

Presentación Prensa España / Madrid 13 de febrero de 2017

# MEANINGFUL BRANDS

powered by

# WAVASGROUP



# Marco de Análisis

**+375.000** entrevistas  
**76.000** en *España*

33 mercados

15 industrias

**+1.500** marcas  
**281** en *España*

Bienal desde hace 8 años



- 1 Meaningful Brands es una **MÉTRICA EXCLUSIVA** de **HAVAS GROUP** que mide la fuerza y relevancia de una marca.
- 2 Es el primer MARCO DE ANÁLISIS GLOBAL que conecta marcas y bienestar de las personas.
- 3 Mide la calidad de los beneficios que las marcas producen para las personas y el RETORNO en TÉRMINOS de NEGOCIO.



# Nuestro propósito con **Meaningful Brands**

Inspira  
**Conexiones  
relevantes**

Entre  
**Personas y  
Marcas**

Que generen  
**Resultados de  
negocio**

Inspira conexiones relevantes identificando los vínculos entre la marcas y la vida de las personas que generan resultados de negocio.

Meaningful Brands es parte de nuestro paradigma de Marketing Orgánico.

Los 'insights' basados en datos ayudan a generar contenido de interés para los consumidores.

Los resultados muestran cómo las marcas relevantes logran, año tras año, mejores rendimientos en métricas de marketing y de negocio.

