

I M M

WYDATKI
REKLAMOWE

-

BRANŻA
TELEKOMUNIKACYJNA

LIPIEC 2019



RAPORT IMM

METODOLOGIA



ZAKRES

Raport opracowany na podstawie danych z monitoringu reklam admonit IMM, obejmuje okres **1-31 lipca 2019.**



MEDIA

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



KWOTY

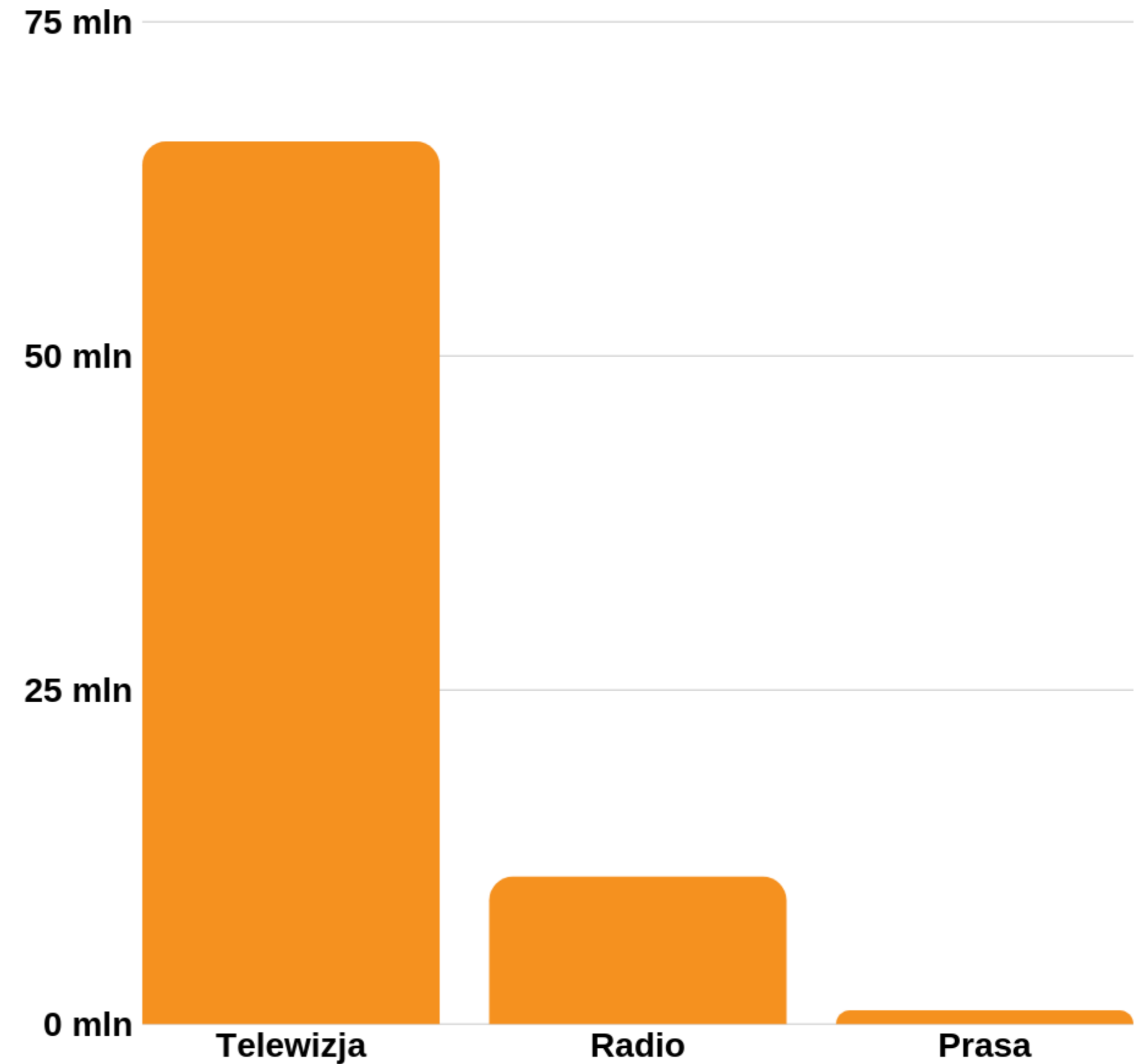
Wydatki prezentowane w raporcie podawane są według **oficjalnych cenników netto** poszczególnych mediów.

WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA MEDIA

Branża telekomunikacyjna największe budżety przeznaczyła na reklamę w telewizji, na którą przeznaczono 65,9 mln zł.

W reklamę radiową zainwestowano 11,4 mln zł.

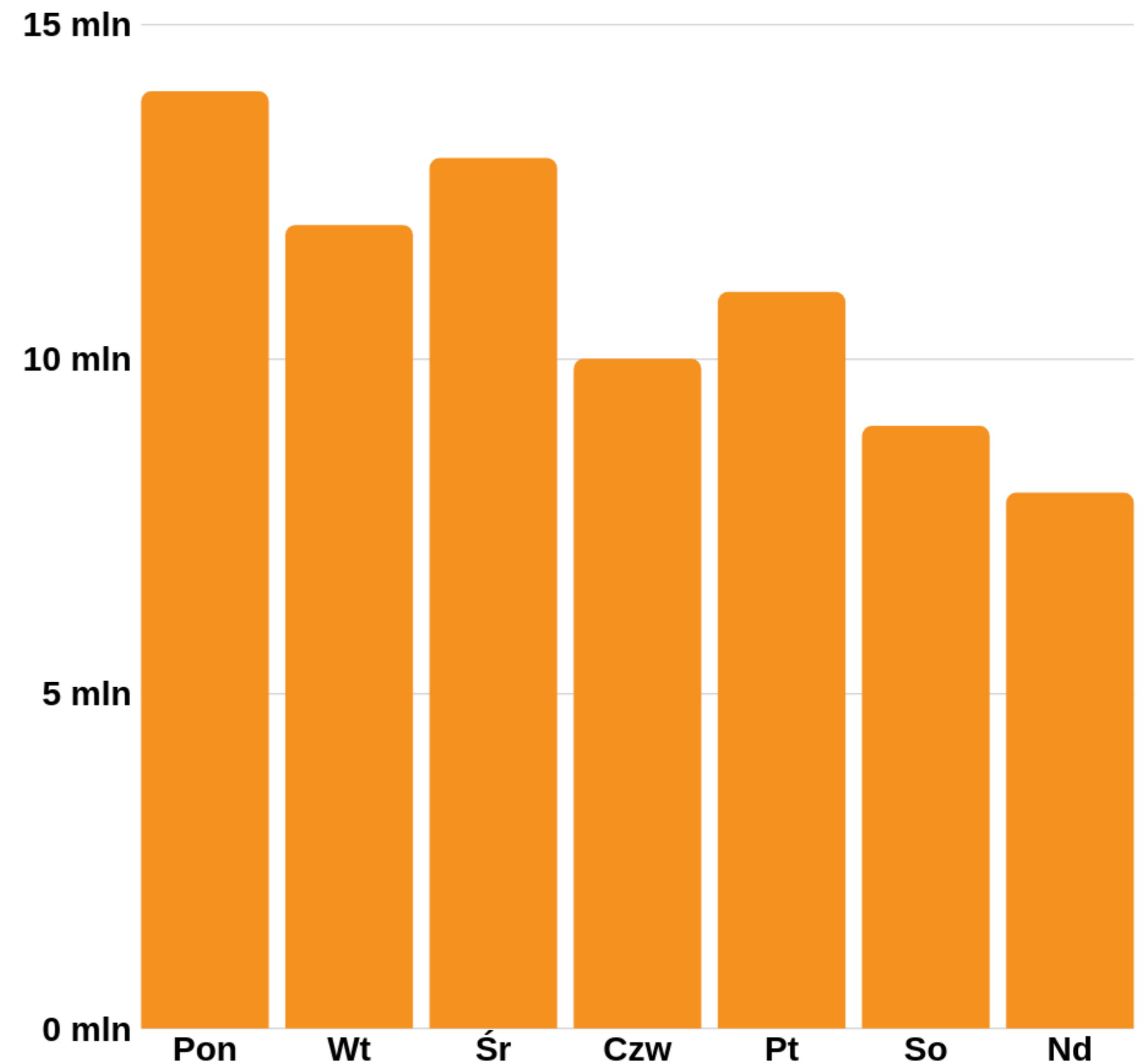
Najmniejsze kwoty przeznaczono na reklamę w prasie – 696,7 tys. zł.

