

PLAN DE MEDIOS CAC
AVANQUA 2017



Valencia, 10 de Abril de 2017

¿CÓMO LO HACEMOS?

MANTENEMOS LOS PERÍODOS VACACIONALES DE INTERÉS...

ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO			JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE																		
s1	s2	s3	s4	s5	s6	s7	s8	s9	s10	s11	s12	s13	s14	s15	s16	s17	s18	s19	s20	s21	s22	s23	s24	s25	s26	s27	s28	s29	s30	s31	s32	s33	s34	s35	s36	s37	s38	s39	s40	s41	s42	s43	s44	s45	s46	s47	s48	s49	s50	s51	s52
2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-2	3-9	10-16	17-23	24-30	31-6	7-13	14-20	21-27	28-3	4-10	11-17	18-24	25-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31
DÍA DE ANDALUCÍA									SEMANA SANTA									PUENTE MAYO			SAN ISIDRO			VERANO									DÍA ALBACETE			PUENTE DICIEMBRE															
CAMPAÑA SEM ALWAYS ON																																																			



DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

• DÍA DE ANDALUCÍA

- **KICK OFF:** 13 FEBRERO
- **MEDIOS:** TV + EXTERIOR
- **ÁMBITO:**
 - ANDALUCÍA
 - + REFUERZO ÁMBITO ESTRATÉGICO: SEVILLA

FEBRERO

SEM 8							SEM 9							SEM 10						
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	1	2	3	4	5

Comunicación Andalucía

Día Andalucía

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- DÍA DE ANDALUCÍA



DESARROLLO TÁCTICO



TV



TIPO DE COMUNICACIÓN:
CONVENCIONAL

SPOT 10" (60%)
SPOT 20" (40%)

GPRs AC AND.
197'3

RATIOS DE CALIDAD:

- Prime Time : 35%
- Posiciones: 87%

2 semanas: 13-26 Febrero



EXTERIOR

SEVILLA

Mobiliario urbano



200

1 semana: 14-20 Febrero

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- DÍA DE ANDALUCÍA



CALENDARIZACIÓN:

FEBRERO

SEM 8							SEM 9							SEM 10							TOTAL
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	1	2	3	4	5	

TELEVISION	CONVENCIONAL	Spot 20" + Spot 10"	AND
EXTERIOR	MOBILIARIO URBANO	Caras	SV

197,3							200							197,3	200
-------	--	--	--	--	--	--	-----	--	--	--	--	--	--	-------	-----

• SEMANA SANTA

- **KICK OFF:** 23 MARZO
- **ÁMBITO:** NACIONAL
- **MEDIOS:** TV

MARZO											ABRIL																
SEM 12						SEM 13					SEM 14						SEM 15										
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Comunicación SS											Semana Santa'17																

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- SEMANA SANTA



DESARROLLO TÁCTICO



TV

TIPO DE COMUNICACIÓN:
CONVENCIONAL

SPOT 10'' (62%)	SPOT 20'' (38%)
--------------------	--------------------

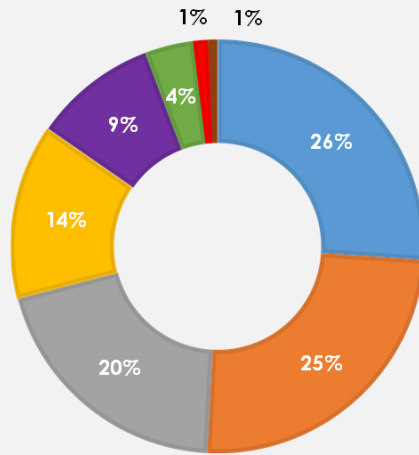
TOTAL GRPs
143'6

RATIOS DE CALIDAD:

- Prime Time : 38%
- Posiciones: 56%

23 Marzo-5 Abril

PRESIÓN POR CADENAS:



- GRUPO T5
- A3 COBERTURA
- A3 AFINIDAD
- GRUPO CUATRO
- BOING
- DISNEY CHANNEL
- TNT
- MOVISTAR +

MEDIASETespaña.

