

# The New Final Rush

## A marketer's guide for the Winter Peaks Weeks Strategies

Trends, Advertising and Targeting  
Solutions from Halloween to the  
Christmas Season

October 2021



# Indice:

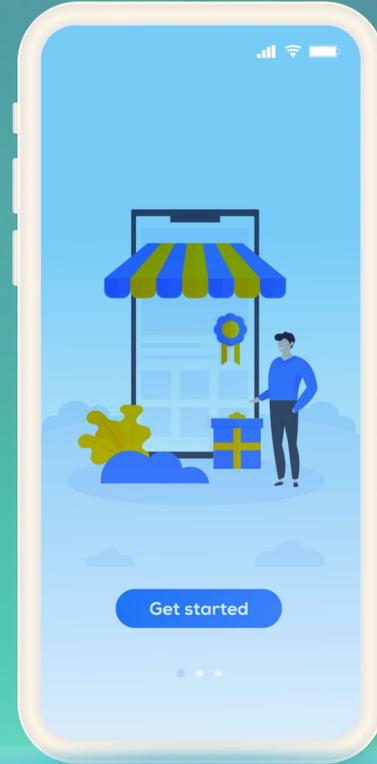
## 1. Time to change: drivers and forecast A/W 2021

## 2. Beintoo Trend Insights (Location Based)

- a. Apparel
- b. Food & Restaurant
- c. Grocery
- d. Consumer Electronics
- e. Automotive

## 3. Ad Targeting Strategy

- a. Halloween
- b. Black Friday
- c. Holiday Season
- d. Fashion Everywhere
- e. Winter Home Living
- f. Back to Reality
- g. Travell & Automotive
- h. Make Your Kousteau Target



# Time to change: timeline, habits and channels

## Un giorno o un mese?

Durante il **Black Friday** 2020 si sono registrate il **+19%** di vendite nelle tre settimane prima dell'evento e **+15%** la settimana prima. Non viene considerato più come un giorno speciale, ma come il punto di partenza di una **lunga stagione di offerte speciali** che arriva fino al periodo natalizio.



## Basta solo un tap

Lo **shopping mobile** nel 2020 ha raggiunto il **+39% delle vendite**, con un **+15% del tasso di conversione** rispetto al 2019 tra il 1 Novembre e il 31 Dicembre. Il mobile è diventato il **canale prescelto** in quanto le **decisioni di acquisto** sono spesso prese in **movimento o d'impulso**.



## Cambio di rotta

Nel 2020 le **vendite online** hanno superato quelle in store, arrivando ad un **+32%** rispetto al 2019. Questa tendenza permane anche nel 2021, affidando all'**e-commerce** un **ruolo centrale** e creando l'esigenza di **strategie multicanale**.



## Un'esperienza diversa

Selezionare il **giusto target** per la propria offerta e ingaggiarlo con il **messaggio giusto**, al momento più opportuno diventa indispensabile, ma anche proporre una **user experience** che promuova l'acquisto sui canali più indicati alle **caratteristiche delle singole audiences**.

# Forecast A/W 2021



## Revenge Shopping e Yolo economy

Dopo un lungo periodo di restrizioni, i consumatori sono più propensi alla spesa, sia online che offline.

La Yolo Economy spinge la popolazione, soprattutto la generazione dei millennials, alla ricerca di nuove esperienze offline.

### Settori coinvolti

Apparel, food & restaurant, event & leisure, travel, automotive, entertainment, sport



## Home Life

Continua la tendenza a vivere più frequentemente gli spazi domestici sia per lavoro che nel tempo libero.

Largo spazio a cucina, hobbies, home entertainment e all'acquisto di prodotti che rendano sempre più confortevoli gli ambienti e le attività quotidiane.

### Settori coinvolti

Grocery, home entertainment, laundry & home care, beauty & pharma, consumer electronic, home office, petcare.



## Sales Occasion & Holiday Season

Periodo Autunnale ricco di occasioni di promozioni speciali, iniziative tematiche, necessità di acquistare regali o semplicemente di assecondare gli acquisti d'impulso.

Lo Shopping natalizio si dilata nel tempo, a cominciare dal Black Friday.

