

Experience Sessions

Missis Me



**Una iniciativa de
Starcom España
para no dejar de
aprender y mejorar**



Starcom
HXLAB ©



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

QUÉ ES

Charlas informales, conversaciones y debate

OBJETIVO

Recopilar insights y claves inspiradoras

PARTICIPANTES

Perfiles concretos seleccionados en cada sesión

CONTENIDO

Temáticas específicas elegidas por su relevancia, actualidad o porque no exista suficiente investigación relacionada



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Yo soy yo

Missis Me:

Son mujeres de entre 25 y 45 años, que suelen vivir en pareja, en grandes ciudades, con estudios superiores y que trabajan a jornada completa en empleos cualificados.

Pero su definición va mucho más allá de los criterios sociodemográficos porque tienen una personalidad, una actitud y una forma de relacionarse con las marcas que las hace diferentes.

En este monográfico hemos querido entender cómo son, qué piensan y cuánto han cambiado en los últimos cinco años.



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Algunos datos

EXPERIENCE SESSIONS

Rasgos de personalidad



Intereses



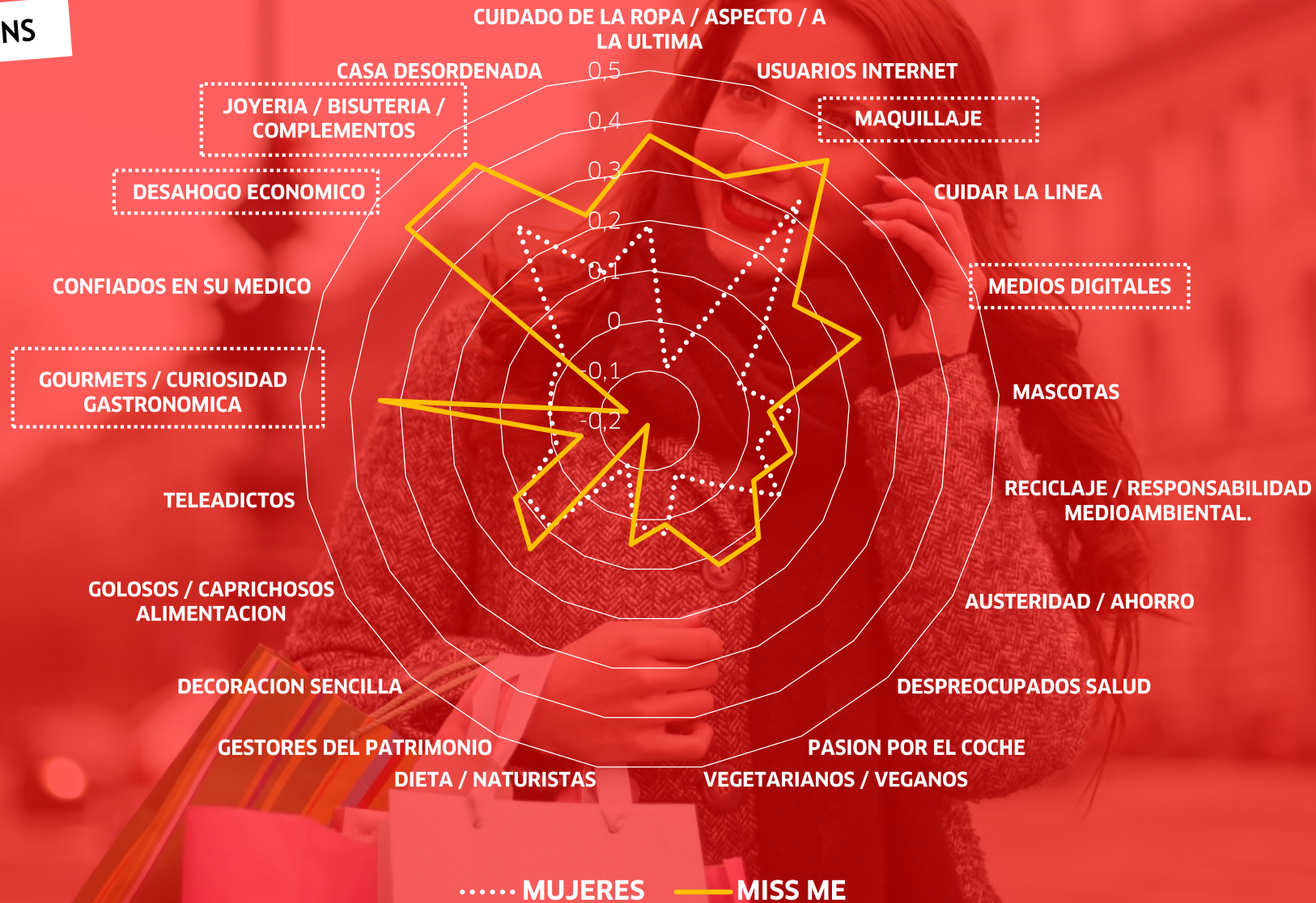
Actividades



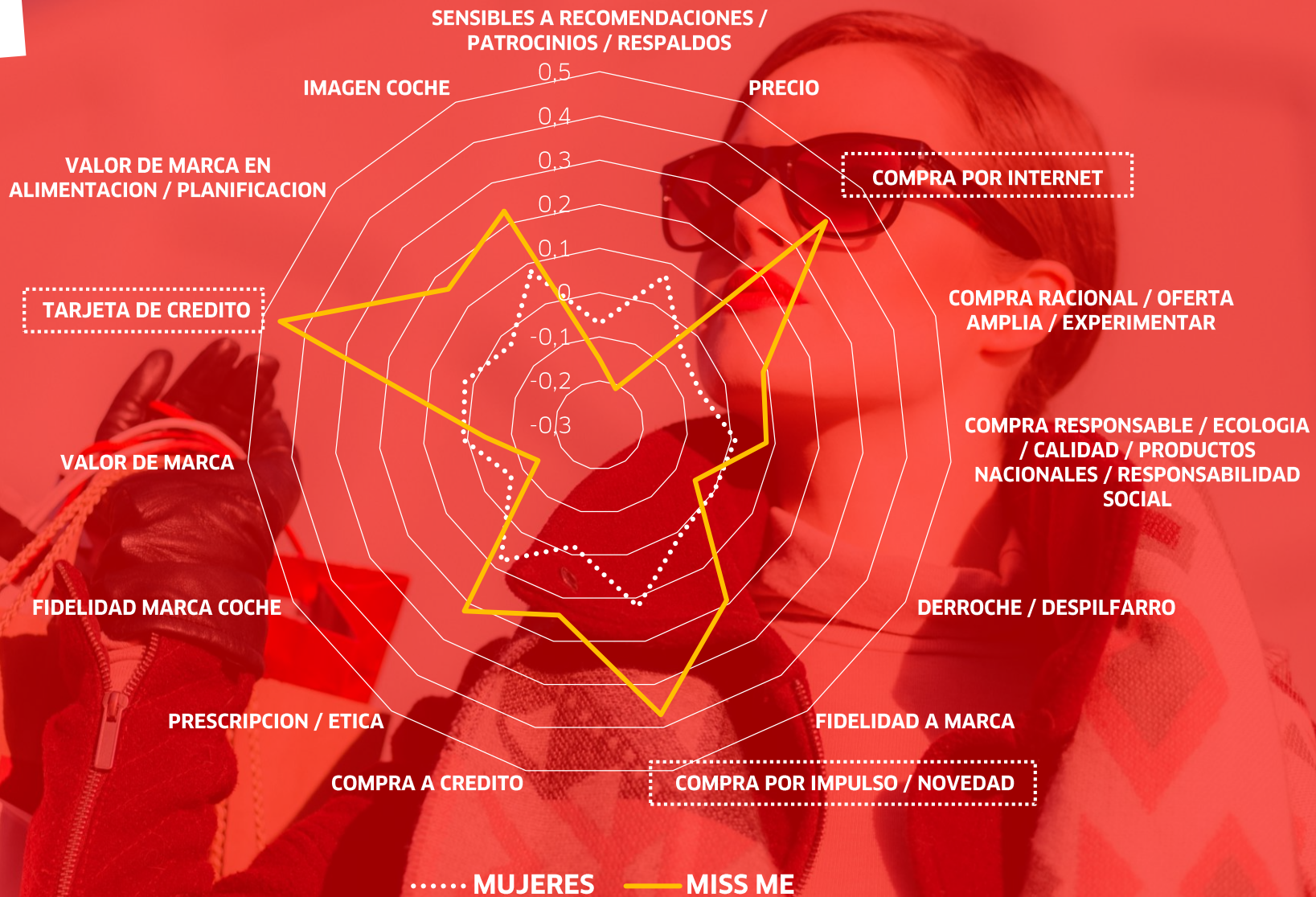
..... MUJERES — MISS ME

Comportamientos

Missis Me



EXPERIENCE SESSIONS

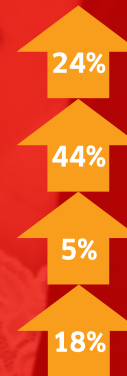


Compras y prescripción

Hablo con otras personas sobre productos de...

	MISSIS ME	MUJERES
COSMÉTICA / BELLEZA	48%	39%
COCHES / MOTOR	26%	18%
ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	45%	43%
TECNOLOGÍA	56%	48%

Missis Me vs Mujeres



38%

(Ix156)

Me influyen comentarios online

38%

(Ix160)

Busco opinión de otros antes comprar

23%

(Ix110)

