

ATRESMEDIA
PUBLICIDAD



GP AUSTRALIA

09:25

lunes, 16 de marzo de 2015

ANTENA3



GP AUSTRALIA 13/14/15 MARZO 2015

Buenos resultados de **audiencia**



Altos **ratings** de programa y publicitarios



Excelentes **conversiones** a targets segmentados



Baja **fuga** publicitaria



Gran **perfil** comercial



PERFIL



F1, PERFIL CUALITATIVO INTERESANTE PARA EL ANUNCIANTE

HOMBRES

CLASES ALTAS

URBANO

EDAD 25-54



TTV

HOMBRE 87,0

MUJER 13,0

47,6

52,4

Ind. 4-12 0,5

Ind. 13-24 3,8

Ind. 25-44 34,2

Ind. 45-54 27,7

Ind. 55+ 33,8

6,2

6,4

26,7

18,9

41,7

AMAMM 59,1

MBB 40,9

64,4

35,6

Habitat <50M 49,2

Habitat >50M 50,8

48,1

51,9



AUDIENCIA



EXCELENTES RESULTADOS DE AUDIENCIA. DIRECTO

DIRECTO	Sábado	Domingo		
	CLASIFICACIÓN	PREVIO	CARRERA	POST
ADULTOS				
%SHARE	22,7%	16,3%	36,8%	29,8%
%RATING	0,6%	0,4%	0,8%	0,8%
MILES	217.000	129.000	314.000	311.000

AUDIENCIA



EXCELENTES RESULTADOS TAMBIÉN EN DIFERIDO

DIFERIDO	Sábado	Domingo		
	CLASIFICACIÓN	PREVIO	CARRERA	POST
ADULTOS				
%SHARE	14,2%	15,9%	17,0%	14,7%
%RATING	2,2%	2,2%	3,6%	4,2%
MILES	799.000	798.000	1.349.000	1.560.000

