

ENTRETENIMENTO 2014

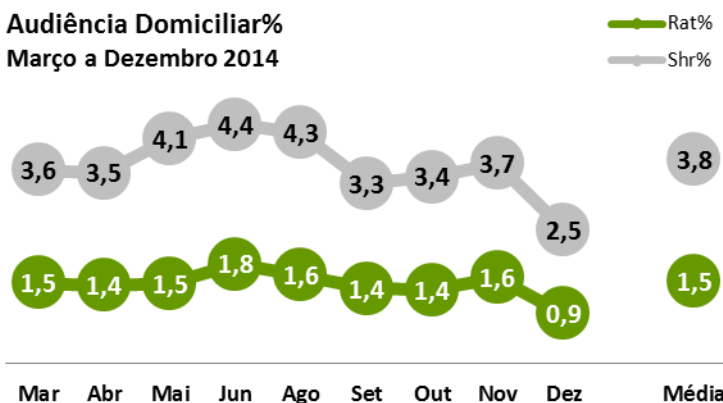


Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Dezembro/2014



Dados de Pesquisa - Nacional

Audiência Domiciliar%
Março a Dezembro 2014



Audiência

- 3,8% de share e 1,5% de audiência domiciliar.

Perfil

- 72% acima dos 25 anos e 81% entre as classes sociais ABC.

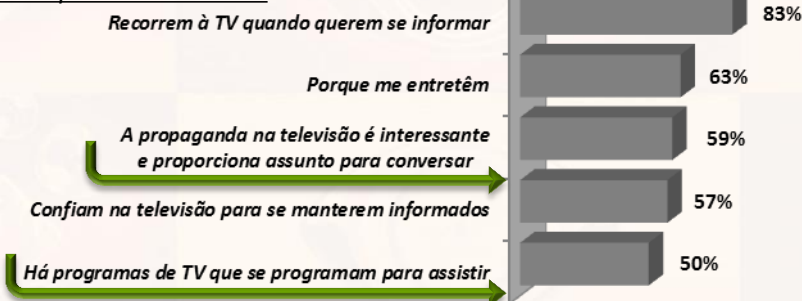
Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais, principalmente entre adultos acima dos 25 anos.

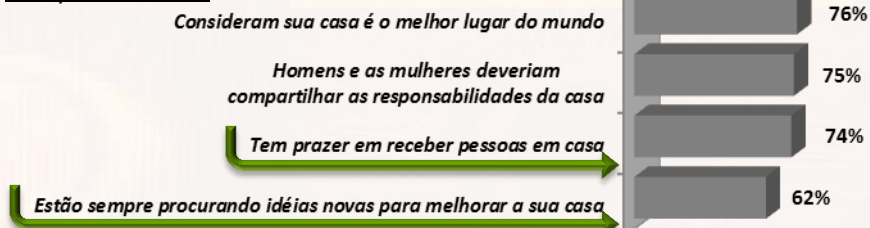
Comportamento e Consumo

Ao analisarmos os telespectadores que assistem à **TV Band** no target **AS ABC 25+ anos²**, observa-se que **confiam na TV para se informar/distrair e estão sempre em busca de novidades para sua casa:**

❖ Opiniões à respeito do meio TV:

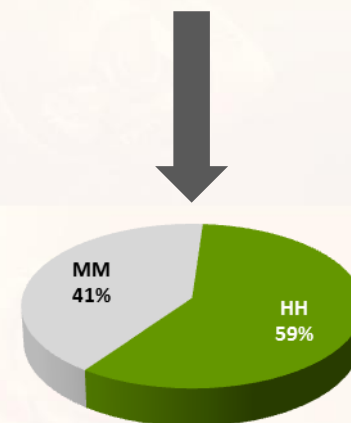


❖ Comportamento:

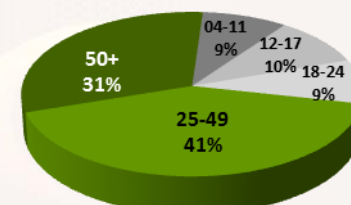


Perfil

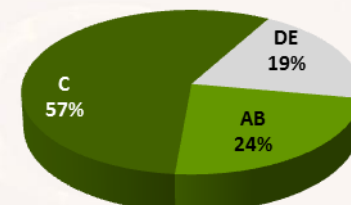
72% acima dos 25 anos
81% classes ABC



Sexo%



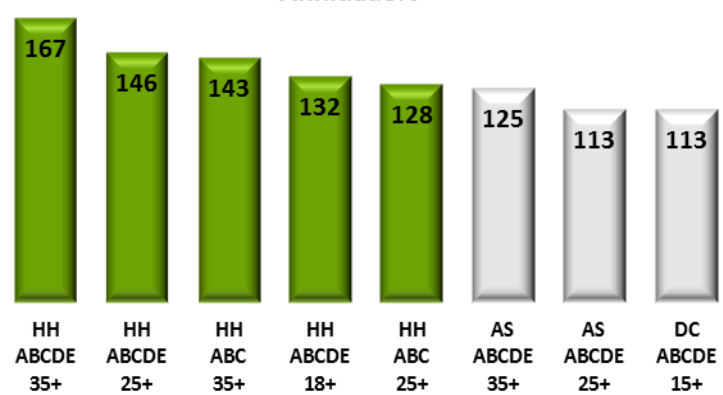
Idade%



Classe%

Mais de 1,1 milhão de telespectadores/dia¹

Afinidade%



Fontes: IBOPE Media Workstation PNT – Mar a Dez/2014 /1. Projeção cobertura TV Band Nacional

IBOPE Target Group Index BrY15w1+w2 (Ago13-Ago14) V1.0 – Pessoas – Filtro: Telespectadores TV Band /Índice de penetração: Porcentagem de telespectadores do target selecionado com relação ao total do universo /2. Target: Ambos os Sexos ABC 25+ anos que assistiram à TV Band nos últimos 7 dias.