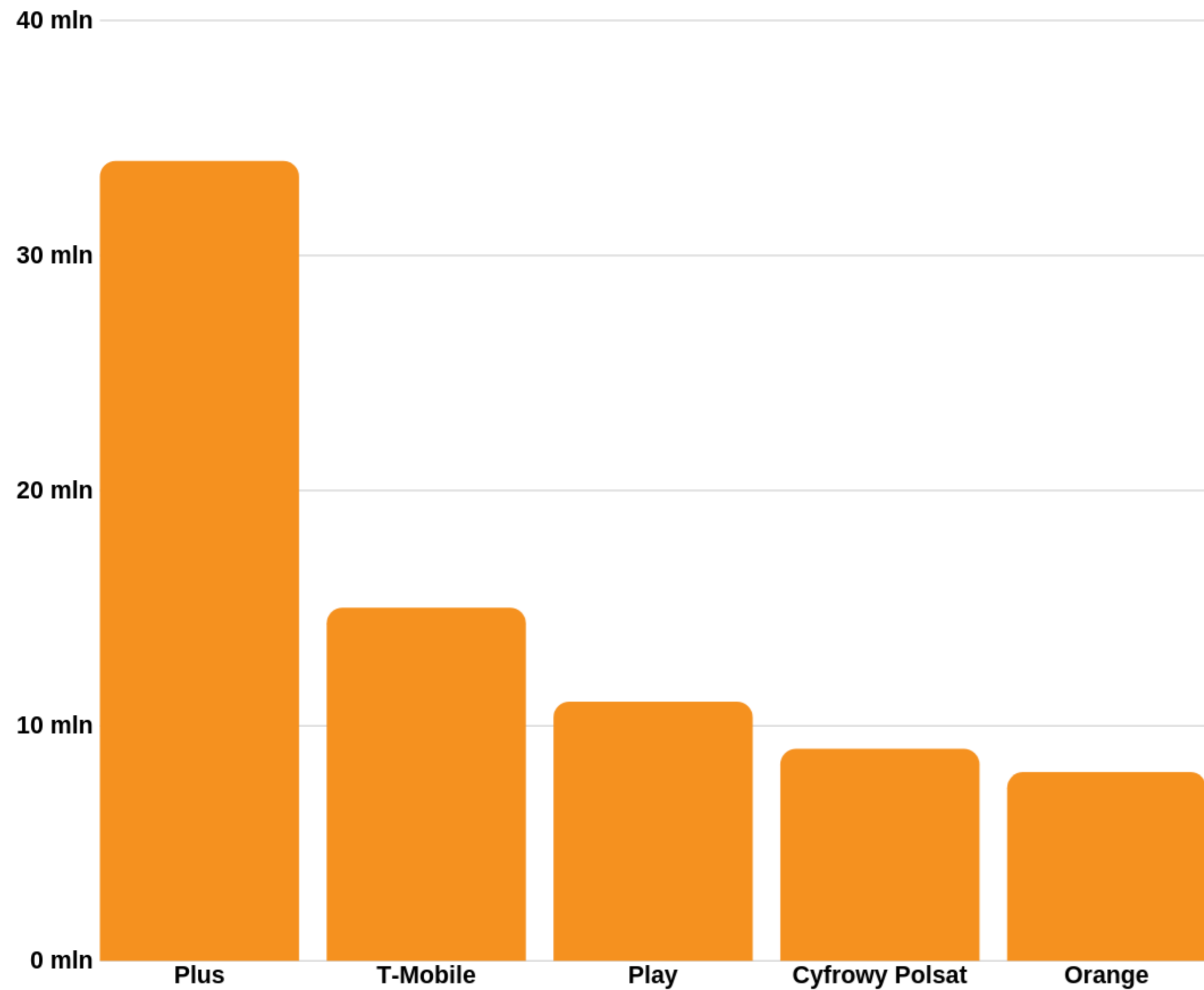


WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA DNI TYGODNIA

W lipcu największe budżety reklamowe branży telekomunikacyjnej lokowane były w poniedziałki i środy- wyniosły w sumie prawie 27 mln zł.

Najniższe wydatki reklamowe zostały zanotowane w niedzielę – ok. 8,5 mln zł.



