





Estudio de Mercado Mobile Internet Trimestre referencia Q3/2010







- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
  - Sector Destacado: Deportes
- Publicidad en los dispositivos móviles
  - Sector Destacado: Deportes
  - Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series
- Metodología



#### Tendencias fundamentales

- Más de **8,2 millones de españoles ya navegan** desde sus dispositivos en el tercer trimestre de 2010
- La penetración de Internet en España se acerca al 21,5% sobre el total de suscriptores móviles
- ➤El tramo de usuarios que se conectan a Internet desde el dispositivo entre 18-34 años gana importancia respecto al mismo trimestre del 2009
- >Blackberry entra con fuerza en el top 6 del ránking de dispositivos por conexión a Internet.
- Este trimestre analizamos el sector de Deportes: "Marca" es la entidad con mayor número de usuarios seguido de As.com y RealMadrid C.F
- ➤ Vodafone es la única operadora que pierde cuota de mercado a costa del crecimiento de las demás
- Este trimestre analizamos el dispositivo Blackberry 8500 Curve Series: Destaca la buena penetración que obtiene el uso de Bluetooth, consulta de correo electrónico y sobre todo el uso de Wi-fi en relación a la media para Smartphones y suscriptores móviles



#### Tendencias Publicitarias en el medio móvil

- ➤Los dispositivos **iPhone** y **iPod Touch** lideran el volumen de páginas vistas en la web móvil. Entrada del los tablets (iPad) como nuevo medios Premium para anunciantes
- ➤ Android explota. Las páginas vistas desde el Android OS han crecido en un 35% con respecto al trimestre anterior
- ➤ El medio móvil un medio para crear marca. Las campañas a CPM crecen y se consolidan en los smartphones
- ➤ Las marcas incrementan su **presencia** en las tiendas de Aplicaciones con el desarrollo de **aplicaciones propias**
- La segmentación por dispositivo y operadora, las preferidas entre los anunciantes
- ➤ Nuevos **formatos**, como la ventana desplegable, entran en competición con el resto de formatos, buscando mayor **notoriedad**
- ➤El volumen de páginas vistas en navegación por web móvil versus appNativa se equilibra en 50/50
- El sector/canal deporte está siendo altamente demandado por consumidores que buscan estar al día con los últimos resultados de sus equipos preferidos. Los principales anunciantes apuestan también por impactar a este público objetivo en los momentos de consumo móvil

\*Los datos mostrados corresponden a la Red Premium de TAPTAP Networks

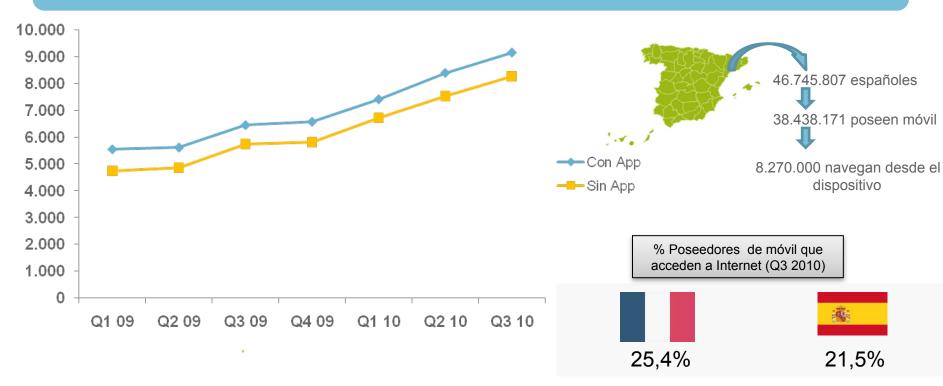


- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
  - Sector Destacado: Deportes
- Publicidad en los dispositivos móviles
  - Sector Destacado: Deportes
  - Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series
- Metodología



### Escenario de Internet móvil en España Tendencia audiencia Internet móvil

El universo activo se ha visto incrementado un **9**% respecto al 3º trimestre de 2009. Asimismo, Francia tiene una penetración tan sólo 4 puntos más alta que España.