50%

Grupo T5 + Grupo Cuatro + Boing + TNT



45%

Antena 3 Cobertura + Antena 3 Afinidad



4%



1%

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- SEMANA SANTA



CALENDARIZACIÓN:

MARZO

ABRIL

SEM 12							SEM 13							SEM 14					SEM 15					TOTAL				
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X		J	V	S	D
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		13	14	15	16
																												143,6
TELEVISION	CONVENCIONAL	Spot 20" + Spot 10"		NACIONAL																			143,6					

• PUENTE DE MAYO

- **KICK OFF:** 17 DE ABRIL
- **MEDIOS:** EXTERIOR
- **ÁMBITO:** MADRID

ABRIL										MAYO										
SEM 16					SEM 17					SEM 18										
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7
Comunicación PM													Puente de Mayo'17							

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- PUENTE DE MAYO



DESARROLLO TÁCTICO



EXTERIOR

MADRID



44

URBANOS



2 Semanas: 17-30 Abril



200

Área metropolitana

1 Semana:
18-24 Abril



DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- PUENTE DE MAYO



CALENDARIZACIÓN:

ABRIL														MAYO							TOTAL
SEM 16							SEM 17							SEM 18							
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	44
							44														44
							200														200

EXTERIOR	BUSES URBANOS	Trasera+Lateral Estándar	MD
	MOBILIARIO URBANO	Muppis	MD

• PUENTE DE SAN ISIDRO

- **KICK OFF:** 1 DE MAYO
- **MEDIOS:** EXTERIOR
- **ÁMBITO:** MADRID (FESTIVIDAD LOCAL)

MAYO

SEM 18							SEM 19							SEM 20						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Comunicación SI														S.Isidro '17						

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- PUENTE DE SAN ISIDRO



DESARROLLO TÁCTICO



EXTERIOR

MADRID



44

URBANOS



2 Semanas: 1-14 Mayo



200

Área metropolitana

1 Semana:
2-8 Mayo



DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- PUENTE DE SAN ISIDRO



CALENDARIZACIÓN:

EXTERIOR	BUSES URBANOS	Trasera+Lateral Estándar	MAD
	MOBILIARIO URBANO	Muppis	MAD

MAYO

SEM 18							SEM 19							TOTAL	
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D		L
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15
44														44	
200														200	

• VERANO

- **KICK OFF:** 12 DE JUNIO
- **MEDIOS:** TV + DIGITAL + EXTERIOR
- **ÁMBITO:**
 - NACIONAL
 - + REFUERZO ÁMBITO ESTRATÉGICO: MADRID Y CATALUÑA
 - + DESTINO: VALENCIA

JUNIO			JULIO				AGOSTO				
SEM 24	SEM 25	SEM 26	SEM 27	SEM 28	SEM 29	SEM 30	SEM 31	SEM 32	SEM 33	SEM 34	SEM 35
12-18	19-25	26-2	3-9	10-16	17-23	24-30	31-6	7-13	14-20	21-27	28-3
Comunicación Verano											
Verano '17											

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- VERANO



DESARROLLO TÁCTICO

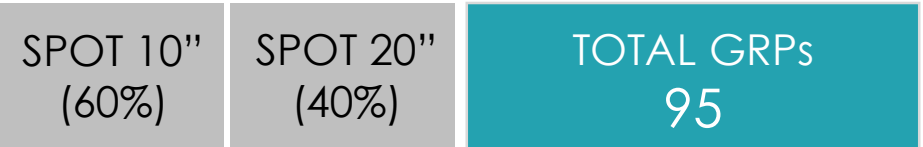


TV

CAMPAÑA NACIONAL:



REFUERZO CATALUÑA:



*POSIBLES CADENAS



MEDIASETespaña.

*POSIBLES CADENAS



4 SEMANAS CONSECUTIVAS / 5 DÍAS POR SEMANA (L-V)

2 SEMANAS: 10-23 JULIO

4 SEMANAS: 10 JULIO-6 AGOSTO

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- VERANO



DESARROLLO TÁCTICO



DIGITAL

OTAS



750.000 IMPRESIONES

750.000 IMPRESIONES INTERNACIONALES

Internacional (Francia e Italia)

Destino: Valencia

REDES SOCIALES



Page post link
12.000 clicks | Internacional (Francia e Italia)
10.500 clicks

Seg: 20-50 interés viajes

PERFORMANCE / BRANDING / MOBILE



Red Premium

CLICKS: 15.000 (tráfico al site)
IMPRESIONES: 1.000.000 (Retargeting y Lookalike)
IMPRESIONES MÓVIL: 800.000

12 SEMANAS: 12 JUNIO - 3 SEPTIEMBRE

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- VERANO



DESARROLLO TÁCTICO



EXTERIOR

VLC

ave



1

TOTEM
JOAQUÍN SOROLLA

1 MES: 24 JULIO-20 AGOSTO

MAD

buses



25

25

1 MES: 12 JUNIO-9 JULIO

URBANOS INTERURB.

