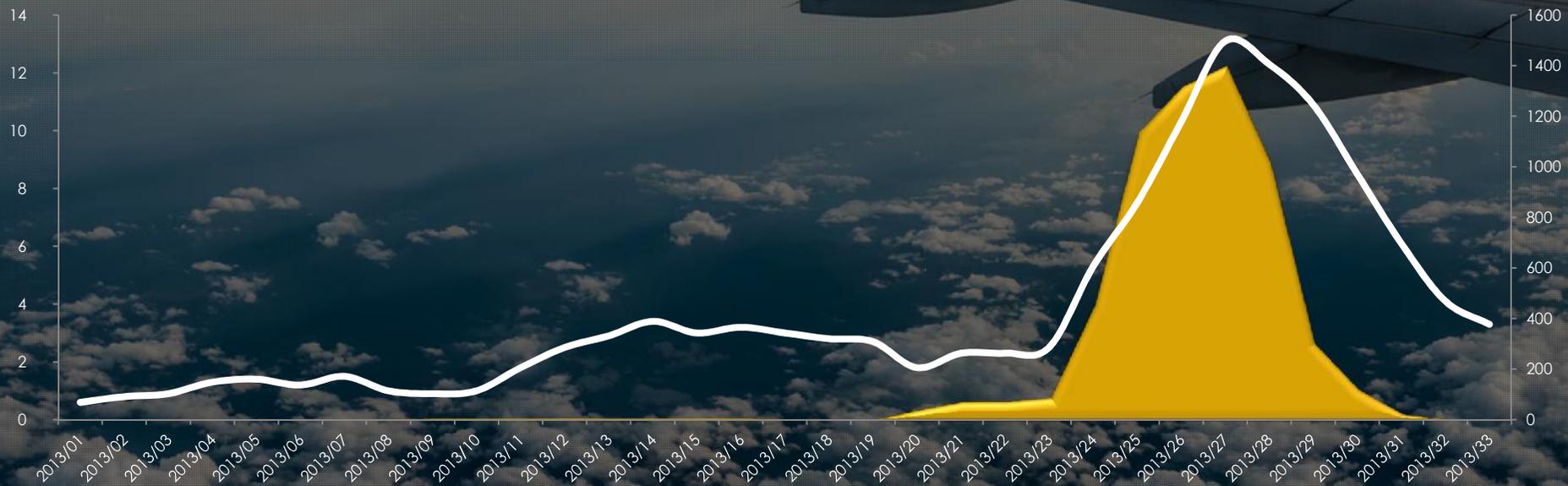
CLARA CORRELACIÓN ENTRE EMISIÓN DE GRP'S Y NOTORIEDAD DE LA ACCIÓN EL VERANO DE TU VIDA