<sup>\*</sup> Universo activo: Individuos mayores de 15 años que declaran haber navegado en Internet, haber realizado alguna actividad de mensajería instantánea o email en los últimos 30 días

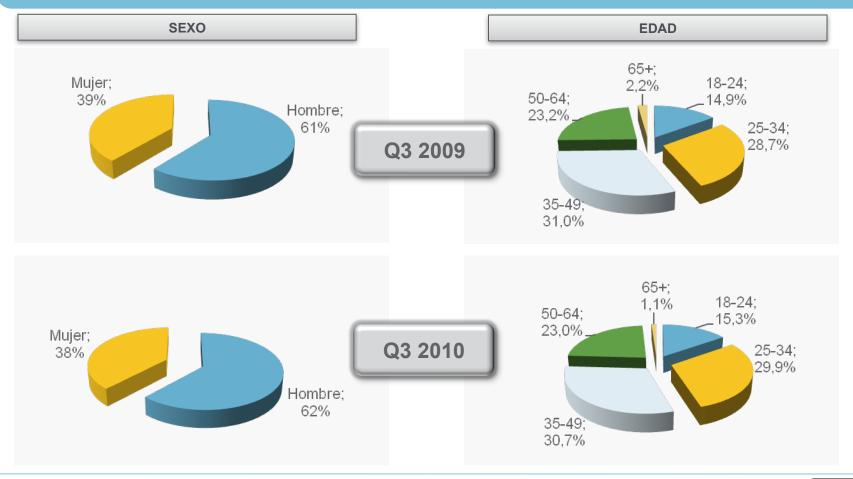
<sup>\*</sup> Aplicaciones Internet: Aplicaciones que hacen uso de Internet, como mensajería instantánea, P2P, Skype, etc...



# Escenario de Internet móvil en España Perfil socio-demográfico: sexo y edad

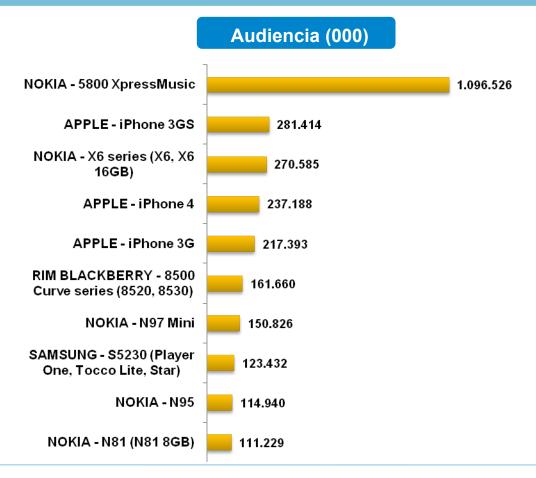
La segmentación por género para el tercer trimestre de 2010 es muy similar al mismo trimestre del 2009 aunque otorga un peso ligeramente superior al segmento hombres.

En cuanto a los grupos de edad puede observarse cómo los segmentos de 18-34 años teniendo en cuenta las audiencias de Internet móvil tienen un mayor peso que el mismo periodo de 2009.



# Escenario de Internet móvil en España Top 10 dispositivos para navegación móvil

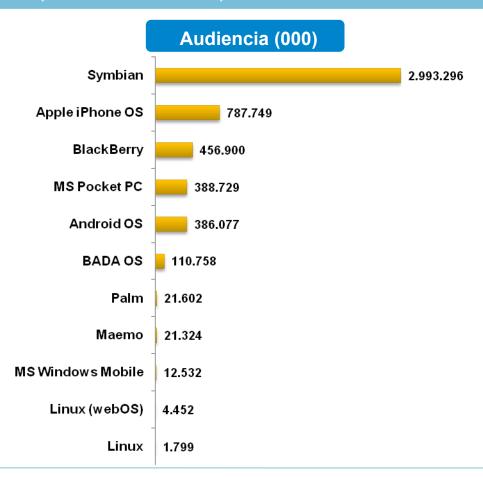
El Nokia 5800 continúa como el dispositivo desde el que más se accede a Internet móvil. Aunque los teléfonos táctiles siguen siendo líderes del mercado, destaca la importancia que ha cobrado en este último tiempo el uso de la Blackberry.





