

I M M

WYDATKI
REKLAMOWE

-
BRANŻA
FINANSOWA

CZERWIEC 2019

Business

Currencies		Commodities		News
£/\$	Rate 1.5314 Change -1.03c	Gold	\$1146.06 (£748) -0.94 (-0.08pc)	Long haul for Tesco Company halts sales spiral but profits fall
€/\$	Rate 1.3628 Change -1.23c	Brent Crude	\$52.14 (November) -0.54 (-1.05pc)	
FTSE 100	1000.22 -401.60 (-0.59pc)			
FTSE All Share	3471.35 -143 (-0.04pc)			
FTSE All Share Yield	5.50 0.00			
FTSE Europe 100	2634.82 -8.11 (-0.28pc)			
Nikkei 225	18022.98 -186.88 (-0.75pc)			
DAX Eurozone 30	3226.40 -8.32 (-0.26pc)			
IBEX 35	1080.48 -2.88 (-0.27pc)			
Hang Seng	23448.00 -149.00 (-0.63pc)			

RAPORT IMM

METODOLOGIA



ZAKRES

Raport opracowany na podstawie danych z monitoringu reklam admonit IMM, obejmuje okres **1-30 czerwca 2019.**



MEDIA

Badaniem objęte reklamy opublikowane w **prasie** oraz wyemitowane w **radiu i telewizji.**



KWOTY

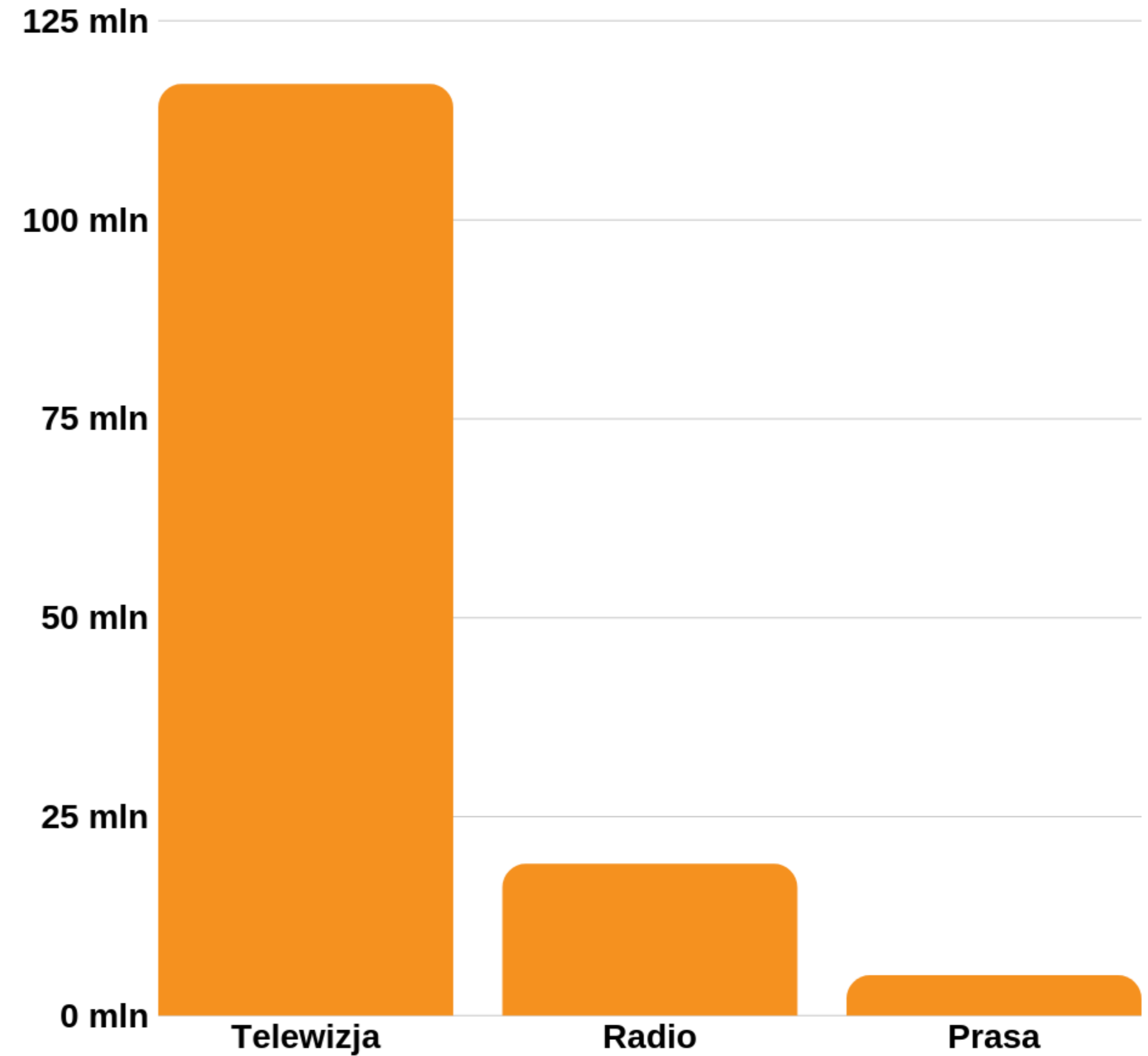
Wydatki prezentowane w raporcie podawane są według **oficjalnych cenników netto** poszczególnych mediów.

WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA MEDIA

Branża finansowa największe budżety przeznaczyła na reklamę w telewizji, na którą przeznaczono 117,1 mln zł.

W reklamę radiową zainwestowano 19,4 mln zł.

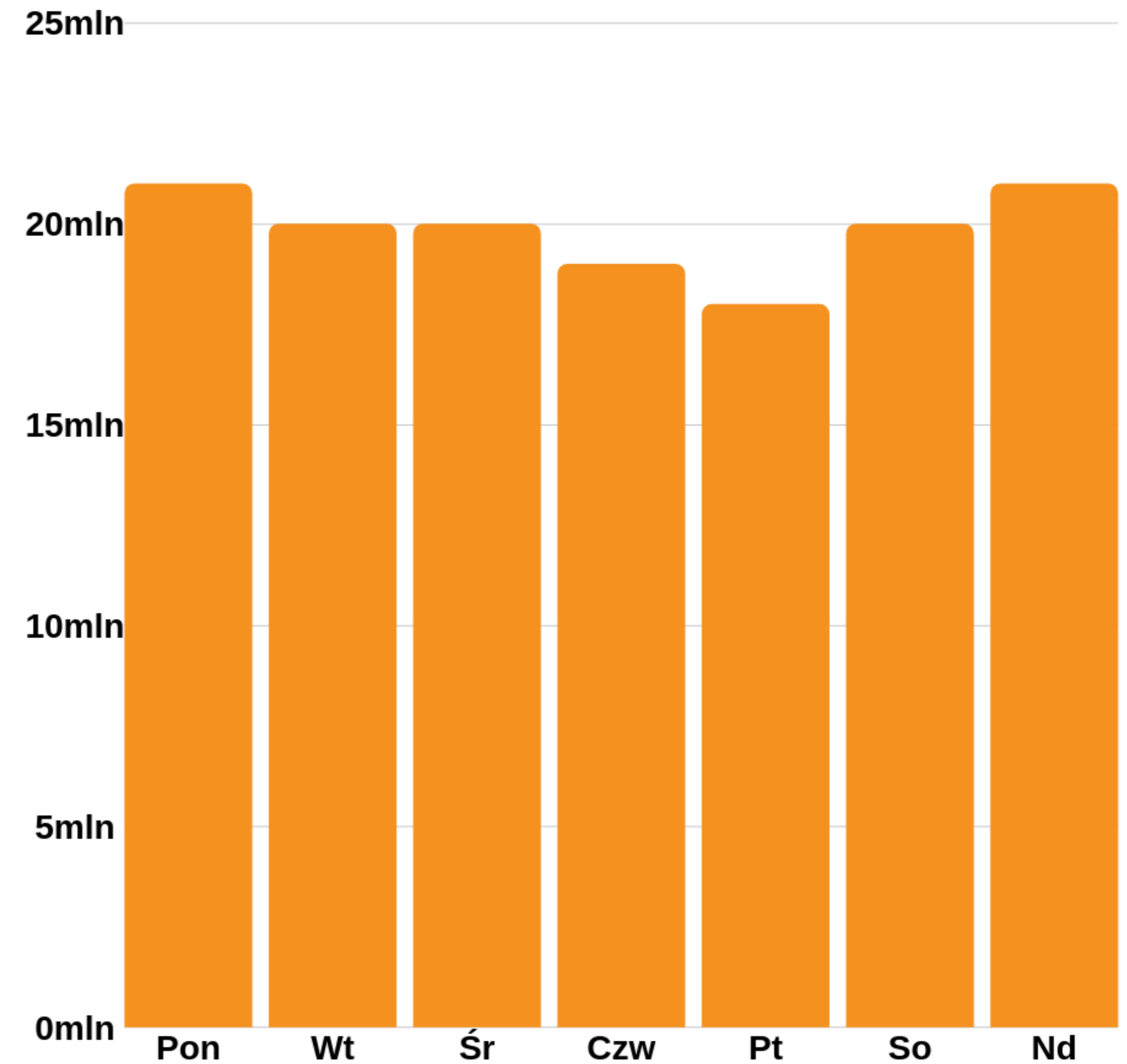
Najmniejsze kwoty przeznaczono na reklamę w prasie – 4,8 mln zł.