%NOT(%) MEDIA SEMANAL

GRP'S 20" ADULTOS SEMANAS MÓVILES

NOTORIEDAD REAL TOTAL

GRP'S 20" TOTALES



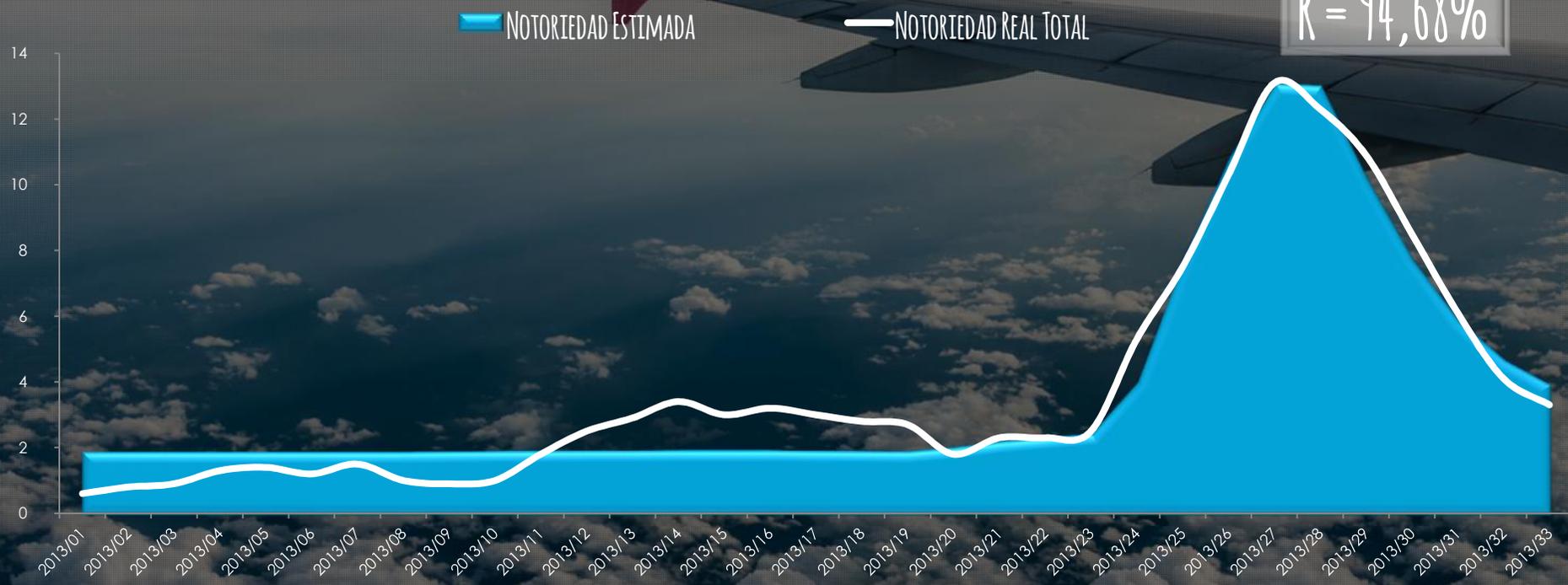
Fuente: Kantar Media PyB. 01 Enero-18 Agosto 2014. TV + RADIO + ONLINE / Tracking IOPE TNS. Datos confidenciales. Prohibida su difusión. % Notoriety Semanas Móviles(4).

MODELIZACIÓN NOTORIEDAD MULTIMEDIA

Barceló
VIAJES

AJUSTE PRÁCTICAMENTE PERFECTO AL 95%

%NOT(%) MEDIA SEMANAL



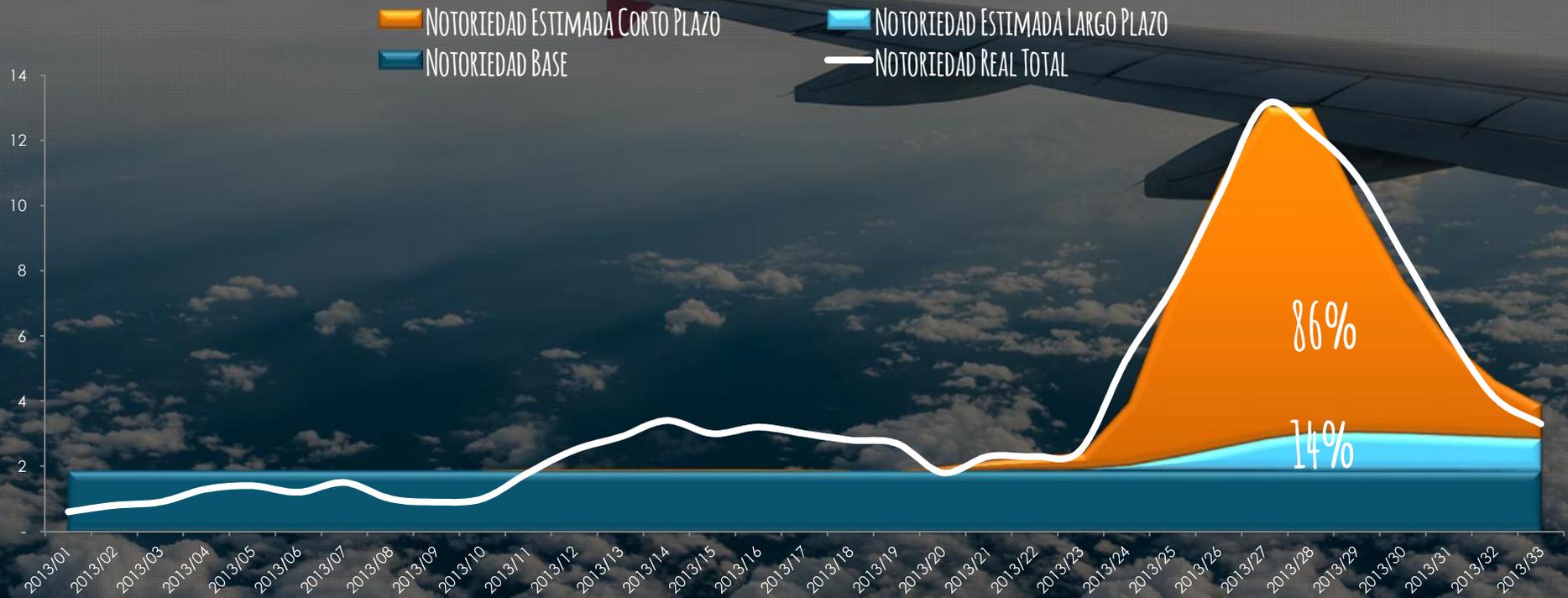
Fuente: Junio-Julio 2014 / Estimación departamento de marketing