## Escenario de Internet móvil en España Ránking sistemas operativos por conexión a Internet

Symbian destaca como primer sistema operativo de conexión a Internet en España seguido de Apple y Blackberry. Android va ganando posiciones en el ránking con el lanzamiento de múltiples dispositivos que soportan este sistema operativo.



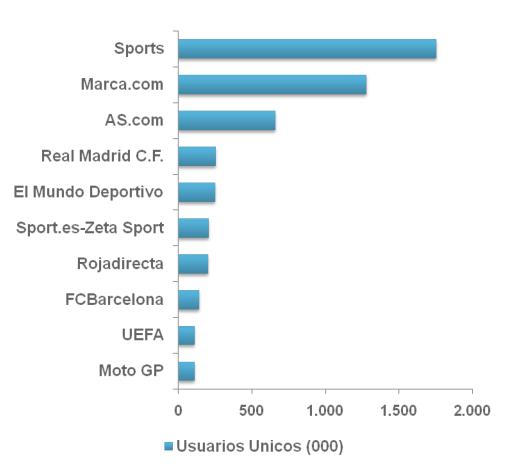


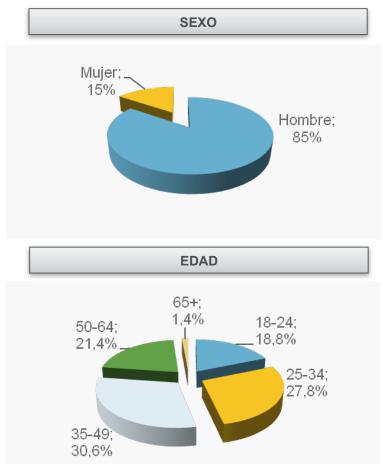
- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
  - Sector Destacado: Deportes
- Publicidad en los dispositivos móviles
  - Sector Destacado: Deportes
  - Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series
- Metodología



## Sector Destacado: Deportes

La penetración de la categoría Deportes en el tercer trimestre de 2010 alcanza el 21% en relación al total de usuarios de Internet móvil. En la segmentación socio-demográfica observamos un fuerte sesgo hacia el género masculino y un mayor peso del segmentos de 35-49 años.



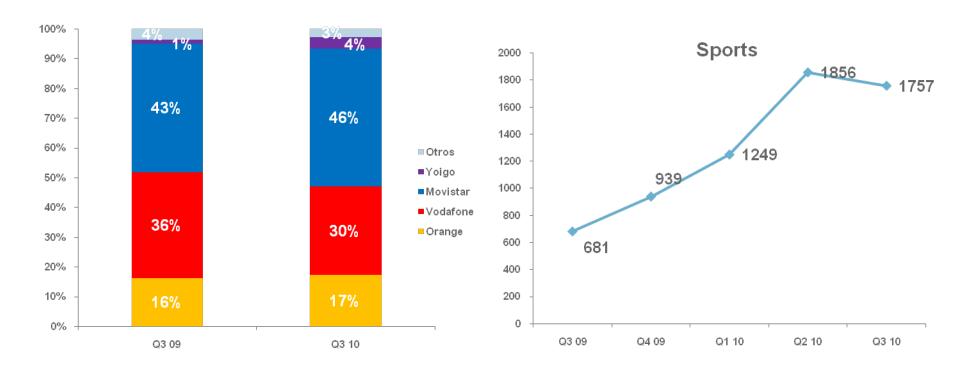






## Sector Destacado: Deportes

La distribución por operadora de los usuarios de Deportes se mantiene relativamente estable en el tiempo. Observamos un ligero aumento del peso de Movistar en detrimento del peso de Vodafone. La evolución de la categoría Deportes muestra un pico en el Q2 2010 debido a la expectación que generó el Mundial lo que ocasionó una subida muy importante de la audiencia.