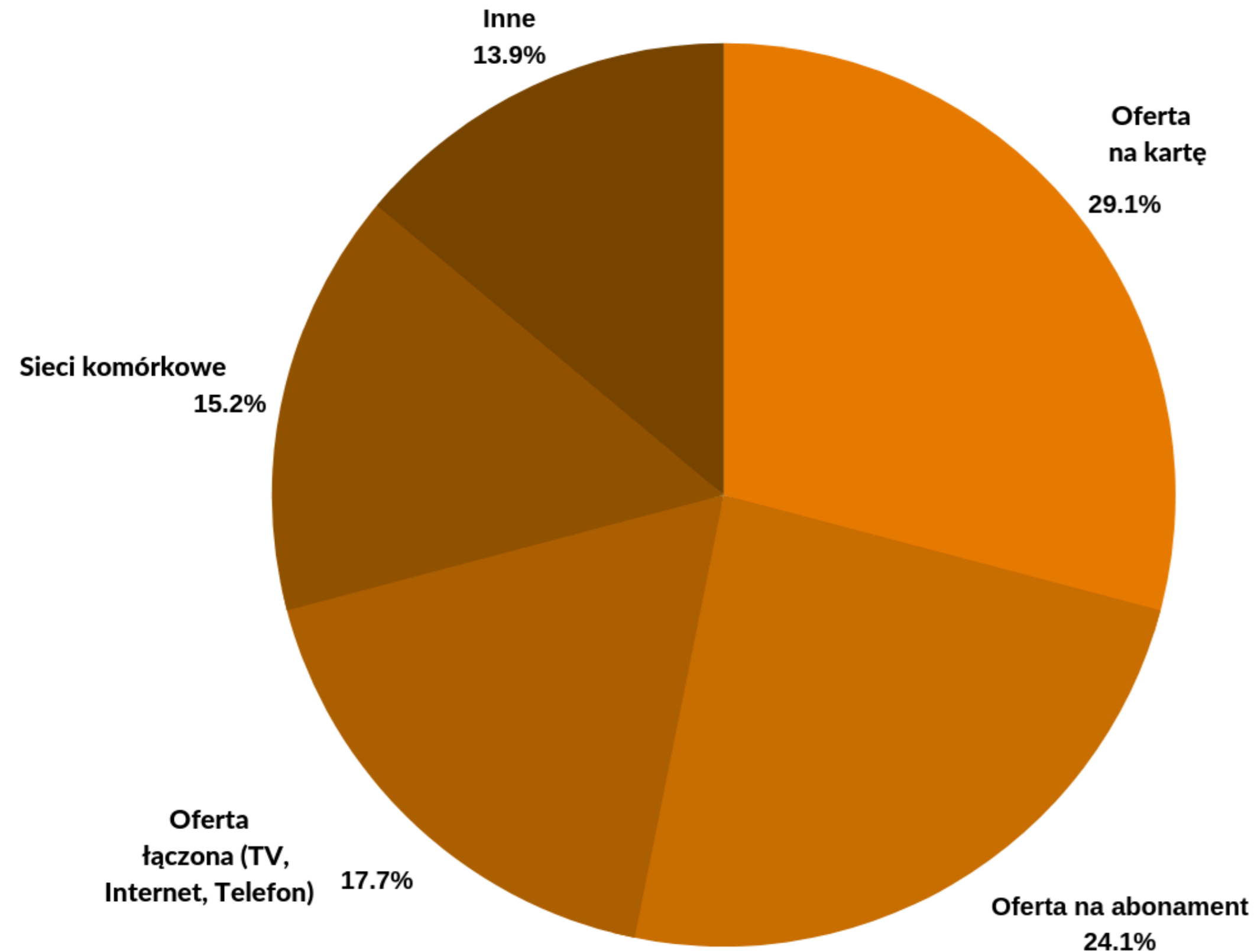


MARKI O NAJWIĘKSZYCH WYDATKACH REKLAMOWYCH

W lipcu **Plus** zainwestował największe kwoty w reklamy – prawie **34,3 mln zł**.

Na kolejnych miejscach znalazły się **T-Mobile** (15 mln zł), **Play** (10,9 mln zł), **Cyfrowy Polsat** (8,4 mln zł) oraz **Orange** (7,2 mln zł).