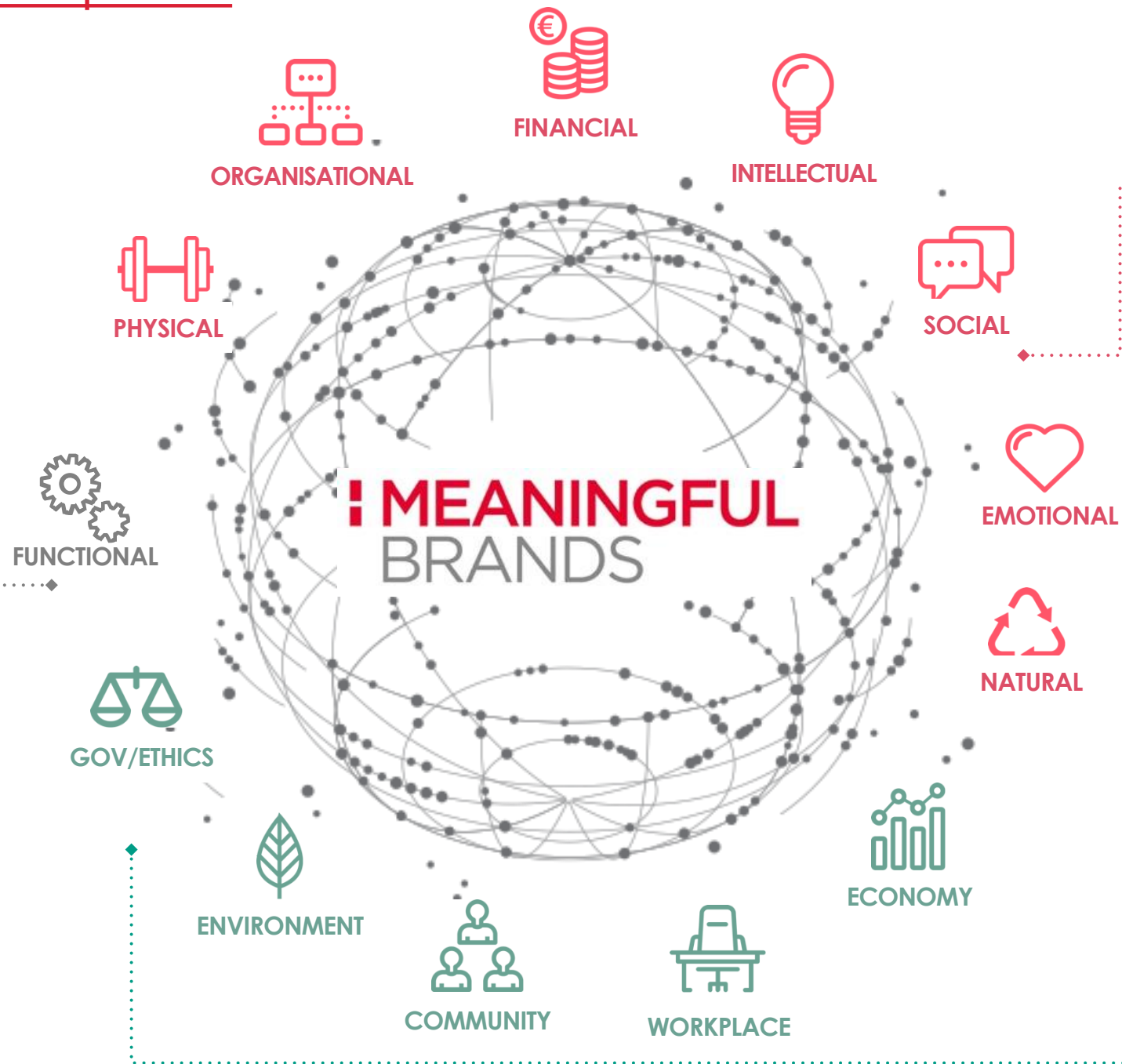
# Definiendo la relevancia

Entendiendo lo que realmente importa

Ir más allá del **producto**, explorar cómo las marcas **mejoran** de forma tangible **la vida** de la gente y el papel que juegan en la **sociedad**.



**Beneficios Funcionales**



**Beneficios Personales**



**Beneficios colectivos**

# ¿Nos importan las marcas?

Resultados Globales MB 2017



Continúa  
**la baja**  
**percepción**  
**de valor**  
en la relación con las  
marcas.

A LA MAYORÍA NO  
LES IMPORTARÍA  
QUE EL  
**74%**  
DE LAS MARCAS  
DESAPARECIESEN

(EDICIÓN 2015: 74%)

MENOS DEL  
**27%**  
DE LAS MARCAS  
CONTRIBUYEN DE FORMA  
IMPORTANTE A MEJORAR  
NUESTRA CALIDAD DE  
VIDA

(EDICIÓN 2015: 28%)


# Ranking Marcas más relevantes



## Resultados Globales MB 2017

1 	2 	3 	4 	5 	6 	7 	8 	9 	10 
11 	12 	13 	14 	15 	16 	17 	18 	19 	20 
21 	22 	23 	24 	25 	26 	27 	28 	29 	30 





# Resultados España

# ¿Nos importan las marcas?

Resultados España MB 2017

En España también continúa  
**la baja percepción de valor**  
en la relación con las marcas.

A LA MAYORÍA NO LES IMPORTARÍA QUE EL

**91%**

DE LAS MARCAS DESAPARECIESEN

(EDICIÓN 2015: 92%)

MENOS DEL

**8%**

DE LAS MARCAS

(EDICIÓN 2015: 9%)

