



I M M

WYDATKI
REKLAMOWE

-

BRANŻA
MOTORYZACYJNA

SIERPIEŃ 2019

RAPORT IMM

METODOLOGIA



ZAKRES

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



MEDIA

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



KWOTY

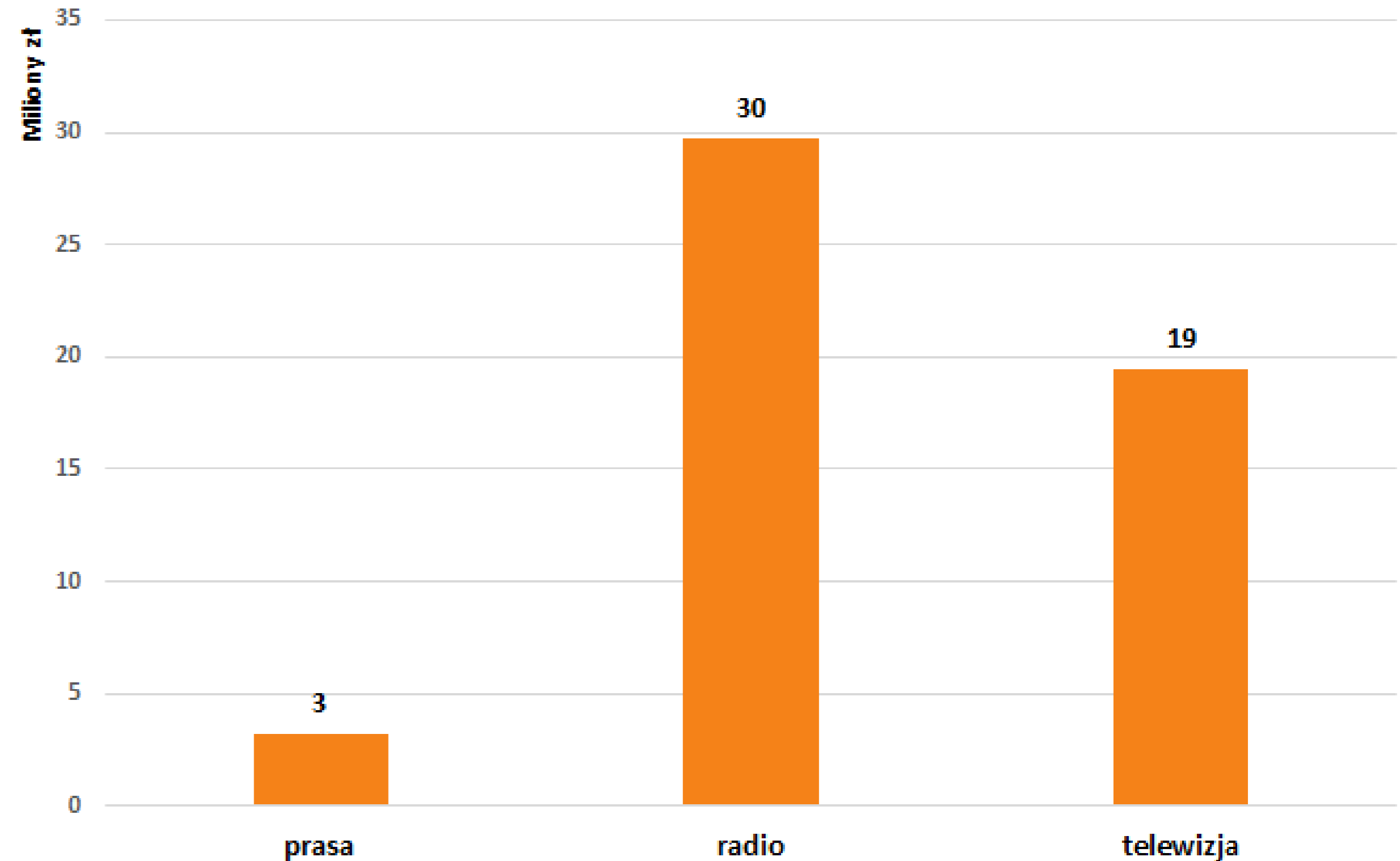
Wydatki prezentowane w raporcie podawane są według **oficjalnych cenników netto** poszczególnych mediów.

WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA MEDIA

Branża motoryzacyjna największe budżety przeznaczyła na reklamę w radio, na którą przeznaczono 29,7 mln zł.

W reklamę telewizyjną zainwestowano 19,4 mln zł.

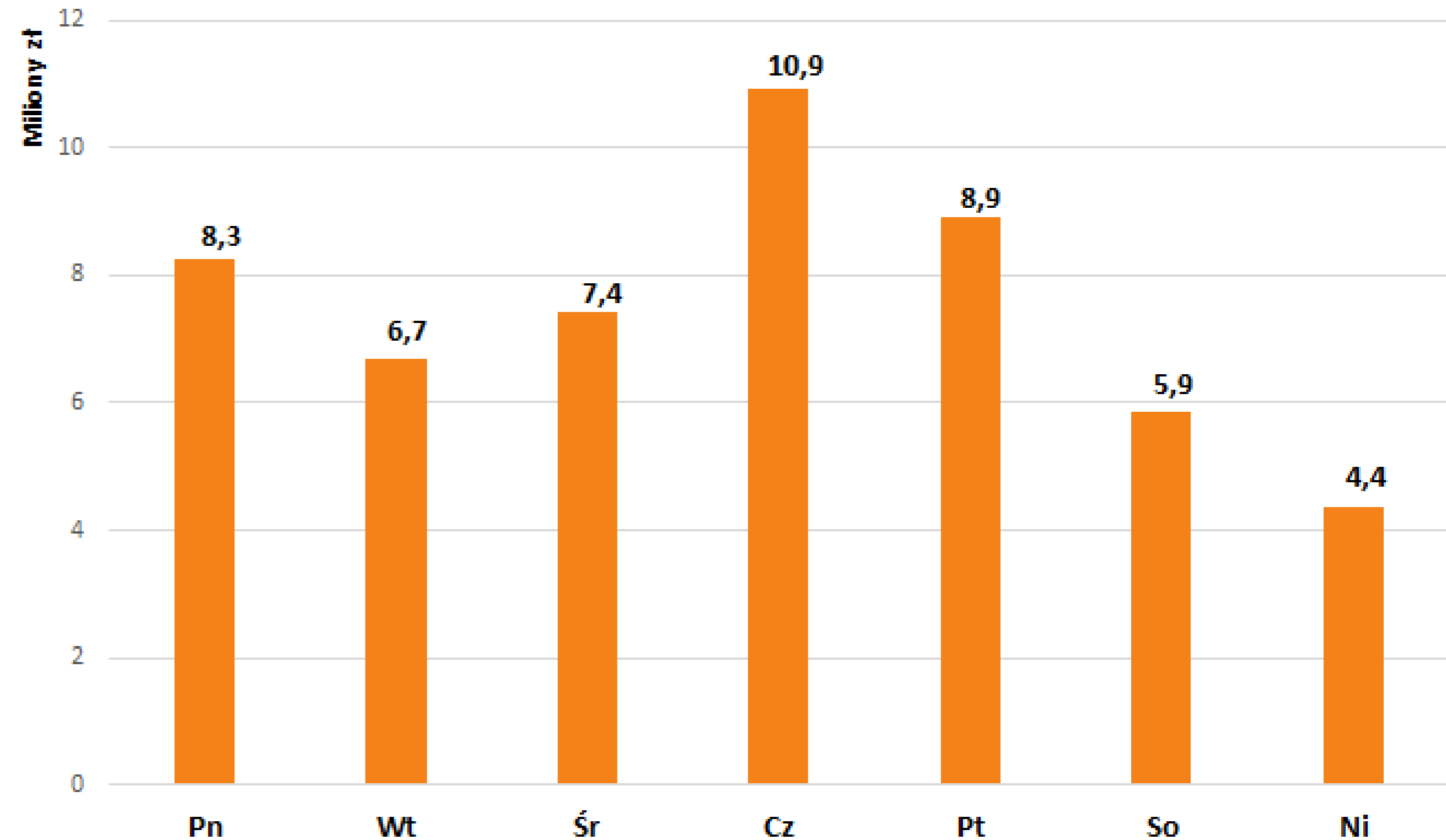
Najmniejsze kwoty przeznaczono na reklamę w prasie – 3,2 mln zł.