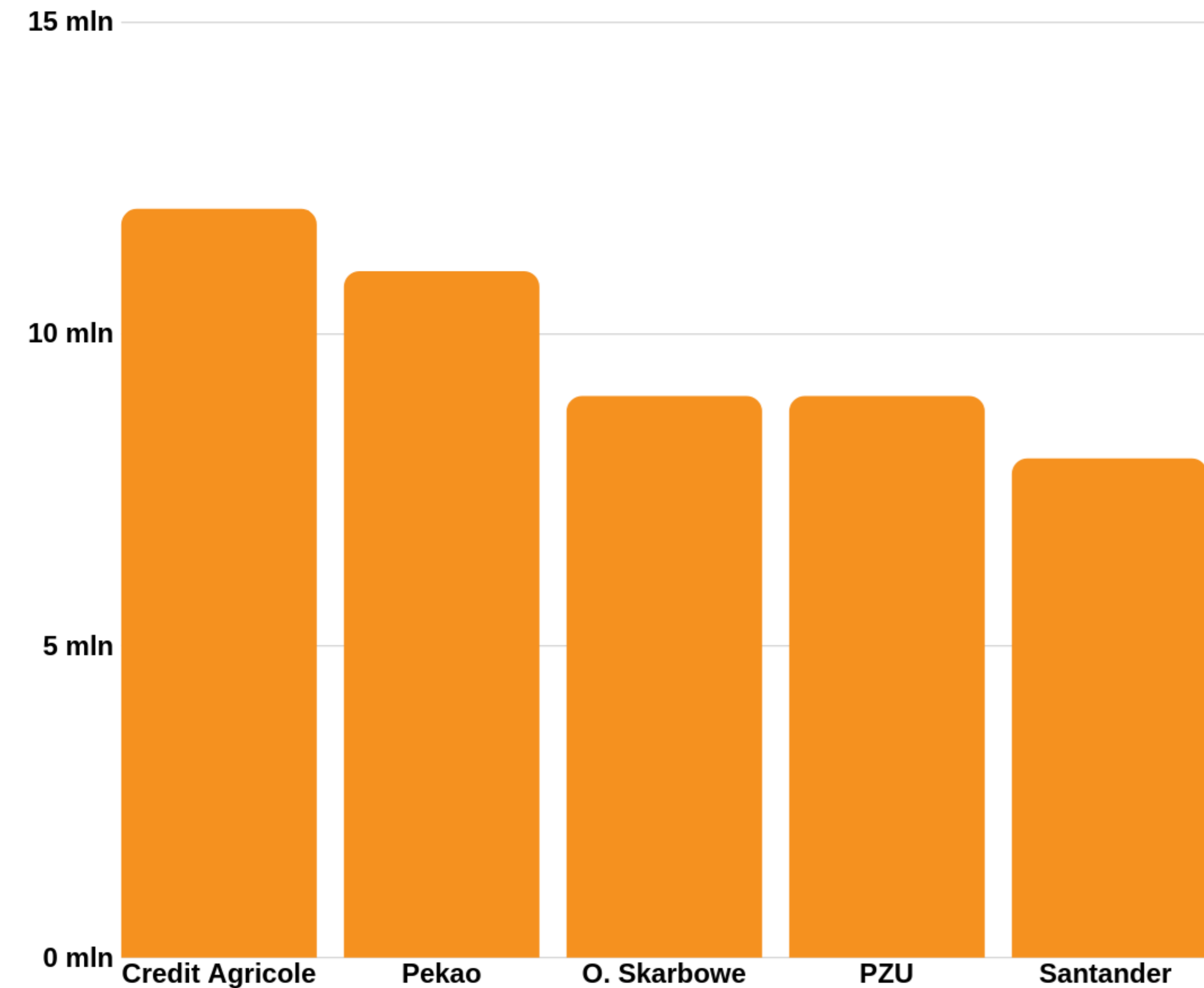


WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA DNI TYGODNIA

W czerwcu największe budżety reklamowe branży finansowej lokowane były w poniedziałki i niedziele - wyniosły w sumie 43 mln zł.

Najniższe wydatki reklamowe zostały zanotowane w piątki – ok. 18,4 mln zł.