CONTRIBUYEN DE FORMA IMPORTANTE A MEJORAR NUESTRA CALIDAD DE VIDA



# Ranking Marcas más relevantes

## Resultados España MB 2017

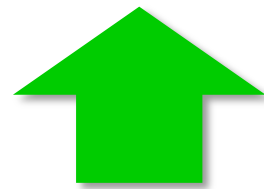


Crecen marcas de internet, ocio y viajes

# SECTORES

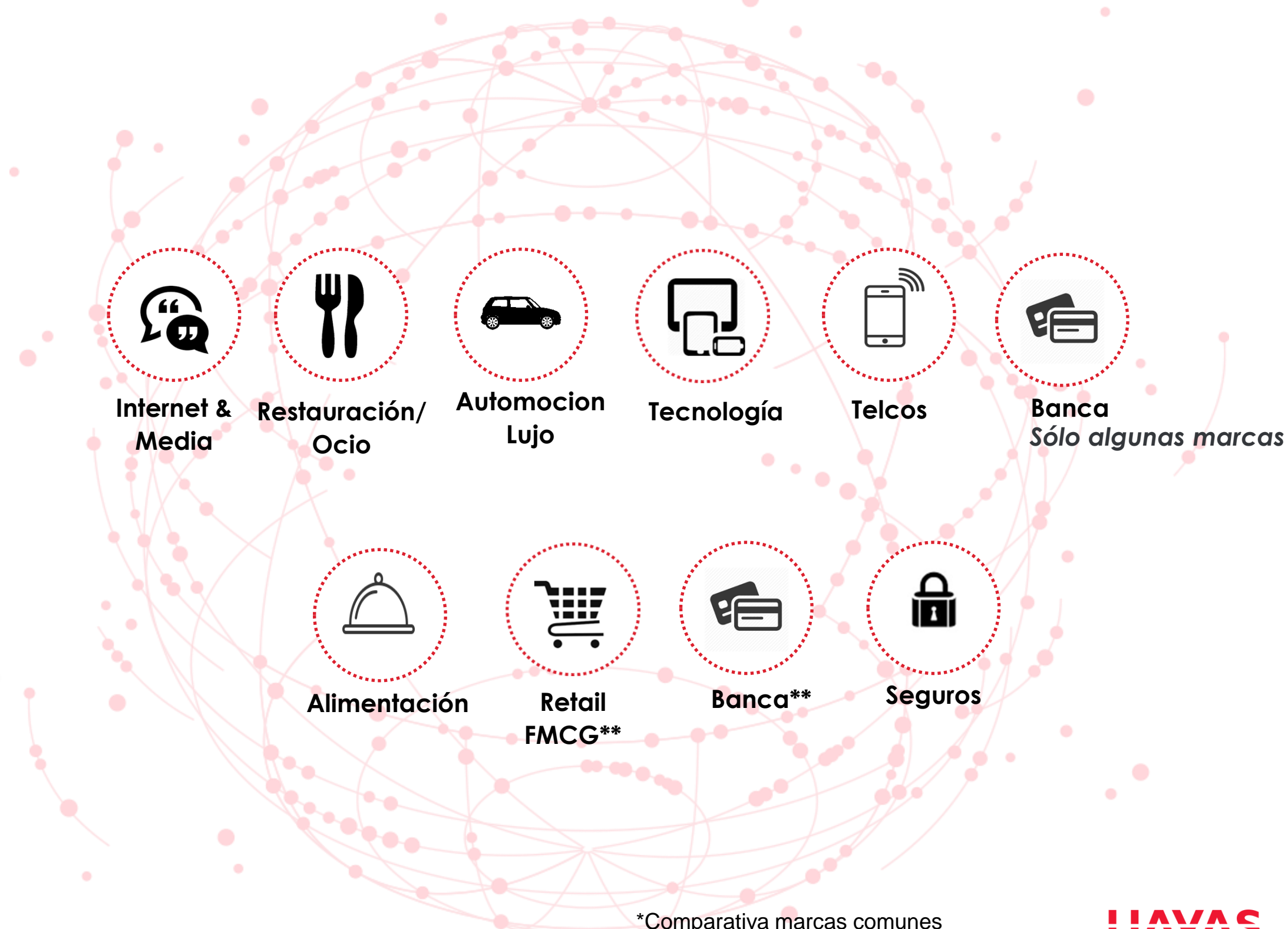
2017 MBI: Evoluciones vs 2015\*

Tecnología e internet cada vez más necesarias.

