



EDICIONES CONDÉ NAST

DEL COMPROMISO A LA DECISIÓN DE COMPRA



A woman in a tiger-print dress stands in a lush jungle. In the background, a traditional pagoda with red roofs and green walls is visible. The scene is framed by decorative black floral patterns in the corners.

A NIVEL MUNDIAL, EL COMPROMISO* ES EL NUEVO PARAMETRO
PARA MEDIR LA EFICACIA** DE LOS MEDIOS

*

(Del lat. *compromissum*).
1. m. Obligación contraída.
2. m. Palabra dada.

**

(Del lat. *efficacia*).
1. f. Capacidad de lograr el
efecto que se desea o se espera.



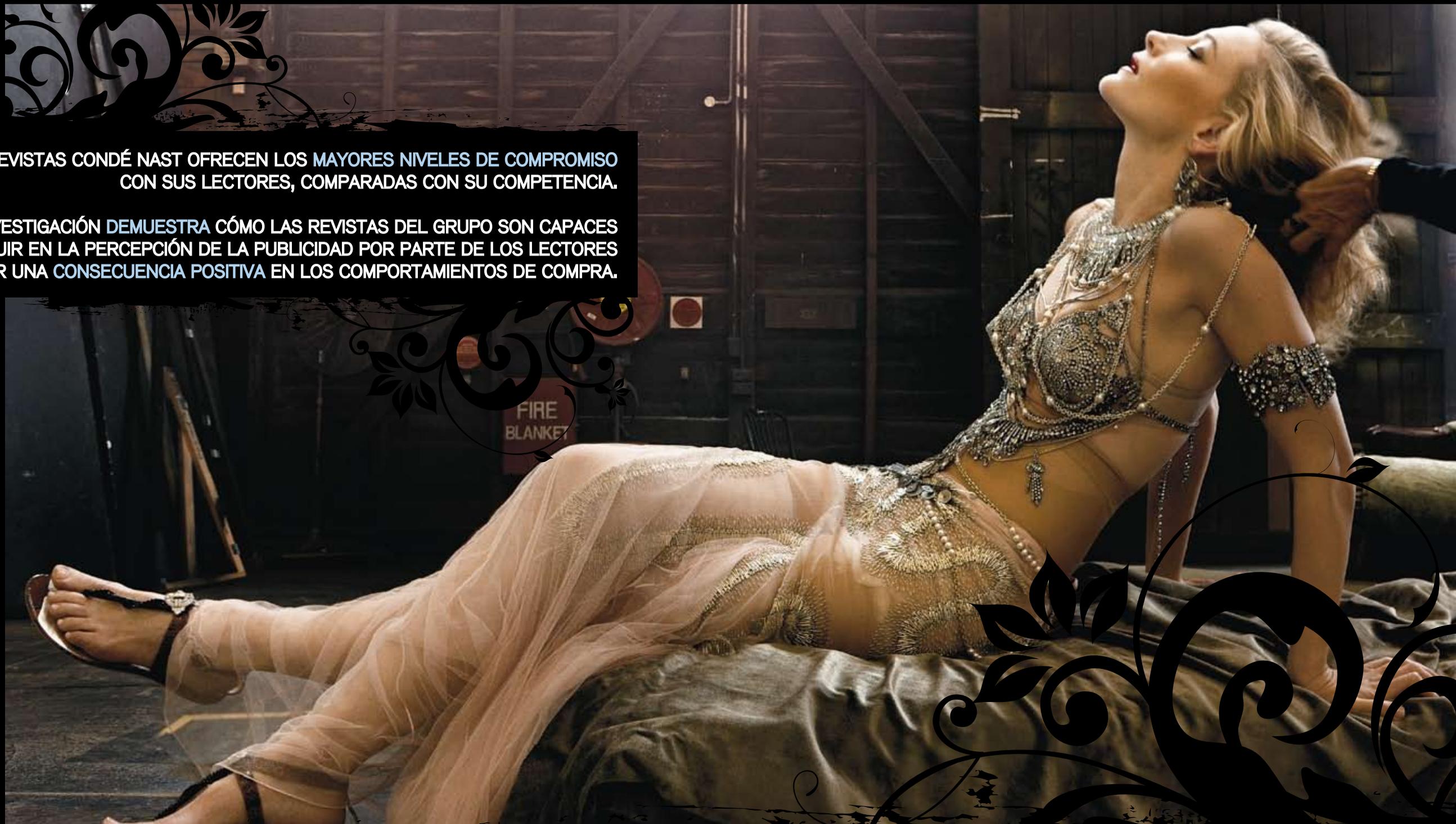
CONDÉ NAST ES EL GRUPO EDITORIAL QUE HA INTRODUCIDO
EL CONCEPTO DE COMPROMISO EN LOS MERCADOS
EN LOS QUE ESTÁ PRESENTE Y QUIEN MEJOR LO REPRESENTA.

