

NOTA DE PRENSA

17ª oleada barómetro TREND SCORE
impulsado por la Asociación Española de Anunciantes y SCOPEN
(Primer semestre 2018 y previsión de cierre 2018)

TREND SCORE: PERSPECTIVAS POSITIVAS DE LOS ANUNCIANTES PARA EL CIERRE DEL AÑO Y NUEVAS ÁREAS DE INVERSIÓN

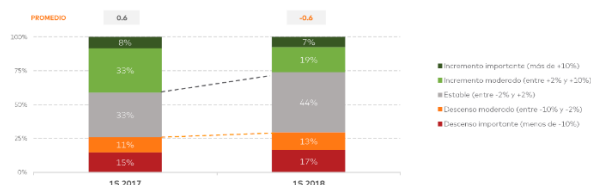
Proyectos centrados en la experiencia de cliente, data y automatización de procesos son áreas clave para las marcas

Madrid, 17 de septiembre de 2018.-La última edición de TREND SCORE, barómetro de tendencias de inversión en marketing y publicidad de los principales anunciantes del mercado, presenta datos de crecimiento positivo para el cierre de 2018.

Así, las expectativas de los 70 anunciantes que han participado en el barómetro (Directores de Marketing, Publicidad y Medios) apuntan a un cierre de inversión del +0.4% en marketing y de +0.7% en publicidad. En el caso de marketing, la inversión en el primer semestre de 2018 se ha mantenido en general estable respecto a la del mismo periodo del año anterior. En publicidad, cerca de la mitad de los profesionales han mantenido estable su inversión y el número de anunciantes que declara haber reducido su presupuesto, es tres puntos menor al del mismo periodo del año anterior.

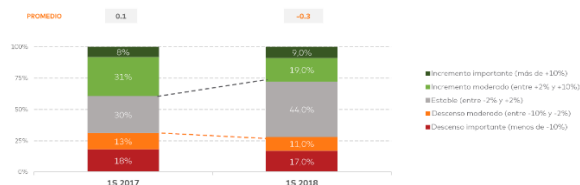
Inversión MK | Inversión en el 1r Semestre de 2018

¿Cuánto ha variado el presupuesto de Marketing de su Compañía en el primer semestre de 2018 con respecto al mismo periodo del año anterior?



Presupuesto de Publicidad | 1r Semestre de 2018 vs. 1r Semestre 2017

¿Cuánto ha variado el presupuesto de Publicidad en el primer semestre de 2018 con respecto al mismo periodo del año anterior?



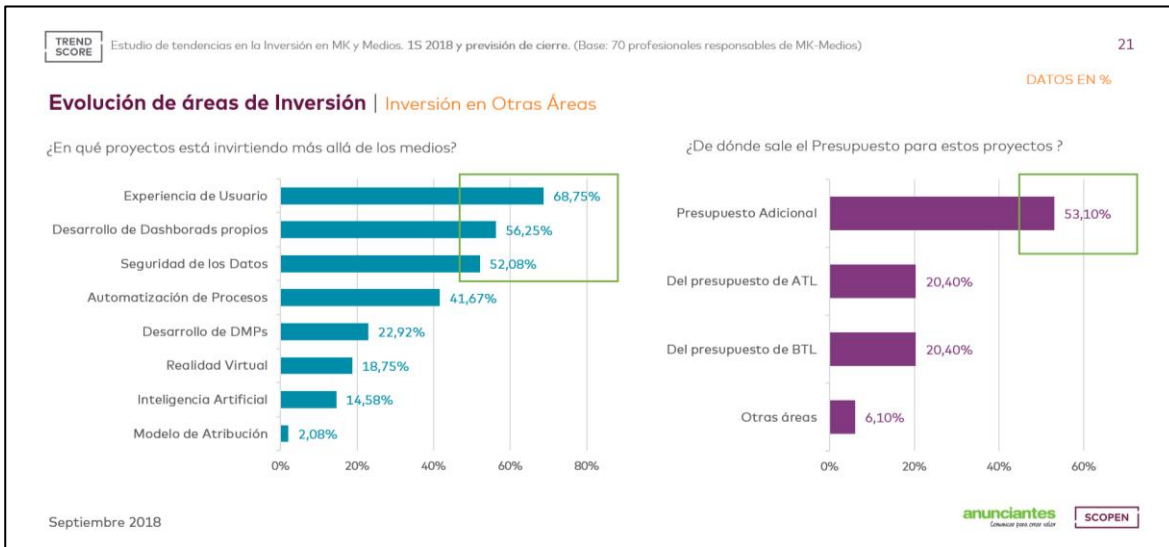
En general, los anunciantes apuntan a una ampliación del mix de medios en el primer semestre de 2018, lo que indica un mayor reparto en las inversiones. Como en pasadas ediciones, digital es el canal con mayor crecimiento tanto en inversión como en expectativas para el cierre del año.

Otras áreas de inversión

En esta última edición del TREND SCORE, se han incluido preguntas adicionales para poder identificar otras áreas de inversión en comunicación de los anunciantes más allá de los medios.

Los resultados obtenidos indican que para más de la mitad de los profesionales hay más de un 20% de su inversión que no queda recogida en los modelos de medición y tracking actuales de mercado, e, incluso, un 20% señala que el presupuesto no controlado por dichas fuentes es superior al 50% del total invertido.

Preguntando a los anunciantes por perfiles de proyecto en los que están invirtiendo, las respuestas evidencian que los proyectos centrados en la experiencia de cliente, data y automatización de procesos, son áreas clave actualmente para las marcas que, en su mayoría, cuentan con un presupuesto adicional para poder afrontarlos (un 53,10% de los profesionales lo declara así).



Declaraciones aea y SCOPEN:

Begoña Gómez, directora técnica de la aea: “con clara evidencia, la investigación nos reafirma en que la tendencia en inversión de los anunciantes no es a la baja, sino que se destina a una mayor diversificación de acciones, fuera de las tradicionales, y nos plantea el reto de su medición cada vez más necesaria”.

Patricia Chávez, Consulting Director de SCOPEN: “Los anunciantes trabajan con presupuestos más ajustados abarcando un entorno de canales más amplio, lo que supone un gran reto para sus agencias. Adicionalmente se liberan nuevas bolsas económicas para proyectos relacionados con la transformación digital (UX, Data, nuevas tecnologías...)”.

Sobre TREND SCORE



Barómetro de tendencia impulsado por el Foro de Medios de la Asociación Española de Anunciantes junto a SCOPEN, con el objetivo de recoger y compartir actitudes e inquietudes de los responsables de Marketing y Publicidad en Medios.

Metodología: Cuestionario online cerrado enviado a empresas anunciantes que representan el 80% de las empresas que invierten en publicidad en nuestro país.



anunciantes
Comunicar para crear valor

Contactos PRENSA

Elena Pérez del Monte. Directora de Comunicación
aea. Pº de la Castellana, 121 - 5º B, Esc. Izda. – 28046 Madrid
Tlfno: 91 556 03 51 – Fax: 91 597 04 83 – www.anunciantes.com

Mª José Ramiro. Communications Director
SCOPEN. Velázquez, 24 · 28001 Madrid · Spain
Tlfno: 91 702 11 13 - SCOPEN.COM