



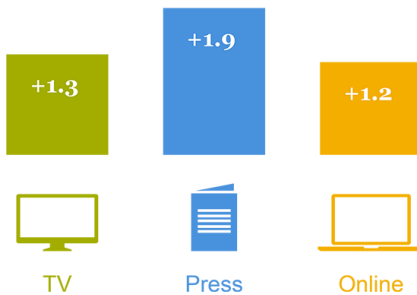
CrossMedia Research™

Midiendo efectivamente la publicidad

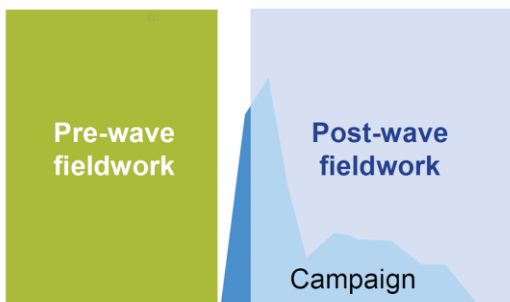
Consideration



Favorability



Pre-Campaign Control Ensures Accurate Assessment of Effects



Medición de una campaña integral

En el mundo multimedia de hoy donde los consumidores tienen el control de sus propias agendas y administran su interacción con las marcas, los planes de medios más poderosos son aquellos que tienen una combinación creativa de puntos de contacto tradicionales y digitales. Para los dueños de las marcas, sus agencias y los medios de comunicación, esta opción ofrece una gran oportunidad pero también representa un reto. ¿Cómo puede estar seguro que todos los elementos de su multifacética campaña de medios están trabajando correctamente para alcanzar los objetivos de comunicación?

Trabajando inteligentemente en la era de los medios “tradigitales”

Nuestro estudio de CrossMedia está diseñado para ayudarle a entender la construcción de marca y su retorno de inversión en medios. Le permite mirar más allá del impacto de la exposición de la publicidad pagada para asesorarlo en los efectos de patrocinios, eventos, relaciones públicas, WOM, etc. Con esta solución podrá ver cómo se desempeñan las plataformas específicas y cómo trabajan las combinaciones de las mismas hacia las métricas claves de la marca.

Mientras los consumidores del mundo vayan encontrando más formas de entretenerse, estar informados, realizar transacciones, comunicarse y expresarse mucho más larga será la lista de puntos de contacto.

Al expandirse las opciones de puntos de contacto así como el incremento del uso de la tecnología por parte de los consumidores es un reto cada vez mayor e importante medir la efectividad de los diferentes medios.

- **Imparcialidad:** El diseño del CrossMedia nos permite contabilizar la predisposición hacia la marca y con exactitud calcular el impacto por medio.
- **Confiable:** El CrossMedia ha medido efectivamente más de 200 campañas a nivel mundial.

Contestando las preguntas correctas

El estudio de CrossMedia provee los insights que usted necesita para tomar decisiones informadas acerca de cómo usar los diferentes puntos de contacto, permitiéndole así maximizar el impacto de su comunicación y que la inversión de medios funcione mejor.

Ayuda a contestar preguntas como:

- ¿Qué tan buen desempeño tiene el mix de medios de mi campaña?
- ¿Cuál medio o combinaciones de medios son más efectivas para elevar mis métricas de marca?
- ¿Qué rol hizo sinergia entre el punto de contacto y entregó un impacto adicional?
- ¿Diferentes combinaciones de exposición a la publicidad afectan audiencias específicas?
- ¿Qué tan bien desempeñaron los diferentes puntos de contacto vs los objetivos de la campaña?
- ¿Qué tanto puedo mejorar la efectividad de los puntos de contacto hacia el futuro basado en:
 - El relativo costo-eficiencia de los medios en función de las métricas de la marca?
 - Cómo diferentes medios pueden tener impacto en otros aspectos de la marca?
 - Cuando y en que contexto se alcanza el punto de rendimiento decreciente en cada medio?
- ¿Cuál es el impacto de los esfuerzos en medios no tradicionales como WOM, activaciones, relaciones públicas, etc.?

La mejor solución para usted

CrossMedia ha sido diseñado como un modelo que es capaz de medir la efectividad de los medios hacia la construcción de las diferentes métricas de la marca y campaña, otorgándoles neutralidad a los diferentes puntos de contacto y logrando analizar la eficiencia en costo – impacto de acuerdo a la complejidad actual que existe en los planes de comunicación de las marcas.

El estándar de la industria en la medición de campañas integrales

El estudio de CrossMedia rápidamente se ha convertido en el estándar global de la industria respecto a la medición de campañas integrales. Aprenda cómo podemos ayudarle a usted y a sus socios de negocio, tanto agencias como medios de comunicación, para asesorarlos sobre el efecto de los diferentes puntos de contacto dentro de campañas multimedios.

Para mayor información, favor de contactar:

Adriana Arriaga
 Media & Digital Director
 Millward Brown México
 Av. Insurgentes Sur 863 piso 13
 Col. Nápoles
 Mexico D.F. 03810
 Correo Adriana.Arriaga@millwardbrown.com | Tel. (+52 55) 30.98.10.02

Acerca de Millward Brown

Millward Brown es la agencia de investigación líder global en efectividad publicitaria, comunicación estratégica, medios y Brand equity. Millward Brown ayuda a sus clientes a desarrollar sus marcas a través de un completo análisis basado en soluciones de investigación cualitativa y cuantitativa. Entre sus prácticas globales especializadas, están Millward Brown Digital (líder en efectividad e inteligencia digital), Firefly Millward Brown (su red global de cualitativo), una Práctica de Neurociencia (utilizando neurociencia para optimizar el valor de las técnicas tradicionales de investigación) y Millward Brown Vermeer (consultora de estrategia que ayuda a las compañías a maximizar sus retornos sobre la inversión hecha en marcas y marketing). Millward Brown opera en más de 55 países y es parte de Kantar, la división de inteligencia de mercado de WPP. Obtén más información en www.millwardbrown.com