### Settori coinvolti

Apparel, Home Design, Consumer Electronic, Children, Travel.



# Insights sui principali settori

## Mobile Data Beintoo

# Beintoo Insights - Apparel

Il **monitoring** dei punti vendita del **settore Apparel**, ha evidenziato periodi di **picco** sulle principali città nella **prima e nella terza settimana di Luglio 2021**, presumibilmente guidate dai saldi e dagli acquisti pre vacanza.

Successivamente si è notato un **calo** nelle settimane centrali di **Agosto** nelle città del **Nord e Centro Italia**, mentre sono rimaste abbastanza **stabili** le città costiere di **Bari e Palermo**.

Dall'**ultima settimana di Agosto** si sono registrati, infine, incrementi su tutte le città e in particolare su **Napoli, Bari e Bologna** che hanno rilevato picchi del **+40% e +60%** rispetto ai **periodi di Luglio - Agosto**.

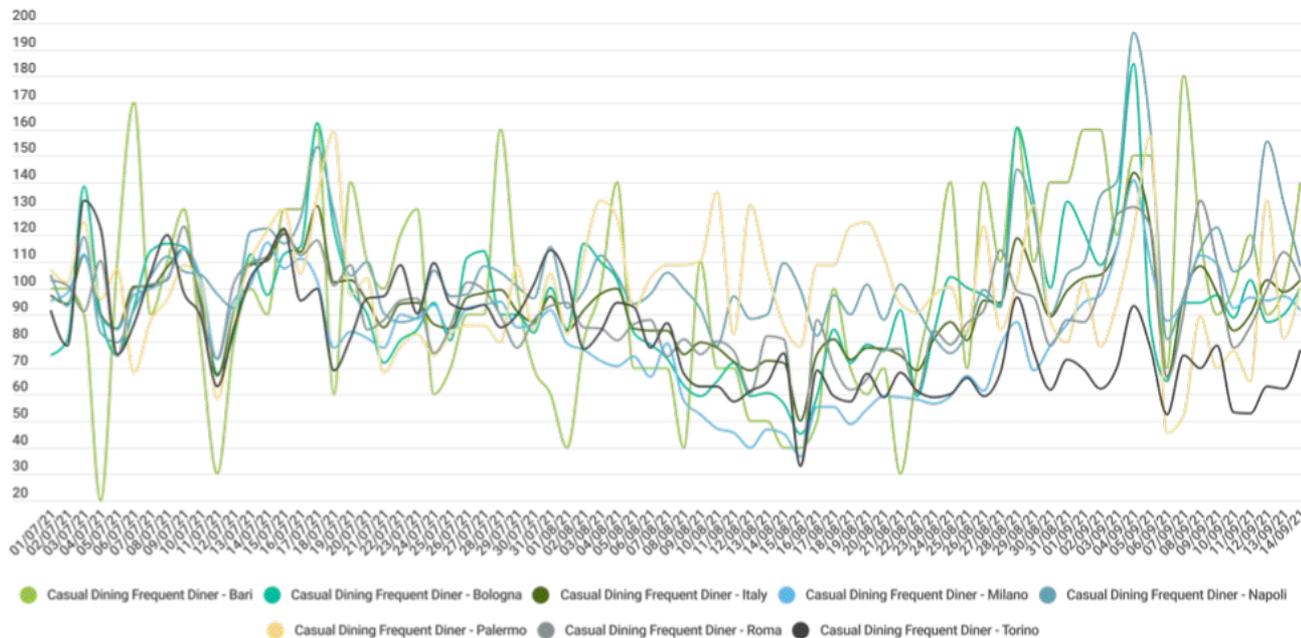


# Beintoo Insights - Food & Restaurant

Il **monitoring** dei POIs del **settore Food & Restaurants** ha evidenziato un **trend** piuttosto stabile nel **mese di Luglio** sulle principali città, con alcuni picchi di crescita nel weekend.

Le città di **Bologna, Roma, Milano, Torino** hanno registrato un calo fino al **-50%** delle visite nel mese di **Agosto**, mentre **Napoli** è rimasto nella media e **Palermo** ha rilevato addirittura dei picchi fino al **+40%** di visite.

