



SALÓN DEL MOTOR DE SEVILLA

DEL AL
30 03
OCTUBRE NOVIEMBRE

FIBESEVILLA



**OPORTUNIDADES QUE
PASAN RODANDO
MEMORIA 2024**

ORGANIZAN:



NO8DO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

fibes
Sevilla
Asociación de Fiestas, Congresos y Exposiciones

PROMUEVEN:



COLABORA:

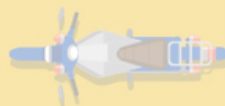


PATROCINAN:



SALONDELMOTORSEVILLA.COM • #SALONMOTOR2024

Edita: Federación de Empresarios del Metal, FEDEME
Avda. de la Innovación, 5. Edificio Espacio, 3ª planta izq. 41020 Sevilla
Tfno.: 954 526 988
fedeme@fedeme.com / www.fedeme.com



MEMORIA 2024

ÍNDICE de contenidos

El Salón del Motor de Sevilla, un referente del Sur 4

Información general 6

1 Balance de resultados: Salón del Motor 8

2 Momentos destacados y novedades de esta edición 11

Rueda de prensa 12

Inauguración 13

Novedades 2024 15

3 Campaña de Marketing y Comunicación 21

Estrategia online y offline 22

Radio y TV en directo 37

Resumen de prensa 40

4 Galería fotográfica 41

El Salón del Motor de Sevilla, un referente del Sur

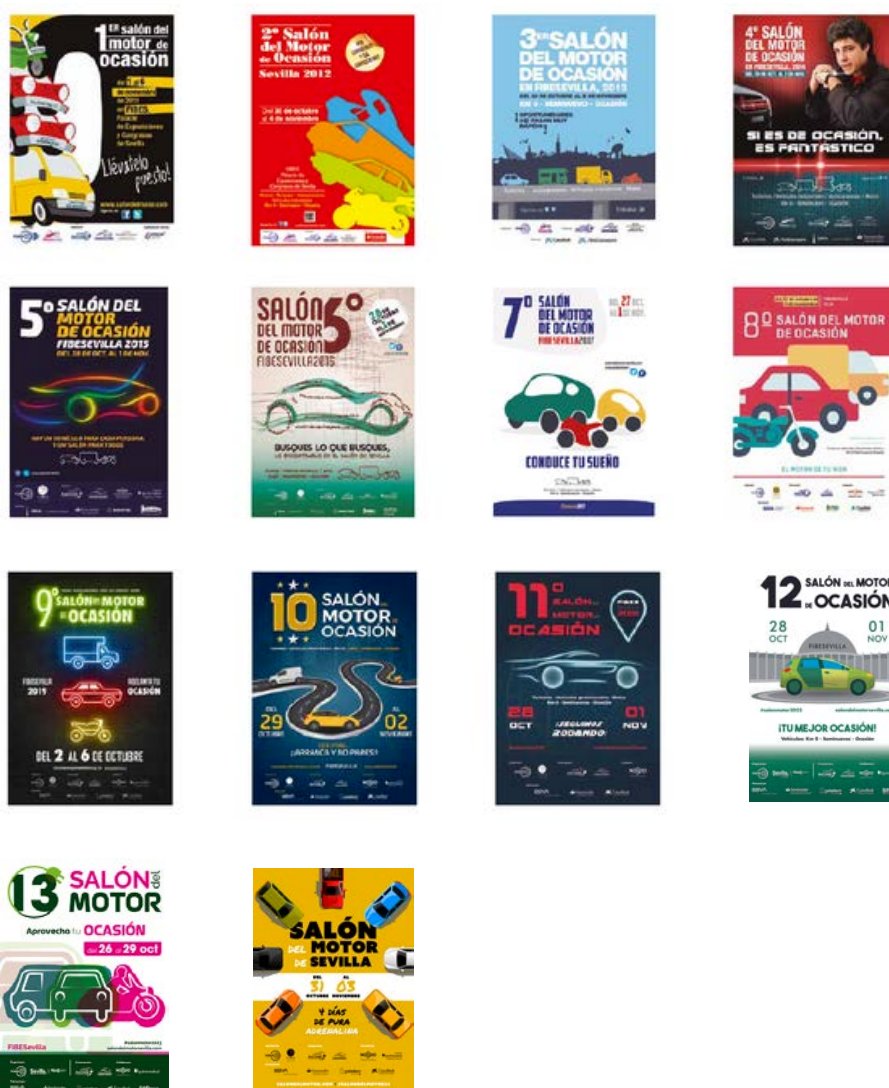
El “Salón del Motor de Sevilla” cerró sus puertas el domingo 3 de noviembre de 2024 en FIBES, Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla. En esta nueva edición, el evento volvió a consolidarse como una de las grandes citas comerciales del sector, manteniendo el volumen de ventas de años anteriores y cumpliendo con las expectativas de los organizadores.

Así, y tras el éxito cosechado en todas sus ediciones, la muestra suma ya más de 650.000 visitantes y cerca de 29.000 vehículos vendidos, consolidándose como el mejor escenario de Andalucía para la compra de vehículos en sus diferentes segmentos (nuevos, seminuevos, KM0, ocasión...).

Información General

El Salón del Motor de Sevilla es un evento diseñado para favorecer las relaciones entre concesionarios y clientes y donde el público, tanto profesional como general, puede encontrar dentro de un mismo recinto el mayor mercado de vehículos (turismos, motocicletas y vehículos profesionales - KM 0, seminuevos y de ocasión) con la posibilidad de comparar características y precios entre un amplio abanico que ofrecen todas las marcas y modelos del sector, aprovechándose, incluso, de las importantes ofertas y promociones que las firmas establecen específicamente para esta ocasión.

Concesionarios de automóviles, motocicletas, vehículos profesionales y otras empresas afines al sector de la automoción, son los principales sectores que se engloban en los diferentes expositores que se dan cita en este encuentro anual.