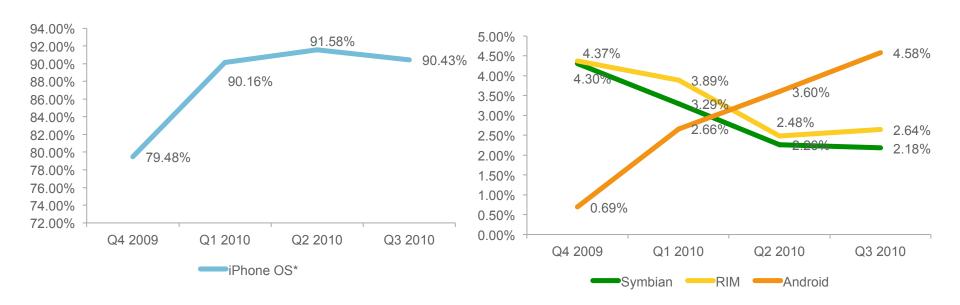


- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
  - Sector Destacado: Deportes
- Publicidad en los dispositivos móviles
  - Sector Destacado: Deportes
  - Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series
- Metodología



# Publicidad en Dispositivos Móviles Top Plataformas por Páginas Vistas – TAPTAP Premium Network

El iPhone sigue liderando el % de páginas vistas – El iPad entra en el Top10 Dispositivos. Android sigue su tendencia alcista, suponiendo más de un 24% de incremento sobre el mes anterior.

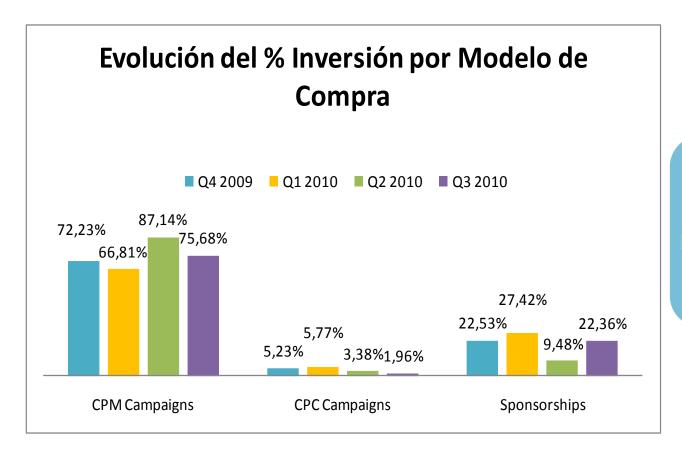




<sup>\*</sup>iPhone OS incluye iPhone, iPodTouch & iPad

<sup>\*</sup> Tráfico de España

## Publicidad en Dispositivos Móviles Modelo de Compra – TAPTAP Premium Network



Mayor inversión en Patrocinios

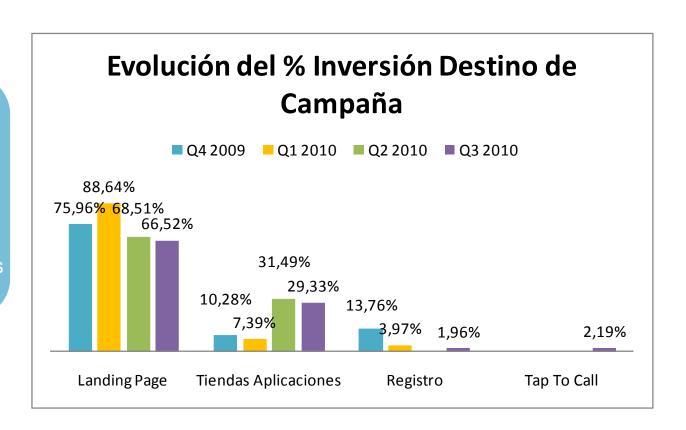
Los anunciantes buscan mayor visibilidad y Recuerdo de Marca



