

# 01

Combina cualitativo y cuantitativo

## Reto

AtresMedia Publicidad necesitaba conocer más en profundidad los usuarios de Smart TV y sus actitudes respect a los formatos publicitarios.

Este conocimiento profundo debería cubrir sus características personales, familiares, perfil, hábitos y actitudes acerca del consume de Smart TV.

# 04

KPIs medidos

## Solución

Toluna llevó a cabo un studio cualitativo con QuickCommunities.

La comunidad se realizó en tres días para comprender el uso y las actitudes respect a la Smart TV.

Los KPI's recogidos: los momentos de consume preferidos, la percepción de la Publicidad en este dispositivo (recuerdo, intrusion, preferencia de formato, etc.)

Con los datos recolectados de la parte cualitativa, Toluna llevó a cabo un studio cuantitativo para medir diferentes KPI's: contenido, momentos de visualización, posicionamiento de la Smart TV, atributos principals, uso de las apps.

U&A

# 2,320

Interacciones de los participantes

## Impacto

AtresMedia ha conseguido penetrar en el formato publicitario de la Smart TV con su aplicación de streaming Atres Player que está presente en la mayoría de las Smart TV de España.

Smart TV ya supone el 10% de consume de Atres Player y está posicionada como una de las mejores ofertas de Smart TV del mercado.

Este proyecto ha impactado en las ventas de AtresMedia Publicidad, gracias a este studio y los datos obtenidos, AtresMedia puede convencer a los publicistas para que inviertan más y más en el formato publicitario de video online ya que los usuarios que acceden a la aplicación de streaming lo hacen a través de su Smart TV

Medio de comunicación

**ATRESMEDIA**  
PUBLICIDAD





Toluna es una mezcla ente independencia de usuario para manejar una Plataforma online 100% flexible para lanzar tus encuestas de forma rápida y eficaz, y el servicio de calidad de Toluna.



**Fernando Pino Velázquez**

Director de servicios de Marketing Atresmedia Publicidad

toluna\*