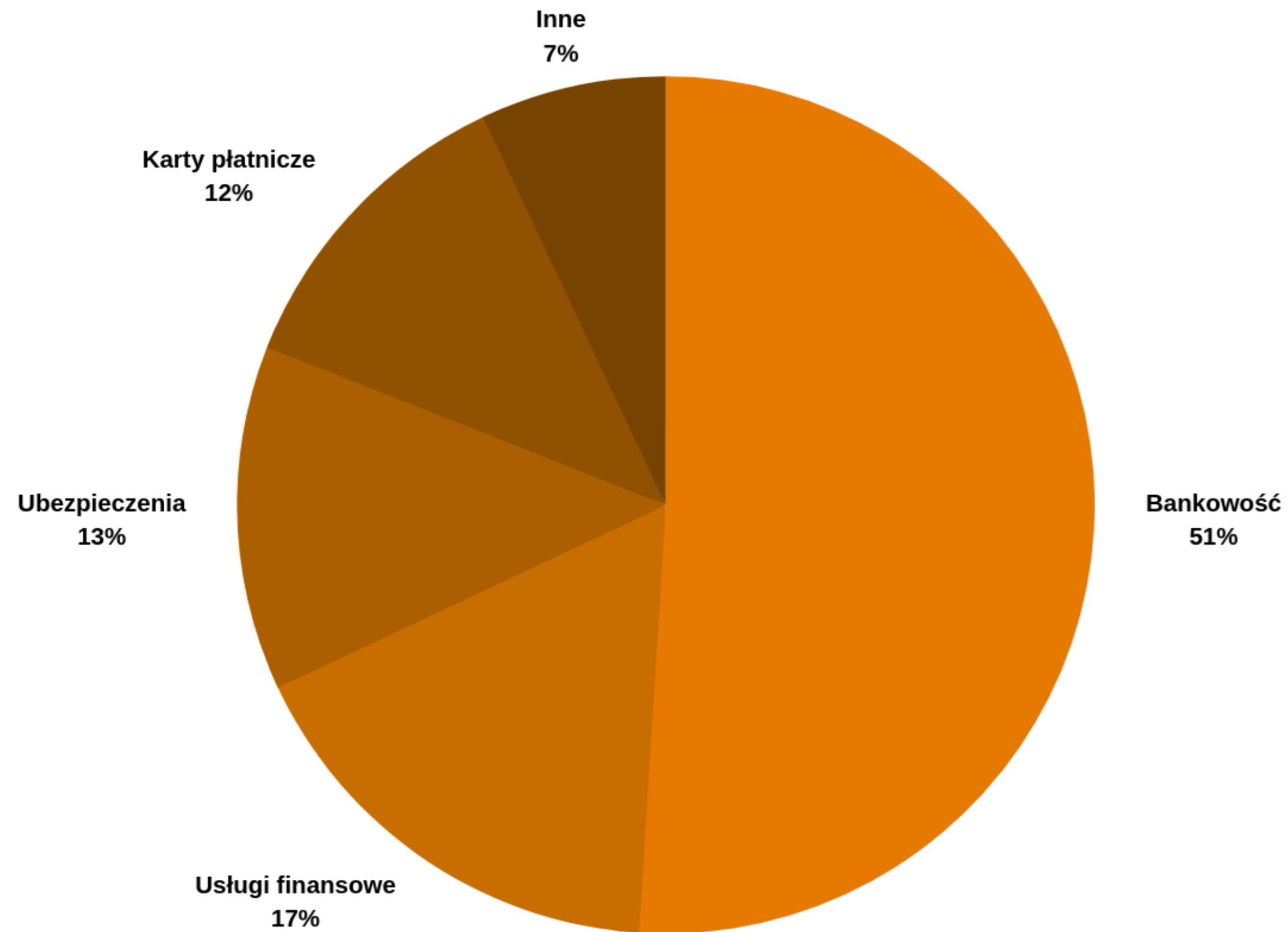




MARKI O NAJWIĘKSZYCH WYDATKACH REKLAMOWYCH

W czerwcu bank **Credit Agricole** zainwestował największe kwoty w reklamy – prawie 12 mln zł.

Na kolejnych miejscach znalazły się **Pekao** (11,3 mln zł), **Obligacje Skarbowe** (9 mln zł), **PZU** (8,9 mln zł) oraz **Santander Bank Polska** (8,6 mln zł).