## Publicidad en Dispositivos Móviles Destino de las Campañas – TAPTAP Premium Network

#### Primeras Campañas TAP TO CALL

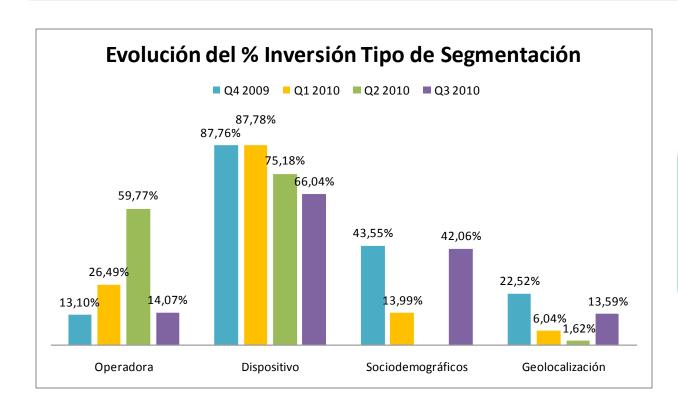
Máxima interactividad con el usuario final utilizando una de las carácterísticas únicas del medio móvil





## Publicidad en Dispositivos Móviles Tipos de segmentación – TAPTAP Premium Network

Los anunciantes empiezan a valorar más la información sociodemográfica y de Geolocalización.



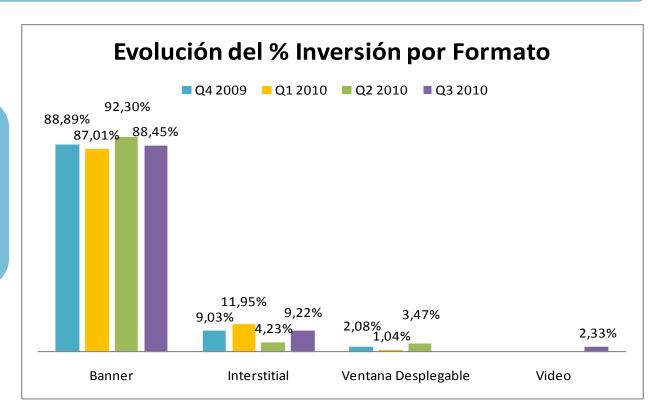
Con la liberalización del iPhone, la segmentación por operadora disminuye



## Publicidad en Dispositivos Móviles Inversión por formato – TAPTAP Premium Network

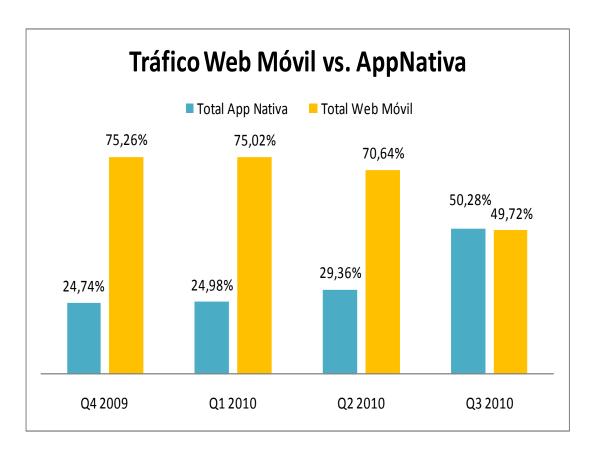
TAPTAP lanza la primera campaña de Vídeo en el Móvil

Más del 11% del mercado lo acaparan los formatos Rich Media: Interstitial y Vídeo





## Publicidad en Dispositivos Móviles Tráfico WebApp vs. AppNativa\* - TAPTAP Premium Network



Se equilibra la balanza: la navegación por App Nativa sube un 71,25%.