Dagli **ultimi giorni di Agosto** il trend ha ripreso a crescere in tutte le città, eccetto **Torino** che è rimasta sotto la media. In particolare le città di **Napoli e Bologna** hanno riportato cospicui aumenti delle visite fino ad un **+100%** nella prima settimana di **Settembre**.



# Beintoo Insights - Grocery

Il **monitoring** degli store del settore **Grocery** ha fatto emergere un trend abbastanza omogeneo su tutte le città nel  **mese di Luglio**, con alcuni picchi fino al **+20% nelle giornate infrasettimanali** (specialmente Giovedì e Venerdì) e un fisiologico **calo nel mese di Agosto**, con conseguente **ripresa nel mese di Settembre**, ad eccezione di **Milano e Torino** che sono rimasti un po' sotto la media.

È rimasta comunque la **tendenza** a non riscontrare grandi picchi di afflusso solo nel weekend, effetto di una **nuova abitudine** che si sta consolidando sempre più, anche dopo il periodo pandemico, e che concerne lo spostamento delle occasioni di **spesa al supermercato anche durante i giorni centrali della settimana**.



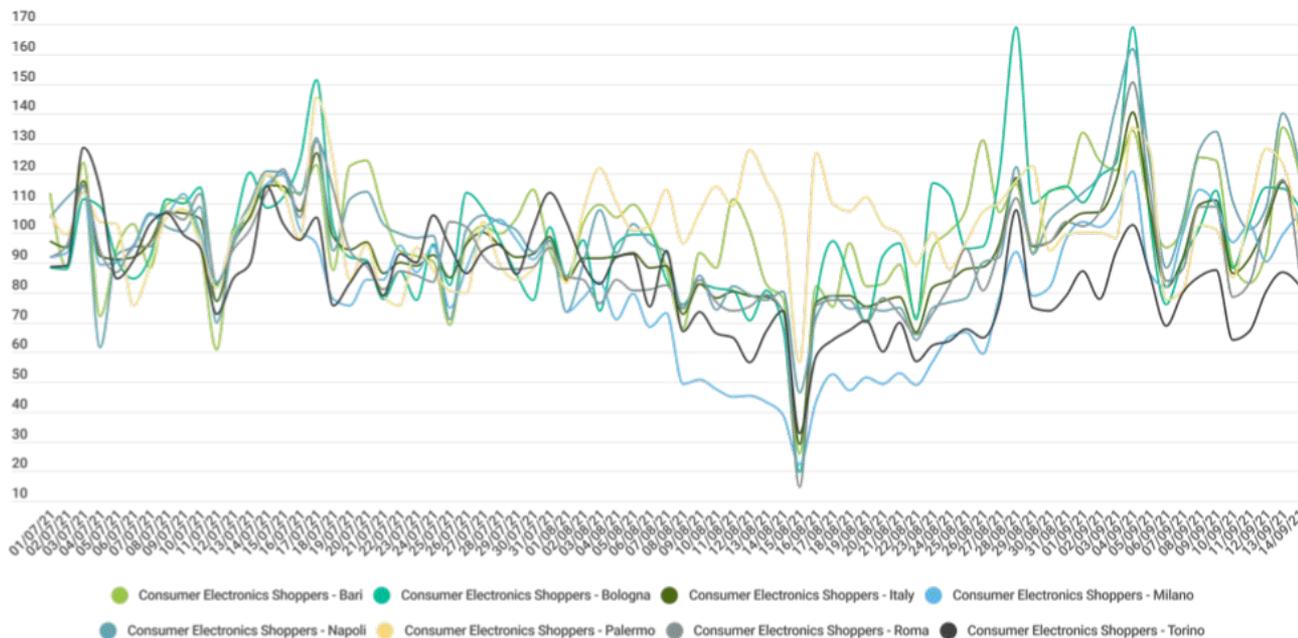
# Beintoo Insights - Consumer Electronics

Il **monitoring** dei punti vendita del settore **Consumer Electronic** ha rilevato un **andamento altalenante** nel mese di **Luglio**, con un principale **incremento** delle visite in store nella **parte centrale del mese** e ricorrenti cali soprattutto nella giornata di domenica.