AUDIENCIA



ALTOS DATOS DE AUDIENCIA EN TARGETS SEGMENTADOS

DIRECTO

%RATING

TARGETS SEGMENTADOS

1,0

0,9

1,1

1,5

1,7

1,9

1,8

1,8

1,5

%SHARE

TARGETS SEGMENTADOS

34,5

36,8

37,4

44,4

40,4

46,2

43,2

43,3

38,1

Ind, 25-54

Adultos <55
A/MA/MM/MB+10M

Activos

Hombres 16+

Hombres 25-54

Hombres Activos

Hombres 25-54
Activos

Hombres 25-54
AMAMMMB Activos

Hombres 25-54
AMAMM

AUDIENCIA



ALTOS DATOS DE AUDIENCIA EN TARGETS SEGMENTADOS

DIFERIDO

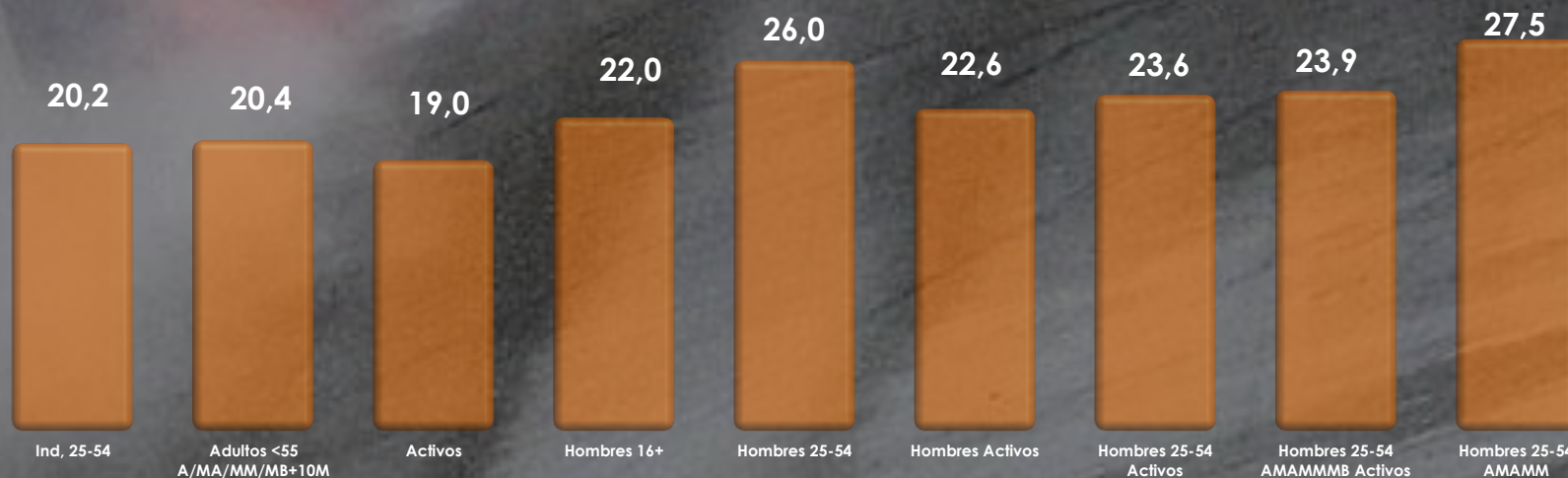
%RATING

TARGETS SEGMENTADOS

3,7 3,6 3,4 4,8 5,0 4,2 4,2 4,1 4,8

%SHARE

TARGETS SEGMENTADOS



AUDIENCIA



BUENOS DATOS DE AUDIENCIA EN TODOS LOS PROGRAMAS

SÁBADO

POR PROGRAMA

ADULTOS

ACTIVOS

HOMBRES 25-54

	Título	Cuota	AM%	AM(.000)	Cuota	AM%	AM(.000)	Cuota	AM%	AM(.000)
▶▶▶▶▶	FORMULA 1:ENTRENAMIENTOS LIBRES	8,8	0,2	87	9,5	0,3	49	10,2	0,4	36
▶▶▶▶▶	FORMULA 1:ENTRENAMIENTOS LIBRES(D)	11,7	1,1	402	13,6	1	168	18,3	1,5	151
▶▶▶▶▶	FORMULA 1:PREVIO SESION CLASIF	18,6	0,3	108	23,1	0,5	74	25,7	0,7	67
▶▶▶▶▶	FORMULA 1:PREVIO SESION CLASIF(D)	12,9	1,4	510	17,3	1,4	231	20,9	1,8	183
▶▶▶▶▶	FORMULA 1:SESION CLASIFICATORIA	22,7	0,6	217	27,3	0,8	133	32,6	1,2	118
▶▶▶▶▶	FORMULA 1:SESION CLASIFICATORIA(D)	14,2	2,2	799	17,3	2	324	21,1	2,7	264

AUDIENCIA



BUENOS DATOS DE AUDIENCIA EN TODOS LOS PROGRAMAS

DOMINGO

POR PROGRAMA

ADULTOS

ACTIVOS

HOMBRES 25-54

	Título	Cuota	AM%	AM(.000)	Cuota	AM%	AM(.000)	Cuota	AM%	AM(.000)
▶	FORMULA 1:PREVIO	16,3	0,4	129	15,2	0,4	67	18,3	0,6	62
▶	FORMULA 1:PREVIO (D)	15,9	2,2	798	19,1	2,3	382	25,5	3,5	347
▶	FORMULA 1	36,8	0,8	314	37,4	1,1	184	40,4	1,7	170
▶	FORMULA 1(D)	17	3,6	1.349	19	3,4	549	26	5	494
▶	POSTFORMULA 1	29,8	0,8	311	32,9	1,2	196	38,6	1,7	166
▶	POSTFORMULA 1(D)	14,7	4,2	1.560	14,9	3,5	576	19,9	4,8	478
▶	BLOQUE SEMÁFORO	31,1	0,7	262	30,1	0,8	137	33,5	1,3	132
	BLOQUE SEMÁFORO (D)	18,3	2,9	1.091	21,2	2,9	476	26,7	4	401