La liberalización del iPhone, nuevos smartphones y tablets ayudan a que despegue la navegación a través de App Nativa.



<sup>\*</sup> WebApp: Tráfico en web móvil (xml, xhtml, html5) / AppNativa: Tráfico en apps (iPhone Apps & Android Apps & iPad Apps)

<sup>\*</sup> Tráfico de España

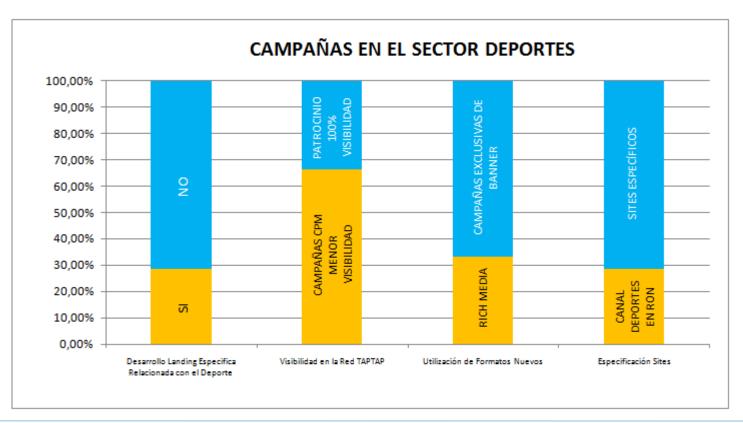
- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
  - Sector Destacado: Deportes
- Publicidad en los dispositivos móviles
  - Sector Destacado: Deportes
  - Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series
- Metodología



## Publicidad en Dispositivos Móviles Sector Destacado: Deportes - TAPTAP Premium Network

Los anunciantes rara vez adaptan su comunicación al canal donde se presentan. Ya empieza a haber un volumen alto de Patrocinios del Sector.

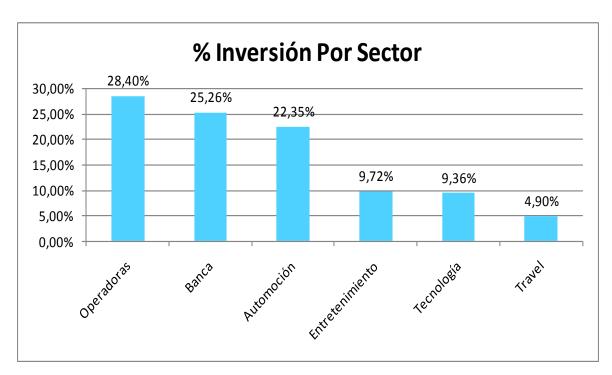
Los formatos Rich Media son cada vez más usados – Primera campaña de Vídeo Es cada vez más frecuente demandar el Canal Deportes en Rotación General.





## Publicidad en Dispositivos Móviles Sector Destacado: Deportes - TAPTAP Premium Network

El Sector de las Operadoras, la Banca y la Automoción: buscan identificarse con el Deporte