La principal apuesta de este evento, organizado por FEDEME, Federación de Empresarios del Metal y FIBES, Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla y promovido por las patronales sectoriales ASCONSE, Asociación Provincial de Concesionarios de Turismos, Motocicletas y Vehículos Industriales de Sevilla y ASOCASIÓN, Asociación de Concesionarios de Vehículos de Ocasión de Sevilla, es potenciar el aspecto comercial, y ello queda patente en las numerosas ventas que se realizan y en los cientos de operaciones en las que trabajan las concesiones de las marcas expositoras a lo largo de los meses siguientes a la clausura del Salón.

La importancia de este evento para la ciudad hace que cuente, además, con la colaboración del propio Ayuntamiento de Sevilla y de los hospitales Quirónsalud de Sevilla.

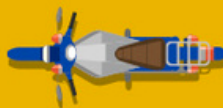
Asimismo, el Salón cuenta con el patrocinio de importantes entidades financieras como BBVA Consumer Finance; Santander Consumer Finance; Caixabank Payments & Consumer y Sofinco Crédit Agricole Group, cuyo papel en la última edición ha sido clave al favorecer el cierre de muchas de las operaciones que se han realizado durante el evento, agilizando los trámites a los clientes, quienes en un mismo recinto han tenido la oportunidad de comprar, financiar y salir conduciendo.





SALÓN DEL MOTOR DE SEVILLA

OPORTUNIDADES QUE PASAN RODANDO



DEL
30
OCTUBRE

AL
03
NOVIEMBRE

FIBESEVILLA

1

BALANCE DE RESULTADOS SALÓN DEL MOTOR

1. BALANCE DE RESULTADOS



El Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla, FIBES, cerraba el domingo 3 de noviembre sus puertas al “**Salón del Motor de Sevilla**”, exposición comercial del sector automovilístico que se venía desarrollando desde el miércoles 30 de octubre.

En su **decimocuarta edición**, el evento ha continuado cosechando éxitos y ha superado la cifra de ventas y visitantes respecto a las últimas ediciones, tras formalizar un total de **1.908 operaciones de compra en 2024** (frente a las 1.698 unidades vendidas en 2023) y recibir **cerca de 48.800 visitantes**, frente a los 45.000 del año pasado.

1. BALANCE DE RESULTADOS

Estos datos, unidos a los propios beneficios que el evento reporta para Sevilla y a las cifras de negocio que genera (algo más de **44M€ en 2024**), lo continúan situando entre las **grandes citas que acoge la ciudad y la segunda mayor muestra sectorial de FIBES**.

Tras el éxito cosechado en todas sus ediciones, la muestra suma ya **más de 650.000 visitantes** y cerca de **29.000 vehículos vendidos**, consolidándose como el mejor escenario de Andalucía para la compra de vehículos en sus diferentes segmentos (nuevos, seminuevos, KM0, ocasión...).

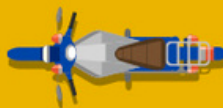


Por decimocuarto año consecutivo, FIBES se convertía en punto de encuentro para los amantes del motor, transformándose durante cinco días en un gran hipermercado automovilístico que albergó a un total de 50 expositores, más de 3.000 turismos, motos y vehículos profesionales, de las principales marcas, modelos y motorización disponibles en el mercado, en 27.000m2 de exposición, con descuentos especiales diseñados por las concesiones para la cita y facilidades de financiación, ofreciendo de esta forma un servicio integral a los clientes.



SALÓN DEL MOTOR DE SEVILLA

Oportunidades que pasan rodando



DEL
30
OCTUBRE

AL
03
NOVIEMBRE

FIBESEVILLA

2

MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

Rueda de prensa en el Ayuntamiento de Sevilla

El martes 22 de octubre de 2024 se celebraba en el Ayuntamiento de la ciudad la tradicional rueda de prensa para la presentación oficial a los medios de comunicación de la decimotercera edición del Salón del Motor de Sevilla.

El acto, en el que se informó de todos los contenidos de esta nueva edición del Salón, corrió a cargo del delegado del Área de Gobierno de Cartuja, Parques Innovadores, Movilidad, Economía y Comercio y Distrito Bellavista-La Palmera, Álvaro Jesús Pimentel Siles; el presidente de la Federación de Empresarios del Metal, FEDEME, Francisco Javier Moreno Muruve; la presidenta de la Asociación de Concesionarios de Turismos, Motocicletas y Vehículos Industriales de Sevilla, ASCONSE, Carmen B. Moreno González y el presidente de la Asociación de Concesionarios de Vehículos de Ocasión de Sevilla, ASOCACIÓN, Manuel Berrocal Jiménez.

Como viene siendo habitual, los medios de comunicación de la ciudad dieron una amplia y completa cobertura a esta presentación.



2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

Inauguración



El 30 de octubre tuvo lugar la inauguración oficial del "Salón del Motor de Sevilla", acto en el que participaron, el delegado del Área de Gobierno de Cartuja, Parques Innovadores, Movilidad, Economía y Comercio y distrito Bellavista-La Palmera del Ayuntamiento de Sevilla, Álvaro Jesús Pimentel Siles; el delegado territorial de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía en Sevilla, Antonio Agustín Vázquez; el delegado Territorial de Economía, Hacienda y Fondos europeos y de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía en Sevilla, Antonio José Ramírez Sierra; el presidente de la Federación de Empresarios del Metal, FEDEME, Francisco Javier Moreno Muruve; el presidente de la Cámara de Comercio de Sevilla, Francisco Herrero León; la presidenta de la Asociación de Concesionarios de Turismos, Motocicletas y Vehículos Industriales de Sevilla, ASCONSE, Carmen B. Moreno González; el presidente de la Asociación de Concesionarios de Vehículos de Ocasión de Sevilla, ASOCASIÓN, Manuel Berrocal Jiménez; el presidente de la Federación de Concesionarios de Andalucía, FECOAN, Eduardo Pérez-Serrera Rodríguez y el presidente de la Asociación de Concesionarios de Motocicletas de Andalucía, Eduardo Castro Aguilera.