ENTRETENIMENTO 2014

band.com.br



Dados de Pesquisa – Gde São Paulo

Audiência

- 3,3% de share e 1,4% de audiência domiciliar.

Perfil

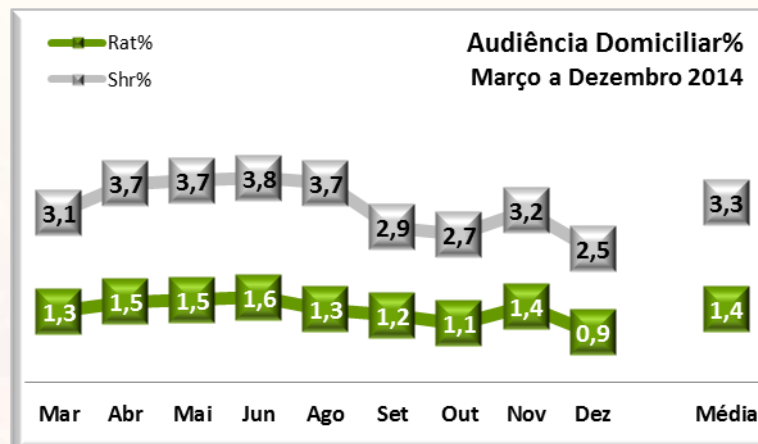
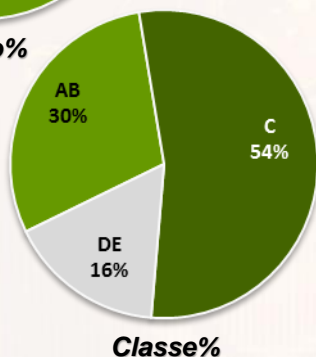
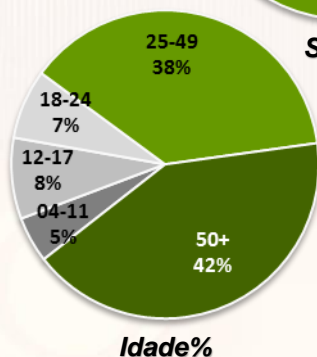
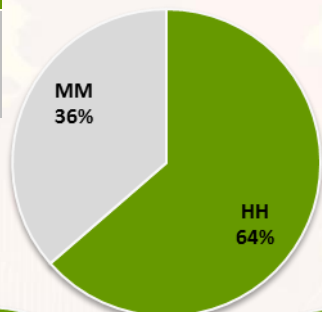
- 80% acima dos 25 anos e 84% entre as classes sociais ABC.

Afinidade

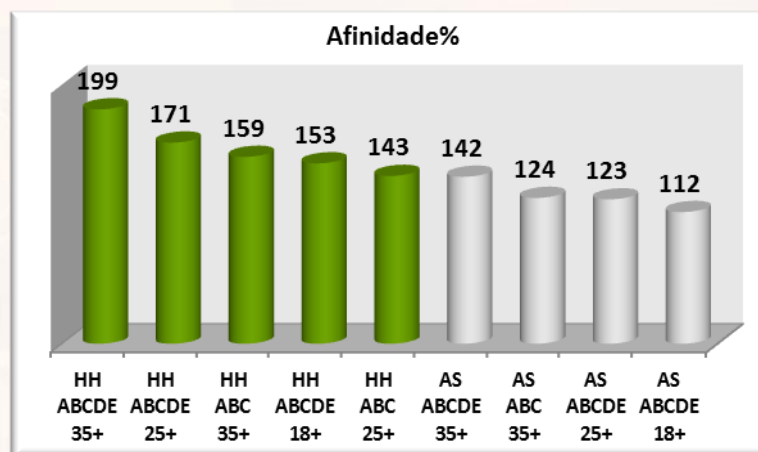
- Afinidade com público adulto e de diversas classes sociais e idades.

Perfil

80% acima dos 25 anos
84% classes ABC



Mais de 111 mil telespectadores/dia



Comportamento e Consumo

Na Grande São Paulo, os telespectadores que assistem à TV Band entre os adultos das **classes ABC acima dos 25 anos¹**, revelam que:

❖ Opiniões sobre marcas e produtos:

- 76% sempre procuram ofertas e descontos;
- 71% gostam de produtos que facilitem o seu dia a dia;
- 65% procuram os preços mais baixos quando vão fazer compras;
- 63% são fiéis a uma marca quando gostam dela;
- 59% Sempre procuram a marca dos produtos na embalagem..

❖ Atitudes com relação às compras:

- 90% fazem compras de mercado;
- 75% são Compras Pessoais;
- 52% compras Pessoais em shoppings;
- 48% em Lojas de departamentos.