

Strategic Informative Advertising in a Horizontally Differentiated Duopoly*

Levent Çelik

CERGE-EI[†]

September, 2008

Abstract

When firms possess information about their competitors' products, their advertisements may leak extra information. I analyze this within a duopoly television market that lasts for two periods. Each station may advertise its upcoming program by airing a tune-in during the first program. Viewers may alternatively sample a program. I find that each station's equilibrium tune-in decision depends on both upcoming programs - thereby revealing more information than the actual content - when the sampling cost is sufficiently low. Otherwise, tune-in decisions are made independently. It is welfare improving to ban tune-ins in the latter case but not in the former.

Abstrakt

Pokud společnosti vlastní informace o produktech svých konkurentů, jejich inzerce v sobě může nést další informace. Analyzuji tuto hypotézu na duopolním trhu televizních stanic, který trvá dvě periody. Každá stanice může inzerovat svůj nadcházející pořad vysíláním upoutávek během prvního pořadu. Diváci mohou případně zhlédnout ukázkou z pořadu. Zjistil jsem, že rovnovážné rozhodnutí každé stanice ve vysílání upoutávek závisí na obou nadcházejících pořadech -- tudíž odhalí více informací než současný obsah -- pokud cena přepínání a prohlížení jiných pořadů je dostatečně nízká. Jinak jsou rozhodnutí o upoutávkách činěny nezávisle. Zakázání upoutávek v prvním případě vede ke zvýšení bohatství, v druhém případě nikoli.

Keywords: Informative Advertising, Tune-ins, Sampling, Information Disclosure, Signaling.

JEL Classification: D83, L13, M37.

* CERGE-EI is a joint workplace of the Center for Economic Research and Graduate Education, Charles University, and the Economics Institute of the Academy of Sciences of the Czech Republic. Address: P.O.Box 882, Politických veznu 7, 111 21, Prague 1, Czech Republic. Email: celik@cerge-ei.cz.

[†] I am grateful to Simon Anderson and Maxim Engers for their invaluable help during the progress of this paper. Thanks also go to Bilgehan Karabay, Krešimir Žigić and Lawrence Smith for helpful suggestions. I am responsible for all errors.