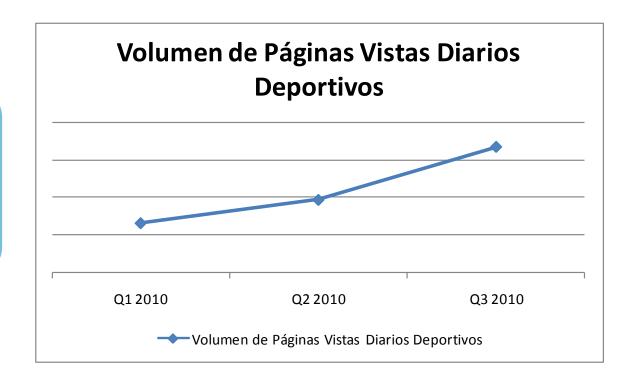


## Publicidad en Dispositivos Móviles Sector Destacado: Deportes - TAPTAP Premium Network

Audiencia Creciente – Masa Crítica Más de 1.500.000 UU/mes en Diarios Deportivos

Mundiales Fútbol en Q3

Mas de un 72% de Incremento en las Páginas Vistas





## Publicidad en Dispositivos Móviles Case Studies en el Sector: Deportes

- Marcas que apuestan por el Mobile:
  - Los clubes de fútbol sacan Aplicaciones de pago que sus fans no se pueden negar a comprar.
- Palmarés Directiva Plantilla
  Plantilla
  Plantilla

  Plantilla

  | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Plantilla | Pla

- En ellas se ofrece:
  - Desde la información más básica: noticias del club a tiempo real, galería oficial de fotos, resultados y calendarios, etc
  - Hasta servicios que aportan un valor añadido: chat entre socios del club, concursos y sorteos, etc.



• Llama la atención el componente de m-commerce que tienen estas Apps: posibilidad de comprar entradas para los partidos.



## Publicidad en Dispositivos Móviles Case Studies en el Sector: Anunciante del Sector Deportes



- Marcas que apuestan por el Mobile Nike USA:
  - Aplicación NikeID:

Aplicación compatible con cualquier dispositivo móvil.

Objetivo de la App: crear tus Nike a partir de cualquier foto y combinar los colores que quieras que más se ajusten a tu estilo.

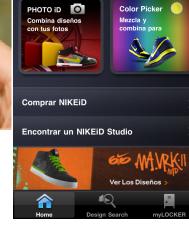
El usuario podrá comprar directamente desde su teléfono las zapatillas que haya creado.

Para darle más visibilidad y notoriedad al lanzamiento de dicha App, se realizó una acción de Mensajería en Times Square durante 1 Mes.

Resultados: Más de 1.200 Usuarios Únicos participaron en la creación de sus propias Zapatillas.







NIKEID.







## Publicidad en Dispositivos Móviles Case Studies en el Sector: Anunciante del Sector Deportes



- Marcas que apuestan por el Mobile Adidas USA:
  - Campaña de promoción del "Vintage Collection" para promocionar la moda urbana con estilo de los 70s y 80s
  - El objetivo de la campaña fue incrementar el recuerdo de marca entre un público joven y para eso se la campaña se segmentó en secciones de entretenimiento
  - Los usuarios podían descargar tonos para su móvil de sus artisitas preferidos, ver vídeos y buscar la tienda más cercana donde comprar las Adidas Superstars
  - Hubo 290.000 visitas al site móvil de Adidas, con una media de 2,9 páginas vistas por usuario
  - Un estudio cualitativo de la campaña llevado a cabo por Insight Express confirmó un incremento en la intención de recomendación por más de 19% y de más de 34% en asociación del mensaje sobre el grupo control





## Publicidad en Dispositivos Móviles Case Studies en el Sector: Anunciante del Sector Deportes – Puma USA





- Marcas que apuestan por el Mobile
- Puma:

La revista Runner's World fue patrocinada en su versión americana durante todo el mes de Septiembre por Puma.

La acción consistía en una campaña de banners que redireccionaban a la página web de Puma donde los usuarios pueden comprar y navegar por el contenido rich media de Puma.

El patrocinio de la revista también incluía varios formatos publicitarios de vídeo y banners rich media

