

II Estudio Anual IAB Spain Digital Signage: Informe de Resultados Marzo de 2014

#IABestudioDS
@IAB_Spain

Soportes de comunicación.

- La publicidad exterior más recordada son las vallas, seguidas del cartel y la marquesina. Las pantallas digitales las recuerda un 39% de manera sugerida.



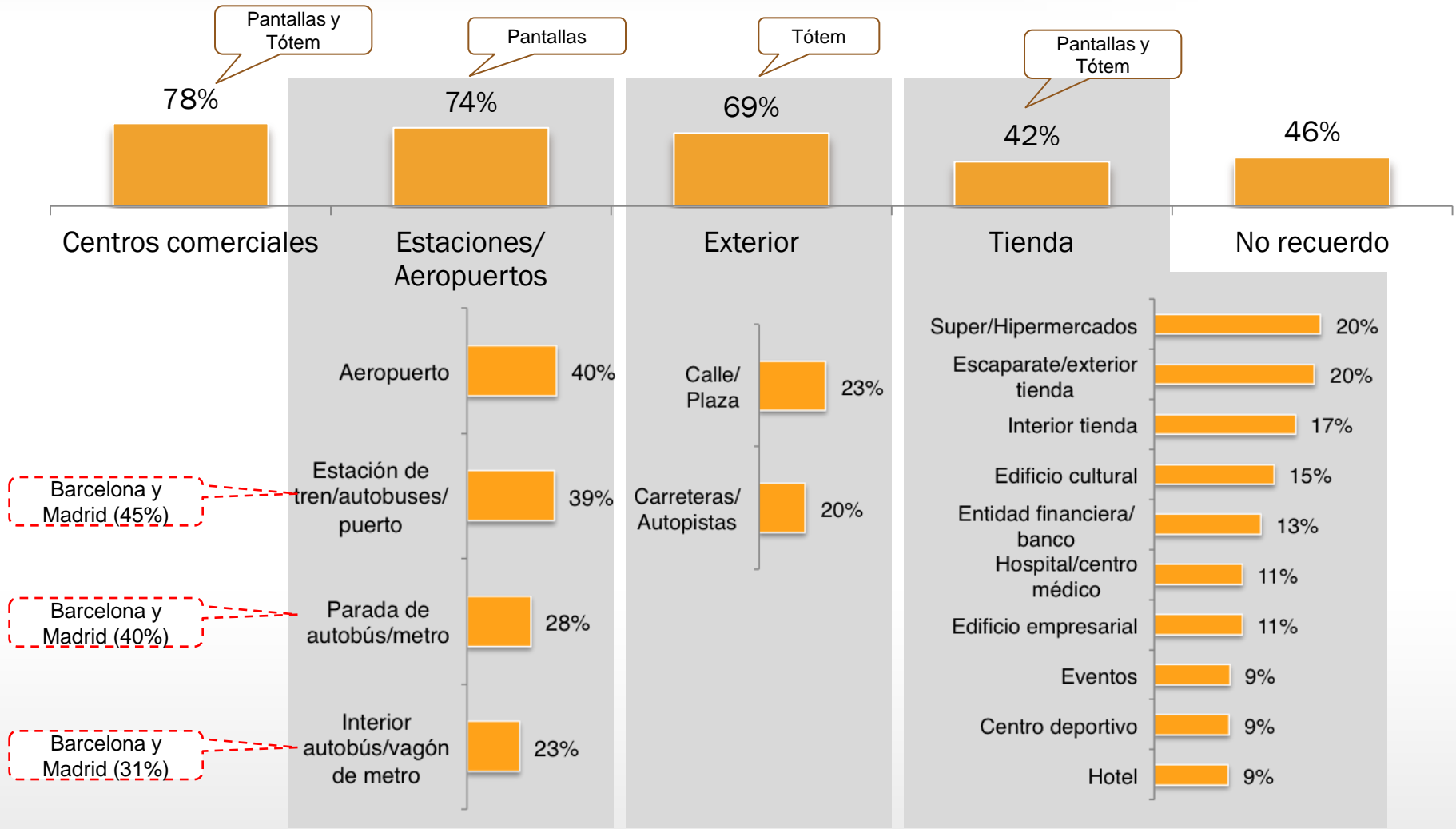
- ¿Qué tipos de publicidad exterior recuerdas haber visto?
- Y del listado que te mostramos, ¿Qué tipos de publicidad exterior recuerdas haber visto?

Diferencias significativas Base total: 1,038

Soportes de comunicación. Pantallas digitales.

Ubicación.

- La publicidad digital se recuerda haber visto principalmente en centros comerciales y estaciones/aeropuertos, seguida de exterior. Según la ubicación cambia el soporte.