2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

Tras la tradicional foto de familia a la entrada del recinto y el corte de cinta en la cúpula de FIBES, los miembros de la comitiva llevaron a cabo un recorrido por las distintas áreas de exposición. Durante su paseo, visitaron cada uno de los pabellones, deteniéndose en varios stands para conversar con los expositores, interesarse por sus productos y conocer de primera mano las innovaciones presentadas.



2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

En la recta final del Salón del Motor de Sevilla, el día 3 de noviembre, el alcalde de la ciudad, José Luis Sanz, se sumó a la jornada y recorrió el recinto para conocer de primera mano los productos expuestos y conversar con los expositores. Durante su visita, mostró interés por las novedades presentadas y mantuvo breves encuentros con representantes de varias marcas participantes.



@cellesar



@cellesar

2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

La apuesta por lo ECO continúa: vuelve la Zona Eco en 2024



En su edición de 2024, el Salón del Motor volvió a contar con una **Zona Eco** ubicada en la plaza exterior de FIBES, donde se expusieron algunos de los modelos más eficientes del mercado. Entre ellos destacó la marca Scoobic Nimo, de Nimo Grupo, especializada en la distribución de vehículos eléctricos para entrega urbana en Andalucía.

Otra de las novedades que Nimo Grupo preparó para esta edición fue la presentación, desde el stand de **Toyota Nimo Gordillo** (pabellón 3), del nuevo Toyota Land Cruiser, así como de la novedosa Toyota Proace Max L2H2 GX, con una gran carga útil y múltiples configuraciones, que vino a completar la moderna gama de furgonetas Toyota, en versión eléctrica o diésel.



2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

En 2024, el Salón del Motor de Sevilla también acogió a nuevos expositores, como **Housin American Cars**, el mayor concesionario oficial de marcas americanas del sur de Europa (Corvette, RAM, Dodge, Cadillac, GMC y Chevrolet), además de distribuidor autorizado de Lincoln, Ford USA y Shelby.



Cardoso Academy, centro oficial de formación profesional en automoción, también estuvo presente promocionando Cardoso Experience, su área dedicada a la organización y celebración de eventos exclusivos relacionados con el motor en el nuevo Sevilla Circuit de Carmona.



2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

Igualmente, entre las novedades informadas a la organización destacó la presentación que se llevó a cabo desde el stand de **Tysa Sevilla** (Pabellón 3) del nuevo Ford Explorer 100 % eléctrico y de la nueva Tourneo Courier.

Por su parte, **Grupo Terry** Automoción acudió este año al Salón del Motor con las novedades de tres de sus grandes marcas de referencia: Hyundai, con la presentación de la nueva generación de su modelo Santa Fe; SWM, con su modelo G03F y el nuevo D-SUV G05; y, por último, Citroën, que dio a conocer las extraordinarias prestaciones del nuevo C3.



Los expositores también llevaron a cabo momentos destacados a lo largo del Salón del Motor de Sevilla. De **Eduardo Castro Motos** destacó la presentación de la nueva Yamaha TMAX GYTR, la cual no pasó desapercibida entre los asistentes del evento.



2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

Por su parte, Grupo Concesur celebró diariamente "La Gran Subasta", una iniciativa que tuvo lugar en la zona del triángulo 2 de FIBES, donde los asistentes pudieron pujar por vehículos de distintas marcas con precios de salida muy competitivos, logrando una excelente acogida y participación.



En el stand de **Lexus Sevilla**, los asistentes pudieron descubrir el nuevo Lexus LBX, disponible en diferentes estilos, mientras que **Vodafone** ofreció información dirigida a autónomos, negocios y pequeñas empresas sobre sus soluciones de conectividad. Además, la compañía presentó una promoción exclusiva para el evento, con regalos en carburantes y la posibilidad de ganar hasta 3.000 euros.



2.MOMENTOS DESTACADOS Y NOVEDADES

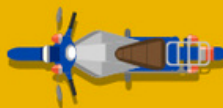
Como complemento al carácter lúdico-comercial del evento y ante la gran afluencia de familias, el 14º Saló del Motor ofreció también diversas actividades pensadas para el disfrute de visitantes de todas las edades. Entre ellas, destacó la instalación del scalextric portátil más grande de Andalucía, ubicado en el interior de la cúpula de FIBES, que despertó el interés de grandes y pequeños.





SALÓN DEL MOTOR DE SEVILLA

OPORTUNIDADES QUE PASAN RODANDO



DEL
30
OCTUBRE

AL
03
NOVIEMBRE

FIBESEVILLA

3

CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Estrategia online y offline

El “Salón del Motor de Sevilla” cuenta con un plan de marketing y comunicación específico que favorece la llegada a todo el público potencial susceptible de visitar el evento.

