

Campaña Promoción del Deporte Federado Junta de Andalucía

Irismedia, Agencia de Medios

5 de octubre de 2023

Índice

1. Objetivos de campaña
2. Público objetivo / Consumo de medios
3. Selección de medios
 1. Selección de soportes Digitales
 2. Display
 3. Redes Sociales y Youtube
4. Datos de alcance



1. Objetivos de campaña

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

INFORMAR de las ventajas del Deporte Federado en Andalucía, fomentando el carácter inclusivo e igualitario del deporte.

CONECTAR, generar empatía y engagement con el público a través de la comunicación que impulse la fijación del mensaje.

IMPULSAR a través de la correcta difusión del mensaje el incremento del número de federados en Andalucía.

OBJETIVOS DE MEDIOS

Alcanzar los máximos niveles de **COBERTURA**, amplificando el mensaje y consiguiendo incrementar el recuerdo y el reconocimiento.

Establecer una **FRECUENCIA** óptima que fije el mensaje en el público objetivo.

Búsqueda y selección de aquellos soportes con mayor **AFINIDAD** con los usuarios, que nos permitan optimizar el presupuesto e incrementar la eficacia.



2. Público objetivo / Consumo de medios

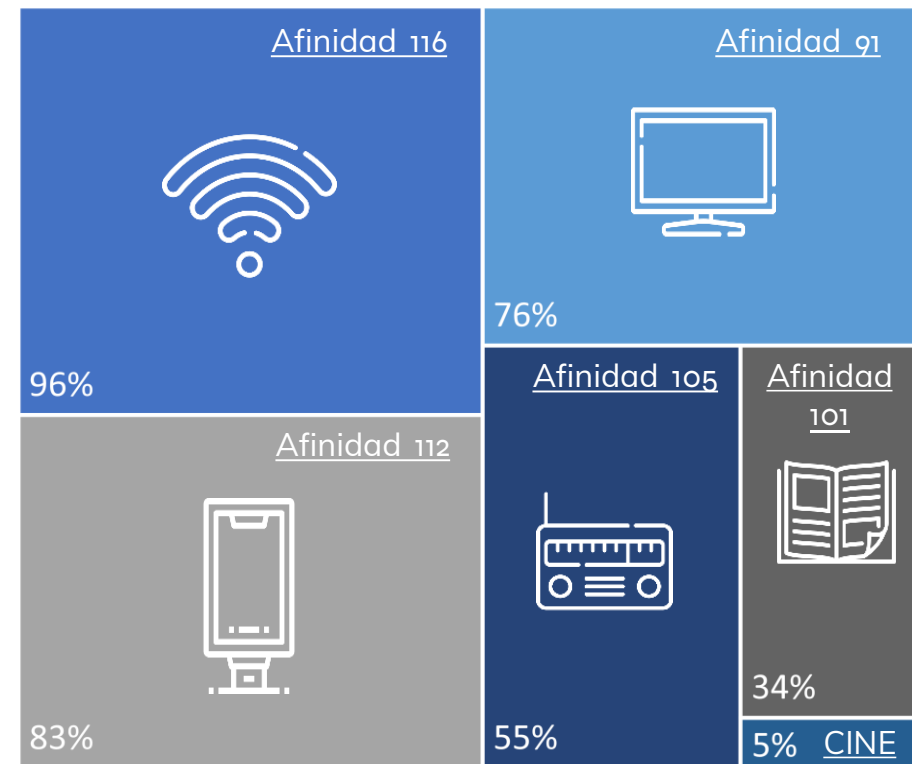
El análisis del target y su consumo de medios nos permite identificar los puntos de contacto más idóneos.

Definimos nuestro target como Individuos entre **16-54 años**, residentes en **Andalucía** con **intereses** en **Deportes**



DIGITAL es el medio más consumido por los Deportistas Andaluces, con una penetración del 96%.

Seleccionamos aquellos medios/soportes que reportan una mayor afinidad y alcance y nos permiten optimizar la frecuencia y el recuerdo con la finalidad de incrementar el número de Federados en Andalucía.



