

Noticias sobre Video Premium

LAMAC Insights: 5 Datos de Marketing sobre Brand Safety

Contar con estándares altos de Brand Safety es clave para lograr mayor efectividad

26/06/2019



La visibilidad es un indicador clave de rendimiento para muchas agencias y anunciantes, además de ser una de las métricas más utilizadas para la optimización. Sin embargo, enfocarse únicamente en la visibilidad no es suficiente.

Si bien muchos consideran que es un indicador del rendimiento, no todas las impresiones visibles son seguras para la marca o libres de fraude. Esta discrepancia puede resultar en mayores tasas de ad/blocking y como consecuencia, en desperdicio de campaña.

A continuación te ofrecemos 5 datos de sobre Brand Safety, para tener en cuenta a la hora de evaluar los medios/plataformas en las que anuncias tu marca.

1. Hay un aumento del 194% en incidentes de Brand Safety en aplicaciones móviles registrados en los últimos 12 meses.

Dichos incidentes forman parte de una tendencia que va en aumento, a medida que el consumo de contenido y el gasto en publicidad en aplicaciones móviles aumentan.

A diferencia del fraude y la visibilidad, que impactan financieramente, Brand Safety es un problema corrosivo para el patrimonio de una marca, con un impacto duradero en la lealtad del consumidor y la probabilidad de que realicen transacciones a futuro.

Tasa de incidencia de Brand Safety en aplicaciones móviles

2. La Televisión es el medio más confiable y seguro para la publicidad.

Confianza en la publicidad por medio

3. La percepción positiva de la marca muestra una disminución considerable cuando los anuncios se muestran junto a contenido adverso o no seguro.

Cuando los anuncios se asocian con contenido adverso

4. ¿Qué opinan los consumidores?

que opinan los consumidores

5. El contenido de TV es el más seguro, de calidad y popular!. En YouTube representa el contenido más viral y que ayuda a la construcción de marca.

Este contenido producido profesionalmente, está respaldado por una inversión en producción anual de más de \$62 mil millones de dólares. Esto significa que una gran cantidad de contenido nuevo está disponible en YouTube todos los días, desde una amplia programación de interés general, hasta contenido de nicho.

La TV ofrece contenido premium, emocionalmente atractivo que apasiona a los consumidores y brinda tranquilidad a los anunciantes que buscan una programación de calidad en un entorno seguro para la marca.

contenido de tv en youtube