

## AdEx Focus

Il modo più semplice e veloce per conoscere il proprio mercato

Un rapporto sintetico, flessibile e aggiornato: grazie ad AdEx Focus è possibile monitorare l'andamento pubblicitario del proprio mercato di riferimento e le mosse dei concorrenti nel modo più immediato ed approfondito.



### Obiettivi

AdEx Focus permette allo staff dirigenziale ed al reparto marketing di essere sempre aggiornati sul proprio ambito competitivo.

Il report include dati, grafici e commenti di sintesi pronti all'uso che garantiscono tutti gli elementi essenziali per comprendere lo scenario in cui l'azienda si trova ad operare tra i quali:

- Monitoraggio delle principali aziende attive nel mercato di riferimento e analisi degli investimenti in base ai media mix utilizzati ed alla stagionalità
- Individuazione delle soglie di investimento che permettono di raggiungere una determinata share of voice
- Analisi delle pianificazioni con dettaglio settimanale con la possibilità di integrazione delle informazioni sulla creatività degli annunci
- Presentazione e reportistica pronte all'uso per la consultazione

### Contenuti

Con AdEx Focus è possibile analizzare il mercato pubblicitario tramite:

- Investimento pubblicitario netto, con l'applicazione dei fattori di abbattimento mensili stimati da Nielsen
- Pressione pubblicitaria espressa in GRP
- Ulteriori dettagli in base alle esigenze del cliente

I dati coprono un periodo fino a tre anni e sono aggiornabili con periodicità mensile, trimestrale o superiore.

Il rapporto viene spedito via email all'utente con i dati più recenti e fruibili attraverso una password riservata.

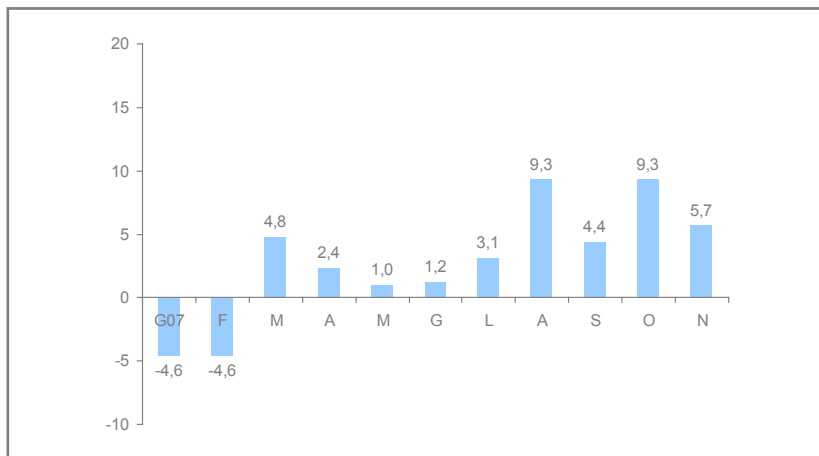
La flessibilità e la semplicità di fruizione sono i punti di forza di questo servizio che diventa fondamentale al momento di valutare le scelte strategiche di comunicazione.

### Vantaggi

- Dati di facile lettura grazie a grafici e commenti
- Flessibilità nella costruzione dei mercati
- Aggiornamento continuo sui trend in atto

# AdEx Focus

## Advertising: variazione % mensile tendenziale



Totale mercato pubblicitario (Comm. Naz. + FCP + Altro) (Gen-Nov 2007)

## Struttura

Il rapporto, in forma digitale, è suddiviso in tre sezioni con un livello crescente di focalizzazione.

Mercato pubblicitario italiano:

- Trend degli investimenti (ultimi 3 anni)
- Analisi della raccolta pubblicitaria per mezzo
- Analisi degli investimenti per macrosettore

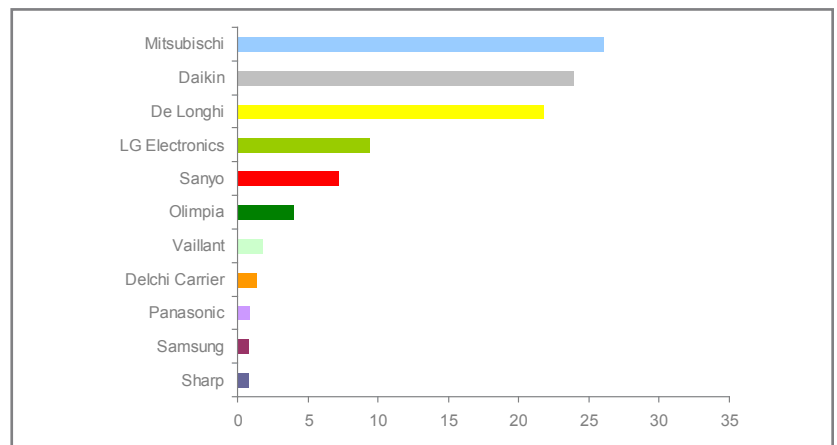
Analisi del mercato di riferimento:

- Dimensione del mercato
- Trend degli investimenti
- Stagionalità degli investimenti
- Media mix del mercato

Analisi in dettaglio:

- Share of voice
- Volume mensile di investimento per azienda
- Mappa di posizionamento strategico per azienda
- Strategie di utilizzo dei media
- Analisi concorrenziale per azienda con dettaglio settimanale

## Share of voice per azienda



Mercato climatizzatori (Gen-Set 2006)

## Integrazione con altri servizi

Allo scopo di completare il panorama informativo relativo al proprio mercato di riferimento, è possibile integrare le analisi quantitative alle analisi qualitative tramite il servizio Creative Dynamix che rileva tutte le nuove creatività in tempo reale per Tv, Stampa (Quotidiani e Periodici), Radio, Affissioni e Cards.

Per maggiori informazioni si prega contattare i nostri account:

[sales.italy@nielsen.com](mailto:sales.italy@nielsen.com)

Tel.: +39.02.54035.1

[www.nielsenmedia.it](http://www.nielsenmedia.it)