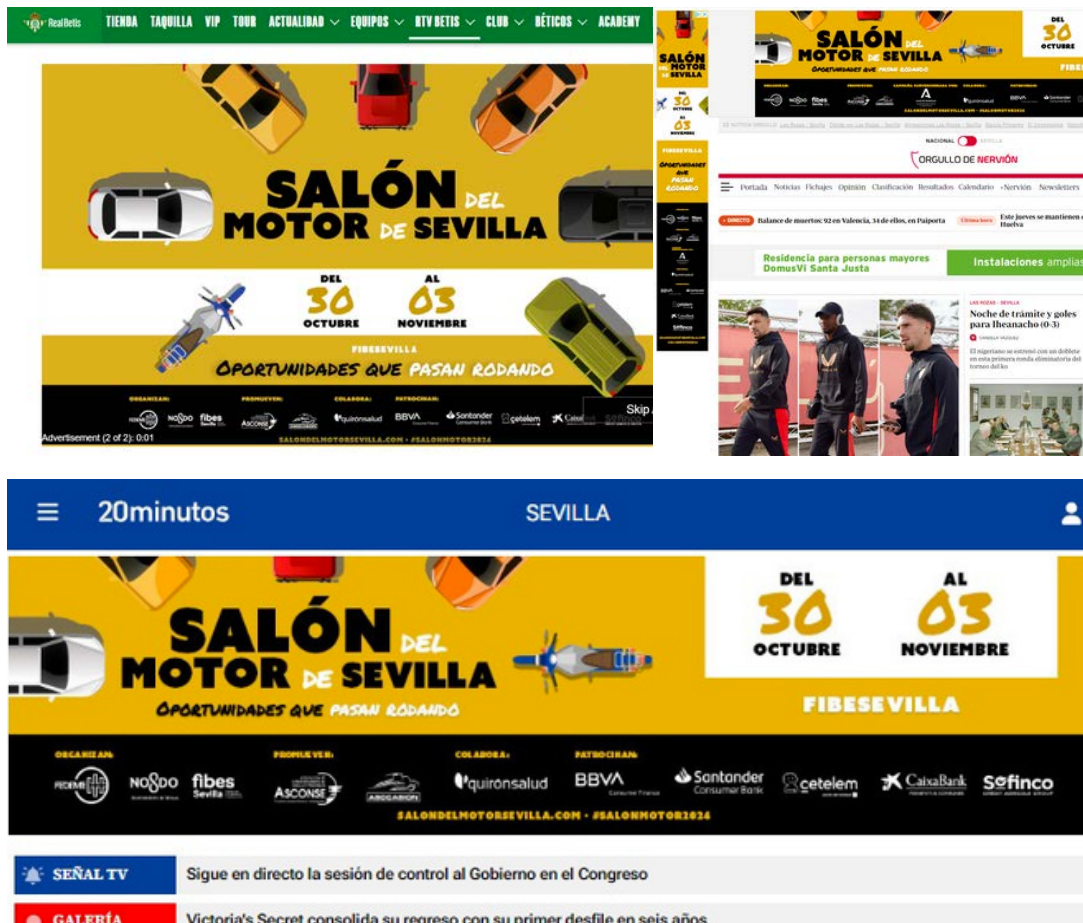
Este plan tiene en cuenta las características del evento, del producto, del sector objeto del mismo y del público al que va dirigido, con el objetivo de conseguir la máxima difusión y captar el mayor número de visitantes posible.



Al igual que en ediciones anteriores, la campaña de 2024 contó con un plan de medios integral en el que se consideró la inserción de publicidad sobre el evento en medios impresos y digitales, radio, televisión y exterior, cuya cobertura alcanzó la zona de interés (principalmente Andalucía occidental), garantizando así su repercusión sobre el público objetivo.

La duración de la campaña abarcó aproximadamente tres semanas, arrancando unos 15 días antes del inicio de la muestra, concretamente desde el 15 de octubre, hasta la clausura del Salón, el domingo 3 de noviembre.

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN



Con el eslogan seleccionado para la campaña de 2024, “Oportunidades que pasan rodando”, la organización quiso poner el foco en el carácter único del evento, al reunir en un mismo espacio vehículos nuevos, seminuevos, KM0 y de ocasión, de las principales marcas del mercado. Una oportunidad irrepetible para comparar, recibir asesoramiento experto y beneficiarse de condiciones especiales, sin necesidad de recorrer distintos concesionarios de la ciudad.

En resumen, más de 1.700 cuñas de radio y numerosas menciones radiofónicas; cerca de un centenar de inserciones en prensa; más de 900 impactos en televisión y otros soportes de difusión externos como buses, circuitos de monospotes led, mupis digitales, mobiliario urbano, cine, soportes en clubes de deportivos de la ciudad, además de una completa acción en medios digitales, definen la dimensión de la campaña publicitaria desarrollada con motivo de esta edición del Salón del Motor.

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Estrategia online

Teniendo en cuenta el importante papel que juega Internet a la hora de planificar cualquier acción de comunicación, máxime cuando se trata de un evento comercial como el que nos ocupa, la organización del Salón del Motor de Sevilla volvía a apostar, un año más, por la puesta en marcha de una campaña enfocada en el medio online, mediante una selección idónea de soportes que permitieran segmentar al público objetivo mediante ubicación geográfica (principalmente Andalucía occidental) y temas afines, poniendo en marcha una acción efectiva y con alta capacidad de optimización y visualización de la marca a nivel online.

Así, en 2024, los soportes seleccionados fueron: Facebook + Instagram Ads; Youtube; TikTok: RTB Vídeo; Spotify; TikTok; Audio Online y la plataforma Mediaset.

La campaña en online estuvo vigente del 16 de octubre al 3 de noviembre de 2024, para un público de más de 18 años y en base a intereses del tipo: motor, coches de segunda mano, etc.

Durante la campaña se obtuvieron un total de 3.096.281 impresiones y 31.117 clics, lo que supone un CTR global de 1,00%.

El rendimiento de la campaña fue mayor al estimado gracias a la estrategia publicitaria multiplataforma y las optimizaciones realizadas durante su desarrollo, completando la campaña en un 141%, consiguiendo 900.000 impresiones extras.

Es destacable el alto rendimiento de la campaña de Meta, que consiguió impactar a mayor audiencia gracias a las diferentes optimizaciones, así como la campaña en RTB por su alto CTR alcanzando un 5,19%.