TYPY REKLAMOWANYCH PRODUKTÓW

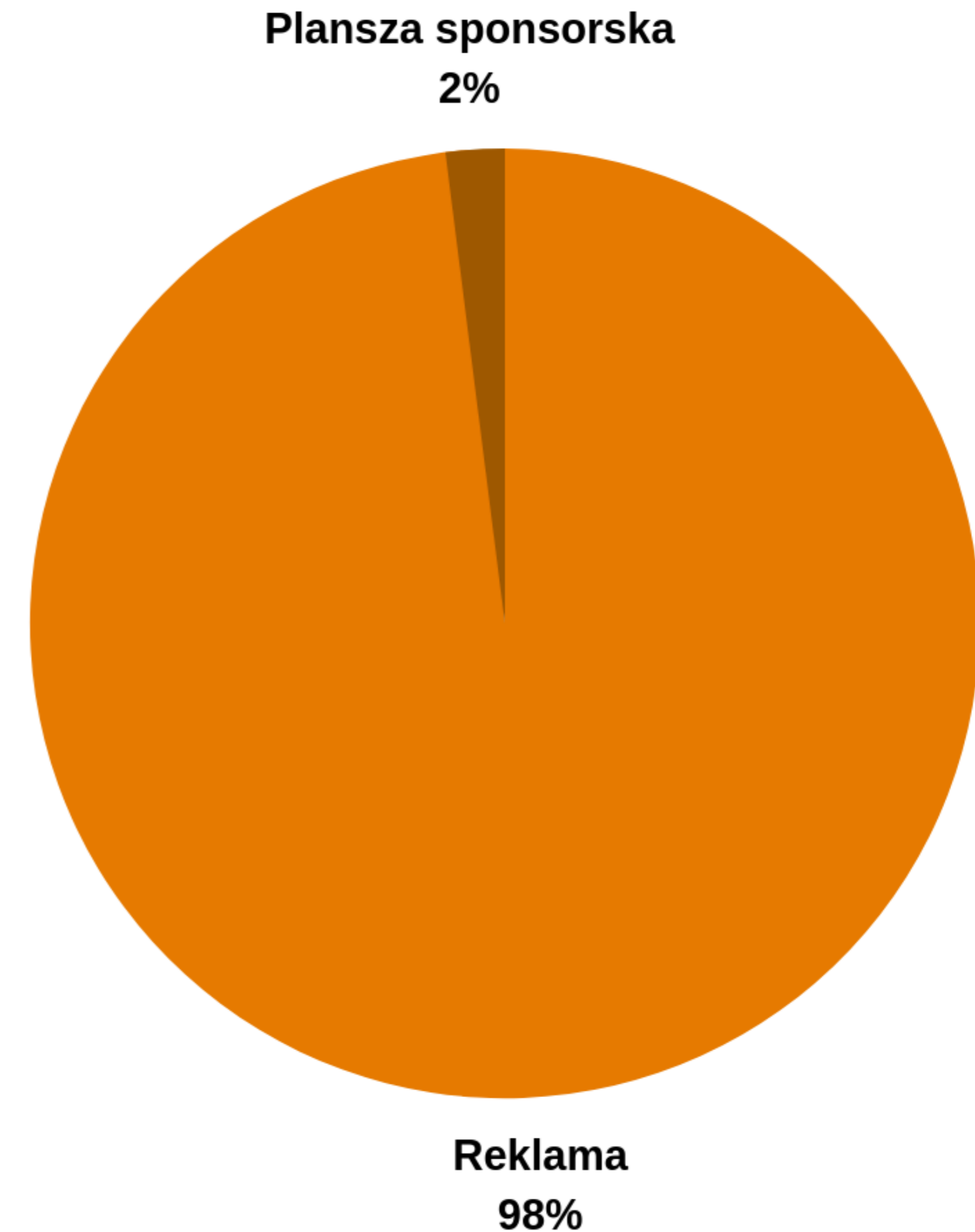
W czerwcu 2019 roku najwyższe budżety w branży finansowej zostały przeznaczone na reklamy **bankowości** (51 proc.) oraz **usług finansowych** (17 proc.).

Inwestowano również w promocję m.in. **ubezpieczeń** oraz **kart płatniczych**.

WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA REKLAMĘ I PLANSZE SPONSORSKIE

W czerwcu 98 proc. budżetu reklamowego branży finansowej (133,4 mln zł) zostało przeznaczone na promocję w blokach reklamowych.

2 proc. wszystkich wydatków (ok. 3,1 mln zł) przeznaczono na plansze sponsorskie.