3. Selección de medios

Considerando los objetivos de campaña, el presupuesto disponible y el consumo de medios del target centramos nuestra campaña en el medio Digital.



DIGITAL

- ✓ Medio líder de consumo para el target, presenta una **Cobertura** del 96%.
- ✓ Es el medio con mayor índice de **Afinidad** (i.116), lo que nos permite una mayor precisión en la comunicación cualificando el alcance y minimizando el desperdicio de impacto.
- ✓ Sus altas capacidades de **Segmentación** (sociodemográficas, intereses, keywords...), nos ayudan a alcanzar de manera eficiente y efectiva a nuestro público de referencia.
- ✓ Nos aporta **Notoriedad**, capacidad de publicar contenido y viralización del mensaje. Genera tráfico a la landing.
- ✓ La utilización de diferentes formatos incrementa la **Visibilidad** de la campaña, ya sean en PC o en mobile.



Una campaña en **Televisión** o **Exterior** de cobertura y notoriedad tiene un alto coste para una presencia mínima.



Medio no visual, con un alto coste de acceso para conseguir la frecuencia necesaria.



Desde el año 2020 se ha potenciado la caída en las tiradas de las ediciones en papel a favor de un empuje en la digitalización de los medios gráficos.

El perfil del potencial usuario ha migrado hacia la modalidad de consumo digital. **Trabajamos los diarios líderes de información tanto generalista como deportiva y económica a través de sus ediciones digitales.**



El **Cine** presenta una cobertura demasiado baja para considerarse un medio eficiente.

3. Selección de medios

Trabajamos una estrategia con la que captar a nuestro público objetivo en el momento y lugar adecuados. Seleccionamos los emplazamientos más idóneos para atraer su atención y generar tráfico a la landing de campaña.



3.1. Selección de soportes Digitales

Utilizamos las diferentes disciplinas que nos ofrece el medio Digital para lograr la mayor cobertura, garantizando que el mensaje impacte a los usuarios de manera eficiente.

DISPLAY

Es la forma más extendida de publicidad que combina **imágenes** con **texto** y **redirige a web**. La presencia en diarios digitales otorga un alto nivel de **prescripción** y **credibilidad** a la campaña.

Nos ayuda a transmitir el mensaje en **formatos integrados** en el soporte.

Nos permite alcanzar una gran cobertura por su **adaptación** a los medios y su capacidad **multidispositivo**.



REDES SOCIALES

Las Redes Sociales se han convertido en la disciplina **más** consumida en Digital. Además de los elevados niveles de cobertura que presentan, la presencia de nuestra campaña en ellas nos ayuda a transmitir nuestro mensaje en un entorno de **ocio**, alcanzando a un usuario **predispuesto** a consumir contenido.

Presentan una alta capacidad de **segmentación**, permitiéndonos impactar a nuestro público de manera efectiva.

Posibilidad de **interacción** e implicación del usuario con la campaña.



VÍDEO (Youtube)

Tiene una alta aceptación, captando la **atención** del público durante más tiempo que otros formatos.

Apoya a la **notoriedad** de la campaña y a crear imagen de marca.

Refuerza el **recuerdo** del mensaje.



E-MAILING

Contacto directo con la diferentes Federaciones.

Permite una gestión **ágil** y flexible de la comunicación.

Capacidad de **seguimiento** y **medición**



3.2. Display

Presencia en sites de información general, deportiva, económica y refuerzo en jóvenes.

PRENSA DIGITAL INFORMACIÓN GENERAL

- ✓ El Español
- ✓ El País
- ✓ El Mundo
- ✓ El Confidencial
- ✓ Voz Populi
- ✓ ElDiario.es
- ✓ La Razón
- ✓ 20 Minutos
- ✓ Ok Diario
- ✓ La Opinión de Málaga
- ✓ Diario Sur
- ✓ Diario de Córdoba
- ✓ Diario de Sevilla
- ✓ Diario de Cádiz