AUDIENCIA



GRAN AFINIDAD A TARGETS SEGMENTADOS

neox

Los entrenamientos
libres fueron
seguidos por

51.000 personas,
(4,0% share)

	%Share	Afinidad
Adultos	4,3%	113
Adultos Comerciales	4,9%	139
Activos	4,6%	124
Hombres	6,5%	180
Hombres 25-54 Activos	5,8%	170
Hombres 25-54 AMAMM	6,6%	190

PRODUCTO PUBLICITARIO



BUEN RESULTADO DE RATING MEDIO. ADULTOS 16+

DIRECTO

Sábado

CLASIFICACIÓN 0,5%

Domingo

PREVIO 0,4%

CARRERA 0,8%

POST 0,9%

DIFERIDO

Sábado

CLASIFICACIÓN 2,2%

Domingo

PREVIO 2,4%

CARRERA 3,5%

POST 4,2%

PRODUCTO PUBLICITARIO



EXCELENTES CONVERSIONES Y RATINGS EN TARGETS SEGMENTADOS

%RATING

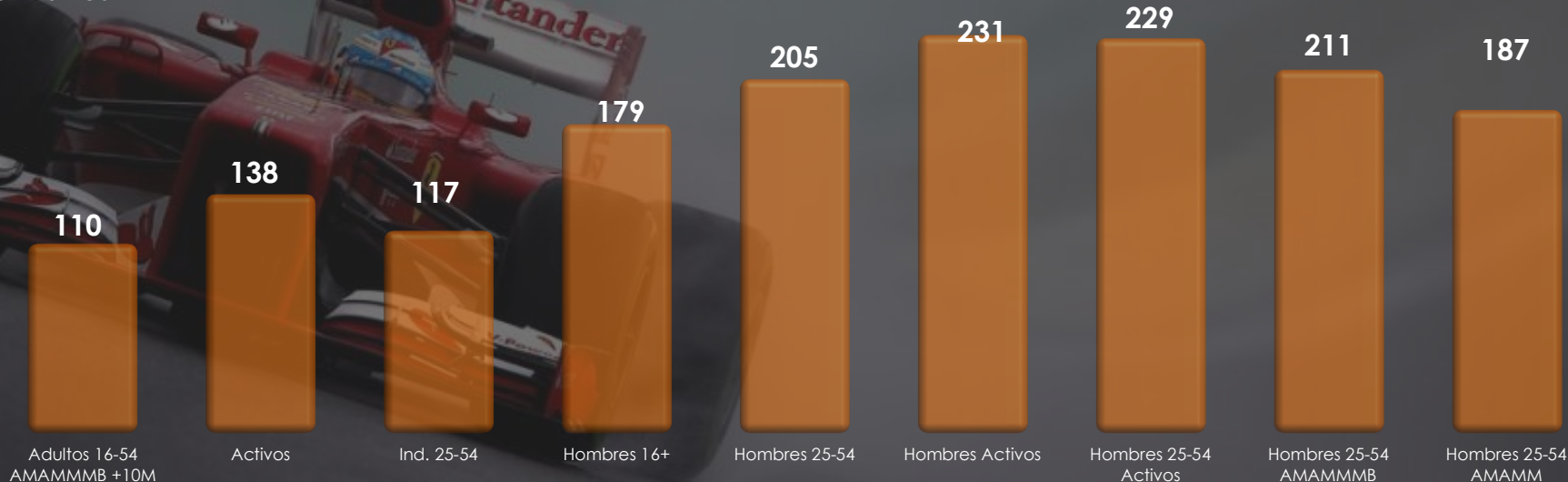
TARGETS SEGMENTADOS

DIRECTO

0,9 1,1 0,9 1,4 1,6 1,8 1,8 1,6 1,5

AFINIDAD

VS ADULTOS



PRODUCTO PUBLICITARIO



EXCELENTES CONVERSIONES Y RATINGS EN TARGETS SEGMENTADOS

%RATING

TARGETS SEGMENTADOS

DIFERIDO

3,3

3,1

3,5

4,5

4,6

3,9

3,9

4,6

4,3

AFINIDAD

VS ADULTOS

95

90

100

130

133

113

111

133

125

Adultos 16-54
AMAMMMB +10M

Activos

Ind. 25-54

Hombres 16+

Hombres 25-54

Hombres Activos

Hombres 25-54
Activos

Hombres 25-54
AMAMMMB

Hombres 25-54
AMAMM

PRODUCTO PUBLICITARIO



RANKING POR RATING SPOT. ADULTOS 16+

DIRECTO

	<u>Campaña</u>	<u>AM%</u>
1	OPEL/ASTRA	0,9
2	KIA MOTORS/RIO	0,9
3	LAND ROVER/DISCOVERY SPORT	0,9
4	SANTANDER/BANCO	0,9
5	TOYOTA/AURIS	0,9
6	HONDA/CIVIC	0,9
7	LOEWE/SOLO LOEWE/PERFUME HOMBRE	0,9
8	HONDA/CIVIC	0,9
9	MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA	0,9
10	SANTANDER/BANCO	0,9
11	MC DONALD'S/GRAND MCEXTREM BIBO	0,8
