

# L-Shape

El presente estudio de neuromarketing realizado por el Instituto Neurologyca para Publiespaña confirma los buenos resultados de las creatividades publicitarias L-Shape en el entorno HBBTV en SmartTV. Por otro lado, también señala las diferencias entre las creatividades emitidas en Mediaset y otros operadores, tanto en el plano emocional como cuali-evocativo.



**L-Shape Mediaset**

- Marco más estilizado
- 15" duración
- Integración en momentos de máximo consumo



**L-Shape Otros operadores**

- 10" duración
- Pegado al bloque de publicidad

## NEUROMARKETING



**Visualización efectiva:** pupila en imágenes al menos 1,5 segundos+ mapas de calor.

**+3,4%**



**Interés:** mezcla de atención focalizada, inmersión y concentración, contrasta con el aburrimiento.

**+4,1%**



**Potencial publicitario:** combinación visualización efectiva, deseabilidad y recuerdo.

**+6,5%**



**Recuerdo espontáneo:** menciones en espontáneo sobre la marca anunciada.

**+13%**



**Intensidad:** Cuantifica la intensidad de las emociones generadas. Se correlaciona con la fuerza con la que una persona está experimentando una vivencia.

**+2,2%**



**Deseabilidad:** intención de compra/eficacia publicitaria.

**+2,6%**



**Rechazo:** Cuantifica el nivel de rechazo emocional. Valores elevados se relacionan con una experiencia negativa, mayor aversión y evasión hacia el estímulo.

**-4%**

## CUALI-EVOCATIVO

Me parece una publicidad muy bien integrada con el programa.

**+3,7%**

Es una publicidad que mejora la imagen de la marca.

**+5,1%**

Atributos formato L-Shape  
% Acuerdo



**+7,7%**

**+7,8%**

Este tipo de publicidad se diferencia de los anuncios normales.

Con esta publicidad tienes más información sobre Orange y su campaña de Navidad.

**El L-Shape de Mediaset obtiene una valoración un 6,1% superior**

Atributos Producto / Nota media. Escala 0 a 10

El anuncio anima a comprar el producto.

En caso de querer un móvil visitaría las tiendas Orange.

Recomendaré Orange a familiares y/o amigos.

Con Orange es fácil acertar en Navidad.

Orange es una marca de confianza.

**Con el L-Shape de Mediaset la marca obtiene una nota media un 4,5% mejor**

¿Cuánto crees que anima a la contratación del servicio de Orange?

