



digital advertising benchmarking data

# **CÓMO MEJORAR TUS RESULTADOS ANALIZANDO A TU COMPETENCIA**

**Giancarlo Giansante**

CEO & CoFounder



---

¿Sabes lo que está pasando con tus **campañas** publicitarias digitales?

¿Sabes **donde** están saliendo tus anuncios?

¿Quieres saber que **formatos** son los que más se usan en tu mercado?

y...

¿Te gustaría saber lo que están haciendo tus **competidores**?

---

¿Qué es adjinn?



---

**adjinn es una herramienta de control publicitario que permite obtener datos sobre las campañas publicitarias online, en todos los sectores y de todas las marcas.**

---



---

## Control total en tiempo real

De esta forma podremos tener el control de como se están desarrollando tus campañas y las de tus competidores, permitiéndonos ir corrigiendo rápidamente las que no están teniendo el resultado esperado cuando sea necesario.

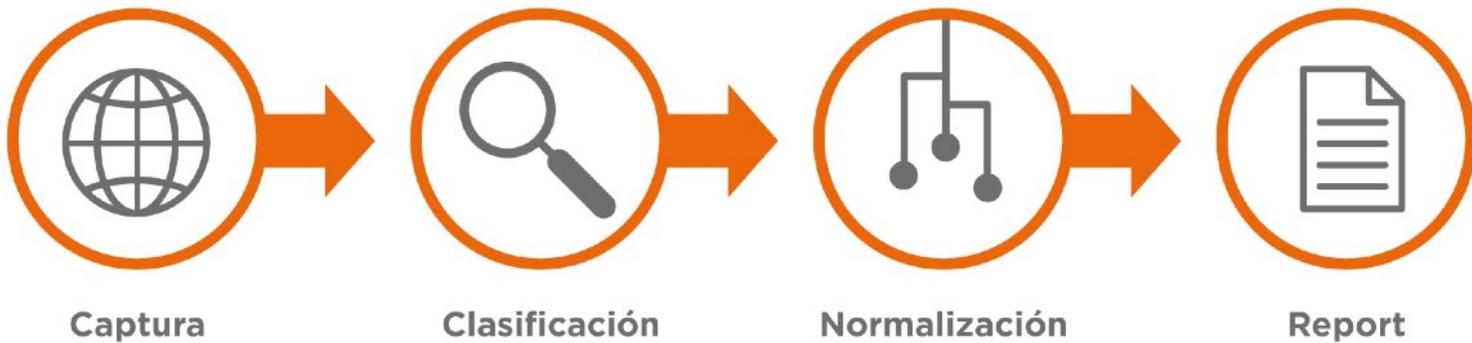
---



# donde estamos

Información confidencial propiedad de AdJinn Control y Análisis SL

# ¿Cómo funciona adjinn?





---

En resumen, gracias a adjinn podrás **optimizar** tu esfuerzo publicitario, gestionando la **inversión digital** de la manera más eficiente y conociendo la actividad real de tu **competencia**.

