

EL ESTUDIO DE MEDIOS DE COMUNICACION ONLINE

CREDIBILIDAD Y/O CONFIANZA

- INTERNET** es el medio más creíble.
- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN** son los soportes online más creíbles.

VALORACIÓN DE LOS MEDIOS SEGÚN USO

INTERNET es el medio mejor valorado para conocer una marca, obtener información sobre la misma y ampliarla.

PREDISPOSICIÓN DEL USUARIO

PUBLICIDAD ONLINE



9 DE CADA 10 presta atención a los anuncios en Internet.

DESTACAN:

25/34 AÑOS

trabajadores por cuenta propia y ajena, y los amos/as de casa.

COMPARTIR ENLACE



8 DE CADA 10 comparten enlaces de campañas publicitarias.

DESTACAN:

LAS MUJERES ADULTAS • 25/34 AÑOS trabajadores por cuenta ajena.

AMPLIAR INFORMACIÓN



9 DE CADA 10 amplía información publicitaria.

DESTACAN:

25/34 AÑOS

trabajadores por cuenta propia y ajena, y los amos/as de casa.

DISPOSITIVOS EMPLEADOS

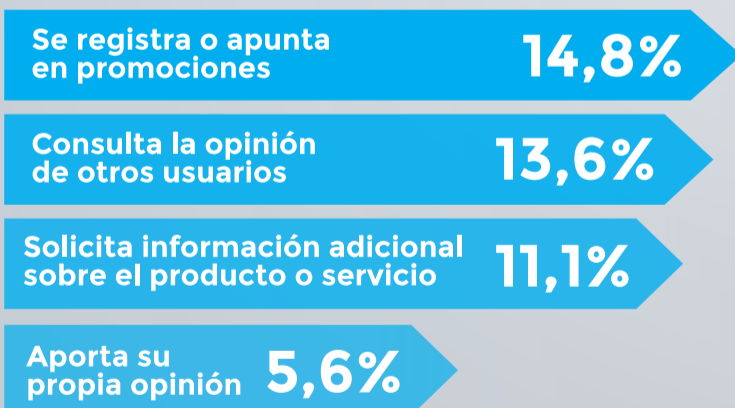
SOPORTES PREFERIDOS

SMARTPHONE	TABLET
Redes sociales	Medios de comunicación
Medios de comunicación	Redes sociales
Foros o blogs	Foros o blogs
Portales generalistas	Portales generalistas
Portales de compra online	Portales de compra online

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFERIDOS

SMARTPHONE	TABLET
Radio online	Revistas online
Periódicos online	Periódicos online
Revistas online	Televisión online
Portales temáticos	Portales temáticos
Televisión online	Radio online

INTERACCIÓN



LAS MUJERES son las que más interactúan con la marca en la publicidad online

SEGÚN LA EDAD

- 45/54 AÑOS** los que más solicitan información adicional y los que más se registran en promociones.
- 25/34 AÑOS** los que más aportan su opinión.
- 18/20 AÑOS** los que más consultan la opinión de otros usuarios.

NAVEGACIÓN

FRECUENCIA

LOS PERIÓDICOS ONLINE son los medios de comunicación con mayor frecuencia de navegación

LUGAR

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN son los soportes con mayor frecuencia de navegación en el trabajo.