Nel mese di **Agosto** è perdurato un calo generale, ad eccezione delle città di **Bari** e in particolar modo **Palermo**, che ha registrato aumenti fino al **+25%**.

Dalla prima settimana di **Settembre** il settore ha rilevato una generale ottima ripresa su tutte le città, e in modo più netto su **Bologna e Napoli**, con un picco fino al **+60%** di visite, e a seguire **Bari e Palermo** con **+40%** e **+30%**.

Per tutte le città prese in analisi, il **giorno favorito** per questo tipo di acquisti, sulla base del numero di visite, è il **sabato**.



# Beintoo Insights - Automotive

Il **monitoring** delle concessionarie auto ha evidenziato nel mese di **Luglio** una ripresa generale del settore, facendo registrare un **aumento percentuale medio** delle visite tra il **+20% e il +30%** su tutte le città (con picchi in differenti giorni) e un **decremento** cadenzato nella giornata della **domenica**.

Dopo il fisiologico calo del mese di **Agosto**, la ripresa arriva a raggiungere il **+40%** di visite nelle città di **Bologna, Bari e Roma**.

In controtendenza rispetto a quanto accadeva prima dell'era pandemica, i giorni prediletti per le visite in store sono il **martedì, il giovedì e il venerdì**, con un **tempo di permanenza medio superiore ai 30 minuti**.



# Beintoo Ad Targeting Strategy

Grazie agli studi effettuati e agli insights emersi, Beintoo ha realizzato delle **strategie** pubblicitarie con **audience di targeting** attivabili per **campagne di digital e mobile advertising** con diversi obiettivi.

Le **audience**, sono state create utilizzando **dati offline proprietari** (mobile data) e **dati online** di partner selezionati. Nel documento sono state classificate per vertical, ma possono essere **combinare e arricchite** in base alle esigenze specifiche del brand.

## Mobile & Desktop Campaigns DOOH e OOH Retargeting

Digital, Social, OOH retargeting,  
Audio Addressable

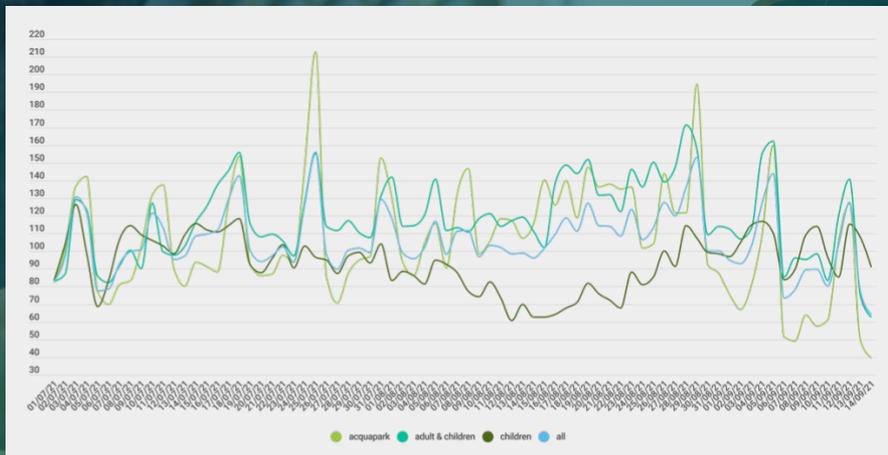


**Awareness & Consideration**



**Action & Loyalty**

Drive to Store - Drive to Site - Drive to E-commerce  
Performance, SMS, DEM, Proximity



# SPECIAL TARGET Halloween

Beintoo, grazie alla sua tecnologia di location intelligence ha monitorato i principali parchi divertimento, acquapark e parchi per bambini al fine di delineare il trend di visita degli ultimi mesi e costituire audience di targeting pubblicitario dedicate ad Halloween.

