

The logo features a stylized 'T' icon on the left, composed of three overlapping curved segments in blue, orange, and green. To the right of this icon, the word 'TUNAD' is written in a bold, grey, sans-serif typeface.

TUNAD

CAMPANHA INVERNO

ANÁLISE DAS MARCAS DO SEGMENTO DE VESTUÁRIO



Inserções na TV por marca

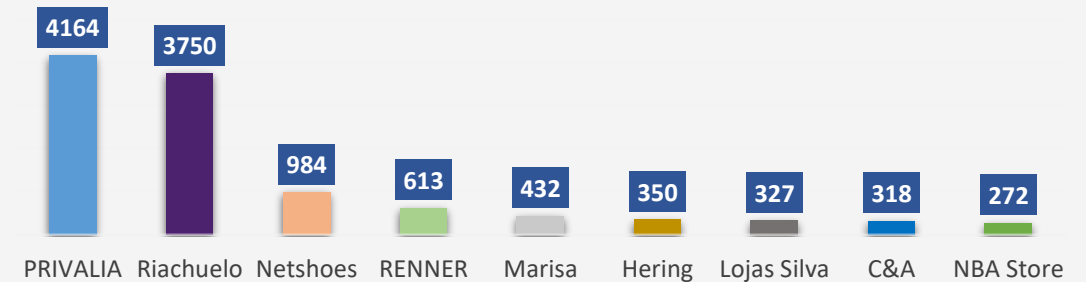
Considerando pesquisas pela marca no Google entre 21 de junho e 23 de setembro de cada ano

No ano de 2022, a marca que mais anunciou nas principais mídias da TV foi a C&A, com um total de 1.300 comerciais, seguida pela Marisa, com 740 comerciais. Comparando com o ano de 2021, a C&A teve um aumento expressivo de 309% em sua quantidade de comerciais, enquanto a Marisa também apresentou um crescimento de 71%. Esses números demonstram um investimento significativo em publicidade por parte dessas marcas, buscando aumentar sua presença no mercado e atrair mais consumidores nas campanhas de Inverno.

Além disso, é interessante notar o crescimento de marcas que antes não investiam em comerciais na TV ou tinham uma presença muito pequena. A Calvin Klein, por exemplo, passou de apenas 17 comerciais em 2021 para 226 em 2022, um aumento de 1.229%. A Reserva, que não possuía comerciais em 2021, passou a ter 108 em 2022.

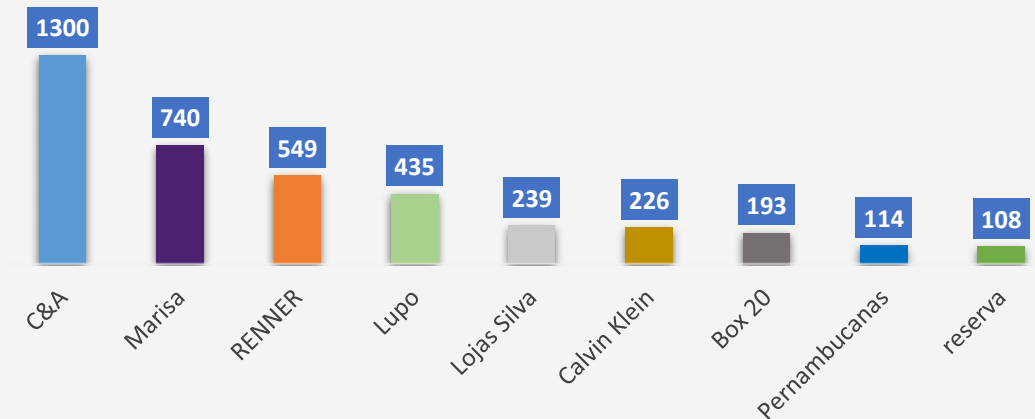
Número de Inserções no Inverno na TV - Segmento de Vestuário 2021

Entre 21 de junho e 23 de setembro de 2021



Número de Inserções no Inverno na TV - Segmento de Vestuário 2022

Entre 21 de junho e 23 de setembro de 2022





Uplift de anúncios na TV por marca

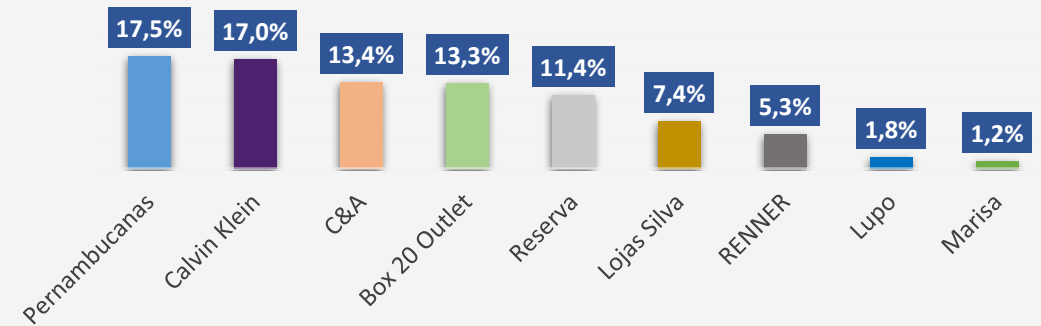
Considerando pesquisas pela marca no Google entre 21 de junho e 23 de setembro de cada ano

Ao analisar o impacto dos anúncios na TV (Aberta e PayTV) no público, é possível observar que algumas marcas tiveram um destaque maior em relação ao aumento de Lift em Buscas no Google nos 10 minutos após cada inserção no período do inverno de 2022. Em termos de crescimento percentual, as marcas de destaque em aumento foram Pernambucanas, com 17,5%, Calvin Klein, com 17,0%, C&A, com 13,4%, e Box 20 Outlet, com 13,3%.

