



OUTDOOR CONSULTING
CONSULTORES DE PUBLICIDAD EXTERIOR



INFORME CREATIVIDADES · COMPETITIVE



OBJETIVOS

- 1.** Profundizar en el conocimiento sobre el uso general del medio mediante el seguimiento y control semanal de las campañas comerciales que se desarrollan en los diferentes segmentos de la publicidad exterior.
- 2.** Plataforma de información para facilitar decisiones de planificación.

TARGETS

- **ANUNCIANTES**

Análisis específicos sectoriales de la actividad en publicidad exterior.

- **AGENCIAS**

Análisis generalizados de la ocupación en el medio: por sectores, anunciantes, marcas, estacionalidad, operadores, formatos...

TARGETS

- **OPERADORES**

Herramienta de investigación para la estrategia comercial, seguimiento de la competencia y análisis histórico de la ocupación por segmento, formatos...

ÁMBITO



ÁMBITO

5 segmentos

Gran Formato: 5 Ciudades

Mobiliario Urbano: 5 ciudades

Centros Comerciales: Madrid y Barcelona.

Transporte: Madrid y Barcelona.

Otros: 5 ciudades.

ÁMBITO

Más de 17 empresas

GF: Avenir, Exterion Media, CCH, Espacio, Soportes, IEPE, Gran Pantalla.

MU: JCDeaux, Clear Channel.

CC: Clear Channel, In store Media, Iwall, On The Spot, Gwm , Impact Media y JCDeaux.

TR: Promedios, Exterion Media y JCDeaux.

OT: Operadores Lonas.



ÁMBITO

Circuitos

| | |
|---------------------|-----------------------------|
| Gran Formato | 45 |
| Mobiliario Urbano | 25 |
| Centros Comerciales | 10 |
| Transporte | 20 |
| Otros | Lonas y Acciones Especiales |

METODOLOGÍA

- Recogida Semanal de la información.
- Red de campo propia e independiente.
- Proceso y auditoria de la información.
- Clasificación INFOADEX.
- Estudios específicos propios.

METODOLOGIA

- Recogida Semanal de la información:
 - Seguimiento calendario de fijación de los circuitos comerciales de las principales empresas del medio.
 - Recogida información in situ los jueves y viernes de cada semana.
 - Envío información a sede central para control y auditoria.

METODOLOGIA

- Proceso y auditoria de la información.
 - Seguimiento y verificación de la información.
 - Proceso de la misma conforme clasificación INFOADDEX (sector, categoría, producto, anunciante marca).
 - Desarrollo de informes y estudios generales y específicos.

UTILIDADES

- Proceso y auditoria de la información.
 - Información semanal de la actividad en publicidad exterior (general / sectores).
 - Análisis detallado de las diferentes campañas siguiendo clasificación INFOADEX.
 - Análisis campañas/motivos publicitados.
 - Archivo histórico desde 2008. Análisis tendencias y actividad de la publicidad exterior.
 - Información gráfica de todas las campañas en exhibición.

UTILIDADES

- Análisis comparativo de la actividad publicitaria de las diferentes marcas de un sector:
 - Periodos de exhibición. Análisis estacionalidad.
 - Mancha publicitaria respecto al total de la actividad.
 - Segmentos utilizados.
 - Empresas contratadas y nº de inserciones registrado.
 - Formatos utilizados.