## Audience

### Parchi divertimento / tematici

utenti amanti dei parchi divertimento, di cui sono state accertate visite nei precedenti tre mesi o durante il periodo di Halloween dell'anno precedente

### Sweet Treat:

genitori di bambini o utenti che hanno dimostrato una passione per il mondo dei dolci e delle feste a tema

### Movie Marathon:

amanti delle serie tv e frequenti utilizzatori di app di video streaming (dati app usage)

### Food Delivery addicted:

utenti amanti del cibo che utilizzano frequentemente servizi di food delivery

### Sweet Life @ Home:

utenti che hanno dimostrato lunghe permanenze in casa e interesse verso i prodotti alimentari (con split su tipologie) e prodotti per home decoration

# SPECIAL TARGET

## Black Friday

### Audience

#### Sales Addicted:

utenti che hanno dimostrato particolare interesse per promozioni e saldi stagionali sia offline che online

#### Tech Addicted:

utenti amanti della tecnologia, sempre attenti alle innovazioni di prodotto e alle scontistiche

#### Fashion & Beauty Occasion:

consumatori che si recano frequentemente o acquistano online prodotti legati ai settori, specialmente in concomitanza di saldi o cambi stagionali

#### Renewing Home

utenti che trascorrono molto tempo in casa, amanti di home design e home technology, interessati ad acquistare nuovi prodotti per rinnovare casa

**Waiting for Holiday:** utenti amanti delle festività natalizie che, secondo i dati e le tendenze emerse, anticiperanno gli acquisti

A young couple wearing red and white Santa hats are sitting at a desk, looking at a laptop screen. The woman is holding a credit card. The background is softly blurred, showing a home setting with a Christmas tree and decorations.

# SPECIAL TARGET Holiday Season

## Audience

### **Christmas & Last Minute Shoppers:**

utenti che hanno dimostrato di frequentare più assiduamente store, o di effettuare acquisti online, in questo particolare periodo

**Furniture & Decorations:** utenti che trascorrono molto tempo in casa, amanti di home design, home decoration e home technology

### **Santa Claus Gifts:**

genitori con figli, di diverse fasce d'età, propensi a compiere acquisti di giocattoli, videogiochi e in generale prodotti per bambini e teens

**Travel Addicted:** amanti dei viaggi, weekenders e appassionati di montagna

**Home Dinners & Party:** appassionati di cucina, frequentatori assidui di supermercati, food shop, wine shop ed e-commerce