PRENSA DIGITAL INFORMACIÓN DEPORTIVA

- ✓ Marca
- ✓ AS
- ✓ Estadio Deportivo
- ✓ El Desmarque

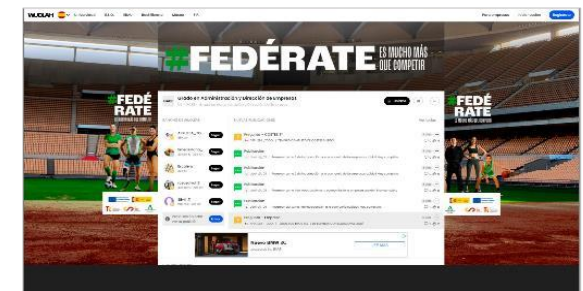
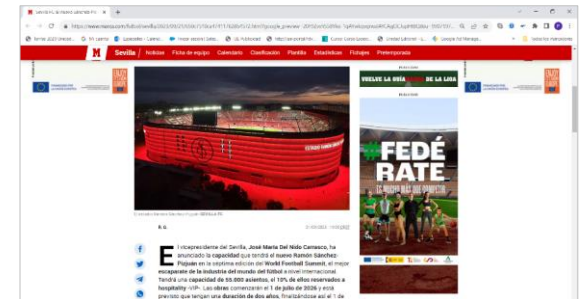
SITE REFUERZO JÓVENES

- ✓ Wuolah

PRENSA DIGITAL INFORMACIÓN ECONÓMICA

- ✓ El Economista

 11.020.000 IMPRESIONES



3.3. Redes Sociales y Youtube

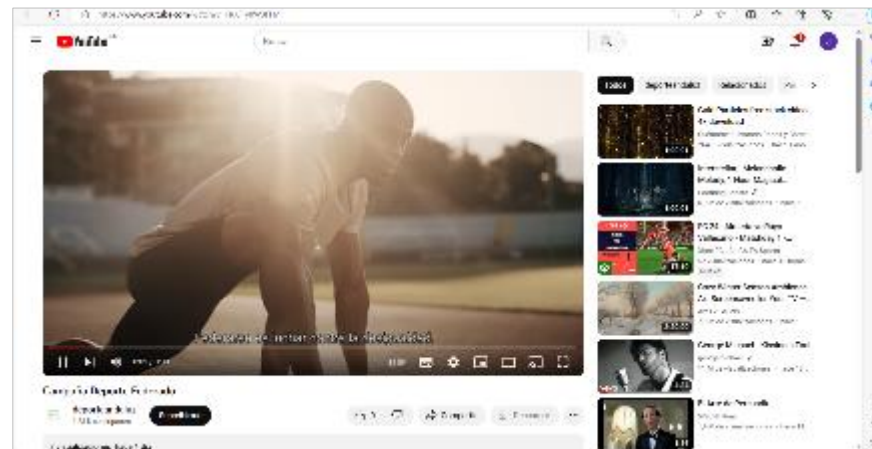
Presencia en las dos redes sociales líderes en consumo y en la plataforma líder de vídeo y contenidos.


REDES SOCIALES

- ✓ Facebook
- ✓ Instagram

VIDEO

- ✓ Youtube



 10.800.000 IMPRESIONES

4. Datos de Alcance



TARGET:
Individuos 16-54, Andalucía con
intereses en Deportes

Grp's	668,5
Cobertura	83,4%
OTS	8,0
IMPACTOS	21.820.000

Ahora, más que nunca



PREMIOS WINA
(World Independent Advertising Awards)

Ganadores en categoría:
Efectividad de campaña



info@irismedia.es



www.irismedia.es



+34 91 725 09 65



Irismedia, Agencia de medios

2022



Categoría

Effectiveness Brand Activation
"Awaken to Peru"



2019



Categoría

Effectiveness Summons
"Campaña Turismo de Madrid"



Categoría

Effectiveness Summons
"Campaña Promperú Arco"



2018



Categoría

Effectiveness Services
"Campaña Influencers de Perú"



2017



Categoría

Effectiveness Summons
"Campaña Vota Madrid"



Categoría

Effectiveness Summons
"Campaña Madrid World Pride"



Tu éxito es nuestro motor.

Experiencia, tecnología y servicio.
No importa los desafíos.



Registro de licitaciones de España con la clasificación máxima TID.