Me gustan más anuncios con famosos

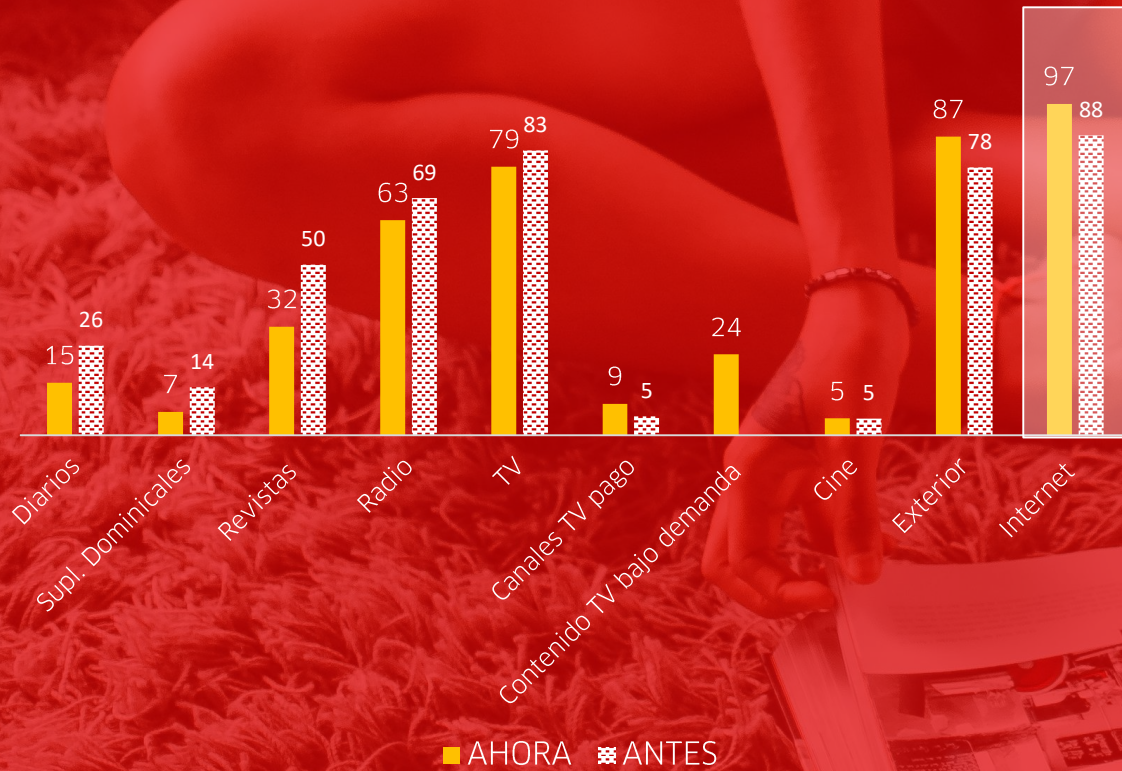
7%

(Ix147)

Compro productos influencers que sigo en RRSS

Consumo de medios

TOTAL MEDIOS (% Penetración)



DETALLE DIGITAL (% últ.mes)



Internet, fundamental en su vida

Missis Me

86%

Cuando necesito información, siempre empiezo por internet
(Ix134)

73%

En internet encuentro todo lo que me interesa
(Ix131)

65%