¿CÓMO SE REPARTE LA NOTORIEDAD EN EL TIEMPO?

Barceló
VIAJES

LA NOTORIEDAD A C/P ES EL 86% DEL TOTAL PERO SE DESGASTA 7 VECES MÁS RÁPIDO QUE L/P

%NOT(%) MEDIA SEMANAL



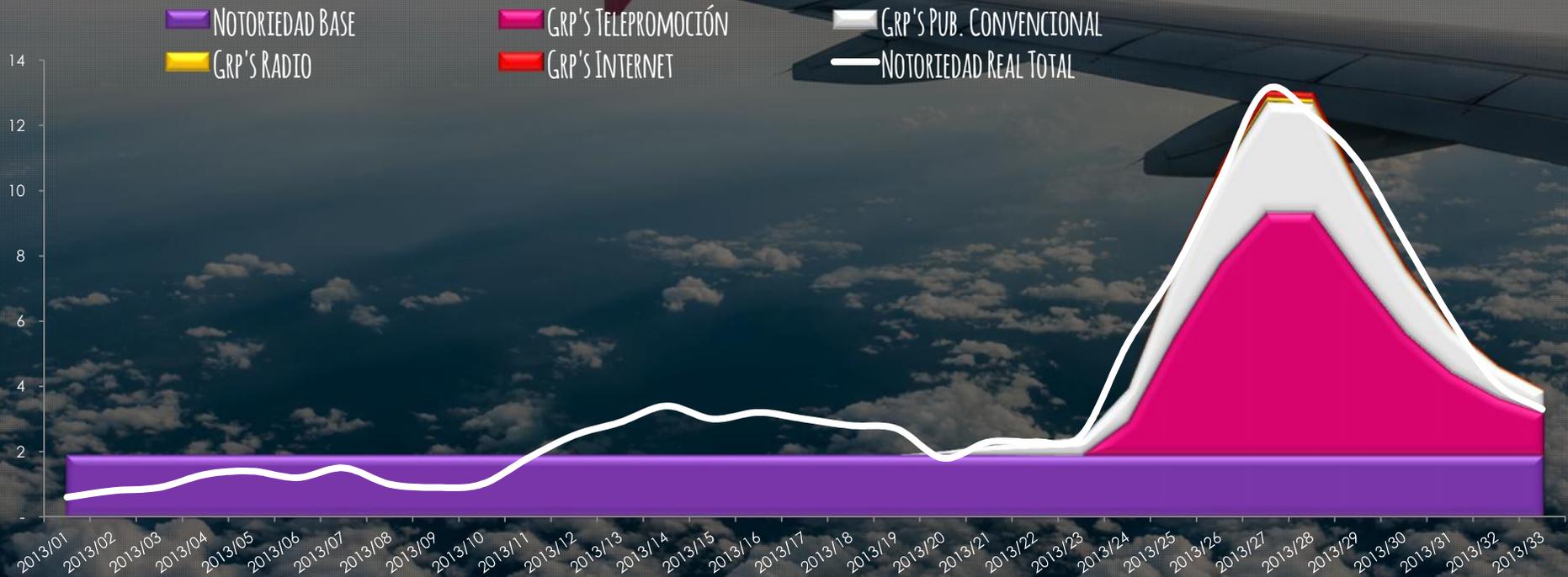
Fuente: : Junio-Julio 2014 / Estimación departamento de marketing