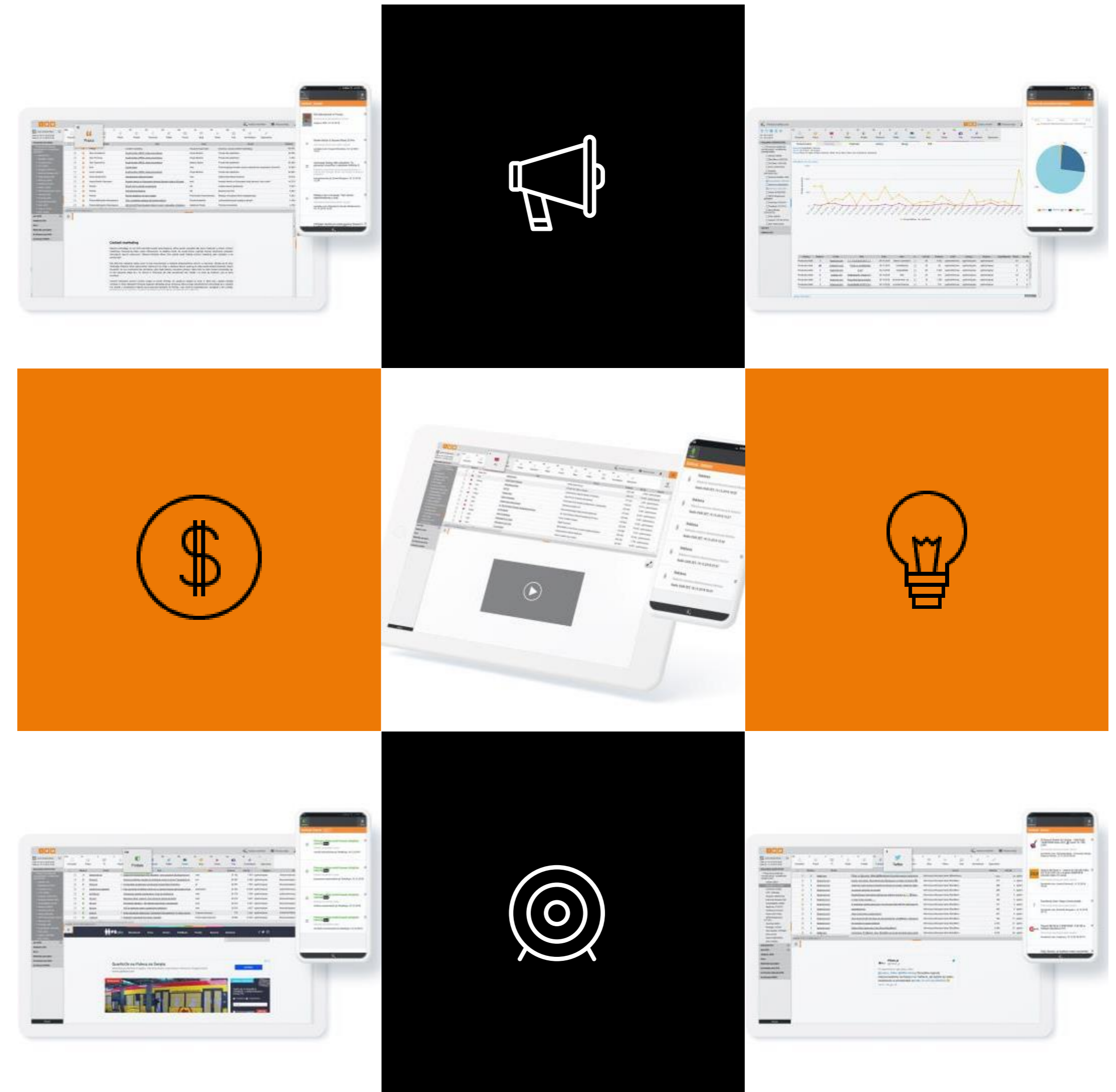


ADMONIT

Admonit monitoring reklam to narzędzie do analizy wydatków reklamowych danej marki oraz jej konkurencji. Admonit monitoruje reklamy w niemal 100 stacjach RTV i ponad 400 tytułach prasowych. Wydatki podawane są według oficjalnych cenników netto poszczególnych mediów. Umożliwia monitorowanie nowych kampanii, a także analizę dotychczas wyemitowanych reklam, według marki oraz branż.

Więcej zalet admonit:

www.imm.com.pl/admonit_monitoring_reklam





IMM dostarcza kompleksowy monitoring wszystkich mediów od 2000 roku. Dostępny on-line moduł analityczny umożliwia pomiar efektywności działań PR i pozwala na bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych na tle konkurencji. Pomaga chronić reputację firmy i marki w sytuacjach kryzysowych.

Stałym monitoringiem objętych jest ponad milion domen z polskiego zasobu internetu wraz z social mediami (z aktualizacją w czasie rzeczywistym), ponad 1000 tytułów prasowych oraz ponad 200 stacji RTV z szerokim wyborem mediów regionalnych i lokalnych.

Więcej o IMM: www.imm.com.pl



KONTAKT

imm@imm.com.pl
www.imm.com.pl

Joanna Górską
jgorska@imm.com.pl
Tel. 22 378 37 50

