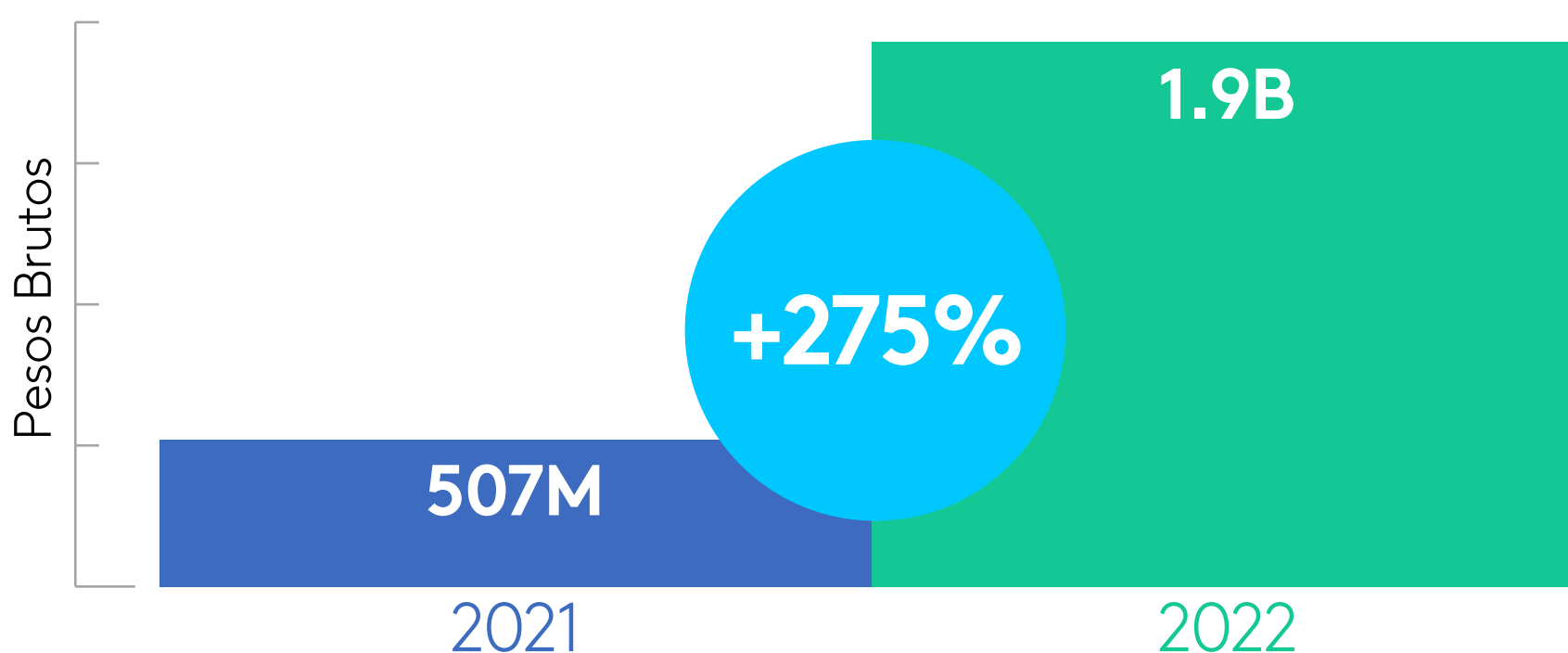


El CUIDADO DEL HOGAR mantiene su protagonismo

Nuestras soluciones de **Advertising Intelligence (monitoreo)** brindan una visión 360° completa sobre la inversión publicitaria multimedios para los anunciantes, las agencias y los medios.

Son herramientas de inteligencia comercial que brindan un panorama estratégico de la industria y ayudan a conocer las estrategias de comunicación de la competencia, hacer benchmark, inspirar el crecimiento de las marcas, detectar las tendencias de media mix y ganarle a la competencia.

Crecimiento de la inversión en el sector Artículos para el hogar



FUENTE: Kantar IBOPE Media. Inversión multimedios en pesos brutos del sector Artículos para el hogar. Enero-Marzo 2021 vs Enero-Marzo 2022

TOP 5 Marcas de Artículos para el hogar multimedios Enero-Marzo 2022



2	3	4	5
NOBLEX	Liliana	PEABODY	Hudson BEST KITCHENWARE

FUENTE: Kantar IBOPE Media. Inversión multimedios en pesos brutos del sector Artículos para el hogar. Enero-Marzo 2022

Con **FOCUS AI**, nuestro novedoso complemento de **Inteligencia Artificial integrado en Advertising Insights**, analizamos el Sector **Artículos para el hogar**

Liliana SRL (+1000%) y **José María Alladio e Hijos (+222,3%)** son los principales **anunciantes** con mayor aumento de la inversión con respecto al período anterior

Radio (+229,5%) y **Diarios (+1000%)** son los **Top Media groups**

Dentro de Radio, **Radio FM** tuvo el mayor incremento de la inversión **(+181,7%)**

FUENTE: Kantar IBOPE Media. AdInsights. Inversión multimedios en pesos brutos. Enero-Marzo 2021 vs Enero-Marzo 2022

Nuestras soluciones de **Consumer Intelligence (Target Group Index)** brindan información sobre el consumo de medios con valor agregado que permite conocer opiniones, actitudes y el consumo de las personas para comprender de forma detallada el mercado, planificar y detectar nuevas oportunidades de negocio.



33% de los hogares ha comprado artículos para el hogar en el último año, principalmente **colchones, cortinas, camas y otros muebles para el dormitorio.**



De estos hogares un **81%** declara que **siempre está buscando ideas para mejorar su hogar.**



Además, un **29%** de estos hogares compró en **Easy** artículos para mejorar su casa, **13%** en **Sodimac**, un **6%** en **Blaisten.**

FUENTE: Kantar IBOPE Media. Target Group Index (TGI) Base TGI AR 2021 R2 Combined (Personas)

Cross Media Performance realiza el **tracking de alcance y frecuencia**, brinda información **demográfica sobre la Audiencia y su comportamiento cross-media.** Ayuda a:

- **Anunciantes:** a generar insights precisos sobre las audiencias y optimizar la estrategia publicitaria para mejorar el ROI cross-media.
- **Agencias de Medios:** a medir y optimizar la performance de las campañas publicitarias de sus clients atribuyéndoles el ROI correspondiente.
- **Medios:** a valorizar su inventario comparando con la performance de la campaña publicitaria dando support a las negociaciones de venta a los Anunciantes.

¿Te interesa conocer más? Comunícate con nuestros Ejecutivos comercial. ibope@kantariibopemedia.com