¿Y SEGÚN EL FORMATO?

Barceló
VIAJES

A MAYOR NÚMERO DE GRP'S MÁS NOTORIEDAD...

%NOT(%) MEDIA SEMANAL



Fuente: 1 Enero- 18 Agosto 2014 / Tracking IOPE. Datos confidenciales. Prohibida su difusión. Notoriedad semanal. Semanas naturales 2014. Adultos 16+. Marca Barceló

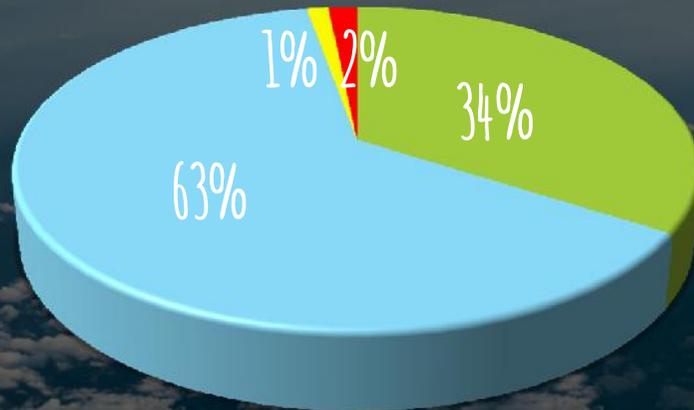
¿Y SEGÚN EL FORMATO?

Barceló
VIAJES

... PERO CON DIFERENCIAS EN EFICACIA

EN RATIO DE EFICACIA, TELEPROMOS OCUPAN LA PRIMERA POSICIÓN SEGUIDO DE INTERNET

% NOTORIEDAD



CONVENCIONAL TELEPROMOS RADIO INTERNET

RATIO DE NOTORIEDAD POR
CADA 100 GRP'S LANZADOS



Fuente: Junio-Julio 2014 / Estimación departamento de marketing

CONCLUSIONES

Barceló
VIAJES

- EXISTE UNA CLARA CORRELACIÓN ENTRE LOS LANZAMIENTOS DE GRP'S Y LA OBTENCIÓN DE NOTORIEDAD
- EL MODELO MATEMÁTICO CONSIGUE EXPLICAR LA NOTORIEDAD CASI A LA PERFECCIÓN CON $R^2=94,68\%$
- DE TODA LA NOTORIEDAD OBTENIDA, EL 86% ES DE CORTO PLAZO, CRECE Y SE DESGASTA RÁPIDAMENTE, 7 VECES MÁS RÁPIDO QUE LA DE LARGO PLAZO
- RESPECTO A LA NOTORIEDAD TOTAL, EL 63% DE LA MISMA LA APORTAN LAS TELEPROMOCIONES
- GLOBALMENTE, EL RATIO PUNTOS DE NOTORIEDAD POR CADA 100 GRPS EMITIDOS, LAS TELEPROMOCIONES FUNCIONAN UN 50% MEJOR QUE LA PUBLICIDAD CONVENCIONAL E INTERNET UN 12%

EL VERANO MÁS VIAJERO 2014

ATRESMEDIA
PUBLICIDAD



Barceló
VIAJES