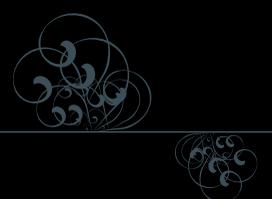
EDICIONES CONDÉ NAST

LAS REVISTAS CONDÉ NAST OFRECEN LOS MAYORES NIVELES DE COMPROMISO
CON SUS LECTORES, COMPARADAS CON SU COMPETENCIA.

LA SIGUIENTE INVESTIGACIÓN DEMUESTRA CÓMO LAS REVISTAS DEL GRUPO SON CAPACES
DE INFLUIR EN LA PERCEPCIÓN DE LA PUBLICIDAD POR PARTE DE LOS LECTORES
Y TENER UNA CONSECUENCIA POSITIVA EN LOS COMPORTAMIENTOS DE COMPRA.

EDICIONES CONDÉ NAST





DE LA PASIÓN AL COMPROMISO



¿QUÉ ES UN LECTOR COMPROMETIDO?
¿QUÉ ES UN LECTOR COMPROMETIDO?
¿QUÉ ES UN LECTOR COMPROMETIDO?
¿QUÉ ES UN LECTOR COMPROMETIDO?

POSICIONAMIENTO

El que conoce el posicionamiento del medio y valora positivamente la publicidad

COMPRA

El que utiliza el medio en sus decisiones de compra

DIVULGACIÓN

El que habla del medio y sus temas en su entorno

TARGET

El que utiliza el medio como herramienta de trabajo



EL SIGUIENTE ESTUDIO HA SIDO LLEVADO A CABO POR THE COCKTAIL ANALYSIS Y EL GRUPO CONDÉ NAST EN 2009 CON LECTORES HABITUALES DE REVISTAS.

FICHA TÉCNICA

Estudio online a individuos de 20 a 50 años, lectores de revistas CN y competencia. Cuestionario a nivel nacional, asistido por ordenador. **Duración:** 12 minutos

Muestra para revistas femeninas

Cosmo	531
Elle	452
Vogue	426
Telva	354
Glamour	354

Muestra para revistas masculinas

GQ	215
DT	212

Muestra para revistas viajes

VNG	788
Viajar	666
CN Traveler	350

Muestra para revistas decoración

Casa Viva	420
Arquitect y Diseño	197
AD	182





POSICIONAMIENTO

Aquel lector que conoce el posicionamiento del medio y valora positivamente la publicidad





MAPA DE POSICIONAMIENTO DE REVISTAS FEMENINAS

Atributos que ayudan a definir mejor a cada revista desde la óptica de los lectores



