

Kantar Media lanza *Unlocking Value*, dos guías para aprovechar el valor de los datos en la era cross-media

El auge del video online, la medición basada en personas y la colaboración sectorial ofrecen oportunidades para todo el mercado

Madrid, 19 de abril de 2023 – Para acompañar a la industria en el complejo ecosistema mediático y digital actual, Kantar Media ha lanzado *Unlocking Value*, dos guías orientadas a proporcionar a los anunciantes y a los medios una imagen completa del contexto audiovisual para tomar decisiones estratégicas.

Todo ello en un momento en el que la medición de audiencias está cambiando a una velocidad vertiginosa, con nuevas plataformas, una producción de contenidos diaria y con la inteligencia artificial como apoyo. En mitad de esta vorágine se encuentra el consumidor, cuyo visionado está cada vez más fragmentado entre múltiples pantallas, contenidos y dispositivos.

Una guía para que los anunciantes capten audiencias cross-media

La guía *Unlocking Value* para anunciantes desvela cómo la medición cross-media, inicialmente a través de TV y digital, está proporcionando los datos que necesitan para interactuar con sus audiencias y optimizar sus inversiones en todas las pantallas. Y para ello es clave tener una vista completa de la audiencia, ya que lo que no se mide no se puede monetizar. En este contexto, los anunciantes deben adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado y actualizar sus estrategias de planificación y compra de medios para optimizar sus inversiones.

Por otro lado, la medición debe pasar de dispositivos a personas. Esto permite aumentar el impacto en todo el funnel de ventas gracias a la mayor comprensión del comportamiento de los consumidores de contenido y a la mejora de la efectividad en la segmentación.

Por último, la colaboración sectorial es fundamental. Solo a través del consenso y el impulso conjunto puede avanzarse hacia la medición cross-media, tal y como prueban los mercados donde ya se ha estandarizado.

Una guía para que los medios rentabilicen su audiencia entre plataformas

La guía *Unlocking Value* para medios demuestra las numerosas ventajas de ampliar la medición de audiencias para incorporar el visionado en todas las pantallas.

En lo que a contenidos se refiere, el vídeo online ha inclinado la balanza, convirtiéndose en un contenido extremadamente popular y que dibuja una tendencia futura: la distribución fluida de contenidos a través de múltiples dispositivos.

En línea con este cambio de paradigma, los medios tendrán que pasar de la reacción a la acción. La adopción de la medición cross-media, y sus conocimientos generados, ofrecen a los medios ventajas competitivas significativas.

Por último, el uso de métricas integradas da lugar a una mayor granularidad del dato, lo que permite obtener información de mayor utilidad en términos de efectividad y estrategia.

“Las guías *Unlocking Value* son un reflejo de nuestra experiencia y visión global para empujar la industria hacia nuevas oportunidades. Los hábitos de la audiencia están cambiando rápidamente. Nunca ha sido más importante para las empresas de medios, tanto compradores como vendedores, buscar una visión unificada de su audiencia para lograr un crecimiento sostenido”, según Antonio Wanderley, CEO de Kantar Media para España, Latinoamérica, APAC y África.

KANTAR MEDIA

Las guías están disponibles para su descarga en:

<https://www.kantar.com/es/campaigns/unlocking-value>

Sobre Kantar Media

Kantar Media es líder mundial en investigación de medios. Esto incluye la medición de audiencias -informando de todo el visionado en todas las plataformas-, perfiles de consumidores y segmentación con TGI, e inteligencia publicitaria en profundidad. Nuestra versatilidad, escala, tecnología y experiencia permiten a nuestros equipos comprender el cambiante panorama de los medios e impulsar el crecimiento de nuestros clientes.

Contacto Prensa

Juan C. Sánchez

juanc.sanchez@kantar.com