---

# Benchmarking



BENCHMARKING  
NO SIGNIFICA  
COPIAR

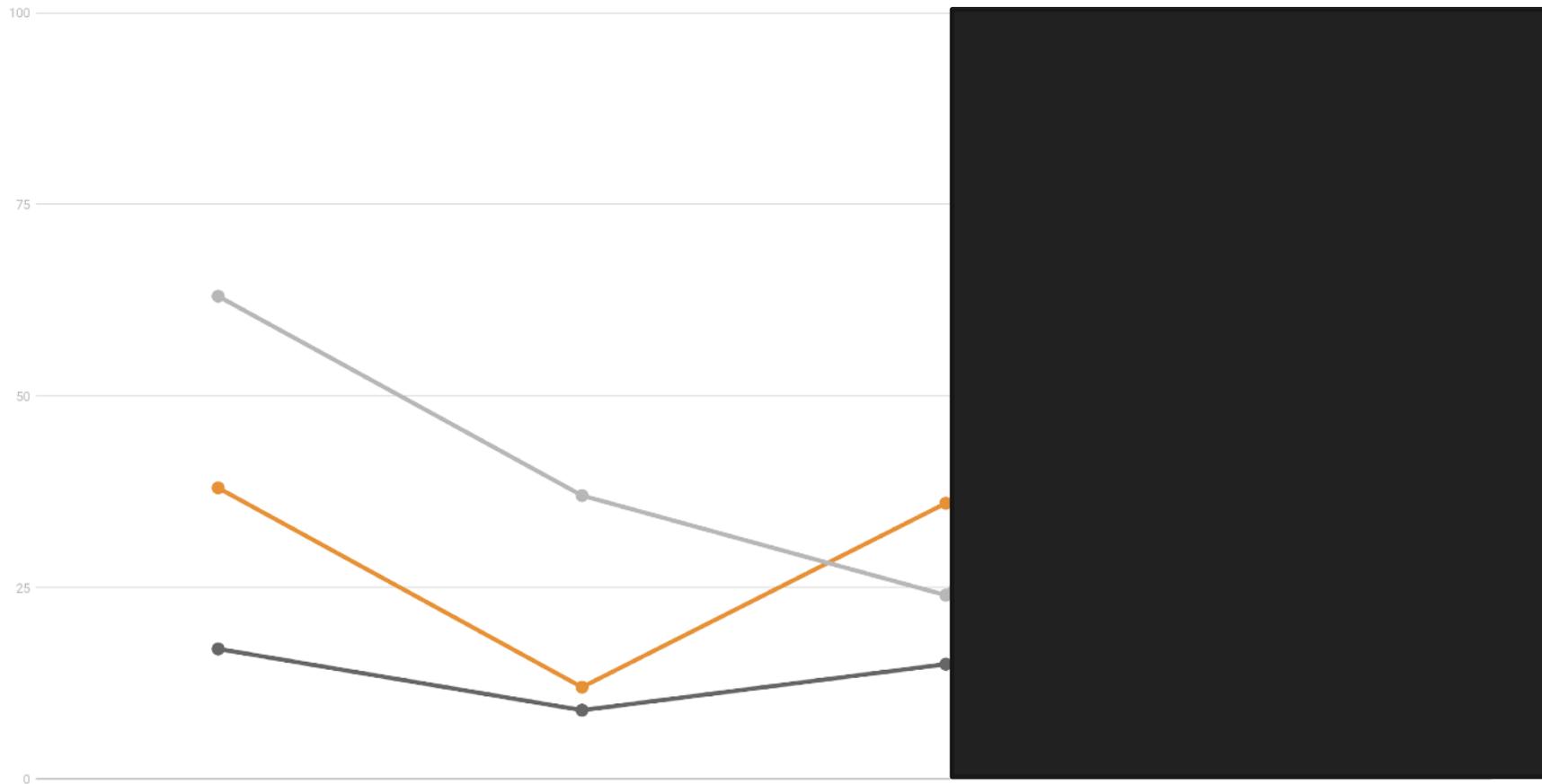