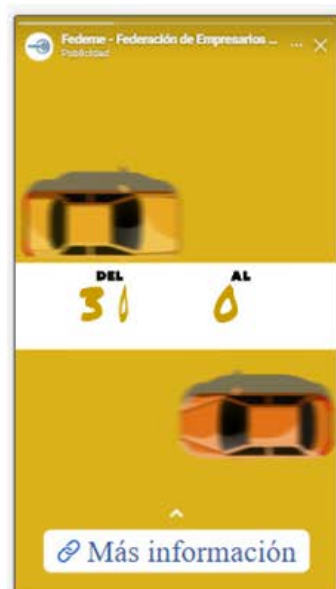
Facebook + Instagram Ads

La campaña de Facebook e Instagram consiguió un total de 1.223.740 impresiones y 431 clics, lo que supone un CTR de 0,04%.

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Durante la duración de la campaña se alcanzó a un total de 972.937 personas con una frecuencia de impacto de 1,26 veces. Además, se consiguieron 167 reacciones en el anuncio (me encanta, me divierte, ...). Instagram claramente ha obtenido mejores resultados que Facebook, logrando un mayor número de interacciones y un CTR del 0,06%.

Campaña	Impresiones	Clics en el enlace	CTR único (porcentaje d...	Alcance	Frecuencia	Reacciones a las publicaciones	Comentarios de la publicación	Veces que se ha compartido u...	ThruPlays
2024 - FEDEME - Salón del Motor - CPM	1 223 740	431	0,04%	972 937	1,26	167	2	8	7097
Facebook	497 404	100	0,02%	406 990	1,22	104	2	8	4221
Instagram	726 336	331	0,06%	592 055	1,23	63	—	—	2876
Resultados de 1 campaña	1 223 740 Total	431 Total	0,04% Por cuenta del Centro ...	972 937 cuentas del Centro de ...	1,26 Por cuenta del Centro ...	167 Total	2 Total	8 Total	7097 Total



3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

YouTube

Durante la duración de la campaña en YouTube se consiguieron 202.853 impresiones y 245 clics en los anuncios, obteniendo un CTR del 0,12%. El vídeo del anuncio fue visualizado al completo en 60.082 ocasiones (30,02% de las ocasiones).

Campaña ↓	Impresiones	Clics	CTR	Vistas	Video reproducido al:			
					25%	50%	75%	100%
2024 - YB 14º Salón del Motor	202.853	245	0,12 %	60.082	92,66 %	40,10 %	33,08 %	30,02 %
Total: campañas filtradas ?	202.853	245	0,12 %	60.082	92,66 %	40,10 %	33,08 %	30,02 %
Total: cuenta ?	202.853	245	0,12 %	60.082	92,66 %	40,10 %	33,08 %	30,02 %



3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

TikTok

Durante la duración de la campaña en TikTok se consiguieron 668.940 impresiones y 863 clics en los anuncios, obteniendo un CTR del 0,13%. Se alcanzaron un total de 252.610 personas con una frecuencia media de 2,65 veces. Los anuncios obtuvieron un total de 169 “Me gusta”. Además, a través de los anuncios se han obtenido un total de 7.287 visualizaciones de los vídeos.

Nombre	Impresiones	Clics (destino)	Alcance	Frecuencia	Visualizaciones de vídeo de 6 segundos	“Me gusta” de pago	“Compartir” de pago
2024 - Fedeme - Salón del Motor	668.940	863	252.610	2,65	7.287	169	29



3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

RTB Vídeo

En la campaña de RTB video hemos conseguido 550.016 impresiones y 28.520 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un buen CTR del 5.19% sobre las impresiones.

Además, se han obtenido un total de 295.977 reproducciones completas.

Insertion Order ▾	Line Item ▾	Impressions ▾	Clicks ▾	Click Rate (CTR)	Complete Views (Video) ▾
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	550,016	28,520	5.19%	295,977

A continuación, se muestran los principales emplazamientos (canales) donde se han mostrado los anuncios ordenados en función de las vistas completadas. Destacan “Marca”, “As” y “Onda Cero”, entre otras webs y app de gran autoridad.

Line Item ▾	App/URL ▾	Impressions ▾	Clicks ▾	Click Rate (CTR)	Complete Views (Video) ▾
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	MARCA.com - Android (com.iphonedroid.marca)	43,851	851	1.94%	36,120
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	as.com	42,374	128	0.3%	32,088
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	Onda Cero Radio - Android (com.antena3.ondacero)	11,889	377	3.17%	10,667
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	BeSoccer - Live Score - Android (com.resultadosfutbol.n)	57,550	9,771	16.98%	8,424
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	cope.es	11,848	55	0.46%	8,147
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	que.es	10,280	126	1.23%	7,660
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	Givvy Coin Wallet - Android (com.givvy.miner)	15,965	4,095	25.65%	6,148
2024 - 14 Salón del Motor - RTB Vídeo	abc.es	7,140	15	0.21%	6,047
		550,016	28,520	5.19%	295,977

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Spotify Ads

En la campaña de Spotify hemos conseguido 171.777 impresiones y 111 clics, lo que supone un CTR del 0,06%. Se han alcanzado a un total de 60.199 usuarios únicos con una frecuencia media de 2,85 impactos por usuario.

Además, se ha obtenido una reproducción completa de los anuncios del 95.68%, es decir, un total de 164.356 reproducciones completas de la cuña.

Nombre	Presentación	Impresiones en Spotify	Alcance	Frecuencia	Clics	Tasa de clics	Anuncio reproducido al 100 %
2024 - Fedeme - Salón del Motor		171,777	60,199	2,85	111	0.06%	95.68%



3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Audio Online

En la campaña de Audio Online hemos conseguido finalmente un total de 124.842 reproducciones completas del audio, con 158.890 impresiones visibles y 267 clics en los anuncios y un destacable CTR final del 0,17% sobre las impresiones.

Insertion Order ▾	Line Item ▾	Impressions ▾	Clicks ▾	Click Rate (CTR)	Complete Listens ▾ (Audio)
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	158,890	267	0.17%	124,842

A continuación, se muestran los principales emplazamientos (canales) donde se ha mostrado el anuncio, ordenados en función de los clics obtenidos. Destacan iVoox, y TuneIn Radio, entre otras webs y apps de podcasts de gran autoridad.