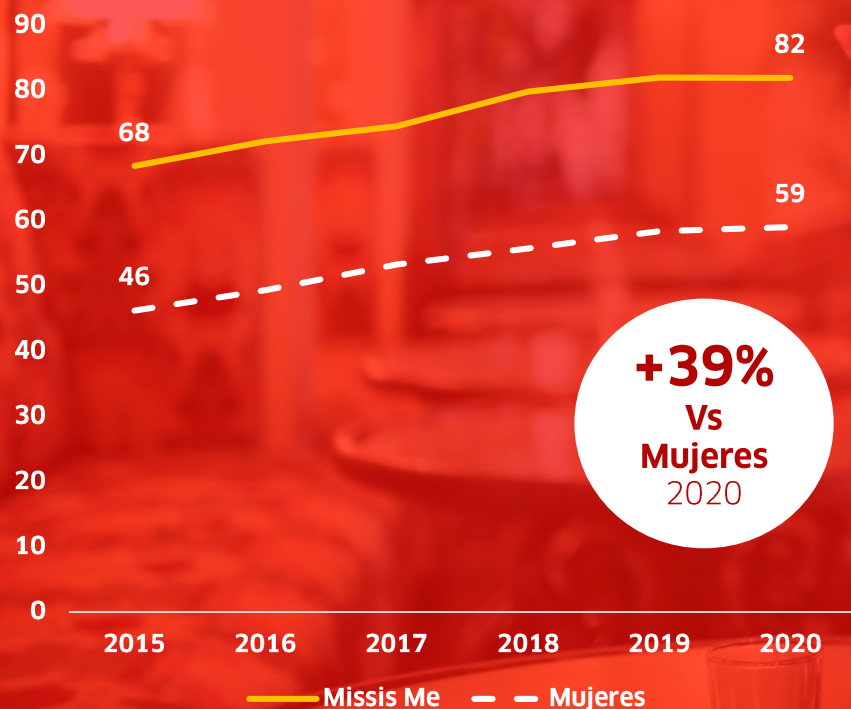
Consulto internet antes de realizar cualquier tipo de compra
(Ix141)

60%

No podría vivir sin internet en el móvil
(Ix141)

Redes sociales

Penetración Redes Sociales. últ.mes (%)



Principales motivos uso de rrss



Penetración por red social

Red Social	2020 vs 2016	Mujeres	2020 vs 2016
MISSIS ME	+3%	51,3	+9%
Facebook	+130%	34,5	+131%
Instagram	+53%	14	+42%
Twitter	+428%	5,4	+310%