# Definición

Benchmarking

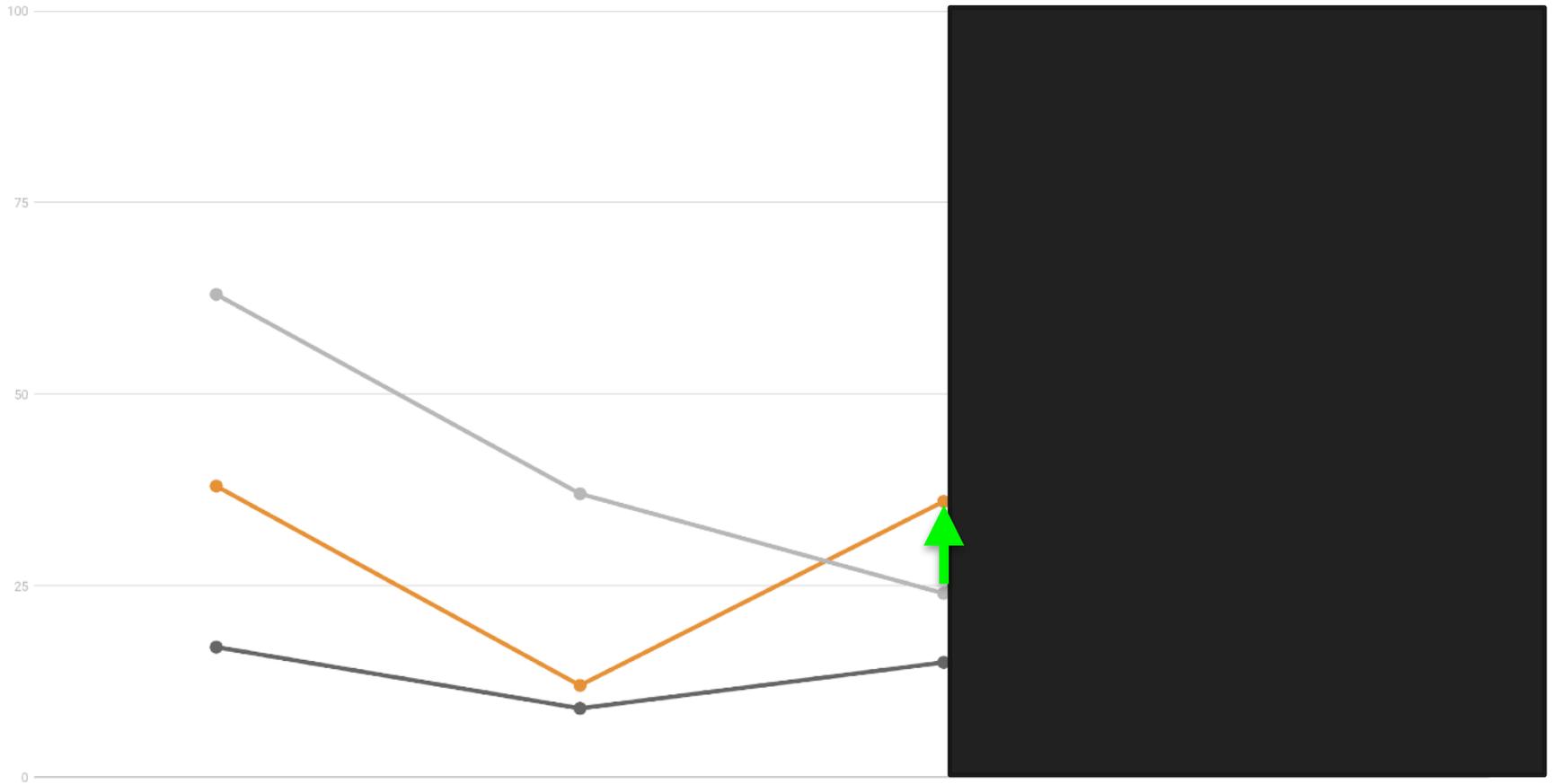
ORIGEN DE LAS CARRETERAS RADIALES  
Km.0  
RADIALES