Barcelona y Madrid (45%)

Barcelona y Madrid (40%)

Barcelona y Madrid (31%)

☐ Diferencias significativas

Base conocen pantallas digitales 968

- ¿En qué lugar(es) estaba la publicidad en pantallas digitales que viste?
- Recuerdas con más exactitud en qué lugares viste las pantallas digitales?

Soportes de comunicación. Pantallas digitales.

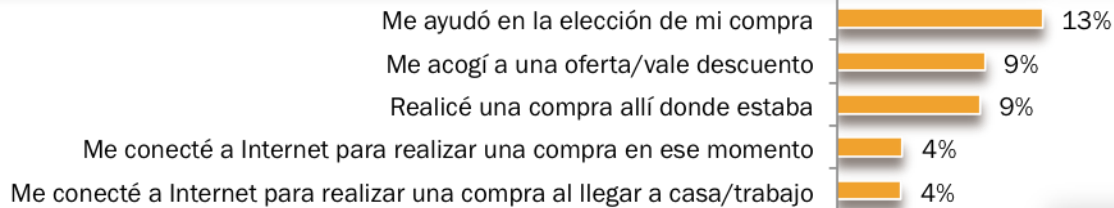
Uso

Me proporcionó información útil

47%

Motivó o influyó en la compra

39%

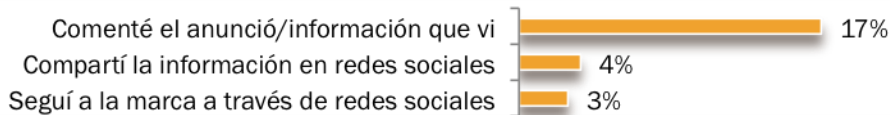


Me hizo pensar sobre el producto/marca

25%

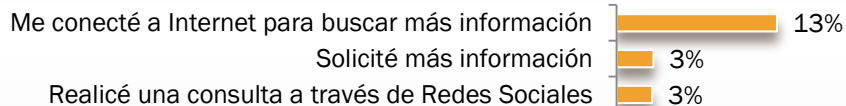
Generó interacción o viralidad

24%



Incitó a buscar más información

19%



Me dirigí a un lugar/tienda que indicaba

10%

Descargué una aplicación

3%

No realicé ninguna acción

27%

Para un 47% de los que conocen las pantallas digitales, afirman que éstas les han proporcionado información útil y a un 39% les ha influenciado en la intención de compra.

Las pantallas digitales generaron en una cuarta parte de los entrevistados una vinculación con la marca.

Base conocen pantallas digitales 968

- *Pensando en los diferentes momentos que viste publicidad exterior en pantallas digitales ¿Cuáles de estas afirmaciones se ajustarían a tu experiencia?*

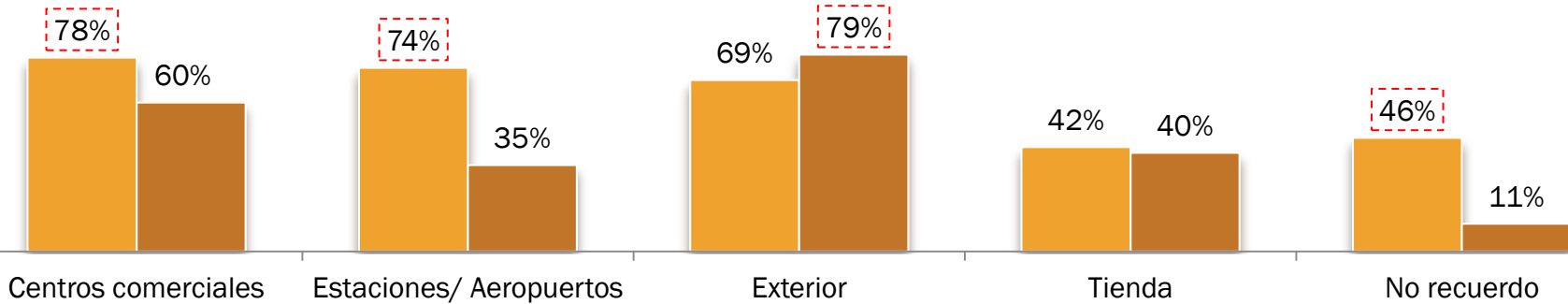
Soportes de comunicación. Ubicación.

Comparativa soporte: Pantalla digital vs. Soporte offline

- Respecto a la presencia, mientras el soporte offline es más propiamente de exterior, los digitales tienen más recuerdo en centros comerciales, estaciones y aeropuertos.
- Mientras el soporte offline es más estandarizado y habitual, existe una mayor proporción de encuestados que no recuerda haber visto el soporte digital.