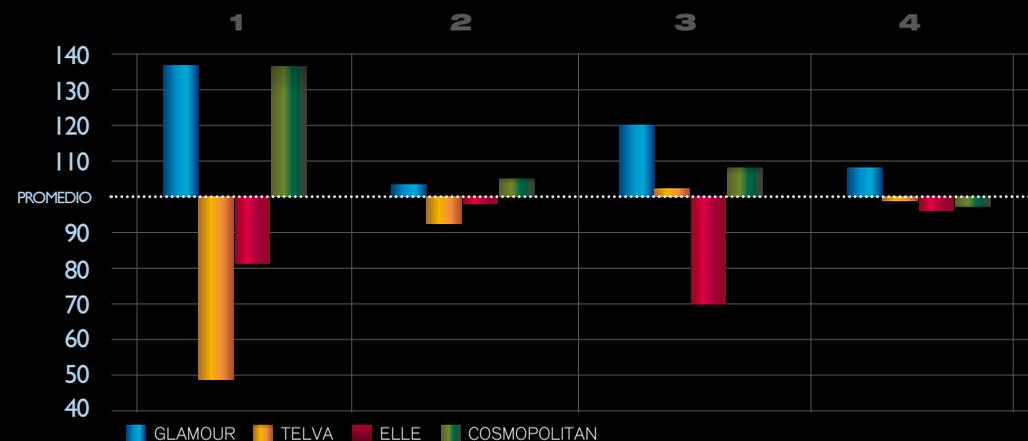
VALORACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN REVISTAS FEMENINAS



- 1) Se anuncian marcas más lujosas
- 2) Se anuncian marcas más prestigiosas
- 3) Los anuncios son más cuidados
- 4) Cuidan más el tipo de marca que se anuncia
- 5) La publicidad es casi tan importante como el contenido

VOGUE

VALORACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN REVISTAS FEMENINAS



- 1) Publicidad de marcas jóvenes
- 2) Selecciona para mi aquello que tengo que saber
- 3) Publicidad de moda que apetece ponerse
- 4) Es una guía de compras perfecta y apropiada

GLAMOUR

Base: lectoras de al menos tres números en el último año.

MAPA DE POSICIONAMIENTO DE VANITY FAIR

Atributos que ayudan a definir mejor a cada revista desde la óptica de los lectores

Frente a revistas mensuales que comparten un perfil de lector y de anunciante similar

VARIEDAD DE TEMAS / INVESTIGACIÓN DE LA ACTUALIDAD



TEMÁTICA MÁS CONCRETA / MUESTRA TENDENCIAS

Frente a publicaciones semanales que tratan temas de actualidad

COMPRA VOLUNTARIA / CALIDAD DEL CONTACTO

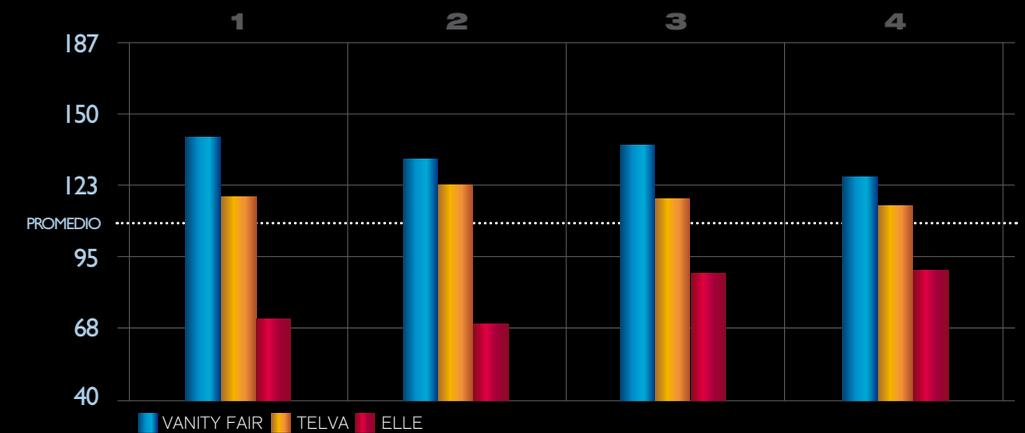


DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Base: Lectoras de al menos tres números desde el lanzamiento



VALORACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN VANITY FAIR FRENTE A OTRAS MENSUALES



- 1) Se anuncian marcas más lujosas
- 2) Se anuncian marcas más prestigiosas
- 3) Se anuncian marcas más internacionales
- 4) La publicidad hace soñar

VANITY FAIR

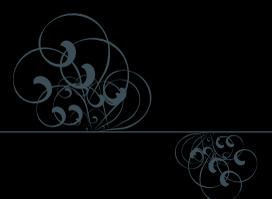
Base: lectoras de al menos tres números en el último año.



COMPRA

Aquel lector que utiliza el medio en sus decisiones de compra

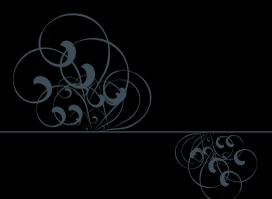




DIVULGACIÓN

Aquel lector que habla del medio y sus temas en su entorno





TARGET

Aquel lector que utiliza el medio como herramienta de trabajo



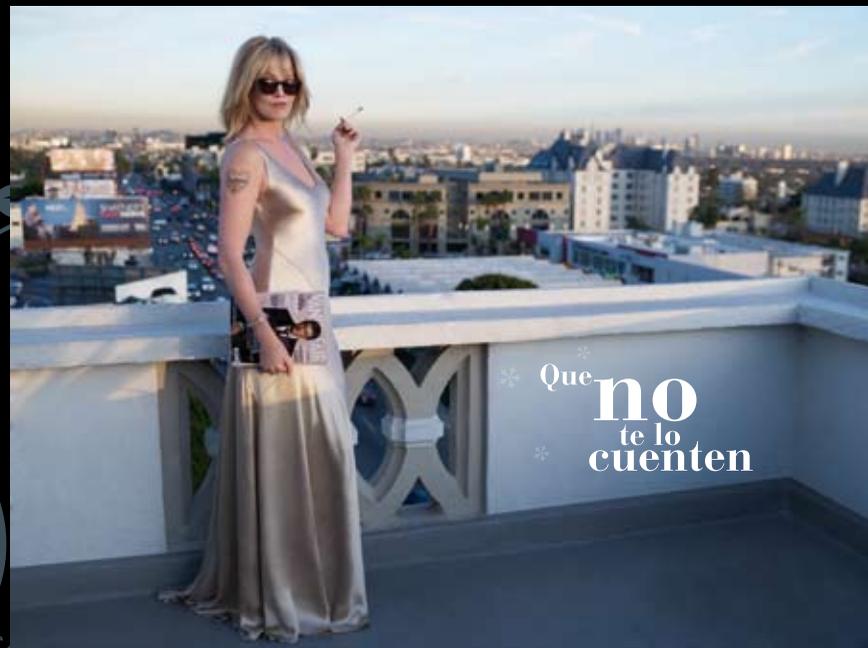


Podemos afirmar que tenemos los lectores más apasionados y también los más comprometidos

PORQUE CONSIDERAN NUESTRAS REVISTAS COMO TRENDSETTERS
VALORAN LA PUBLICIDAD QUE CONTIENEN
UTILIZAN NUESTRAS REVISTAS EN EL PROCESO DE COMPRA
DIFUNDEN NUESTROS CONTENIDOS
SON MÁS ESPECIALIZADOS QUE LOS LECTORES DE OTRAS REVISTAS



La campaña de publicidad de Condé Nast refleja el compromiso de sus lectores hacia cada una de las cabeceras. Personas con talento, reconocidas y admiradas que se declaran fieles lectores de las revistas Condé Nast





EDICIONES CONDÉ NAST

Pº Castellana, 9-11 • 28046 Madrid
Tel: 91 700 41 70