Line Item ▾	App/URL ▾	Impressions ▾	Clicks ▾	Click Rate (CTR)	Complete Listens ▾ (Audio)
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	iVoox Podcast - Android (com.ivoox.app)	44,905	73	0.16%	42,565
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	TuneIn Radio - Stream free music - iOS (418987775)	3,235	59	1.82%	3,001
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	elmundo.es	37,429	40	0.11%	23,642
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	TuneIn Radio - Android (tunein.player)	3,790	38	1%	3,539
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	okdiario.com	52,684	19	0.04%	39,612
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	as.com	4,011	13	0.32%	1,708
2024 - 14 Salón del Motor - Audio Online	libertaddigital.com	3,464	8	0.23%	2,612
		158,890	267	0.17%	124,842

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Mediaset

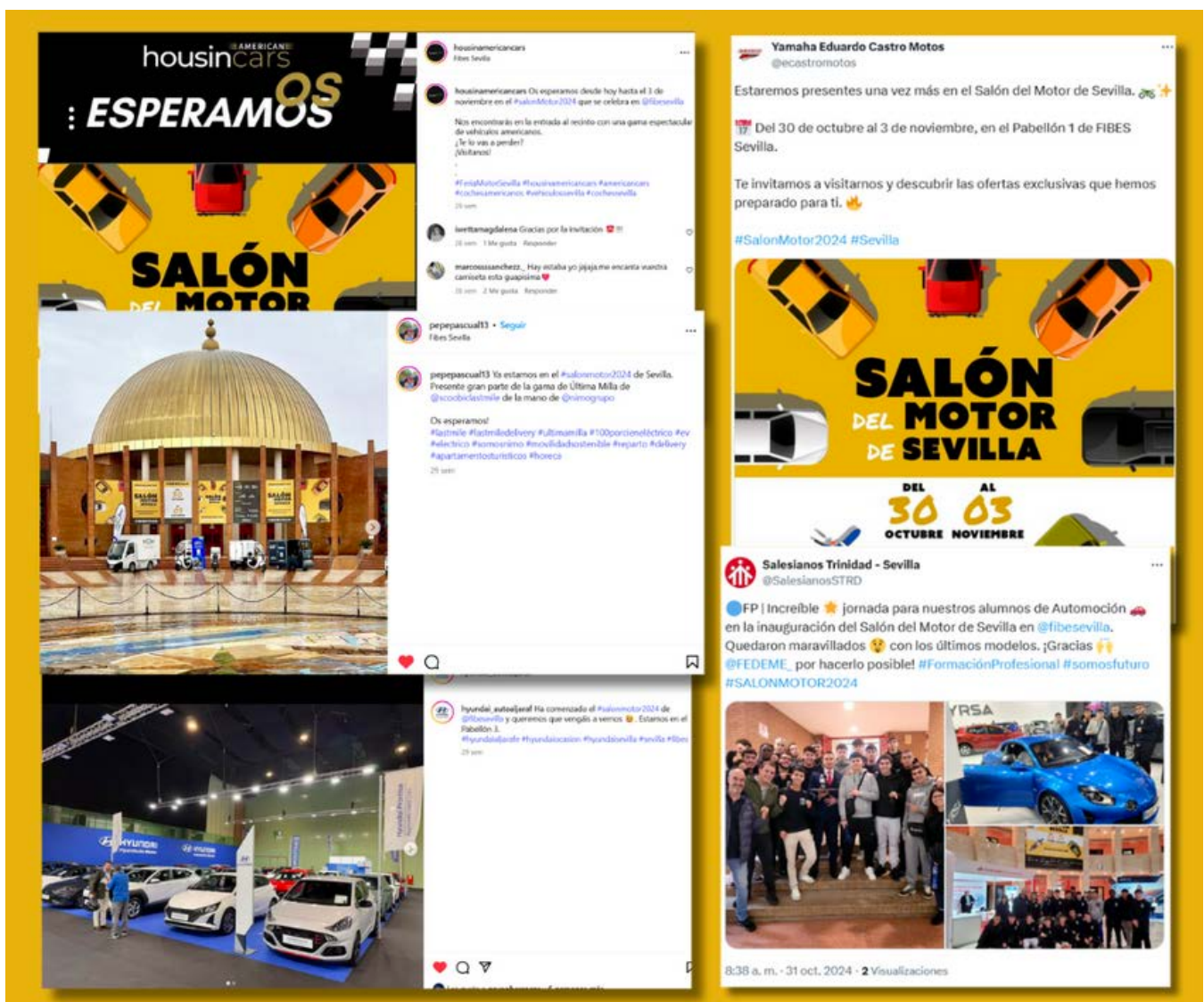
En la campaña de Mediaset hemos conseguido 120.062 impresiones y 680 clics en los anuncios, por lo que obtenemos un alto CTR del 0.57%. Se han registrado un total de 114.860 reproducciones completas del anuncio, un 96.07% sobre el total.