Ubicación

Soporte digital Soporte offline



Diferencias significativas

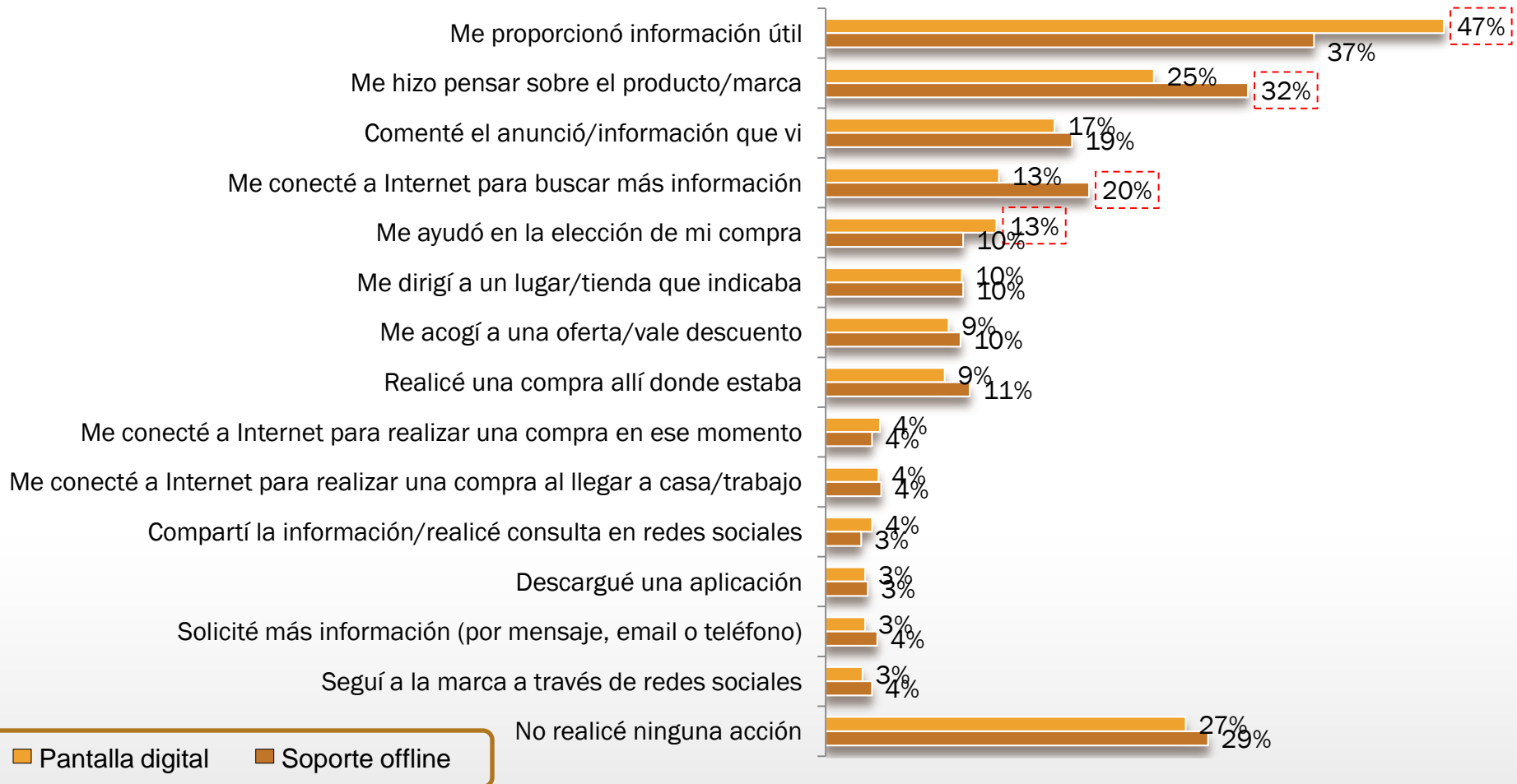
Base conocen soporte offline: 1.038 / conocen pantallas digitales 968

- ¿En qué lugar(es) estaba la publicidad en (pantallas digitales - papel/lona) que viste?
- ¿Qué tipo de información aparecía?

Soportes de comunicación. Uso (II).

Comparativa soporte: Pantalla digital vs. Soporte offline

- Tanto el soporte digital como el de offline parecen provocar un efecto parecido en los individuos, bajado al detalle el digital proporciona una información más útil, mientras el soporte offline lleva a pensar sobre la marca y a buscar más información a través de Internet.