12	MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA	0,8
13	MOVISTAR/FUSION TV	0,8
14	SONY/XPERIA Z3/TELEFONO MOVIL	0,8
15	TOYOTA/YARIS	0,8

DIFERIDO

	<u>Campaña</u>	<u>AM%</u>
1	SONY/XPERIA Z3/TELEFONO MOVIL	4,3
2	MOVISTAR/FUSION TV	4,1
3	SANTANDER/BANCO	3,9
4	TOYOTA/YARIS	3,9
5	SUBARU/OUTBACK 4X4	3,9
6	LOEWE/SOLO LOEWE/PERFUME HOMBRE	3,9
7	HONDA/CIVIC	3,9
8	HONDA/CIVIC	3,9
9	LAND ROVER/DISCOVERY SPORT	3,9
10	PEUGEOT/508	3,8
11	YOIGO/TARIFA SINFIN	3,8
12	CARGLASS/REP.CRIST.C	3,8
13	ONCE/SORTEO EXTRAORDI	3,8
14	OPEL/ASTRA	3,8
15	KIA MOTORS/RIO	3,8

PRODUCTO PUBLICITARIO



RATING PUBLICITARIO POR PROGRAMA

	ADULTOS		ACTIVOS		HOMBRES 25-54	
	AM(%)	AM(.000)	AM(%)	AM(.000)	AM(%)	AM(.000)
FORMULA 1:PREVIO SESION CLASIFICATORIA	0,4	143	0,5	85	0,8	80
FORMULA 1:PREVIO SESION CLASIFICATORIA(D)	1,6	590	1,6	259	1,9	187
FORMULA 1:SESION CLASIFICATORIA	0,5	196	0,7	113	1,1	112
FORMULA 1:SESION CLASIFICATORIA(D)	2,2	830	2,0	321	2,6	258
FORMULA 1:PREVIO	0,4	144	0,4	73	0,7	74
FORMULA 1:PREVIO (D)	2,4	873	2,3	371	3,6	358
BLOQUE SEMÁFORO	0,7	254	0,8	130	1,3	127
BLOQUE SEMÁFORO (D)	2,9	1063	2,8	464	4,0	393
FORMULA 1	0,8	287	1,1	175	1,6	158
FORMULA 1 (D)	3,5	1281	3,1	510	4,6	457
POST FORMULA 1	0,9	315	1,2	193	1,7	166
POST FORMULA 1(D)	4,2	1558	3,4	557	4,6	460

PRODUCTO PUBLICITARIO



BLOQUE SEMÁFORO

DIRECTO



2º Posición

ADULTOS

0,7

ACTIVOS

0,8

HOMBRES 25-54

1,3



1º Posición

0,7

0,8

1,3

DIFERIDO



2º Posición

ADULTOS

2,9

ACTIVOS

2,8

HOMBRES 25-54

4,0



1º Posición

2,9

2,8

4,0



ATRESMEDIA
PUBLICIDAD



EL MEJOR PRODUCTO PUBLICITARIO

09:25

lunes, 16 de marzo de 2015