muppis



200

MADRID ÁREA
METROPOLITANA

1 SEMANA: 20-26 JUNIO

vallas



60

MADRID ÁREA
METROPOLITANA

2 SEMANAS: 26 JUNIO-9 JULIO

- VERANO



CALENDARIZACIÓN:

				JUNIO		JULIO			AGOSTO				TOTAL			
				SEM 24	SEM 25	SEM 26	SEM 27	SEM 28	SEM 29	SEM 30	SEM 31	SEM 32		SEM 33	SEM 34	SEM 35
				12-18	19-25	26-2	3-9	10-16	17-23	24-30	31-6	7-13		14-20	21-27	28-3
TELEVISION	CONVENCIONAL	Spot 20" + Spot 10"	NACIONAL CATALUÑA										360	360		
													95	95		
EXTERIOR	BUSES URBANOS	Trasera+Lateral Estándar	MADRID	25											25	
	BUSES INTERURBANOS	Trasera+Lateral Estándar	MADRID	25											25	
	MOBILIARIO URBANO	Muppis Área Metrop.	MADRID	200											200	
	VALLAS	Vallas Área Metrop.	MADRID	60											60	
	AVE	TOTEM	VALENCIA										1	1		
DIGITAL	PERFORMANCE	Clicks	NACIONAL	15.000									15.000			
	BRANDING	Impresiones		1.000.000									1.000.000			
	MOBILE	Impresiones		800.000									800.000			
	OTAS	Impresiones		750.000									750.000			
	RRSS	FB Clicks		12.000									12.000			
	OTAS	Impresiones	INTERNACIONAL	750.000									750.000			
	RRSS	FB Clicks		10.500									10.500			

• VIRGEN DE LOS LLANOS

- **KICK OFF:** 29 AGOSTO
- **MEDIOS:** EXTERIOR
- **ÁMBITO:** ALBACETE

AGOSTO							SEPTIEMBRE						
SEM 36							SEM 36						
28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Comunicación Albacete							Día de Albacete						

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- VIRGEN DE LOS LLANOS (ALBACETE)



DESARROLLO TÁCTICO



EXTERIOR

ALBACETE

muppis



28 CARAS

1 SEMANA: 29 AGOSTO-4 SEPTIEMBRE

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- VIRGEN DE LOS LLANOS (ALBACETE)



CALENDARIZACIÓN:

EXTERIOR MOBILIARIO URBANO MUPPIS ALBACETE

AGOSTO							SEPTIEMBRE						
SEM 36							SEM 37						
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28													

TOTAL

28

• PUENTE DE DICIEMBRE

- **KICK OFF:** 23 NOVIEMBRE
- **MEDIOS:** TV
- **ÁMBITO:** NACIONAL

NOVIEMBRE							DICIEMBRE													
SEM 47							SEM 48						SEM 49							
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							Comunicación PD						Puente de Diciembre'17							