40%

Missis Me acceden **más de 5 veces al día** a las redes sociales

Instagram, imparabile

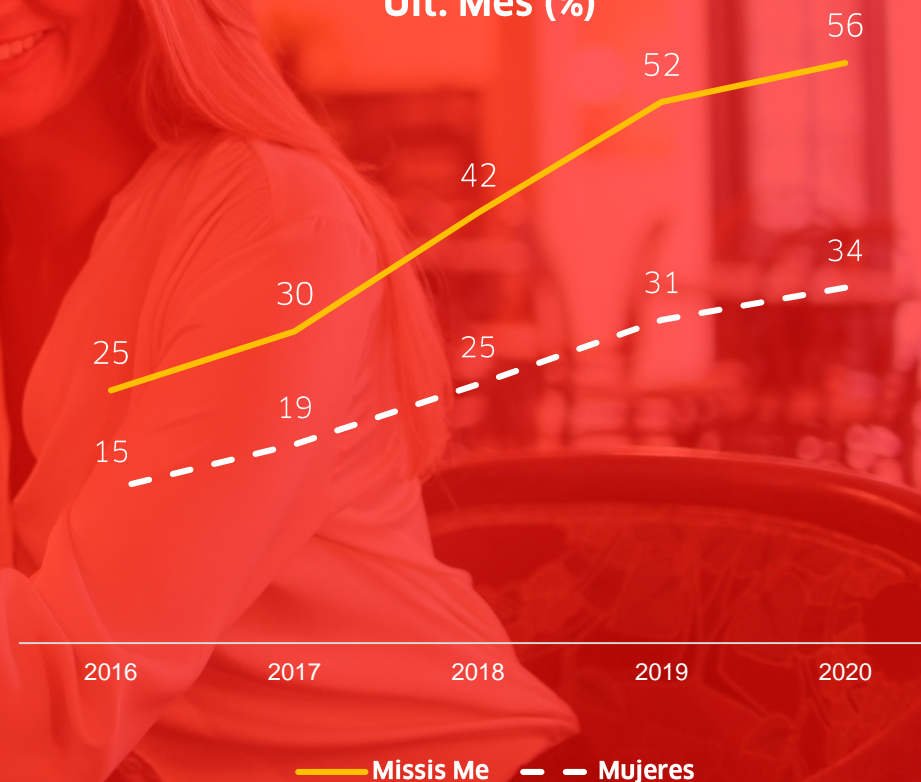
89%

Missis Me
entran todos
los días en
Instagram

9%

Missis Me
no usan otra RRSS
que no sea
Instagram

Evolución penetración Instagram.
Últ. Mes (%)



La TV...

Evolución penetración TV (%)



Evolución consumo TV (minutos)



x2

caída de
penetración TV
Miss Me
vs Mujeres

... y la nueva TV

Missis Me

Penetración Ott's

Missis Me

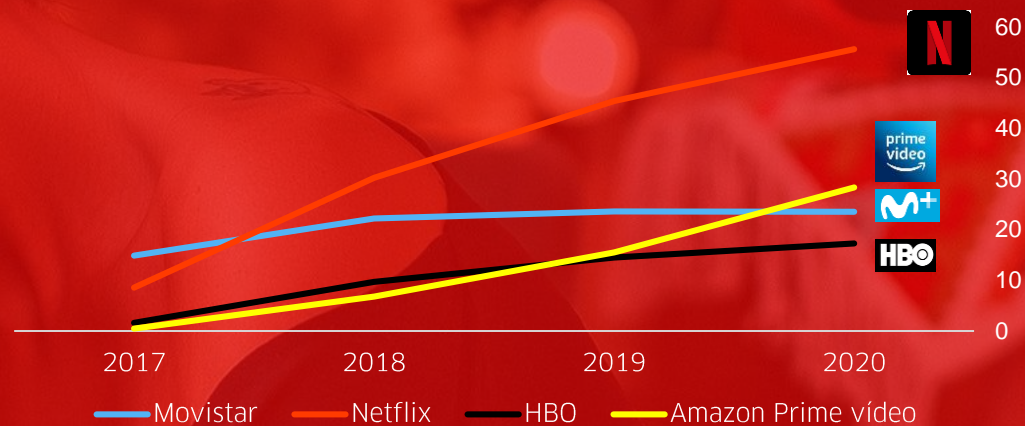
71%

Mujeres

51%

*Penetración de OTT's: Equipamiento: Reciben:
Movistar+ or Netflix or HBO or Amazon Prime Video
or Filmin or DAZN

