

ARRANCA CON LA ABC LA PRIMERA PRUEBA DE NIELSEN PARA MEDIR TELEVISIÓN VISTA A TRAVÉS DE APLICACIONES MÓVILES

NUEVA YORK - 14 de mayo de 2013

Nielsen y ABC anunciaron hoy la participación por primera vez de Nielsen en la prueba para expandir a dispositivos móviles el estudio de *Nielsen Online Campaign Ratings*. Rápidamente surgió, como el estándar para la medición de campañas *online*, la *Nielsen Online Campaign Ratings* mide la audiencia de la publicidad digital. La incorporación de las aplicaciones móviles ampliará significativamente la huella de cobertura de la solución, que actualmente cuenta con computadora y navegadores de tabletas.

La proliferación de dispositivos móviles aunada a la facilidad de las aplicaciones ha contribuido al crecimiento en los últimos años de la visualización de vídeo tanto en teléfonos inteligentes como en las tabletas, según un estudio de Nielsen. A través del programa piloto *Nielsen Online Campaign Ratings*, ABC podrá medir las características demográficas de la audiencia y comprender el alcance y la frecuencia de las campañas en línea a través de los contenidos de la ABC en la web y en las aplicaciones móviles.

Geri Wang, presidente de ventas de ABC, anunció su participación en el proyecto piloto hoy durante su presentación Upfront. "Gran parte del aumento en la sintonización de nuestros videos proviene de aplicaciones en dispositivos móviles, por lo tanto, la capacidad de entender quienes ven los anuncios es crucial para nuestro negocio ", dijo Wang. "Los espectadores han demostrado que quieren ver contenidos de ABC a través de todos los medios posibles, y cada vez más en sus *smartphones* y *tablets*. Este ensayo con Nielsen es un importante siguiente paso que nos permite ayudar a los anunciantes ver el cuadro completo, y hacer más convincente la oferta de ABC Unified".

ABC y Nielsen tienen un historial de colaboración en innovación en torno a la publicidad multiplataforma. A principios de este año, ABC empezó el uso integral de *Nielsen Online Campaign Ratings* para proporcionar métricas para la oferta de ABC Unified - una compra a través de todas las pantallas. En 2012, ABC y Nielsen anunciaron su trabajo para desarrollar un panel para medir hábitos de uso de *tablet* y la información del consumidor relacionando la exposición a los medios con el comportamiento de compra a través de Nielsen Buyer Insights.

"Cuando lanzamos *Nielsen Online Campaign Ratings* hace 18 meses, sabíamos que era el inicio de un cambio en el mercado en movimiento de la publicidad digital. Por primera vez, se logró que todas las partes entendieran la audiencia de una campaña publicitaria utilizando métricas comparables con la televisión ", dijo Cheryl Idell, vicepresidente Ejecutivo de Soluciones de Clientes de Nielsen. "En ese periodo, el uso del móvil se ha disparado y la necesidad de ampliar nuestra medida ha quedado claro. Estamos muy

contentos de anunciar esta piloto y de colaborar con ABC una vez más para ofrecer alta potencia y visión multi-plataforma al mercado".

La extensión móvil de Nielsen Online Campaign Ratings utilizará un enfoque similar a la metodología acreditada por el Media Rating Council, que combina, la plataforma cruzada de Nielsen, líder del mercado, de panel de hogares con datos de los proveedores para medir todos los anuncios, incluidos los vídeos y *display* en iOS y Android apps. El piloto se llevará a cabo en el verano de 2013.

ACERCA DE LA CAMPAÑA DE RATINGS DE NIELSEN

La campaña de ratings de Nielsen proporciona a los clientes globales indicadores comparables para la televisión y las campañas de publicidad en línea. Parte del conjunto de productos de la Campaña de Ratings de Nielsen, Nielsen Online Campaign Ratings combina la plataforma cruzada de datos de los hogares del panel de Nielsen aunado a información demográfica anónima, privada y protegida de los participantes en línea. La información de la campaña está disponible al día siguiente del lanzamiento, proporcionando datos cruciales a los anunciantes y editores. Nielsen Cross Platform Campaign Ratings, también parte de los productos, está basado en Nielsen Online así como los datos de televisión propiedad de Nielsen para entregar sin duplicidad e incrementar el alcance, la frecuencia y las medidas GRP para Televisión y publicidad en Internet.

ACERCA DE NIELSEN

Nielsen Holdings NV (NYSE: NLSN) es una compañía global de información y medición que lidera el del marketing y la información del consumidor, la televisión y medición de otros medios de comunicación, inteligencia online, medición de telefonía móvil, ferias comerciales y aspectos relacionados. Nielsen tiene presencia en aproximadamente 100 países, con sede en Nueva York, EE.UU. y Diemen, Países Bajos. Para obtener más información, visite www.nielsen.com.

CONTACTOS:

Nielsen: Julia Monti - julia.monti@nielsen.com - 646.654.4412

ABC: Susan Sewell - susan.l.sewell@abc.com - 212.456.1508¹

Fuente: <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2013/abc-kicks-off-first-ever-nielsen-trial-to-measure-ad-campaigns-i.html>

* Nielsen Online Campaign Ratings es el primer sistema de medición de Internet que provee clasificaciones demográficas para la publicidad online campañas de cualquier tamaño con ciertos indicadores comparables a los utilizados para la publicidad en televisión para ser acreditado por el MRC.