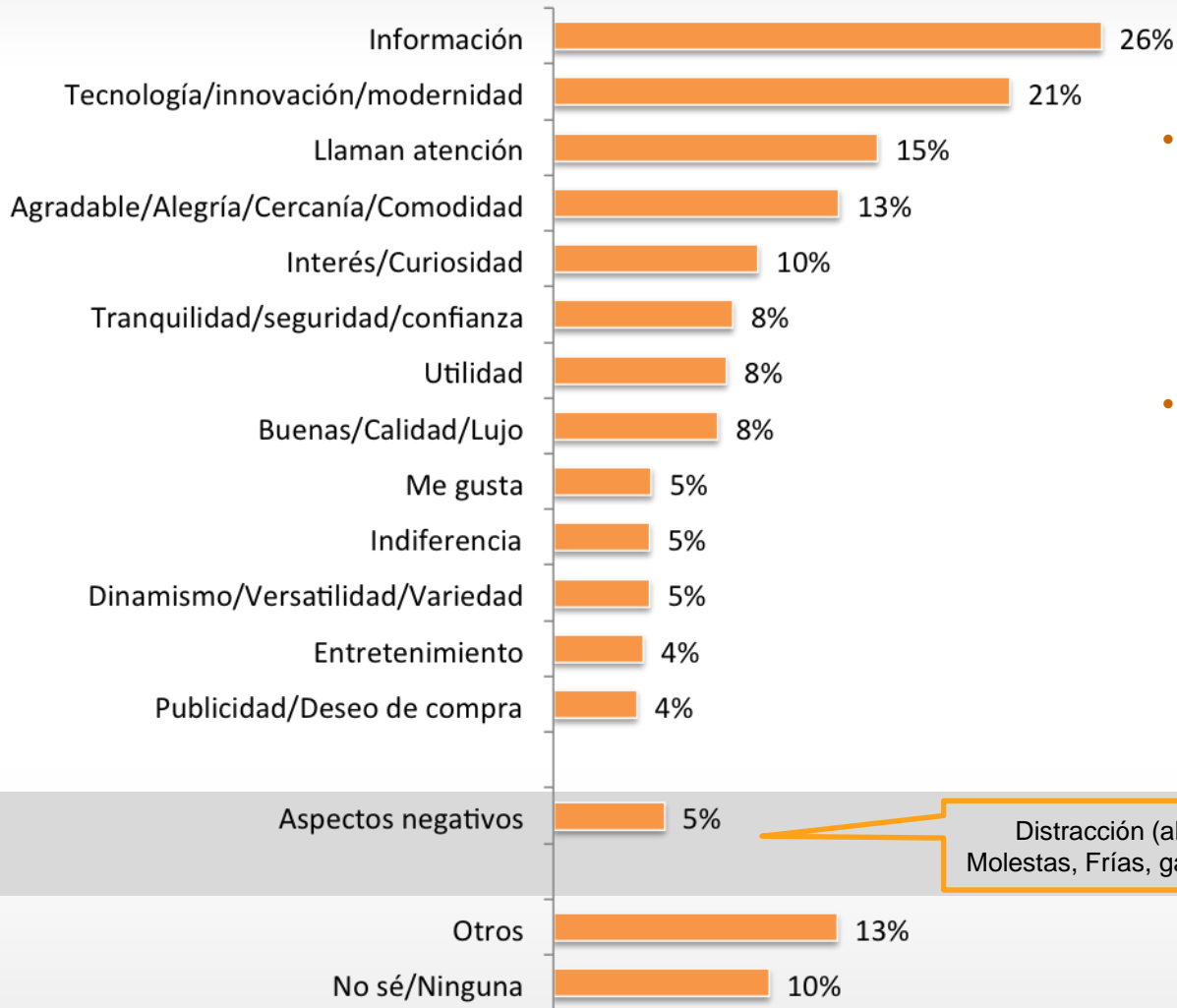
Diferencias significativas

Base conocen soporte offline: 1.038 / conocen pantallas digitales 968

- Pensando en los diferentes momentos que viste publicidad exterior en (pantallas digitales - papel/lona) ¿Cuáles de estas afirmaciones se ajustarían a tu experiencia?

Percepción de las pantallas digitales

Sensaciones transmitidas por las pantallas digitales



- Las pantallas digitales transmiten casi exclusivamente sensaciones positivas, siendo las negativas muy residuales basadas en molestar o distraer.
- Su principal percepción es que transmite información, seguida de modernidad tecnológica e innovación. Llaman mucho la atención y transmiten sensaciones agradables y de comodidad, despertando el interés de los individuos.

Distracción (al conducir),
Molestas, Frías, gasto energético

Percepción pantallas digitales

Percepción sobre la marca

- El uso de este soporte también ayuda a mejorar la percepción de la marca, pues la que utiliza este canal se percibe más moderna e innovadora, cercana al consumidor y de la que se mejora el recuerdo y percepción.

■ Muy de acuerdo ■ De acuerdo ■ En desacuerdo ■ Muy en desacuerdo

Una marca que se anuncia en pantallas digitales...

...es moderna e innovadora



...mejora su imagen



...hace que la recuerde más



...es más cercana al consumidor



...se preocupa para responder con más precisión



Top Two Box

91%

85%

78%

74%

73%

Base conocen pantallas digitales 968

- Indica tu grado de acuerdo con la siguiente frase:

Percepción pantallas digitales

Preferencia de soporte

- Comparando el soporte digital vs. el offline, el digital llama más la atención, tiene contenido más actualizados y creativos, útiles y con información del producto.

