

IPSOS lanza CONNECT: LIVE

- Una herramienta que obtiene mediciones que van más allá de las disponibles hasta ahora, combinando datos de comportamiento (web analytics), datos de audiencias (registros y perfil) y datos actitudinales (impacto en la marca)
- Se realiza desde la plataforma de Facebook y con usuarios reales, en lugar de panelistas
- Los anunciantes podrán testar sus campañas antes de lanzarlas al mercado, así como medir el impacto alcanzado por la marca con anuncios activos al poco de lanzarlos, permitiendo optimizarlos en tiempo real.

Madrid, 1 de diciembre de 2016.- IPSOS, el mayor instituto independiente de investigación de mercados con presencia en más de 85 países, **ha anunciado el lanzamiento de CONNECT:LIVE, una innovadora herramienta que permite a las marcas medir el impacto que tienen los vídeos publicitarios en Facebook.**

IPSOS **podrá obtener mediciones que van más allá de las disponibles hasta ahora, combinando datos de comportamiento, registros y valoración de marca.** Así, **los anunciantes podrán testar sus campañas antes de lanzarlas al mercado** y medir el impacto alcanzado por la marca con anuncios activos al poco de lanzarlos, permitiendo optimizarlos en tiempo real.

El nuevo servicio Connect: Live permite **combinar la inmediatez de los insights con un completo conjunto de mediciones fiables**, garantizando que los clientes reciben toda la información que necesitan para tomar decisiones de negocio significativas. Los usuarios de Facebook expuestos a las campañas reciben un link invitándoles a participar en una encuesta de Ipsos en menos de 24 horas, pudiendo realizarla desde cualquier dispositivo: móvil, tableta o desktop.

“Hasta el momento, el éxito de una campaña online se medía sólo a través de parámetros comportamentales, como el número de reproducciones y clicks, pero esa información poco tiene que ver con los verdaderos resultados para la marca, como la notoriedad conseguida, o el nivel de consideración generado en los consumidores. Gracias a Connect:Live las agencias podrán comprender a fondo cómo las campañas de vídeo online pueden alinearse con los objetivos de negocio de las marcas” señala **Toni Seijo, director de IPSOS Connect España.**

Connect:Live está ya disponible en IPSOS Connect España, la división de IPSOS dedicada exclusivamente a la investigación de comunicación de marca, publicidad y medios de comunicación. Una división cuyo objetivo es ayudar a sus clientes a comprender y adaptarse a la compleja nueva realidad del panorama publicitario moderno, a través de nuevas estrategias, enfoques y productos que se adapten mejor a la era digital.

Gracias a todo esto, **las marcas podrán hacer seguimiento de la eficacia publicitaria en el mercado, y la evaluación de su valor de marca**, con el fin de que puedan tomar las decisiones más acertadas en cada etapa del proceso de desarrollo de su contenido publicitario, maximizando el rendimiento de sus inversiones publicitarias en medios tanto tradicionales como digitales.

Para más información:

Gabinete de Prensa de Ipsos (Peidró Comunicación)

Elisa Vila/Beatriz Fernández

evila@peidrocomunicacion.com

bfernandez@peidrocomunicacion.com

Tel: 91 457 04 54