



LA CORRESPONDANCE

Innovación, tendencias y tecnología



¡Bienvenid@ a la Píldora mensual! de Havas Media

01
ACTUALIDAD

INFORME DE INVERSIÓN
PUBLICITARIA INFOADX
PERÍODO: ENERO -
SEPTIEMBRE 2020

02
DÍA A DÍA

NOVEDADES EN
INSTAGRAM

03
INSPIRACIÓN

MAQUILLARSE EN LA
ERA DE LA VIDEOCALL

01 Actualidad

HEADLINES

Infoadex acaba de publicar la cifra estimada de inversión del mercado publicitario de enero a septiembre que incluye, además de los soportes controlados, una estimación adicional en base a datos declarativos del mercado.

- La **inversión en medios cae un 22,2%** en los nueve primeros meses y se sitúa en 3.308,8 M€. En este periodo el mercado ha perdido casi 950 M.
- **Digital, es líder en inversión, con el 46% de SOI y baja un 9%.** Las RRSS son la disciplina con mejor desempeño, con una caída tan solo del 1% mientras Search y Vídeo & Display sufren caídas superiores al 10%.
- **La TV, que representa el 32% SOI, cae un 24,4%.** Esta caída viene provocada por Mediaset y Atresmedia que pierden entre las dos más de 300 M. Los canales de pago y las autonómicas aguantan un poco mejor el tipo y caen por debajo de la media del mercado.
- **Cine y Exterior son medios muy penalizados** por las limitaciones a la movilidad que se están teniendo durante la pandemia.
- La **radio pierde un 29%** de inversión mientras que los medios impresos también se ven muy penalizados, especialmente las revistas y SSDD. La prensa decrece un 32%.
- Se estima una **caída del mercado a final de año entre 18%-25%**

INVERSIÓN PUBLICITARIA - INFOADEX ENERO – SEPTIEMBRE 2020

	Ene_Sep 2019	Ene_Sep 2020	% evol.
Cine	17,6	6,0	-65,9
Diarios	324,8	220,9	-32,0
Exterior	310,8	153,7	-50,6
Radio	347,9	247,5	-28,8
Revistas	137,3	74,8	-45,5
Dominicales	15,9	6,5	-59,1
Televisión	1.412,2	1.067,6	-24,4
Total Digital	1.684,9	1.532,4	-9,1
Search	622,9	552,7	-11,3
Websites (*)	598,1	521,3	-12,9
Redes Sociales	463,8	458,3	-1,2
Total medios	4.251,1	3.308,8	-22,2

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.
(*) Antes denominado Internet

Las previsiones de cierre para el 2020 no son optimistas y auguran un descenso superior al 20% aunque para el 2021 se espera una recuperación de entre 10-15%.

NOVEDADES EN INSTAGRAM

02 Día a día

NUEVO DISEÑO EN LAS STORIES DE INSTAGRAM



- Para mejorar la interacción y la experiencia del usuario, están haciendo un test en fase **BETA** en el que el CTA de los anuncios de Instagram stories aparece en el medio de la pantalla en vez de abajo del todo.
- Aplica solo a anuncios con imágenes (no vídeo)
- Afecta solo a IG Stories, ni FB Stories ni Messenger
- Solo se mostrará de esta forma a un pequeño porcentaje de usuarios.



ANUNCIOS DE INSTAGRAM QUE VINCULAN A IGTV

Ya es posible crear anuncios de IG que dirijan a:

- El canal de IGTV del cliente
- Un vídeo concreto dentro del canal de IGTV

Requisitos:

- Tener una cuenta de Instagram con vídeos de IGTV
- Trabajar alguno de los siguientes objetivos:
 - Reconocimiento de marca
 - Alcance
 - Tráfico
 - Interacción
 - Reproducciones de vídeo
- Utilizar (de momento) formato vídeo.

No se trata de promocionar directamente el propio vídeo de Instagram TV, sino redirigir desde un post o desde stories a ese contenido.



HEADLINES

Paso a paso: una nueva forma de maquillarse para una videoconferencia.



<https://thetartle.tumblr.com/post/635224224819183616>



LA CORRESPONDANCE

Innovación, tendencias y tecnología