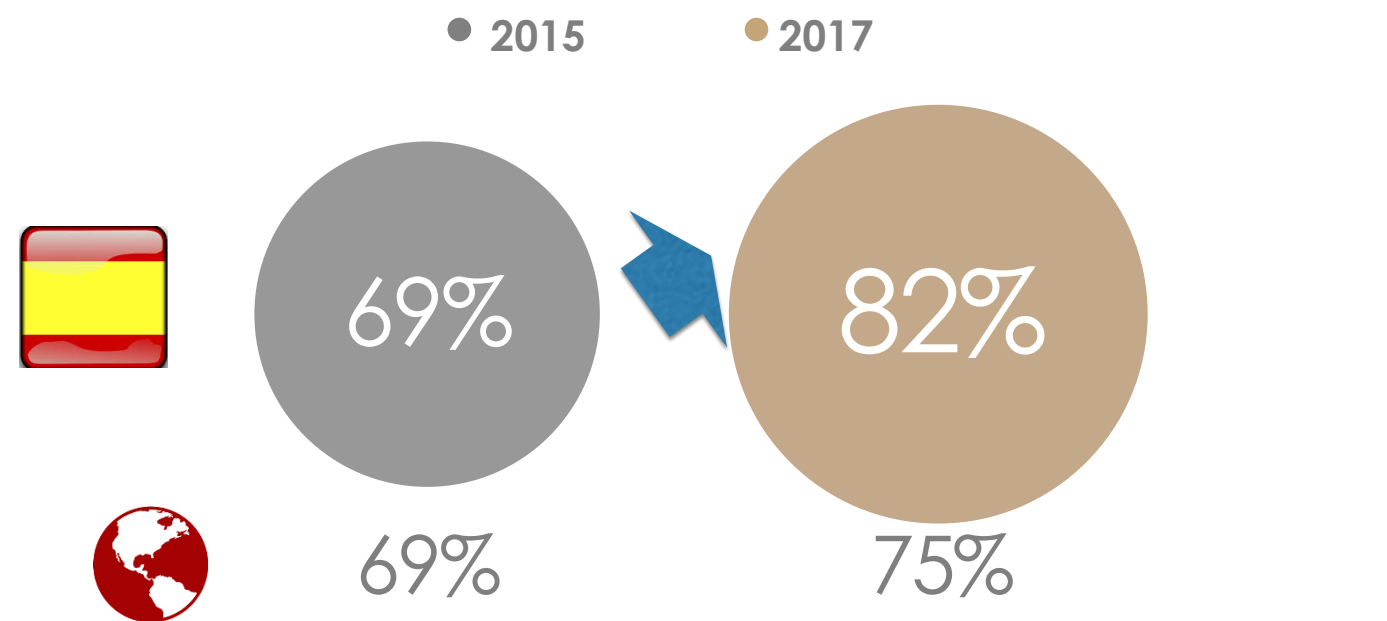


Más restauración vs solo comer en casa ¿Postcrisis?

Operadoras y finanzas aún mucho que mejorar...



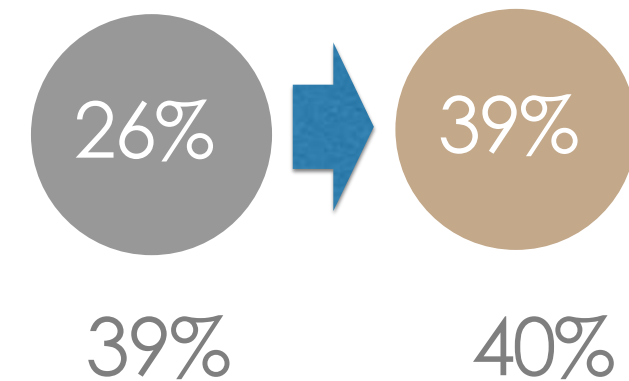
# Crece la demanda de más implicación de las marcas en el bienestar de la gente y de la sociedad



→ **Crece las expectativas**

¿Deben las compañías y marcas contribuir a la mejora de nuestra calidad de vida y bienestar?

**...Pero pocas marcas lo están haciendo ya**



→ Aumenta la percepción de esfuerzo, pero aun insuficiente

¿Están las compañías y las marcas trabajando realmente para mejorar nuestra calidad de vida y bienestar?





# Meaningful Brands En pocas palabras...

## Un toque de atención para las marcas

Las marcas son prescindibles

Tienen que reaccionar para que a los consumidores les importen

## Las personas tienen grandes expectativas

El consumidor espera un valor más allá del producto

Pero las marcas no lo están aportando, especialmente en Beneficios Personales

## Retorno en relevancia

La relevancia produce mejores KPI's para las marcas

## Las marcas digitales en cabeza

Gracias a su aportación en beneficios personales y funcionales

## La gente espera contenidos

El contenido adecuado genera relevancia, sobre todo si se relaciona con Beneficios Personales

Oportunidad para las marcas: cerrar esta brecha en Beneficios Personales

## Las marcas pierden muchas oportunidades

...de proporcionar contenido relevante

Entretenimiento e Inspiración son contenidos deseados



**Contacto Meaningful Brands:**

Dionisia Mata  
Meaningful Brands Director Spain  
dionisia.mata@havasmg.com  
679 720 982

**Contacto Prensa:**

María Sampedro  
Jefa Prensa  
maria.sampedro@havasmg.com  
616 063 596

# MEANINGFUL BRANDS

powered by

# HAVASGROUP

