

BLOQUES CUALITATIVOS

ATRESMEDIA
PUBLICIDAD



BLOQUES CUALITATIVOS

¿POR QUÉ HACERLOS?

Los bloques cualitativos
PERMITEN REFORZAR
LA CALIDAD DE LA CAMPAÑA...

incrementando su **notoriedad**
mejorando la **imagen** de la marca
vinculándose a **programas** afines
mejorando su **eficacia**

-NOTORIEDAD-
-AFINIDAD-
-VINCULACIÓN CON
PROGRAMAS-

EFICACIA



BLOQUES CUALITATIVOS

ESTUDIO IMPACT 2015

Ranking eficacia formatos multimedia: eficacia posiciones



Central

BLOQUE ÚNICO
EFICACIA

160

CENTRAL
EFICACIA

63

+154%

BLOQUES CUALITATIVOS RENTABILIDAD

COSTE POR DESCARGAS DE APLICACIONES M4E

100

70

TOTAL PUBLICIDAD

BE/ TOP IMPACTO

**PLANIFICAR EN
BLOQUES CUALITATIVOS
SIGNIFICA UN MENOR
COSTE POR DESCARGA
RENTABILIDAD**

BLOQUES CUALITATIVOS

MEFE - BLOQUES

Resumen de la campaña

ADULTOS 16+ / AMAS DE CASA

300 GRPS – ATRES COBERTURA

3 SEMANAS

0% Posicionamiento

51% Prime Time

**IGUALDAD DE
PRESUPUESTO**

sin BLOQUES CUALITATIVOS

VS

CON BLOQUES CUALITATIVOS

ADULTOS 16+

5% Bloque exclusivo
5% Bloque Top Impacto

Incremento
Cobertura notoria

16%

AMAS DE CASA

5% Bloque exclusivo
5% Bloque Top Impacto

Incremento
Cobertura notoria

12%

BLOQUES CUALITATIVOS VINCULACIÓN

Posibilidad de asociarse a la programación de Atresmedia,
CALIDAD Y VARIEDAD



**Opción de vincularse a
programas de calidad
y que además sean
afines a la marca**

BLOQUES CUALITATIVOS

AFINIDAD

AFINIDAD

AC 25-59 ABCDE1+10 VS AMAS DE CASA

AFINIDAD

25-59 ABCDE1+10 VS ADULTOS 16+

| | | |
|---|-------------------------|------------|
|  | TU CARA ME SUENA | 126 |
|  | PESADILLA EN LA COCINA | 124 |
|  | ENVIADO ESPECIAL | 119 |
|  | EL CLUB DE LA COMEDIA | 118 |
|  | MAR DE PLASTICO | 118 |
|  | EQUIPO DE INVESTIGACION | 114 |
|  | SALVADOS | 111 |
|  | EL TAQUILLAZO | 106 |
|  | VELVET | 103 |
|  | EL PELICULON | 101 |

| | | |
|---|-------------------------|------------|
|  | TU CARA ME SUENA | 130 |
|  | PESADILLA EN LA COCINA | 119 |
|  | MAR DE PLASTICO | 119 |
|  | ENVIADO ESPECIAL | 118 |
|  | EL CLUB DE LA COMEDIA | 115 |
|  | EQUIPO DE INVESTIGACION | 113 |
|  | SALVADOS | 108 |
|  | EL MENTALISTA | 108 |
|  | ZAPEANDO | 108 |
|  | VELVET | 104 |

Selección de programas afines al target core de la marca

BLOQUES CUALITATIVOS

TARGET COMPRADOR

ATRES DATA, NOS PERMITE IDENTIFICAR LOS PROGRAMAS MÁS AFINES CON EL TARGET COMPRADOR DE LAS MARCAS PARA MEJORAR SU AFINIDAD Y SER MÁS EFICACES



CERVEZAS
PULSACIONES 107



PIZZAS
EL TAQUILLAZO 110



YOGUR NO MD
EQUIPO DE INVESTIGACIÓN 107



DETERGENTES
NO HM MD
ANTENA 3 NOTICIAS 2 109



Impactar AL COMPRADOR

**ATRES
DATA**

EVOLUCIÓN
TARGETS
SOCIODEMOGRÁFICOS



TARGETS DE CONSUMO
Y COMPORTAMENTALES

BLOQUES CUALITATIVOS

ATRESMEDIA
PUBLICIDAD