Penetración de plataformas de TV Miss Me



15,6%



16,6%



0,8%



Starcom
HXLAB

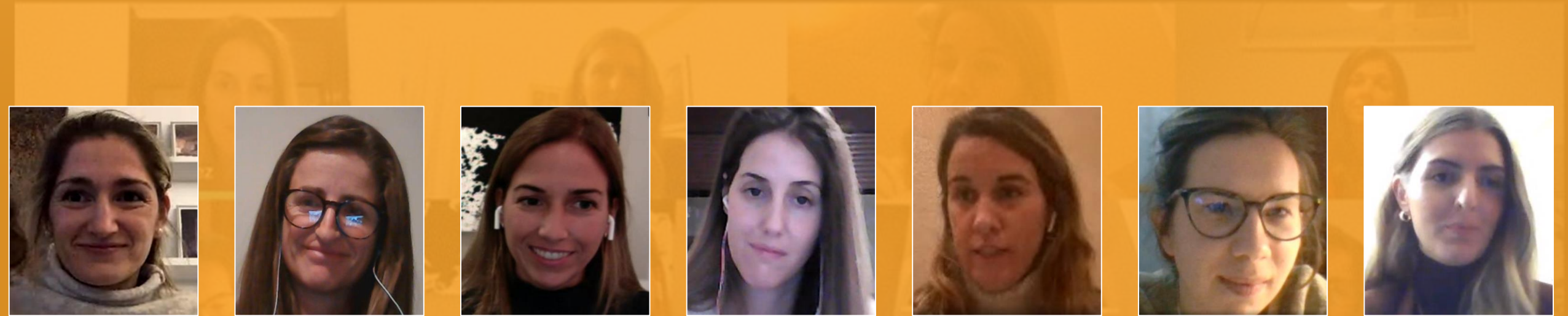
EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

La sesión



Missis Me Participantes



Victoria
34 años
Arquitecto
Madrid

Elena
42 años
Seguros
Barcelona

Pía
42 años
Doblaje
Barcelona

Marta
34 años
Calidad
Madrid

Vivian
42 años
Empresaria
Barcelona

Laura
28 años
Project Man.
Barcelona

Paloma
25 años
Energía
Madrid



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

A grid of eight video call thumbnails showing various participants in a virtual meeting. The thumbnails are arranged in two rows of four. The top-left thumbnail has a name tag that reads "María Fernandez". The text "Los medios" is overlaid in the center of the grid.

Los medios



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los medios

“Estoy enganchada a Masterchef pero sobre todo consumo contenidos bajo demanda. Pago por TV pero no por prensa. No me suscribo a la realidad.”

Victoria



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los medios

“

Estoy suscrita a todo. Prefiero pagar lo que sea antes que ver anuncios. Veo los contenidos a trocitos, cuando voy sacando ratos a lo largo de la semana.

”

Pía



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los medios

“

Veo los informativos, siempre en la misma cadena. Es para lo único que uso la TV tradicional. Prefiero Netflix para no ver publicidad.

Paloma

”





EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los medios

“

Me relaciono con las noticias de manera selectiva, buscando plataformas independientes y huyendo de los medios tradicionales.

”

Laura



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los medios

Uso muchísimo Spotify y también escucho podcast que mis amigos me recomiendan.

Elena



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los medios

“

Apenas leo ya revistas y generalmente lo hago en PDF. Así puedo tenerlas a mano en cualquier momento.