No entanto, o aumento de lifts absolutos merece atenção especial, principalmente nas marcas mais consolidadas, pois por terem um baseline maior, a variação percentual é mais difícil de se alcançar. Nesse aspecto, a C&A liderou com impressionantes 70.969 novos lifts, seguida pela RENNER, com 24.726, e Box 20 Outlet, com 10.501. Esses números indicam um impacto significativo dos anúncios na TV no público, pois com o aumento de Lift em pesquisas no Google, é possível identificar de fato o aumento real no interesse pela marca.

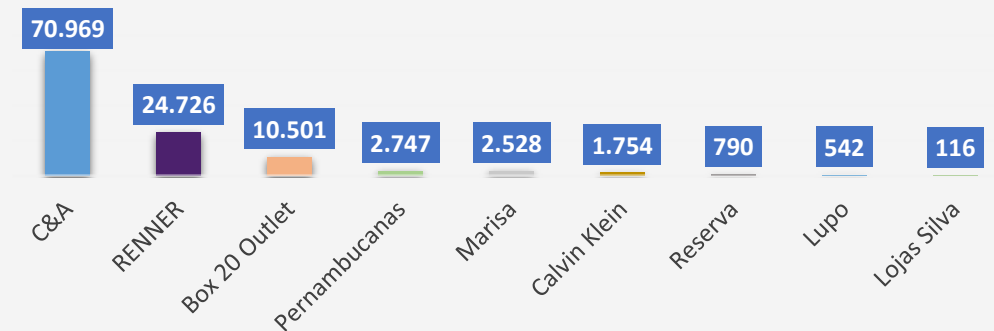
Uplift em % em 2022

Total de Uplift % 10 min após cada inserção na TV (Aberta e PayTV)



Uplift Absoluto em 2022

Total de Uplift % 10 min após cada inserção na TV (Aberta e PayTV)





Expectativas 2023

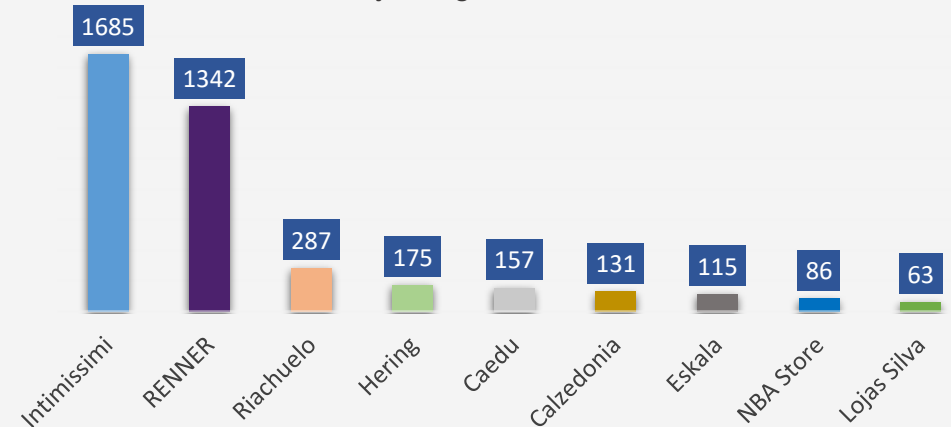
Considerando pesquisas pela marca no Google entre 21 de junho e 23 de setembro de cada ano

O número total de inserções realizadas na TV durante todo o inverno de 2022 pelas marcas do segmento de Vestuário, foi de 4.893 inserções, a expectativa é que esse número seja maior em 2023, atingindo pelo menos um aumento de 30% em relação ao inverno do ano passado, pois só em Mai/23 já se teve um aumento de inserções de 66,6% em relação a Mai/22, atingindo 4083 inserções, que foi 83% do total do inverno de 2022.

Os destaques em Mai/23 em número de anúncios na TV foram a Intimissimi com 1685 anúncios, seguida pela RENNER com 1342 anúncios. Outras marcas também tiveram presença significativa, como a Riachuelo com 287 anúncios, Hering com 175 anúncios, Caedu com 157 anúncios, Calzedonia com 131 anúncios, Eskala com 115 anúncios, NBA Store com 86 anúncios e Lojas Silva com 63 anúncios. Esses números destacam a intensidade da divulgação das marcas no começo das temperaturas mais frias, e mostra que teremos uma forte presença publicitária das principais marcas do segmento no Inverno desse ano.

Marcas que já estão anunciando em 2023

Total de inserções segmento Vestuário - Mai/23



Obrigado!

TUNAD

55 (11) 5181-2330 | (11) 99137-8617

tunad.io