WYDATKI REKLAMOWE W PODZIALE NA DNI TYGODNIA

W sierpniu największe budżety reklamowe branży motoryzacyjnej lokowane były w czwartki i piątki - wyniosły w sumie prawie 20 mln zł.

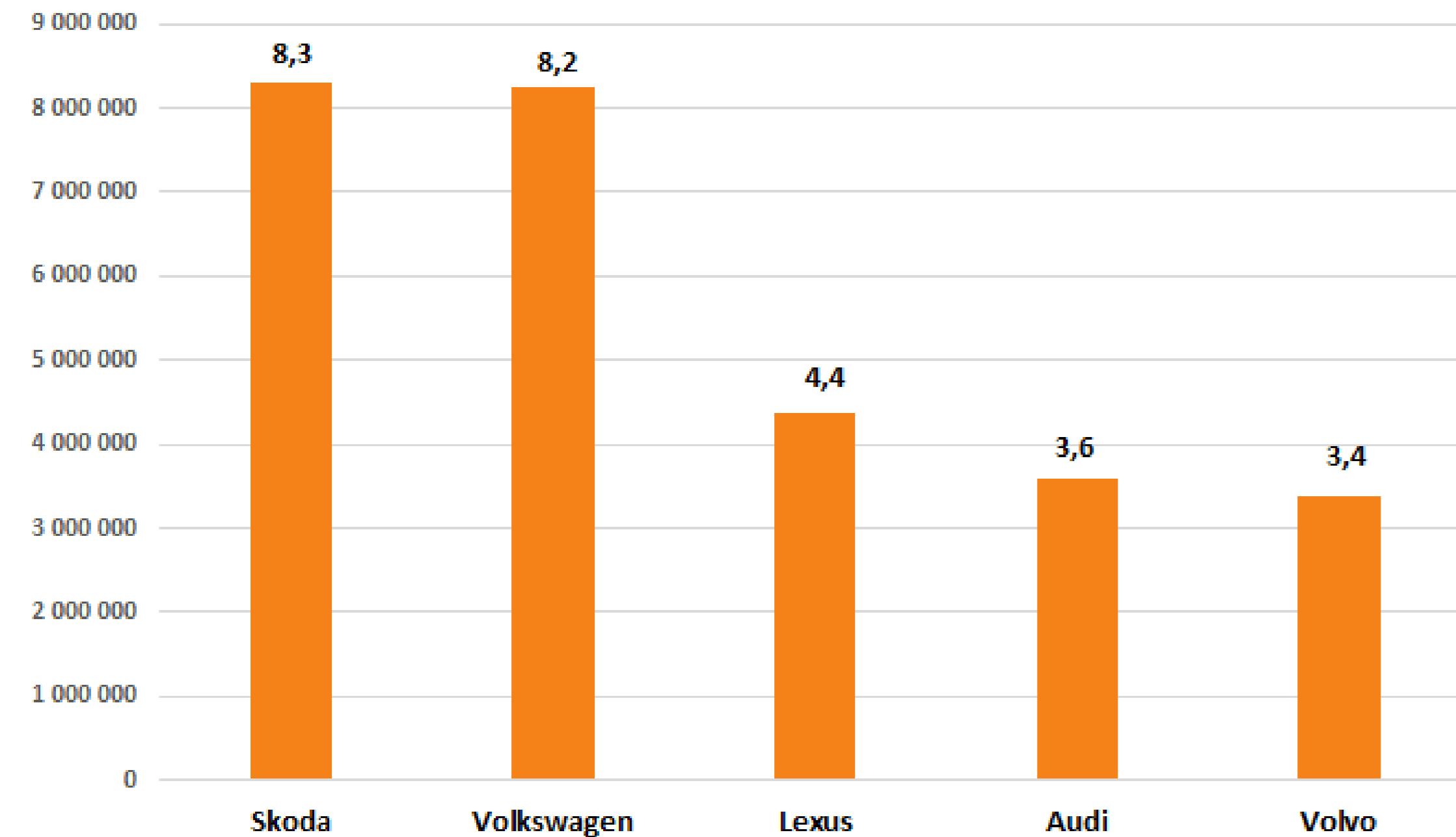
Najniższe wydatki reklamowe zostały zanotowane w niedzielę – ok. 4,3 mln zł.