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- PUENTE DE DICIEMBRE



DESARROLLO TÁCTICO



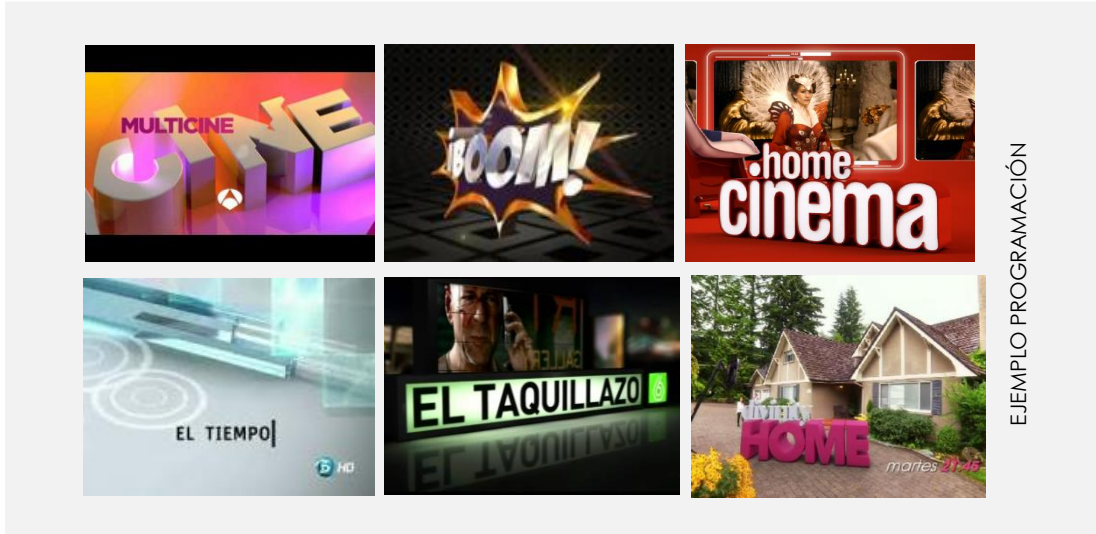
TV

TIPO DE COMUNICACIÓN:
PATROCINIOS

CARETAS 10"
(100%)

TOTAL GRPs
+/-150

*DEFICIÓN DE LOS PROGRAMAS A
PATROCINAR PREVIO A LA PUESTA EN
MARCHA



EJEMPLO PROGRAMACIÓN

1 SEMANA: 23-29 NOVIEMBRE

DEFINICIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- PUENTE DE DICIEMBRE



CALENDARIZACIÓN:

NOVIEMBRE							DICIEMBRE							TOTAL							
SEM 47							SEM 48								SEM 49						
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D		L	M	X	J	V	S	D
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	150

TELEVISION ESPECIALES PATROCINIOS NACIONAL

- CAMPAÑA SEM



El desarrollo de la campaña de enlaces patrocinados se concentrará en el motor de búsquedas líder

Google (+95% total usuarios en España Fuente: Comscore Oct'16)

CAMPAÑA
100%
GOOGLE

A través de 2 acciones:

1. |
Google
AdWords

EN LA BÚSQUEDA ACTIVA ...

Posicionarse en los primeros resultados de búsqueda en Google y obtención de tráfico cualificado por encima de nuestros competidores.

OBJETIVO: TRÁFICO CUALIFICADO

2. |
Google
Display Network

EN LA BÚSQUEDA ASOCIADA...

Presencia en la Red de Display de Google (GDN)* a través de 3 niveles segmentación: intereses, contenido y búsqueda.

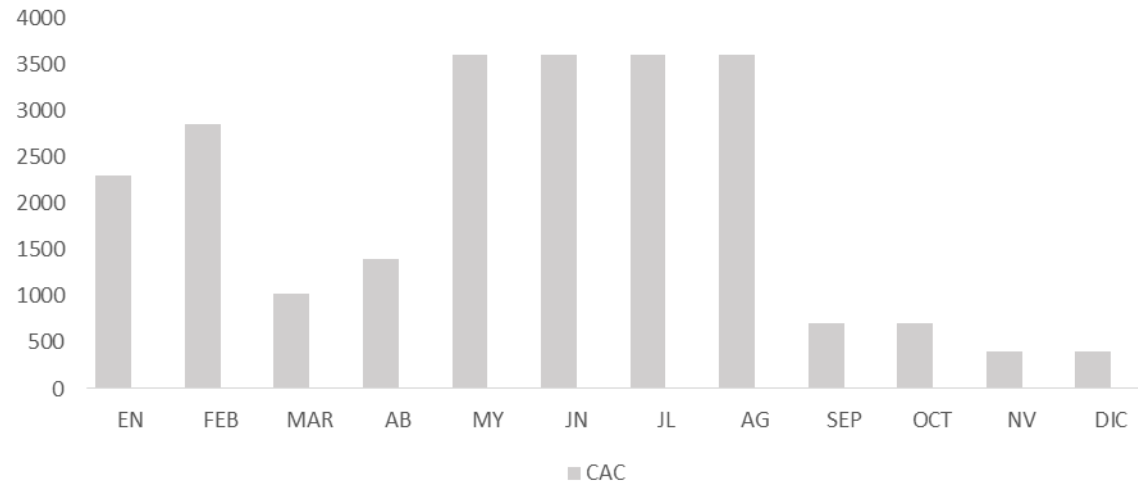
OBJETIVO: CONSTRUCCIÓN MARCA

(*La Red de Display de Google o Google Display Network (GDN) está compuesta por más de un millón de sitios web, incluidos Youtube y el resto propiedades de Google (Gmail, blogspot...) que son susceptibles de contener enlaces patrocinados de Adwords.