Line item	Ad server impressions	Ad server clicks	Ad server CTR	First quartile	Midpoint	Third quartile	Complete	Completion rate
Fedeme Salon Motor Sevilla Oct24	120062	680	0,57%	117727	116532	115546	114860	96,07%
Total	120062	680	0,57%	117727	116532	115546	114860	96,07%



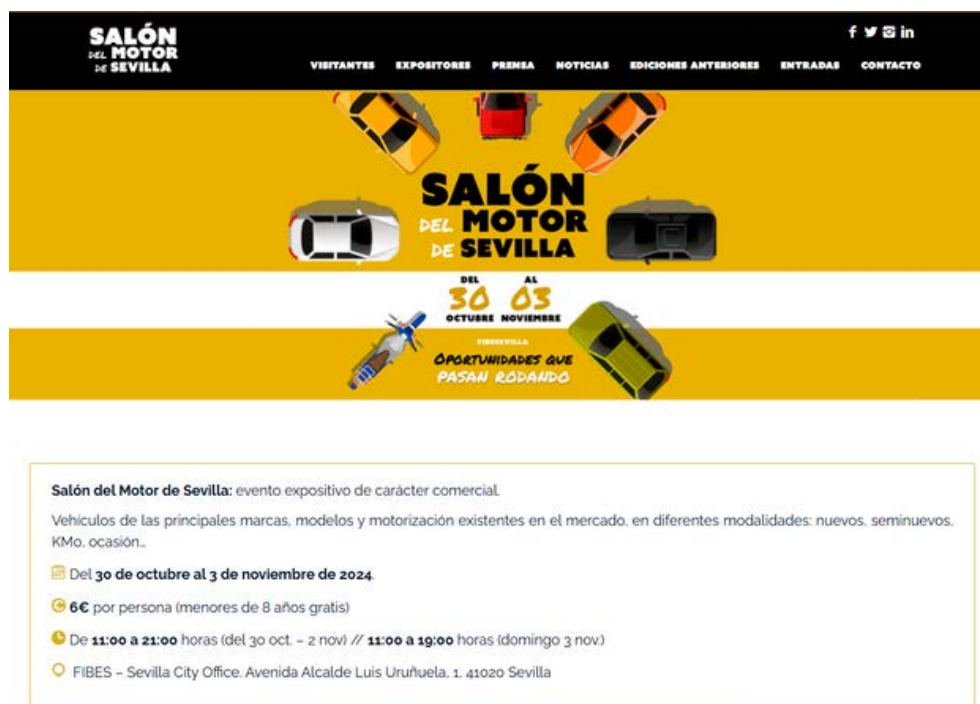
3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

En paralelo a esta campaña, dentro de la estrategia online desarrollada en torno a este evento, volvieron a jugar un papel importantísimo las redes sociales, principalmente Facebook, Twitter e Instagram. A través del hashtag propuesto para esta edición, #SALONMOTOR2024, desde la organización del evento se informó puntualmente a los interesados sobre las distintas actividades programadas, sorteos, detalles del evento, ofreciendo datos de interés, fotografías, generando comentarios..., todo ello con el respaldo y apoyo de las propios expositores, medios de comunicación y visitantes, quienes colaboraron de forma muy activa en la promoción del evento desde sus propios canales en esta redes.



3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Por último, como apoyo a la estrategia online referida, no se puede obviar la referencia a la web corporativa del evento (www.salondelmotorsevilla.com), donde los usuarios tuvieron a su disposición toda la información relativa a la muestra en cuestión y sus pasadas ediciones. Un soporte que los usuarios valoraron especialmente en esta edición, dado que a través de ella pudieron acceder, un año más, a la compra de las entradas y mantenerse al día de las últimas novedades referentes a la celebración de esta cita.



Usuarios activos ▼

50 mil

Número de eventos ▼

418 mil

Usuarios nuevos ▼

92 mil



50.000 usuarios recurrentes.



92.000 usuarios nuevos.



418.000 nº eventos -interacciones.

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Estrategia offline

Dentro de la campaña offline diseñada en torno a este evento y como complemento a las acciones publicitarias desarrolladas en medios de comunicación generalistas (prensa, radio y televisión) y a las actuaciones que se ponen en marcha cada edición dentro de la estrategia de difusión del evento (rueda de prensa, emisión de comunicados, etc.), se volvió a apostar por soportes de exterior y acciones de street marketing que dieron una gran visibilidad y protagonismo al evento.

Así, se dispuso un completo circuito publicitario en buses urbanos, monospistes led, mupis digitales en centros comerciales de la ciudad y centros Carrefour y mobiliario urbano de la ciudad (mupis y marquesinas), tal y como se puede constatar en la siguiente selección fotográfica:



3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN



3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Igualmente, como complemento a la campaña offline diseñada en torno al "Salón del Motor de Sevilla", el evento también tuvo presencia en los soportes de difusión publicitaria de uno de los principales clubes de fútbol de la ciudad: el Real Betis Balompié (radio, TV y web), lo cual contribuyó a la difusión y visibilidad de la campaña, al aprovechar el tirón de los miles de aficionados con los que cuenta este equipo.

Por otra parte, el “Salón del Motor de Sevilla” estuvo también presente en el soporte cine a través de una campaña de emisión de spots publicitarios de 20" del evento en 29 salas de los dos principales circuitos de cine de la ciudad, concretamente los centros comerciales Nervión Plaza y Lagoh del 18 de octubre al 1 de noviembre.



Finalmente, los buenos resultados registrados en la edición de 2024, en cuanto a número de visitantes y venta de vehículos, fueron, sin duda, el mejor exponente del éxito de la campaña de marketing y comunicación diseñada para la ocasión.

NOTA: dentro de esta memoria, concretamente en la **página 40**, se recoge un breve resumen de algunas de las principales apariciones generadas en prensa por esta nueva edición del “Salón del Motor de Sevilla”.

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Radio y TV en directo desde el Salón

La celebración del Salón del Motor de Sevilla se ha consolidado como un auténtico acontecimiento mediático en la ciudad, tanto por el interés que despierta entre el público como por su relevancia para el sector y el impacto económico que genera a nivel local.

Conscientes de ello, los medios de comunicación ofrecieron, un año más, una cobertura destacada del evento. Equipos de radio y televisión acudieron al recinto para realizar programas especiales, entrevistas y reportajes.

En estas intervenciones participaron no solo los portavoces oficiales designados por la organización, sino también distintos miembros del comité organizador y representantes de los expositores presentes.

En el ámbito radiofónico, emisoras como Cadena SER, COPE y Onda Cero emitieron en directo varios de sus programas durante la jornada inaugural de esta decimocuarta edición del Salón.