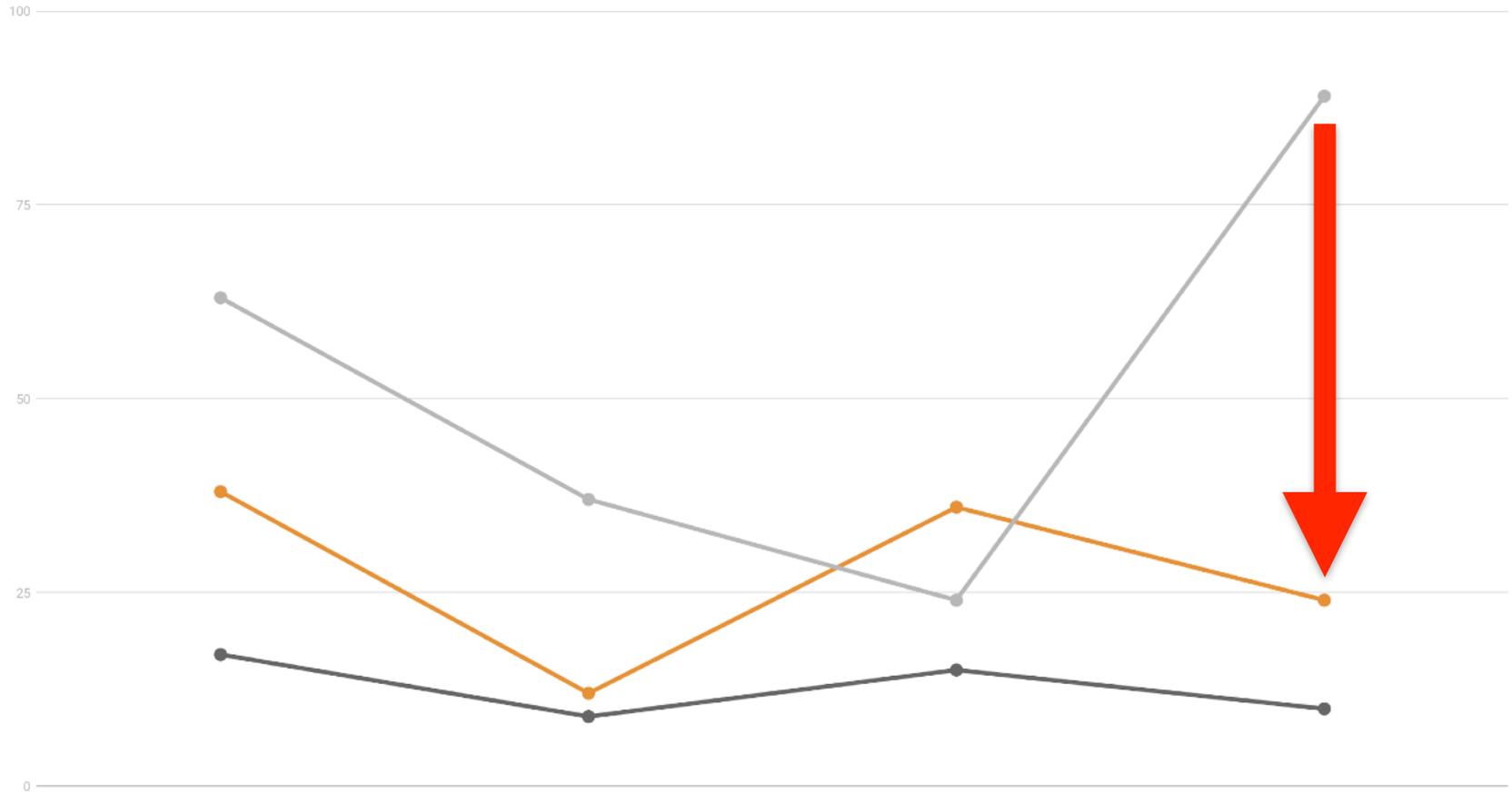
# Saber qué hacen los demás es importante...



# Saber qué hacen los demás es importante...



# Saber qué hacen los demás es importante...



# Benchmarking y Share of Voice

Campaña	Marca	SoV	Impresiones est. (periodo)
Campaña XYZ	NOSOTROS		+/- 290.000.000

# Benchmarking y Share of Voice

Campaña	Marca	SoV	Impresiones est. (periodo)
Campaña XYZ	NOSOTROS		+/- 290.000.000
Cuenta 789	Banco BBB		+/- 220.000.000
Campaña 123	Banco IMG		+/- 160.000.000
Hipoteca F	Banco SAN		+/- 120.000.000