Vivian

”



Missis Me

EXPERIENCE SESSIONS

La publicidad





EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

La publicidad



Se nota que en Instagram me conocen. Me ponen anuncios de artículos que me gustan y al final termino pinchando. A veces me ponen cosas de bebés, a pesar de que no tengo. Será por mi edad.

Marta





EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

La publicidad

“

La precisión de las redes sociales ha mejorado muchísimo. Los anuncios que me saltan parecen contenidos de mi propio feed.

Laura

”



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

La publicidad

“

Recuerdo la publicidad que escucho en la radio pero es tan excesiva que me produce el efecto contrario. Nunca voy a comprar esas marcas.

”

Victoria



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

La publicidad

“

A veces me canso de que me manden siempre el mismo tipo de publicidad. ¿Cómo les hago saber que quiero cosas nuevas o que eso que me ofrecen ya me lo he comprado?

”

Pía



Missis Me

EXPERIENCE SESSIONS

A background image showing a grid of video conference windows. The windows are semi-transparent and show various participants, including a woman in the top-left window with the name "María Fernández" visible. The overall scene is overlaid with a semi-transparent orange filter.

Influencia en la decisión de compra



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Influencia compra

“

Las opiniones de Amazon marcan la diferencia. Me fío mucho de lo que dicen otros compradores que conocen los productos.

”

Victoria



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Influencia compra

“

Depende del producto, pero generalmente tengo en cuenta la opinión de mis amigas y familiares, aunque luego decido yo.

”

Elena



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Influencia compra

Lanzo preguntas en el grupo de Whatsapp de mis amigas. Ellas me recomiendan marcas o profesionales. También uso frecuentemente los foros, sobre todo para temer de maternidad.

Pía



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Influencia compra



Por muy buenas que sean las imágenes o la descripción, como las críticas de los usuarios sean malas, no compro el producto.

Paloma





Missis Me

EXPERIENCE SESSIONS

A background image showing a grid of eight video conference windows. Each window displays a different person, likely participants in the session. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter. The text "Los influencers" is centered over this grid.

Los influencers



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los influencers



*No me los termino de creer, la verdad.
Es todo demasiado perfecto, artificial.
No me parecen naturales.*

Vivian





EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los influencers

Si la influencer es todo lo contrario a la tele, imperfecta, natural, con fallos, me la creo y me gusta. Me gustan las que hacen sugerencias con sentido y te hablan como si fueras tú también una persona normal.

Pía



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los influencers

“

Creo que depende totalmente de la influencer. Compres o no lo que recomiendan, sí que me pueden inspirar para ciertos temas.

”

Laura



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Los influencers

“

Si un influencer te recomienda diez marcas distintas de crema en un mes no cuela. Sólo unos pocos son realmente creíbles.

”

Elena



Missis Me

EXPERIENCE SESSIONS

A grid of eight video call thumbnails showing participants in a virtual meeting. The thumbnails are arranged in two rows of four. The top-left thumbnail shows a woman with a name tag that reads "María Fernández". The text "Las marcas" is overlaid in large white letters across the center of the grid.

Las marcas



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Las marcas

“

No me considero marquista en general, aunque en determinadas categorías sí que soy muy fiel a las marcas en las que confío.

Vivian

”

Missis Me

Las marcas

“

Soy de marcas según el tipo de compra. Eso sí, tengo muy presente la reputación de algunas. No las compro si he oído que no son responsables.

”

Laura



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Las marcas

“

En alimentación, por ejemplo, sí que soy muy marquista, aunque también soy práctica. No me desplazo más de lo necesario para comprar una marca.

Paloma

”



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Las marcas

“

Reconozco que para hacer regalos sí que soy muy de marcas porque no quiero fallar. También con la tecnología. Estoy tan vinculada a Apple que no puedo vivir ya sin ellos.