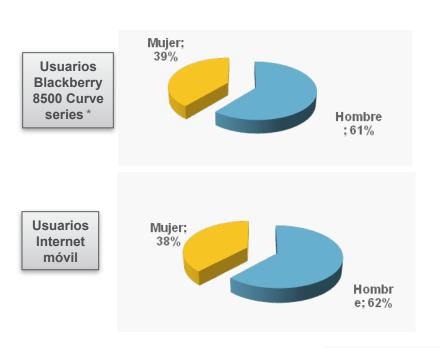


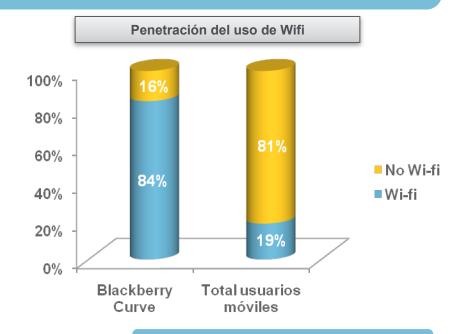
- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
  - Sector Destacado: Deportes
- Publicidad en los dispositivos móviles
  - Sector Destacado: Deportes
  - Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series
- Metodología



# Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series

El dispositivo Blackberry Curve tiene una segmentación por género muy similar a la media de usuarios de Internet Móvil en el Q3 2010. Asimismo, observamos un uso muy fuerte del Wifi de los usuarios con Blackberry Curve alcanzando al 84% del total de usuarios. Esta cifra baja al 19% si tenemos en cuenta el total de usuarios móviles. Finalmente cabe destacar que más de la mitad de los usuarios que tienen Blackberry Curve navegan a través de su dispositivo





Penetración de Internet móvil



22% para total usuarios móviles

34% para Smartphone

55% para el Blackberry Curve

\*Los datos mostrados están filtrados para los usuarios de Internet Móvil



## Análisis en profundidad: Servicios más utilizados en el Blackberry 8500 Curve Series

El uso que se realiza de "media" desde el Blackberry para los siguientes servicios es superior al uso de la media de Smartphone excepto en el uso de Bluetooth.







- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
  - Sector Destacado: Deportes
- Publicidad en los dispositivos móviles
  - Sector Destacado: Deportes
  - Análisis en profundidad: Blackberry 8500 Curve Series
- Metodología



## Metodología

#### Medición del consumo efectuado desde dispositivos móviles

- Información actualizada trimestralmente
- •Captación mediante **tracking** a individuos para analizar su comportamiento desde el dispositivo móvil
- Datos de Publicidad en el Móvil extraídos de las Campañas activas en Q2 10 en la Red Publicitaria Premium de TAPTAP Networks
- •Consumos declarados trimestralmente referenciados a los universos totales de estudio: universo de individuos residentes en España **mayores de 15 años** que poseen dispositivo móvil
- •Codificación y categorización de la información globales y basados en diccionarios estables a lo largo del tiempo
- •Determinación de consumos por operadores y terminales móviles



¡Gracias!

¿Alguna pregunta?





## Anexo I. Glosario de términos

- Web móvil o Web App: Página web adaptada a dispositivos móviles.
- Aplicación nativa: Aplicación desarrollada con un lenguaje de programación compatible con el dispositivo móvil.
- Landing Page: página de destino a la que se accede al hacer TAP sobre una creatividad.
- HTML 5: última versión del lenguaje de programación para la WorldWide Web.
- Smartphone: dispositivo electrónico que funciona como un teléfono móvil, con características similares a las de un ordenador personal.



## Anexo I. Glosario de términos

- CPM: coste por mil, o la base de lo que cuesta mostrar un anuncio a mil clientes.
- CPC: coste por click, que se mide cada vez que el cliente hace Tap sobre un anuncio.
- Patrocinio: Mostrar en exclusiva a un anunciante en un site, por un determinado período de tiempo.
- Banner/interstitial/ventana desplegable:
  - Banner: formato publicitario que ocupa el top o bottom de un site.
  - Interstitial: formato publicitario en forma de página que aparece normalmente antes de acceder al contenido solicitado.
  - Ventana desplegable: formato publicitario en forma de banner que al hacer TAP sobre él, se despliega.
- Vídeo Banner/ Vídeo Interstitial:
  - Formato publicitario de vídeo mostrado al usuario móvil mientras navega por el site o app móvil.
     Suelen ser spots publicitarios de 10-15 secs.