## Benchmarking y Share of Voice

Campaña	Marca	SoV	Impresiones est. (periodo)
Campaña XYZ	NOSOTROS	<b>37 %</b>	+/- 290.000.000
Cuenta 789	Banco BBB	<b>28 %</b>	+/- 220.000.000
Campaña 123	Banco IMG	<b>20 %</b>	+/- 160.000.000
Hipoteka F	Banco SAN	<b>15 %</b>	+/- 120.000.000

# Benchmarking y Share of Voice

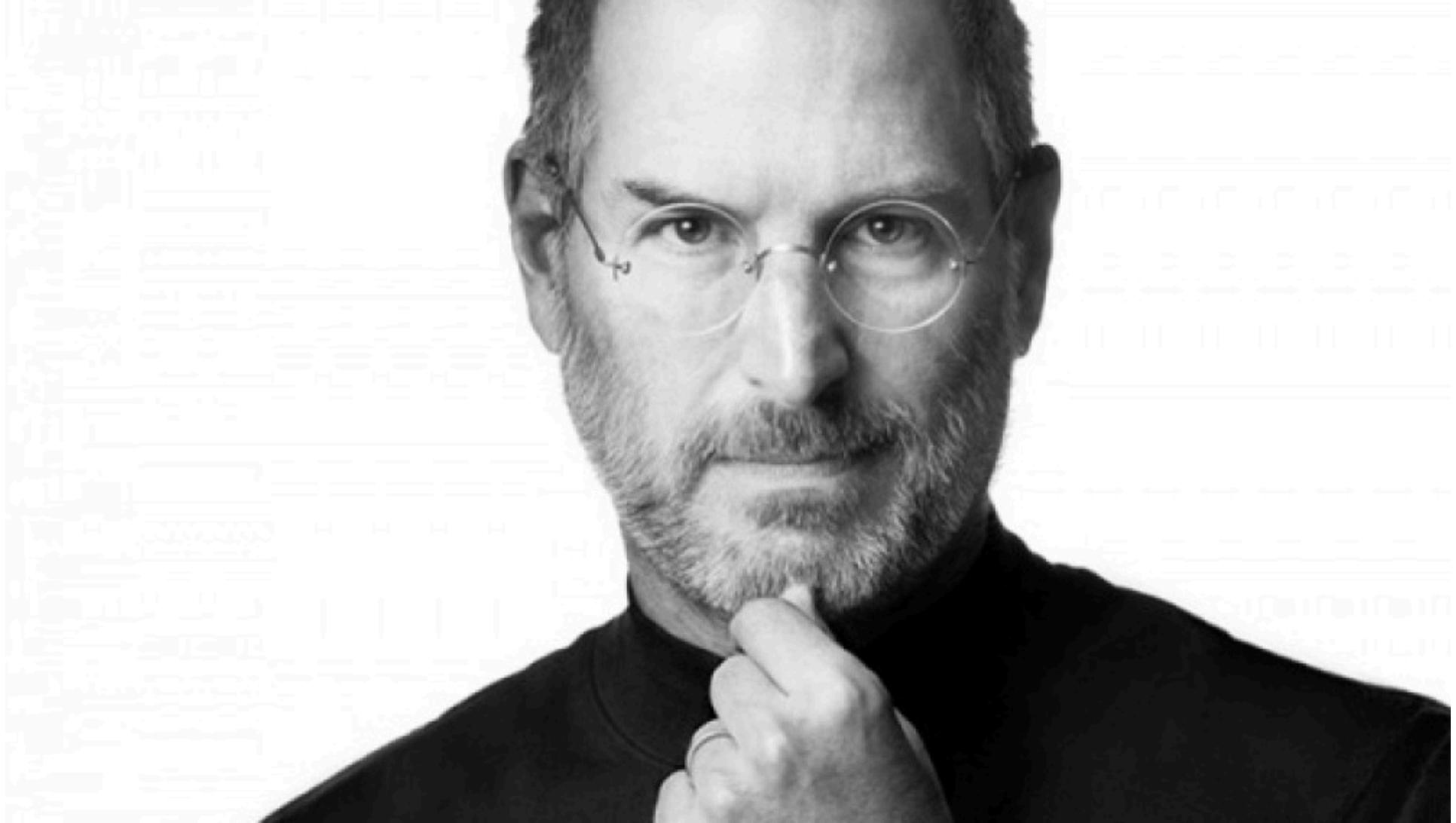
Campaña	Marca	SoV	Impresiones est. (periodo)
Campaña XYZ	NOSOTROS		+/- 220.000.000
Cuenta 789	Banco BBB		+/- 120.000.000
Campaña 123	Banco IMG		+/- 60.000.000
Hipoteca F	Banco SAN		+/- 20.000.000

