

Avon faz bonito na novela

Merchandising em Caras & Bocas é recorde para a marca

Avon é a marca com maior recall em merchandising em Caras & Bocas no mês de setembro, segundo análise do Painel de Retenção de Merchandising (PRM), realizado pelo Datafolha. De acordo com o levantamento, 45% dos paulistanos com 16 anos ou mais declararam ter assistido à novela das 19h da Globo no mês. Seguindo a tendência do público desse gênero de programa, o hábito de acompanhar

Caras & Bocas é maior entre as mulheres (57%).

Entre os telespectadores, 17% lembraram da marca Avon espontaneamente. Entre o público feminino, essa taxa subiu para 21%. Considerando o histórico do PRM Datafolha, esse é o melhor desempenho da marca na “novela das sete”, horário em que a empresa é tradicional anunciante.

No mês de setembro duas outras marcas também tiveram ações de merchandising em Ca-

ras & Bocas: Ibi e Claro. Destas, Ibi obteve 1% de recall e Claro não foi mencionada.

Nos indicadores qualitativos, que medem o grau de afinidade entre as ações e os programas, Caras & Bocas apresenta melhores resultados em agrado (155), credibilidade (147) e adequação (143). Ou seja, as ações de merchandising inseridas nos capítulos da novela agradam, passam maior credibilidade e combinam com a trama.

Indicadores qualitativos

- Agrado** - gosta das propagandas.
- Credibilidade** - maior credibilidade.
- Persuasão** - motivação de compra.
- Diferenciação** - marcas melhores.
- Impacto** - chama a atenção.
- Adequação** - combinam com a novela.
- Relevância** - informam algo que interessa em particular.
- Execução** - informam os benefícios do produto.



Aproximadamente 3,6 milhões de paulistanos*

	Masculino	Feminino	16 a 25 anos	26 a 40 anos	41 a 55 anos	56 anos ou mais	Fundamental	Mé-dio	Superior	A/B	C	D/E
	31	57	45	44	48	45	48	46	37	43	49	36
Base	284	330	170	210	134	100	245	274	93	228	325	61

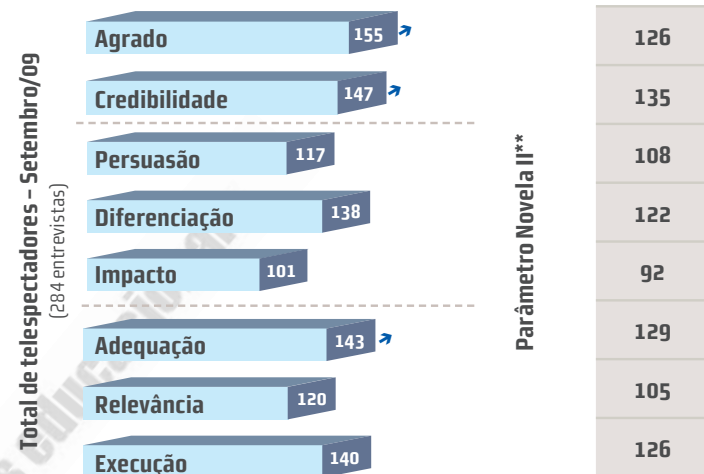
Pergunta: Você assistiu, mesmo que de vez em quando, à novela Caras & Bocas no mês de setembro?

Base: População 16 anos ou mais, todas as classes econômicas — Setembro/614 entrevistas

*população paulistana 16 anos ou mais: 8.050.357

Fonte: IBGE (Censo 2000/estimativa 2008)

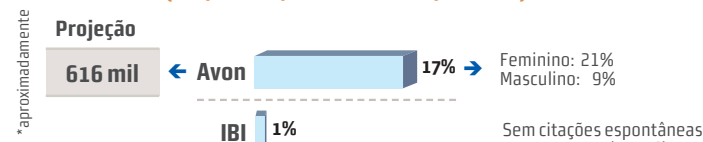
Indicadores qualitativos (escala de 0 a 200*)



*quanto mais próximo de 200, melhor o indicador
**média dos indicadores qualitativos para Novela II

➔ Maiores variações em relação ao parâmetro

Indicadores quantitativos (Resposta espontânea e múltipla, em %)



Base: Telespectadores da novela Caras & Bocas - setembro/284 entrevistas

Metodologia

Técnica

Pesquisa quantitativa com abordagem pessoal em pontos de fluxo populacional. As entrevistas foram realizadas mediante aplicação de questionário estruturado. A checagem cobriu, no mínimo, 30% do material de cada pesquisador.

Universe	Amostra	Margem de erro**
População em geral, a partir de 16 anos, residente na cidade de São Paulo	614	4 p.p.
Telespectadores da novela Caras & Bocas, com 16 anos ou mais, residentes na cidade de São Paulo*	284	6 p.p.

*assistiram mesmo que de vez em quando à novela Caras & Bocas no mês de setembro/09
**margem de erro, para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%

Data de campo

A coleta de dados foi realizada nos dias 1º e 2 de outubro de 2009