

La Notoriedad que emociona

La publicidad en bloques con una duración de **hasta 6 minutos se recuerda un 82%** más que la emitida en bloques más largos



RADIOGRAFÍA DE UN BLOQUE LARGO

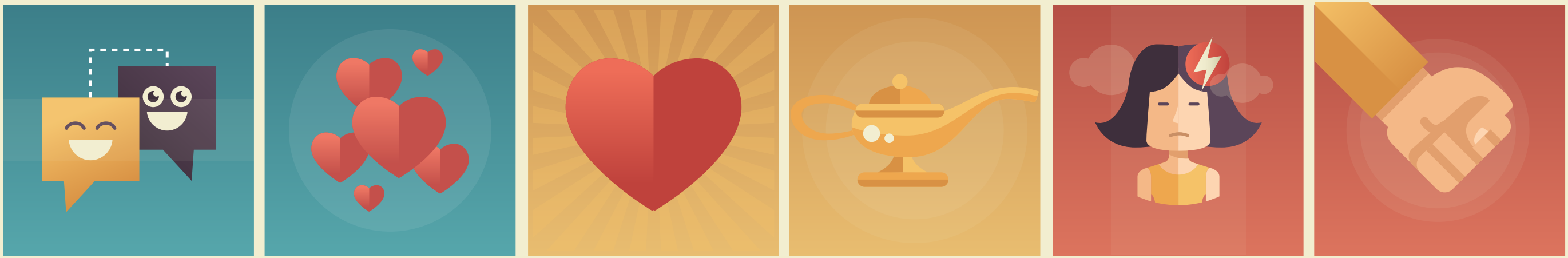


neurologyca

The neuromarketing company

La duración de los bloques altera las emociones

Bloques **cortos** (MEDIASETespaña.) VS. (ATRESMEDIA) Bloques **largos**



+17,1%
+Engagement

+16%
+Exciment

+16,6%
Emoción global

+11,5%
Deseabilidad

-16,7%
-Frustración

-51%
- Enfado

SENTIMENT:
Mix de atención y concentración.
Sentimiento de entusiasmo hacia el estímulo causal.

IMPACTO EMOCIONAL
Combinación de 3 factores cognición + impacto + emoción que determina la calidad global del estímulo.

ÍNDICE DE DESEO
Combinación de 5 elementos impacto emocional +alegría+intensidad emocional +atención+cognición que señala el grado de deseo real de la propuesta.

LÍMITE PACIENTE
Estado subjetivo de malestar que se activa cuando una persona percibe una situación desbordante de sus recursos.



Mediaset
la TV de la
Notoriedad