TYPY REKLAMOWANYCH PRODUKTÓW



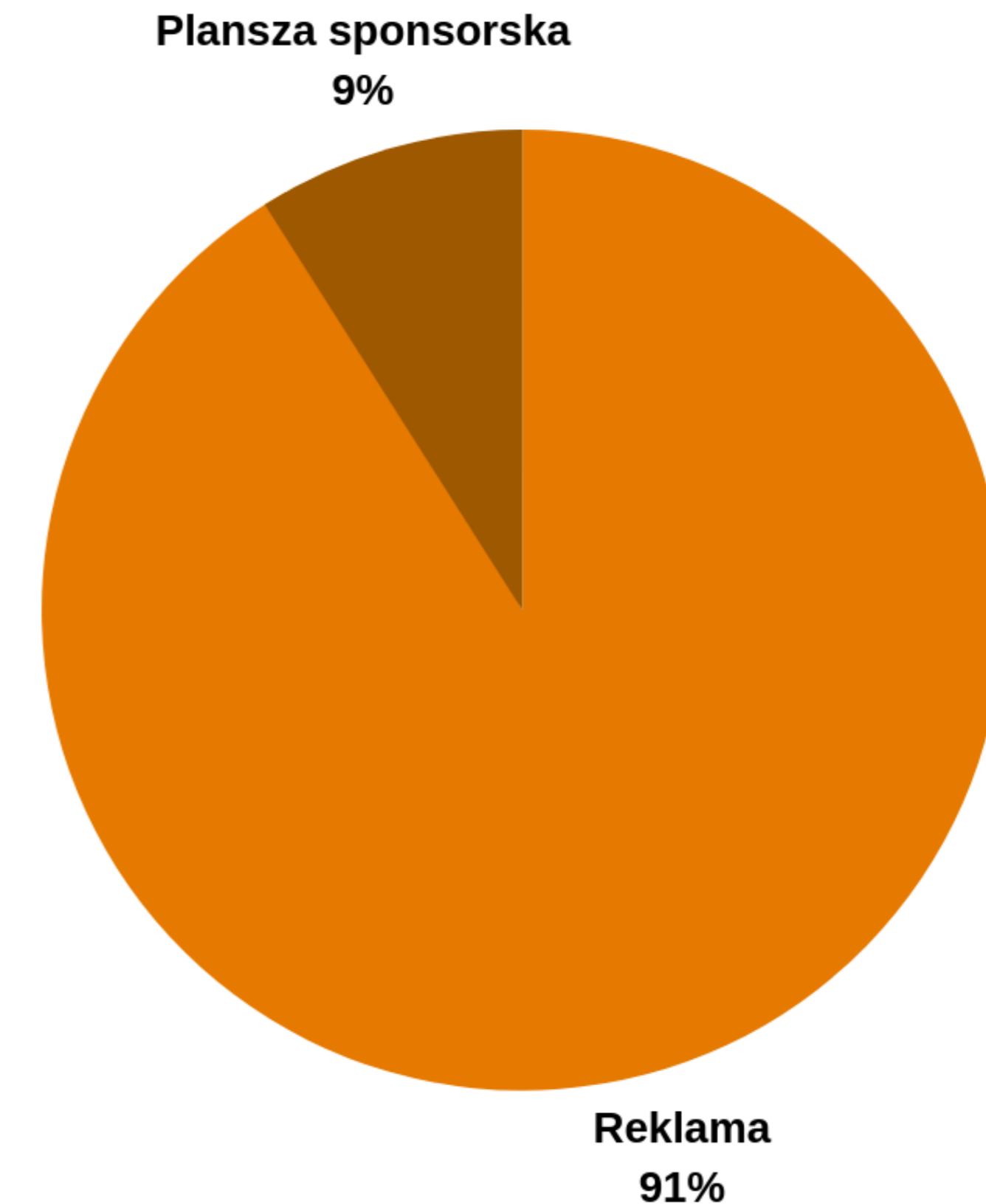
W lipcu 2019 roku najwyższe budżety w branży finansowej zostały przeznaczone na reklamy **oferty na kartę** (29 proc.) oraz **oferty na abonament** (24 proc.).

Inwestowano również w promocję m.in. **Oferty łączonej (TV, Internet, telefon)** oraz **sieci komórkowych**.

WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA REKLAMĘ I PLANSZE SPONSORSKIE

W lipcu 91 proc. budżetu reklamowego branży telekomunikacyjnej (71,4 mln zł) zostało przeznaczone na promocję w blokach reklamowych.

9 proc. wszystkich wydatków (ok. 6,7 mln zł) przeznaczono na plansze sponsorskie.

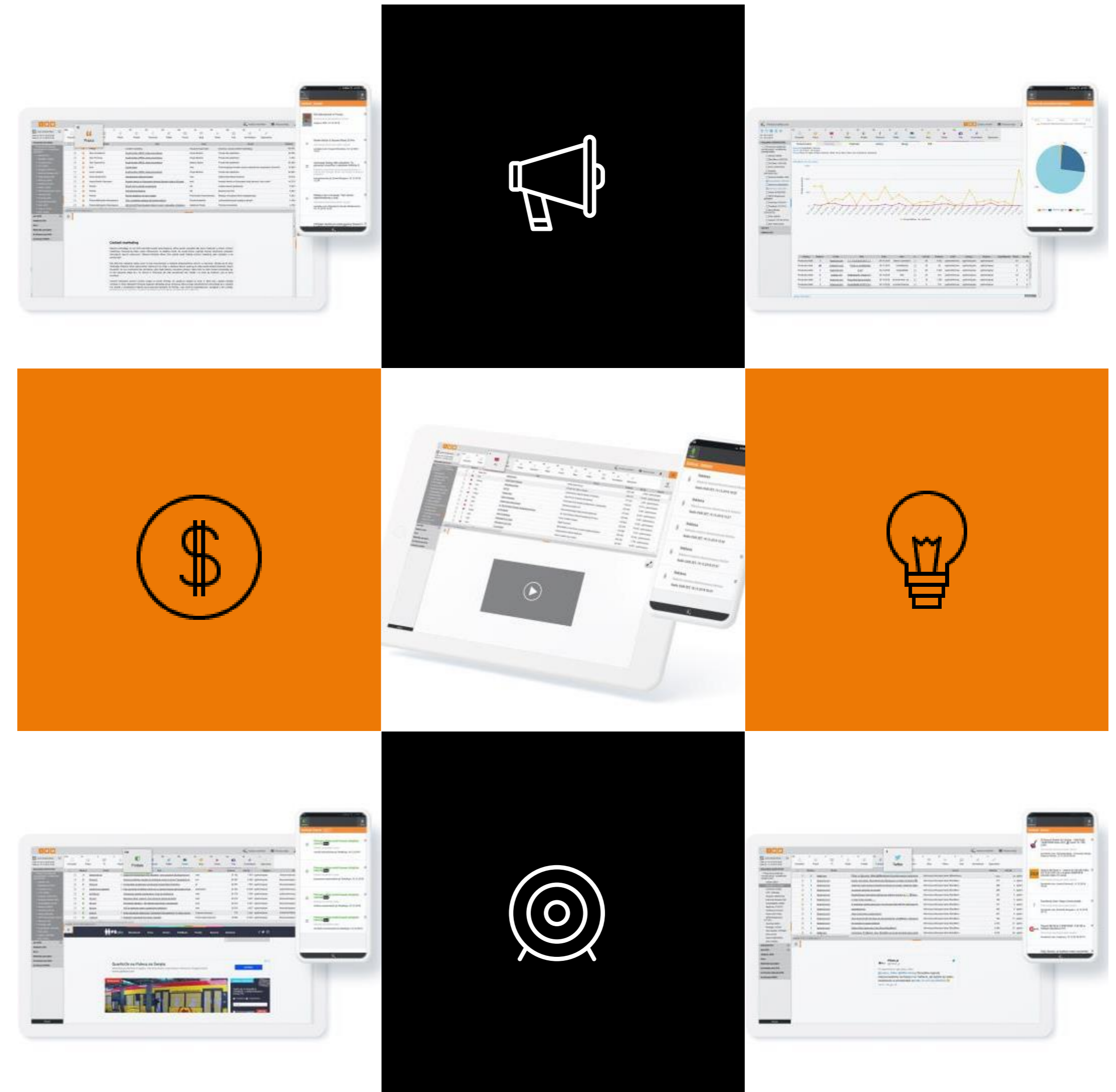


ADMONIT

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