■ Muy de acuerdo ■ De acuerdo ■ En desacuerdo ■ Muy en desacuerdo

Las pantallas digitales comparadas con la publicidad no digital...

...me llaman más la atención



Top Two Box

85%

...tienen contenidos más creativos



84%

...tienen contenidos/ofertas más actualizadas



82%

...son más útiles y prácticas



78%

...dan más información sobre el producto



76%

...incentivan más la compra



67%

Base conocen pantallas digitales 968

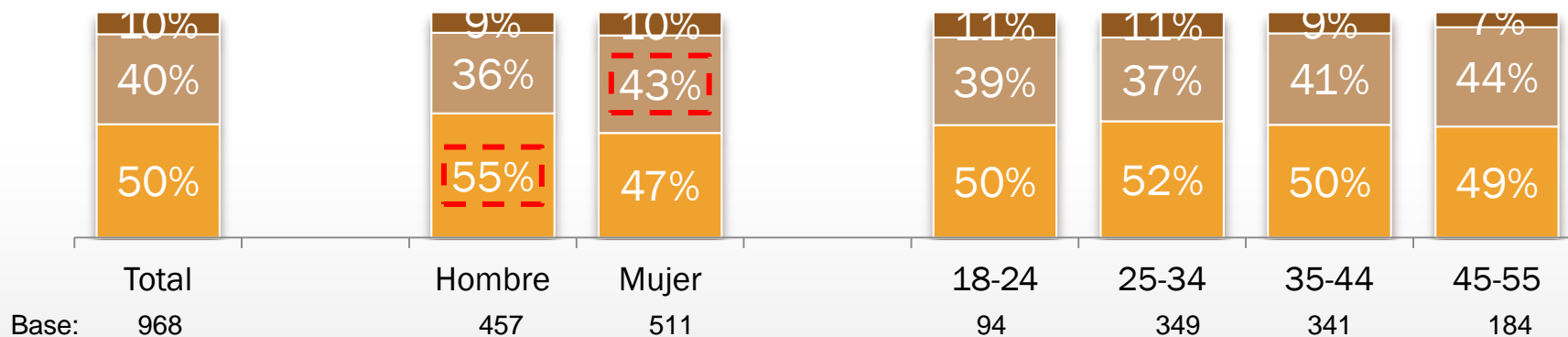
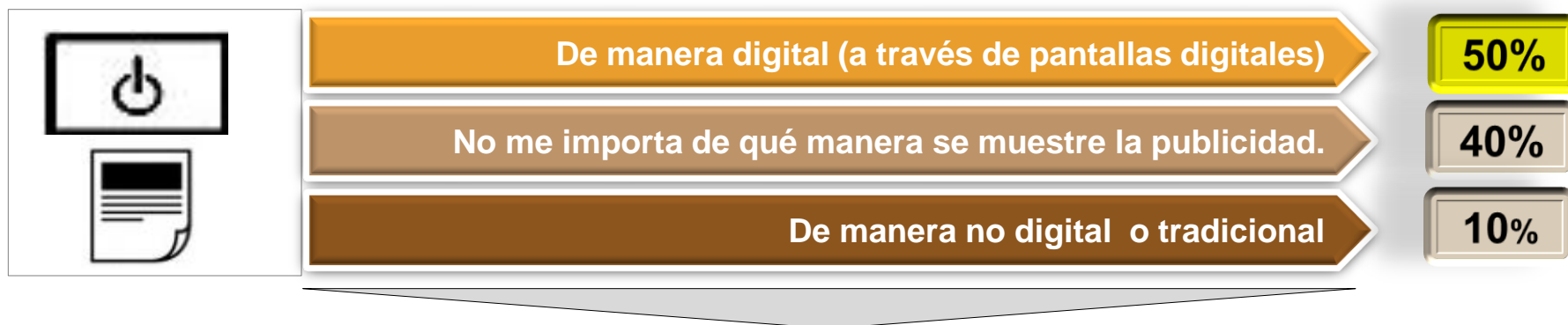
- Indica tu grado de acuerdo con la siguiente frase:

Percepción pantallas digitales

Preferencia de soporte

- Por todo ello, el soporte digital tienen más adeptos, independientemente de la edad y especialmente entre los hombres.

¿Cómo preferirías que se te mostrase la publicidad o información?



