



INFORME TOTAL CAMPAÑA CAMPAÑA PARTICIPACIÓN



INTRODUCCIÓN

Adjuntamos en este documento el resumen total de la campaña teniendo en cuenta las cuatro fases realizadas:

FASE 1: 11 – 30 de mayo

FASE 2: 9 – 27 JUNIO

FASE VERANO: 2 DE JULIO – 10 SEPTIEMBRE

FASE 3: 14-30 SEPTIEMBRE

VALORACIÓN

La campaña se ha llevado a cabo respondiendo a lo inicialmente previsto emitiéndose todas las inserciones previstas en todos los medios: Digital, radio, prensa y exterior.

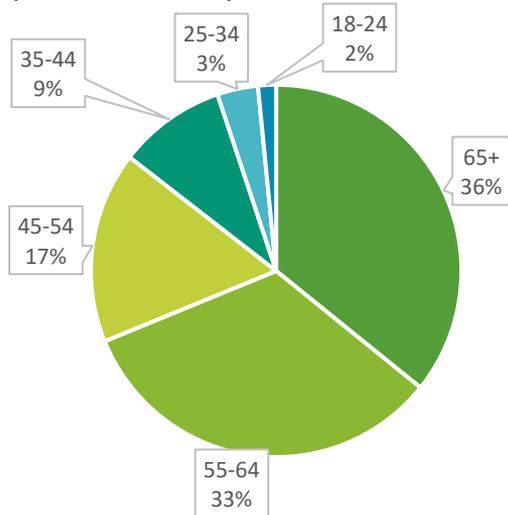
Valorando a través de Comscore y EGM la campaña realmente emitida, los resultados a nivel de GRP,S, COBERTURA y OTS, responden a la previsión inicial.

Centrándonos en la campaña digital el total de IMPRESIONES generado por la campaña ha sido de casi 3,5 Millones, los clics totales han sido 15.000 y las visualizaciones del spot en todas las fases ha sido de 828.000 video views. Cifras muy altas en todos los casos y que muestran el interés generado por esta campaña.

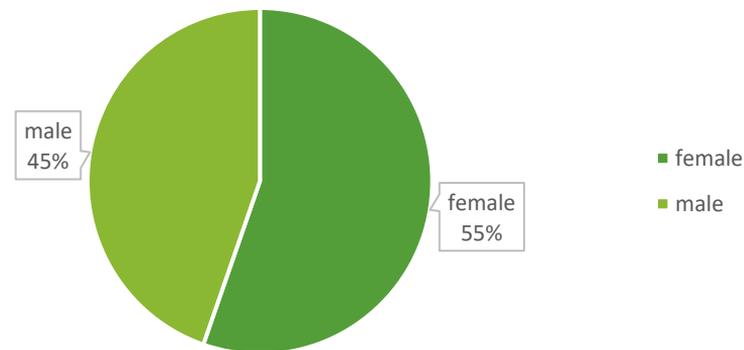
ANÁLISIS VISUALIZACIONES SPOT RR.SS.

FACEBOOK E INSTAGRAM

Reproducciones por tramo de edad



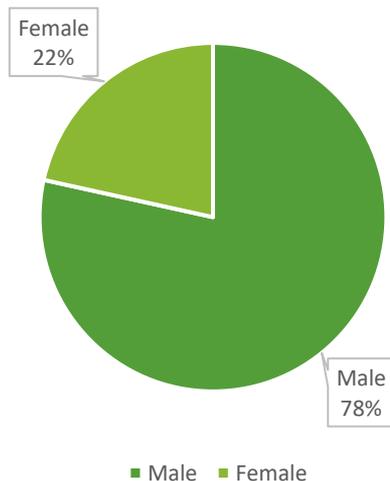
Reproducciones por género



El 86% de las visualizaciones de los spots las han hecho mayores de 45 años y la mayoría de mujeres

ANÁLISIS VISUALIZACIONES SPOT RR.SS.

TWITTER



En cambio en Twitter los hombres son los que más han podido visto los spots

PREVISIÓN DE RESULTADOS

PREVISIÓN:

	TOTAL				
	FASE 1	FASE 2	FASE VAC.	FASE 3	TOTAL CAMPAÑA
GRPS	150	91	3	91	335
COB%	60	57	1	57	94
OTS	3	2	5	2	4

EMITIDO:

	TOTAL				
	FASE 1	FASE 2	FASE VAC.	FASE 3	TOTAL CAMPAÑA
GRPS	146	86	3	103	338
COB%	60	55	1	59	94
OTS	2	2	5	2	4

Fuente: EGM Radio y prensa, digital Comscore. Mit + Cálculo de coberturas conjuntas

VALORACIÓN CUALITATIVA

La campaña ha alcanzado al 94 % de la población de mayor de 14 años una media de 4 veces en el conjunto de la campaña. Estos son unos indicadores del alcance tan importante que ha tenido la campaña ya que ha sido impactada casi la totalidad de la población. Además hemos superado el ratio de frecuencia efectiva de una campaña (3 repeticiones) ya que hemos llegado a las 4 veces de media.

RESUMEN ECONÓMICO POR FASES Y MEDIOS

FASE 1

RADIO	16.801,03
EXTERIOR	15.138,25
PRENSA	2.746,56
ONLINE	17.146,38
	51.832,23

FASE 2

RADIO	9.221,28
PRENSA	1.322,96
ONLINE	6.134,13
	16.678,37

FASE VERANO

RADIO	338,12
	338,12

FASE 3

RADIO	9.280,58
PRENSA	2.746,56
ONLINE	6.134,13
	18.161,27

TOTAL REAL

TOTAL MEDIOS	87.009,99
TOTAL CREATIVIDAD	26.650,00
GRAN TOTAL	113.659,99

Total neto antes de IVA