# Benchmarking y Share of Voice

Campaña	Marca	SoV	Impresiones est. (periodo)
Campaña XYZ	NOSOTROS	<b>52 %</b>	+/- 220.000.000
Cuenta 789	Banco BBB	<b>29 %</b>	+/- 120.000.000
Campaña 123	Banco IMG	<b>14 %</b>	+/- 60.000.000
Hipoteca F	Banco SAN	<b>5 %</b>	+/- 20.000.000

# Benchmarking y Share of Voice





# THE NOT BIG MAC'S



*The*  
**LIKE A BIG MAC,  
BUT ACTUALLY BIG**



89<sup>MEAL</sup> KR

*The*  
**BURGER BIG MAC  
WISHED IT WAS**



93<sup>MEAL</sup> KR

*The*  
**BIG MAC-ISH  
BUT FLAME-  
GRILLED  
OF COURSE**

*The*  
**KIND OF LIKE A BIG MAC,  
BUT JUICIER AND TASTIER**



69<sup>MEAL</sup> KR

*The*  
**ANYTHING BUT  
A BIG MAC**



39<sup>MEAL</sup> KR



78<sup>MEAL</sup> KR

# OBSERVATORIO DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

---

FEBRERO 2019

---



The logo for Adjinn, featuring the lowercase letters 'adjinn' in a bold, black, sans-serif font. The 'a' is orange, and the 'j' has a blue underline.

digital advertising benchmarking data



## SECTORES

	share of voice	marcas	campañas
<b>Automoción</b>	<b>18,2 %</b>	<b>233</b>	<b>857</b>
<b>Editorial</b>	<b>12,8 %</b>	<b>218</b>	<b>5270</b>
Ocio y entretenimiento	10,17 %	215	465
Finanzas	9,05 %	142	471
Industrial	5,52 %	106	267
Telecomunicaciones	4,74 %	32	280
Seguros	3,9 %	54	555
Distribución	3,11 %	325	1721
Turismo	3,02 %	232	925
Instituciones	2,37 %	179	413

## FORMATOS



## SHARE OF VOICE

<b>Medium rectangle</b>	<b>18%</b>	Megabanner	9%
Native ads	15%	Splitscreen	9%
Half Banner	11%	Skin	2%

CAMPAÑAS  
PROGRAMÁTICAS

## DISPOSITIVOS

utilizados por cada campaña

<b>No programática</b>	<b>49%</b>	<b>Todos los dispositivos</b>	<b>56%</b>
Parte programática	41%	100% Ordenador	31%
100% programática	10%	100% Móviles	13%

## CONTEXTO GLOBAL

## Automoción

<b>actualidad</b>	<b>politica</b>	<b>opinion</b>	<b>cultura</b>
tecnologia	internacional	motor	sociedad
noticias	deportes	firmas	videos

# Uso de los datos

## 1. Sales

- **Propuestas y RFP**
- **Definición agenda comercial**

## 2. Client Services

- **Oportunidad para tener un dialogo y interacciones regulares con los clientes, justificantes automáticos y de 3 parte**

## 3. Marketing

- **Creación de materiales de marketing para promocionar y enfocar éxitos de campañas**

¡Gracias!