- CAMPAÑA SEM



DEFINICIÓN ESTRATÉGICA-TEMPORAL:




CLICKS: 300.000

MAYOR PRESENCIA DE CARA A LOS MESES DE VERANO...

Lanzaremos más presión sobre los meses de decisión de compra del período vacacional estrella del año Sin perder de vista, los picos de búsquedas: FESTIVIDADES LOCALES, PUENTES NACIONALES, PUENTES LOCALES

REFUERZO DE LOS MERCADOS EXTRANJEROS ...

CAC: FRANCIA E ITALIA

• VISIÓN ANUAL

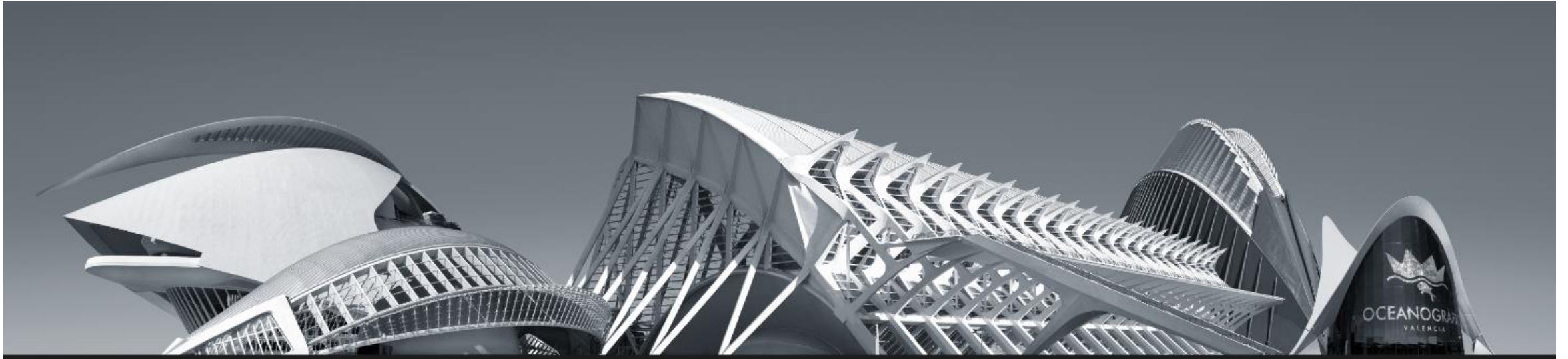


			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO			JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE			TOTAL												
			13-19	20-26	27-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	21-29	29-4	5-11	12-18	19-25	26-2	3-9	10-16	17-23	24-30	31-6	7-13	14-20	21-27	28-3	4-10	11-17	18-24	25-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	
TELEVISION	CONVENCIONAL	NACIONAL				143												360																					503									
	PATROCINIO	NACIONAL																																								150	150					
	REFUERZO LOCAL	ANDALUCÍA	197																																							197						
	REFUERZO LOCAL	CATALUÑA																			95																					95						
EXTERIOR	BUSES URBANOS	MADRID							44			44									25																					113						
	BUSES INTERURBANOS	MADRID																			25																								25			
	MOBILIARIO URBANO	MADRID							200			200									200																								600			
		SEVILLA	200																																													200
		ALBACETE																												28															28			
	VALLAS	MADRID																60																											60			
	AVE	VLC																									1																		1			
DIGITAL	PERFORMANCE (Clics)	NACIONAL																			15.000																								15.000			
	BRANDING (Impresiones)	NACIONAL																			1.000.000																											1.000.000
	OTAS	NACIONAL																			750.000																								750.000			
	RRSS	NACIONAL																			12.000																								12.000			
	MOBILE	NACIONAL																			800.000																								800.000			
	OTAS	INTERNACIONAL																			750.000																								750.000			
	RRSS	INTERNACIONAL																			10.500																								10.500			
SEM	CLICS																						300.000 CLICS																								300.000	

- RESUMEN ECONÓMICO



UNIDAD	MEDIOS	S.SANTA	PUNTES	VERANO	FESTIVIDADES	ALWAYS ON	TOTAL	2017 SOI
CAC	TV	100.000	70.000	180.372	14.950		365.322	65%
	EXT		30.444	53.978	38.493		122.915	22%
	DIGITAL			42.475		30.171	72.646	13%
	ADSTREAM	720			320		1.040	0%
TOTAL CAC		100.720	100.444	276.825	53.763	30.171	561.922	



MUCHAS GRACIAS