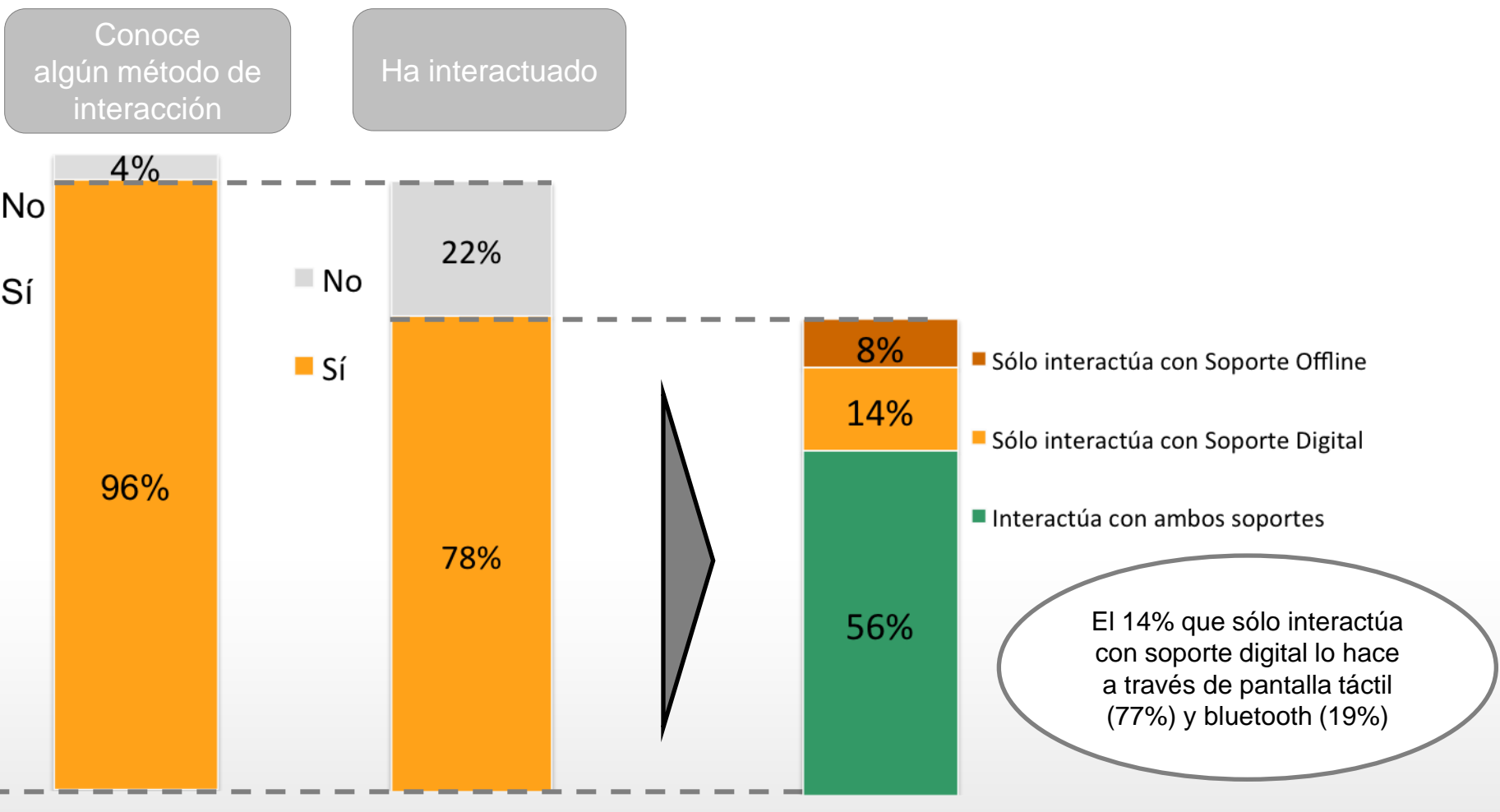
Diferencias significativas

Base conocen pantallas digitales 968

- Si pudieras elegir, ¿cómo preferirías que se te mostrase la publicidad o información?

Interacción con los soportes

- La mayoría de los entrevistados conoce medios de interacción aunque uno de cada 4 no ha llegado nunca a interactuar.
- La pantalla digital da mayor nivel de interacción.



Base total: 1.038

- ¿cuáles de los siguientes métodos para interactuar conoces o has visto?
- ¿Cuáles has utilizado...?

Interacción con los soportes

Pantalla digital. Frecuencia de uso.

Uso más frecuente

39%



Pantalla Táctil

19%



Invitación a conectarse a
Redes Sociales

18%



Códigos QR/BIDI

Uso menos frecuente

7%



Bluetooth

6%



Código promocional

5%



Localización

3%



Comentarios en Redes Sociales

2%



Sensor de movimiento

2%

NFC

1%



Realidad Aumentada

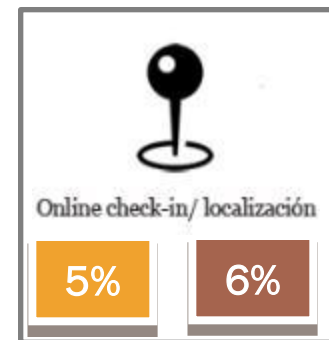
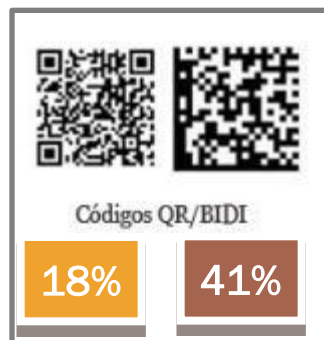
Base ha interactuado con algún soporte: 689

- ¿Cuáles has utilizado con publicidad exterior en pantallas digitales?
- ¿Cuál es el que utilizas con más frecuencia?