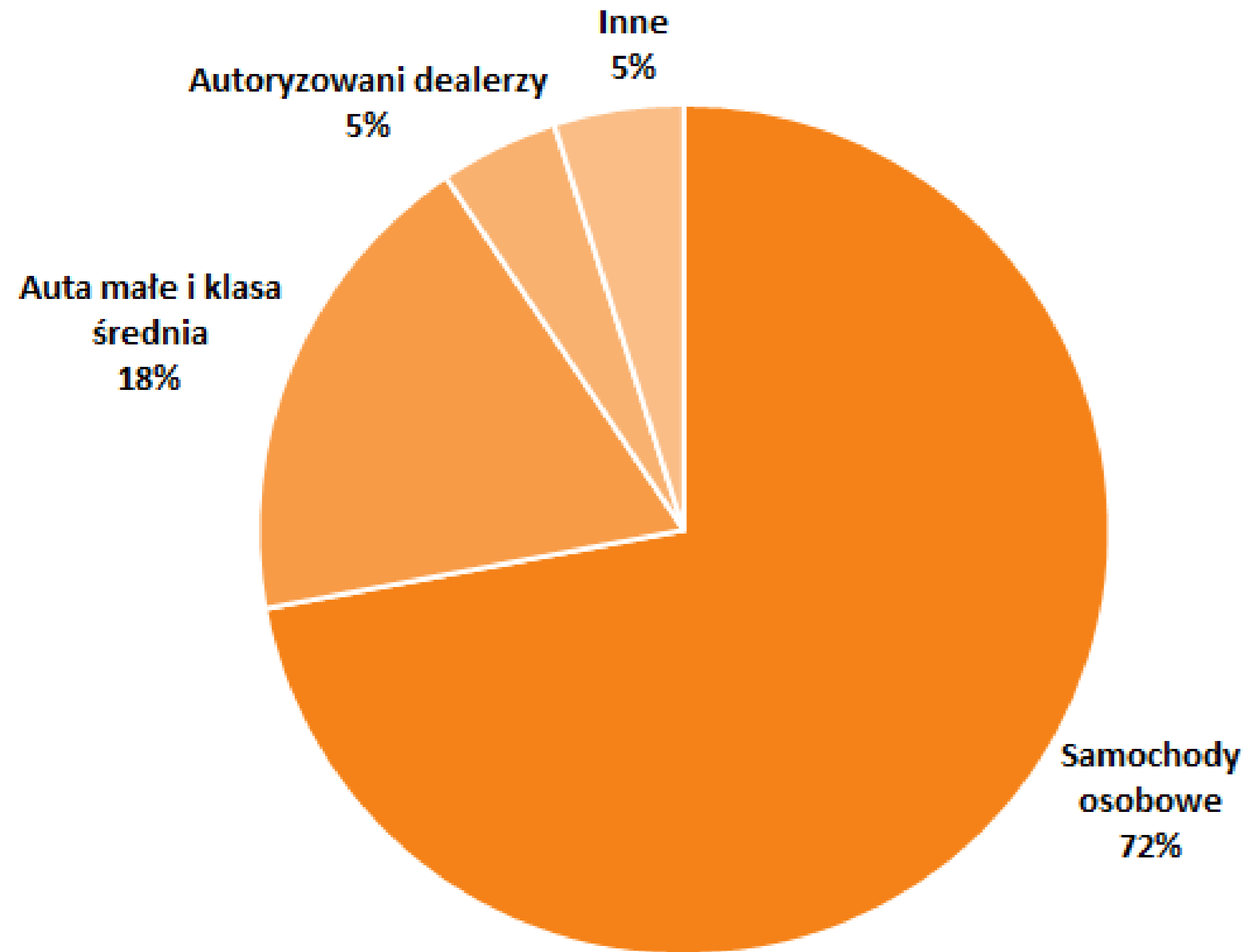


MARKI O NAJWIĘKSZYCH WYDATKACH REKLAMOWYCH

W sierpniu **Skoda** zainwestowała największe kwoty w reklamy – ponad 8,3 mln zł.

Na kolejnych miejscach znalazły się **Volkswagen** (ponad 8 mln zł), **Lexus** (4,4 mln zł), **Audi** (3,6 mln zł) oraz **Volvo** (3,4 mln zł).





