



AMAZON EN BLACK FRIDAY

Amazon utiliza la data de Mediaset para impactar en sus públicos objetivos para la campaña de Black Friday

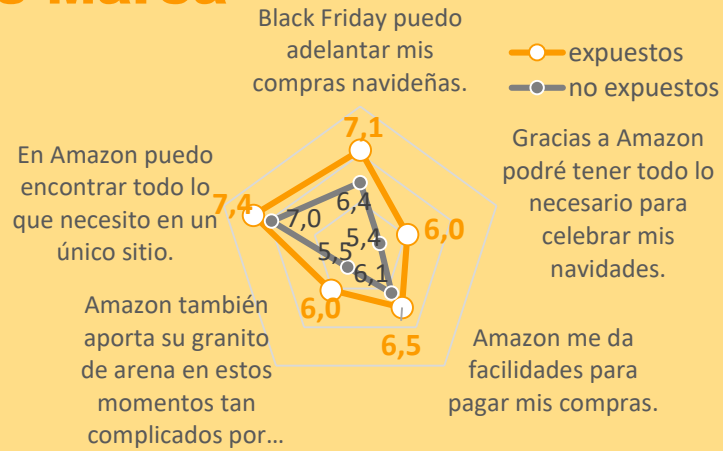


CAWI+TRACKING: en panel behaviral de Netquest sobre una muestra de 1000 Individuos expuestos a la campaña y otra muestra de control de 1000 Individuos, campo noviembre'20

SUCCESS STORIES

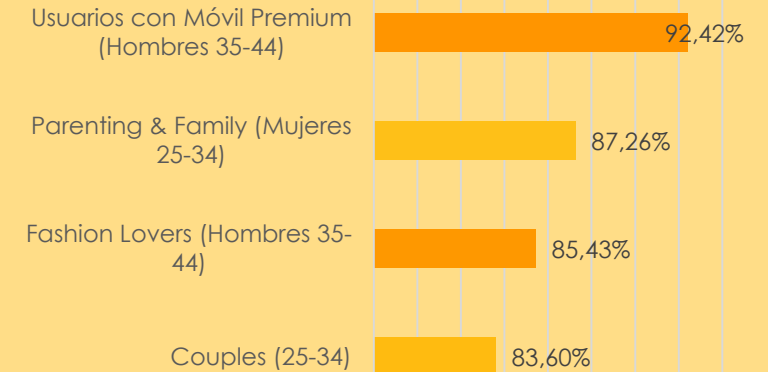
Atributos de Marca

Los expuestos a la campaña valoran mejor AMAZON, especialmente los interesados en moda-belleza, los gamers y los teckies



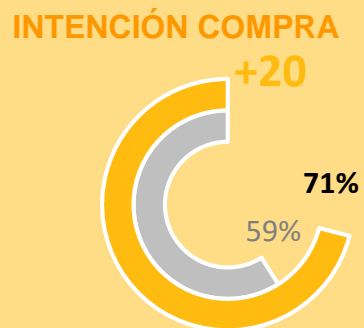
Notoriedad de Marca

Los Usuarios con Móvil Premium son los que presentan un mayor recuerdo publicitario



Aplicación Data

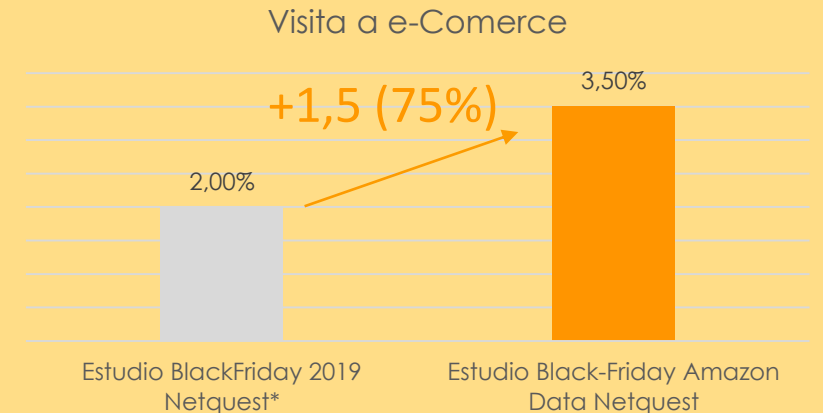
Respeto a anteriores campañas (Estudio 2019 BF) sin data mejora un 14% la recomendación y un 20% la intención de compra



Vs Estudio BF Netquest 2019, 13 Retailers

Aplicación data: conversión

La aplicación de DATA incrementa las conversiones un 75%



Vs Estudio BF Netquest 2019, 13 Retailers