Interacción con los soportes

Comparativa soporte offline vs. pantalla digital

Uso más frecuente



■ Pantalla digital ■ Soporte offline

Base ha interactuado con: pantallas digitales: 689 / soporte offline: 632

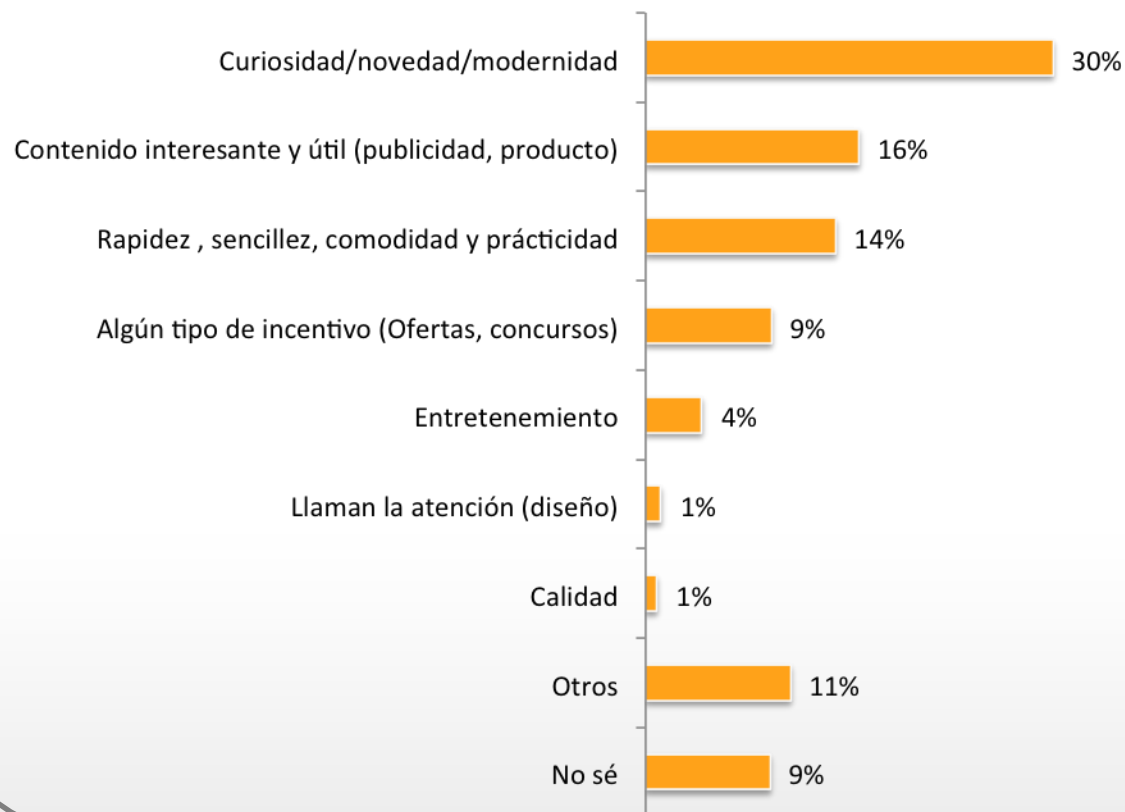
- ¿Cuáles has utilizado con publicidad exterior con publicidad exterior en papel/lona en pantallas digitales?
- ¿Cuál es el que utilizas con más frecuencia?

Interacción con los soportes

Pantallas digitales. Motivación (espontáneo)

Un **70 %** ha interactuado con pantallas digitales

Motivación para interactuar



- La curiosidad / novedad es la principal motivación de uso declarado de forma espontánea.