TYPY REKLAMOWANYCH PRODUKTÓW

W sierpniu 2019 roku najwyższe budżety w branży motoryzacyjnej zostały przeznaczone na reklamy **samochodów osobowych** (72 proc.) oraz **aut małych i klasy średnich** (18 proc.).

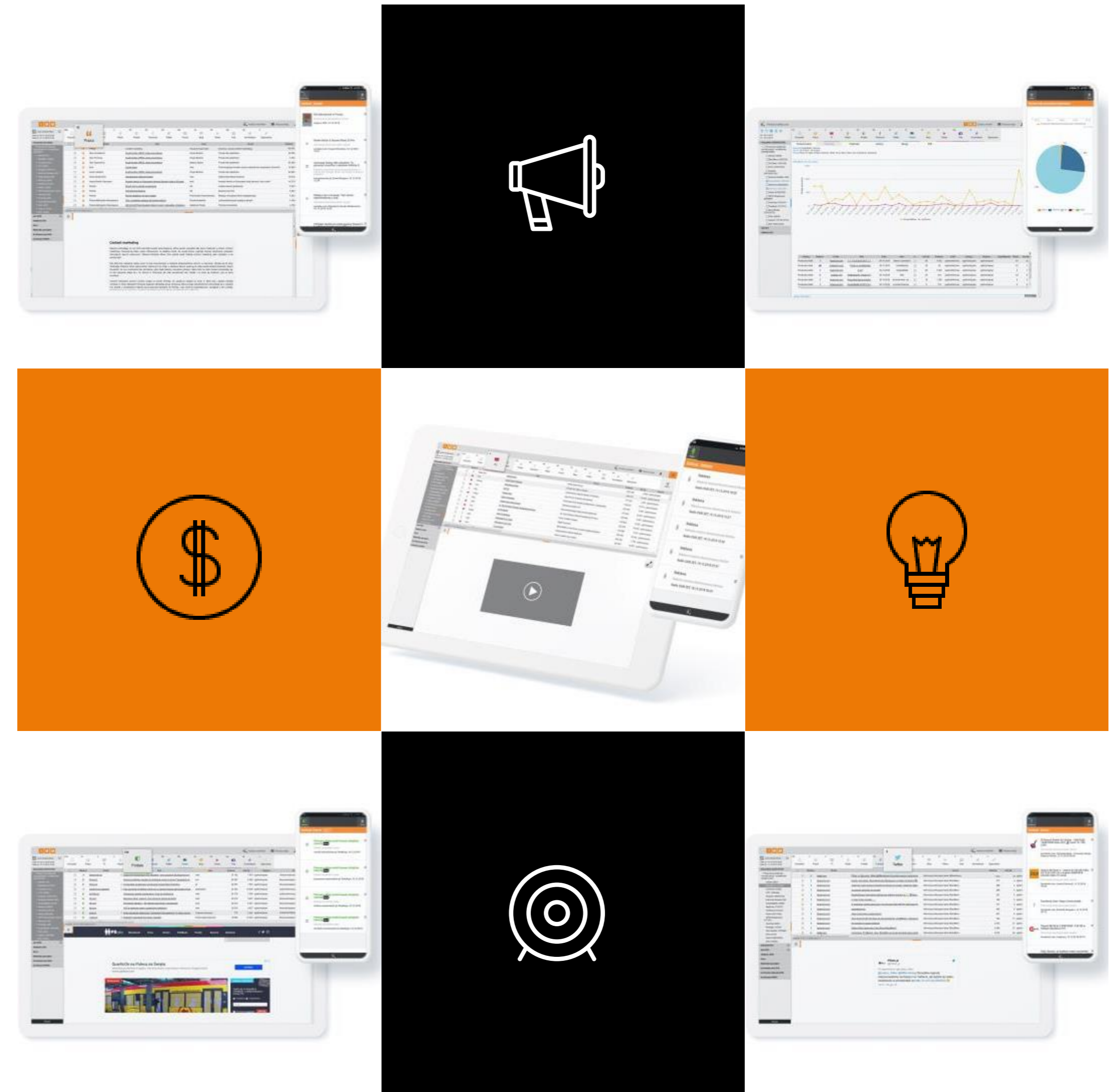
Inwestowano również w promocję m.in. **Autoryzowanych dealerów**.

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

Magdalena Radecka
mradecka@imm.com.pl
Tel. 22 378 37 50

