

Análisis mercado E-Commerce 2019

Ventas en España

Facturación

40.000 MM €
x 196 vs. año 2000

Penetración

71%

de la población española ha realizado alguna compra online en el último año.

Fuente: Ontsi / Statista / IAB 2019

Gasto medio y frecuencia



64€ ticket medio
x 3 veces al mes

Inversión en Medios Convencionales

Inversión

189 MM €
x 8 vs. año 2009

Mix de medios elegido

60% **17%**

Tv es el medio favorito

Fuente: Infoadex

Concentración Inversión

80%

De la inversión se concentra en **cuatro** categorías



Retail

Compra/venta

Apuestas

Comparadores

Publicidad en Televisión

Presión publicitaria

185.000 GRPs
x 2 vs. año 2015

Channel Mix

40% +1 pp vs ATRESMEDIA

Somos la primera opción

Fuente: Kantar Media

Anunciantes

Top 10 = 55% GRPs



COVID 2020 = ¿Crisis u Oportunidad?

Las ventas Online se han considerado **ACTIVIDAD ESENCIAL** durante el confinamiento.

Llegada de **nuevos perfiles** a la compra Online.

Aumentan los compradores Online durante la cuarentena (+5%) y también durante la desescalada.

Sectores que han visto incrementar sus ventas Online



Alimentación



Belleza

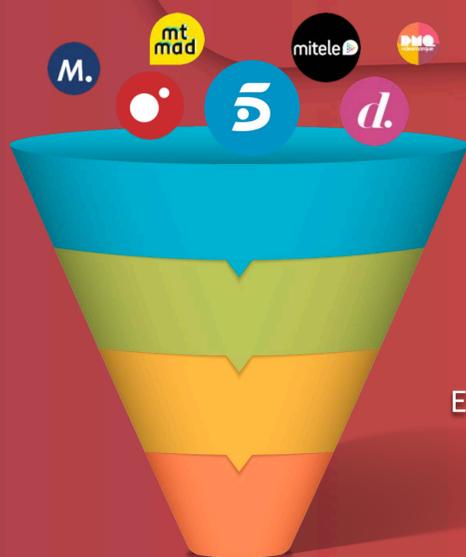


Electrónica

Fuente: Investigación Web4Ecommerce

Oportunidades comerciales

Argumentación comercial



Fórmula Mediaset

Efecto Branding

5 **M.** NOTORIEDAD Y RECUERDO



Efecto Performance

MEDIASET **DATA** ACCIÓN Y RESULTADOS

Caso de éxito

La apuesta de un anunciante en exclusiva por:



Grupo



Producto



Especial

Tiene como resultado:



Efecto Performance

Incremento de las búsquedas del anunciante en Google



Efecto Branding

Mayor nivel de recuerdo publicitario y notoriedad

“Las Cualidades de **MEDIASET** favorecen tanto la **notoriedad y recuerdo** publicitario de la marca como la **acción** por parte del usuario en **canales online**”

Fuente: Kantar Media / Google Trends / Infotrack