Base HAN INTERACTUADO con pantallas digitales: 689

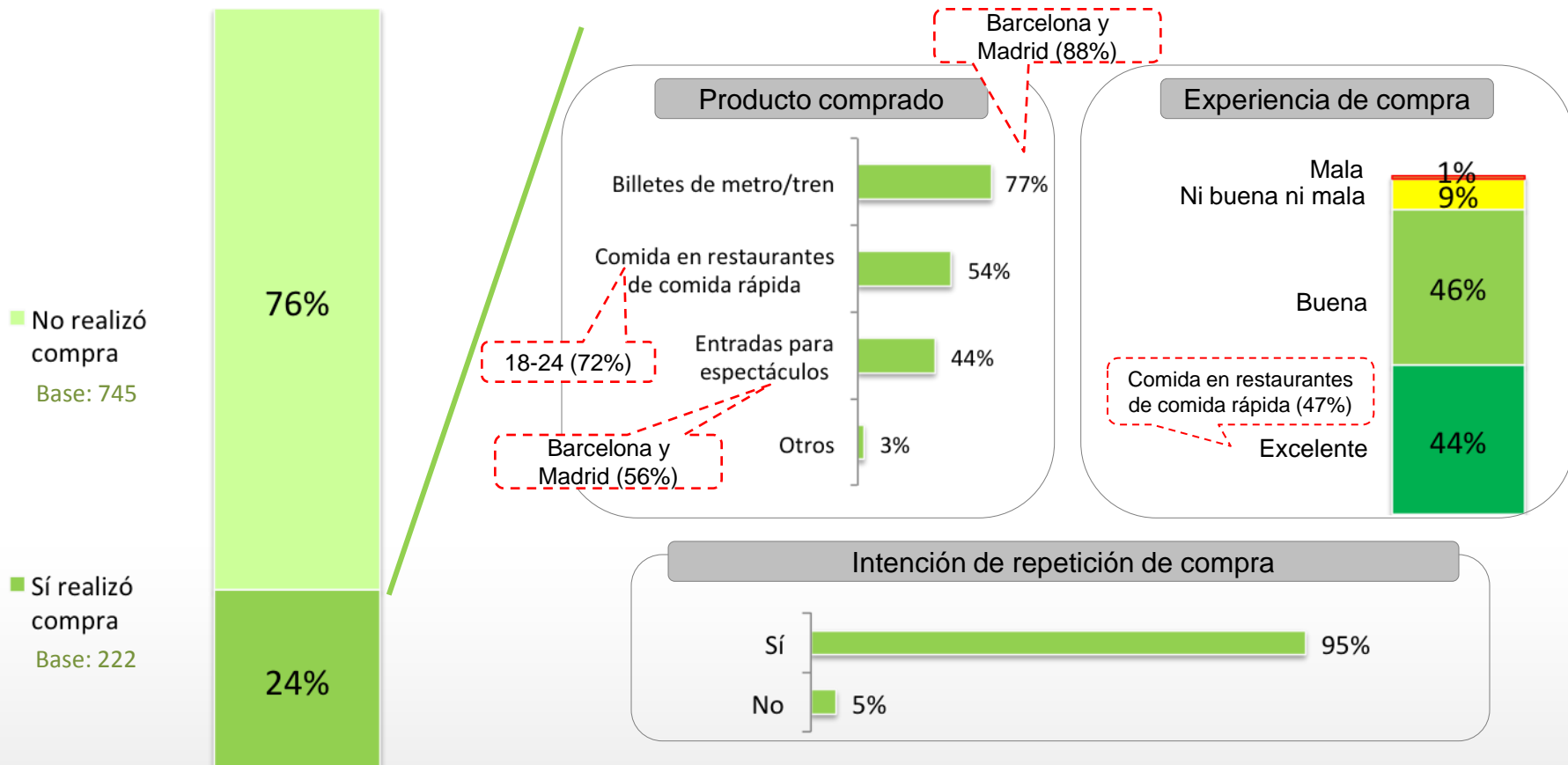
- ¿Cuáles has utilizado con publicidad exterior en pantallas digitales?
- ¿Qué te motiva o motivaría para interactuar con una pantalla digital?

Pantallas Táctil

Experiencia de compra

Realizó compra a través de pantalla táctil

- Una cuarta parte de los entrevistados ha realizado alguna compra a través de pantallas táctiles: billetes de transporte / comida / espectáculos. La experiencia es positiva.



Diferencias significativas Base conoce pantalla táctil: 967

- ¿Qué fue lo que compraste?
- ¿Cómo ha sido la experiencia de compra a través de pantallas táctiles?
- Tienes intención de volver a realizar una compra a través de pantallas táctiles?

- Sería un canal utilizado ante un escenario/tienda con alta concurrencia y masificación.

■ Seguro que sí ■ Probablemente sí ■ Quizás sí, quizás no ■ Probablemente no ■ Seguro que no

Intención de uso de pantalla táctil en una tienda concurrida

¿La utilizarías para aclarar tus dudas?



¿La utilizarías para realizar tu compra?



Top Two Box

83%

57%

Base total: 1.138

- *Imaginate que estás en una tienda/establecimiento donde por haber mucha gente no pueden atenderte. Si tuvieran una pantalla táctil...*

Para descargar el estudio completo de 100 slides,
Contacta con:



Interactive Advertising Bureau
www.iabspain.net

Javier Clarke / Director Mobile & New Media / IAB Spain - javier@iabspain.net
María Montesinos / Ejecutiva Mobile & New Media / IAB Spain – montesinos@iabspain.net