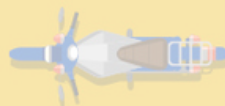


CADENA SER

30 de octubre

Programa:

- Hoy por Hoy Sevilla



3. CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN



CADENA COPE

30 de octubre

Programas:

- La Mañana de COPE Sevilla
- Deportes COPE



ONDA CERO

30 de octubre

Programa:

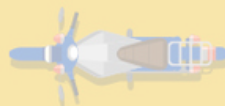
- Más de Uno Sevilla

3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Pero además de la emisión de estos programas en directo, estas emisoras de radio, junto con otras, realizaron entrevistas radiofónicas que emitieron en distintos programas para informar puntualmente sobre la evolución del Salón y más tarde sobre el balance de los resultados obtenidos.

En televisión, cadenas autonómicas como 7TV también llevaron a cabo una amplia cobertura del evento.





3.CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Resumen de Prensa

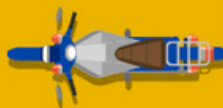
Haga clic sobre el icono para descargar el resumen de prensa con los principales impactos generados por la decimocuarta edición del "Salón del Motor de Sevilla".





SALÓN DEL **MOTOR DE SEVILLA**

OPORTUNIDADES QUE PASAN RODANDO



DEL
30
OCTUBRE

AL
03
NOVIEMBRE

FIBESEVILLA

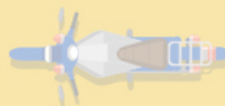
4

GALERÍA FOTOGRÁFICA



SALÓN DEL MOTOR DE SEVILLA

Oportunidades que pasan rodando



DEL **30** OCTUBRE AL **03** NOVIEMBRE

FIBESEVILLA

4. GALERÍA FOTOGRÁFICA



PABELLÓN 1

- EDUARDO CASTRO MOTOS**
YAMAHA
- MOTO JOVEN ANDALUCÍA**
APRILIA - DERBI - MOTO GUZZI - PIAGGIO - VESPA
AUTOMOTO NAVARRO HERMANOS
PEUGEOT
- DOSAUTO GARANTÍA**
MULTIMARCAS
- DIVESAN**
MITSUBISHI - NISSAN
- RIDAUTO MOTOR**
MULTIMARCAS
- AUTOMÓVILES BERROCAR**
MULTIMARCAS
- ALCALÁ AUTOMOTOR**
MULTIMARCAS

- GUADAIRA MÓVIL**
RENAULT
- GS AUTOS SEVILLA**
MULTIMARCAS
- AUTOS MOLIÈRE**
MULTIMARCAS
- AUTOS ARROGAL**
MULTIMARCAS
- HIPERAUTO CORIA**
MULTIMARCAS
- AUTOMÓVILES ÁLVARO**
MULTIMARCAS
- COCHESUR**
SEAT - SILENCE - SKODA
- FLEXICAR**
MULTIMARCAS

TRIÁNGULO 2

- SPOTICAR - AUTOMARES**
MULTIMARCAS
- CONQUERO OCASIÓN**
MULTIMARCAS

- SEVILLA WAGEN**
AUDI - VOLKSWAGEN - VOLKSWAGEN COMERCIALES
SEVILLA MOTOR
CUPRA - SEAT

PABELLÓN 3

- TOYOTA NIMO GORDILLO**
TOYOTA
LEXUS SEVILLA
LEXUS
- SYRSA AUTOMOCIÓN**
RENAULT - DACIA - MAZDA - VOLVO - SUZUKI -
OMODA - JAECOO - BMW - MINI
- DIVESAN**
MG

- GRUPO TERRY**
CITROËN - DS - HYUNDAI - INVICTA - MASERATI - OPEL -
SSANGYONG - SUBARU - SWM MOTORS - TERRYOCASION - SEAT
- CODIMOTOR**
VOLVO
TURISHOS LA RAZA
VOLVO
- TJSA**
FORD - TECSA PLUS

TRIÁNGULO 1

- AUTOS MOLIÈRE**
MULTIMARCAS
- COCHESUR**
SEAT - SILENCE - SKODA

- CARINSA**
HONDA
- FLEXICAR**
MULTIMARCAS

- AUTOBOSS**
MULTIMARCAS

PABELLÓN 2

- GRUPO AVISA**
AUDI - SEAT - SKODA - VOLKSWAGEN
- CLASSIC CARS**
JAGUAR - LAND ROVER
- AUTOMARES**
PEUGEOT
- GRUPO TERRY**
KIA
- SEVILLA WAGEN**
AUDI - VOLKSWAGEN - VOLKSWAGEN COMERCIALES

- SEVILLA MOTOR**
CUPRA - SEAT
- STELLANTISSYOU SEVILLA**
ABARTH - ALFA ROMEO - CITROËN - FIAT - JEEP -
PEUGEOT - SPOTICAR
- CONCESUR Y FERVIAL**
MERCEDES BENZ
- AUTOMARES**
FIAT - JEEP - OPEL - ALFA ROMEO - DS

CÚPULA FIBES

BBVA CONSUMER FINANCE
CAIXABANK PAYMENTS & CONSUMER
VODAFONE
SANTANDER CONSUMER BANK
SOFINCO
SCALEXTRIC CARS

PLAZA EXTERIOR

ZONA ECO





SALÓN DEL MOTOR DE SEVILLA

DEL AL
30 03
OCTUBRE NOVIEMBRE

FIBESEVILLA

OPORTUNIDADES QUE
PASAN RODANDO

ORGANIZAN:



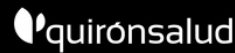
NO8DO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

fibes
Sevilla
Tráfico de Congresos y Exposiciones

PROMUEVEN:



COLABORA:



PATROCINAN:



SALONDELMOTORSEVILLA.COM • #SALONMOTOR2024