”

Victoria

Missis Me

Las marcas

“

Me encantan las marcas que cuentan cosas y que construyen historias alrededor de los productos. Zara Home me encanta por eso. Relaciona unos artículos con otros.

”

Pía



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Las marcas

Soy de marcas o no dependiendo del producto. En ropa, nada. En cosmética, por ejemplo, soy tremendamente fiel.

Elena



Missis Me

EXPERIENCE SESSIONS

A background image showing a grid of video conference participants, overlaid with a semi-transparent orange filter. The grid consists of eight individual video feeds arranged in two rows and four columns. The participants are mostly women, and some are looking towards the camera while others are looking slightly away. The text "RSC y Sostenibilidad" is centered over this grid.

RSC y Sostenibilidad



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me
RSC

“

Creo que cada vez soy más responsable, menos consumista. Presto mucha atención al etiquetado e incluso estoy cambiando mis Rutinas. Consumo menos carne para reducir el impacto en el medio ambiente.

Marta

”

“

Creo que, en ocasiones, las marcas hablan de sostenibilidad para hacer marketing, pero sí creo que al menos está sirviendo para lograr mayor nivel de transparencia en general.

”

Laura

“

Me conciencio cuando oigo noticias de una marca, pero luego se me olvida y se me pasa. No soy del todo consecuente. Termino perdonando si no vuelvo a oír cosas malas sobre ellas durante un tiempo.

”

Pía



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me
RSC

“

Saber que una marca es responsable es un plus, desde luego, pero reconozco que priorizo otras cosas, como que se adapte a lo que necesito.

”

Paloma



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Cambios en las prioridades y hábitos de compra



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Compras prioritarias

Mis rutinas han cambiado, sin duda. Antes compraba pensando sólo en mi y ahora, con niños, soy más cuidadosa. También noto que me gasto más en cosmética y que en el súper compro todo lo que quiero porque todo cuesta. Son caprichos accesibles.

Pía



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Compras prioritarias

Donde cada vez invierto menos es en ropa. Las marcas ya no me importan tanto. Si veo algo que me gusta, lo compro, me da igual de dónde sea.

Paloma



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Compras prioritarias

“

Cada vez valoro más la exclusividad de determinados productos. Series especiales, producciones limitadas... Sobre todo en arte o moda.

”

Laura



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Compras prioritarias

“

No he renunciado -ni pienso renunciar- a comprar cosas caras que me gustan o que necesito. Sobre todo si es ropa o algo relacionado con tecnología.

”

Vivian



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Compras prioritarias

“

Verme bien -a mi misma- ha pasado a ser un tema importante. Me gasto lo que sea necesario. Entiendo a las personas que invierten en tratamientos estéticos.

”

Elena



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Compras prioritarias

“

No me planteo dejar de comprar productos caros si son buenos o me gustan. Me pasa, por ejemplo, en cosmética. No pienso cambiar mis marcas de siempre, por mucho que cuesten.

Marta

”



Missis Me

EXPERIENCE SESSIONS

Momentos vitales y prioridades





Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Momento vital

“

El cambio real, el que te cambia la vida, es cuando eres madre. Cambia en todos los planos, desde el personal al profesional. Cambian las conversaciones, las necesidades...

”

Victoria



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Momento vital

“

Noto que estoy cambiando, pero no porque haya empezado una nueva etapa. Supongo que voy madurando y me hace ver qué compras son importantes y merecen invertir y cuáles no.

”

Marta



Starcom
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Momento vital

“

En el momento actual le doy muchísima importancia a la ecología, pero soy consciente de que puedo hacer más. Me cuesta ser constante.

”

Laura



EXPERIENCE SESSIONS

Missis Me

Momento vital

Los niños han cambiado todas las prioridades. Preferimos invertir en ellos y no en nosotros. Quizá por eso también estoy muy concienciada con la ecología. Reducimos al máximo el uso de plástico.

Pía



¿Más información?

comunicacion@starcomww.com
+34 911872100