

El formato Ad Pause con mayor atención del mercado



El Ad Pause de Publiespaña reúne los mejores atributos de recuerdo, atención y notoriedad.



• Mayor recuerdo

+14%

menciones espontáneas de marca

• Preferencia

54%

de los encuestados prefieren el Ad pause de Publiespaña

• Diferenciación

Bienestar
Identificación Con La Marca
Atención
Información
Felicidad
Satisfacción
Comodidad
Atractivo Visual
Ganas de Comprar
Llamativo
Emoción
Vitalidad

mitele

• Mayor atención

% Bastante de acuerdo

- Me gustaría ver más anuncios en este formato en plataformas de streaming en vez de spots.

mitele

53%

Resto OTTs

50%

- Este tipo de formato publicitario podría influir en mi decisión de compra o interés por la marca anunciada.

mitele

56%

Resto OTTs

42%

• Lo que me gusta

% Bastante de acuerdo

- El mensaje o producto que se promocionaba.

mitele

48%

Resto OTTs

36%

- El estilo visual utilizado en el anuncio.

mitele

58%

Resto OTTs

47%

Resto OTTs

• Canibalización

7%

menciones de marca no publicitarias (La Voz, Wednesday)