# SPECIAL TARGET



## Predictive Model



## Audience

### Home Screen:

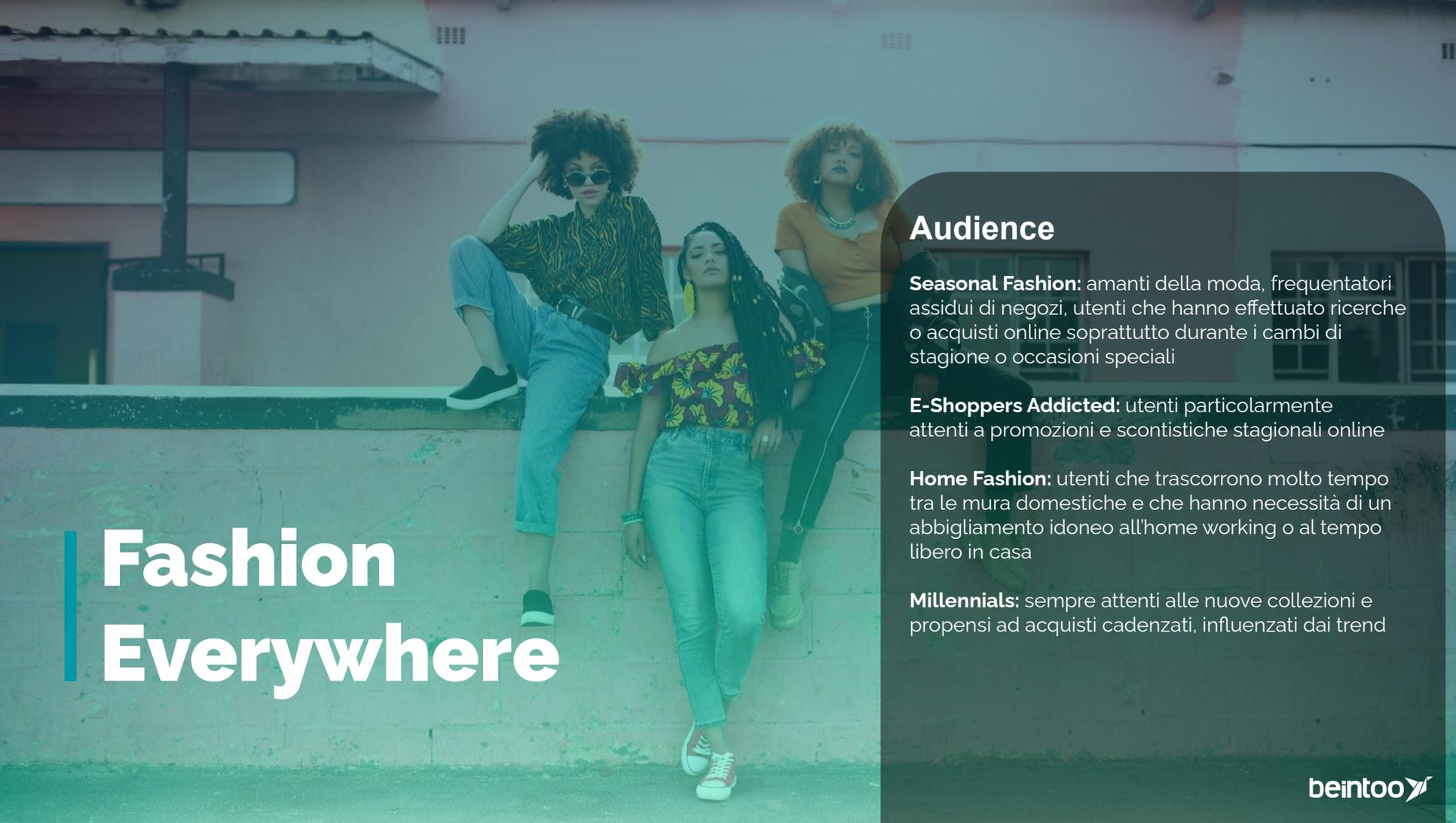
Beintoo, grazie alla sua tecnologia di location intelligence, riesce ad individuare la **home location** di gruppi di utenti e stabilire quali sono i **giorni o le fasce orarie** in cui si trovano all'interno della propria abitazione.

Dopo aver **isolato** questi gruppi, di cui conosciamo anche **comportamenti e preferenze**, e ricevuto le informazioni sui **passaggi pubblicitari televisivi**, è possibile ingaggiarli in **real-time** con un messaggio pubblicitario mentre navigano **sul proprio smartphone** rafforzando la comunicazione su più canali.

### Predictive Audiences:

Gruppi di utenti di cui si riescono a **prevedere acquisti futuri o prossime visite presso specifici POIs**, da poter attivare in **momenti ad alto potenziale ricettivo** (in base alla loro routine).

Questi gruppi sono stati creati sulla base dei dati storici Beintoo e mediante **avanzati modelli matematici e machine learning**, che consentono di individuare **pattern comuni** ed estenderli con una metodologia lookalike.



# Fashion Everywhere

## Audience

**Seasonal Fashion:** amanti della moda, frequentatori assidui di negozi, utenti che hanno effettuato ricerche o acquisti online soprattutto durante i cambi di stagione o occasioni speciali

**E-Shoppers Addicted:** utenti particolarmente attenti a promozioni e sconti stagionali online

**Home Fashion:** utenti che trascorrono molto tempo tra le mura domestiche e che hanno necessità di un abbigliamento idoneo all'home working o al tempo libero in casa

**Millennials:** sempre attenti alle nuove collezioni e propensi ad acquisti cadenzati, influenzati dai trend



# Winter Home Living

## Audience

**Chef at home:** amanti della cucina e appassionati di food, utenti che frequentano spesso punti vendita della GDO (con split su preferenze di prodotti: es. Gluten free, bio, bambini ecc.)

**Food delivery addicted:** utenti amanti del cibo che utilizzano frequentemente servizi di food delivery

**Serial Minds & Tv Addicted:** amanti delle serie tv e frequenti utilizzatori di app di video streaming o interessati alla sottoscrizione di un abbonamento alla pay-tv

# Back to Reality

## Audience

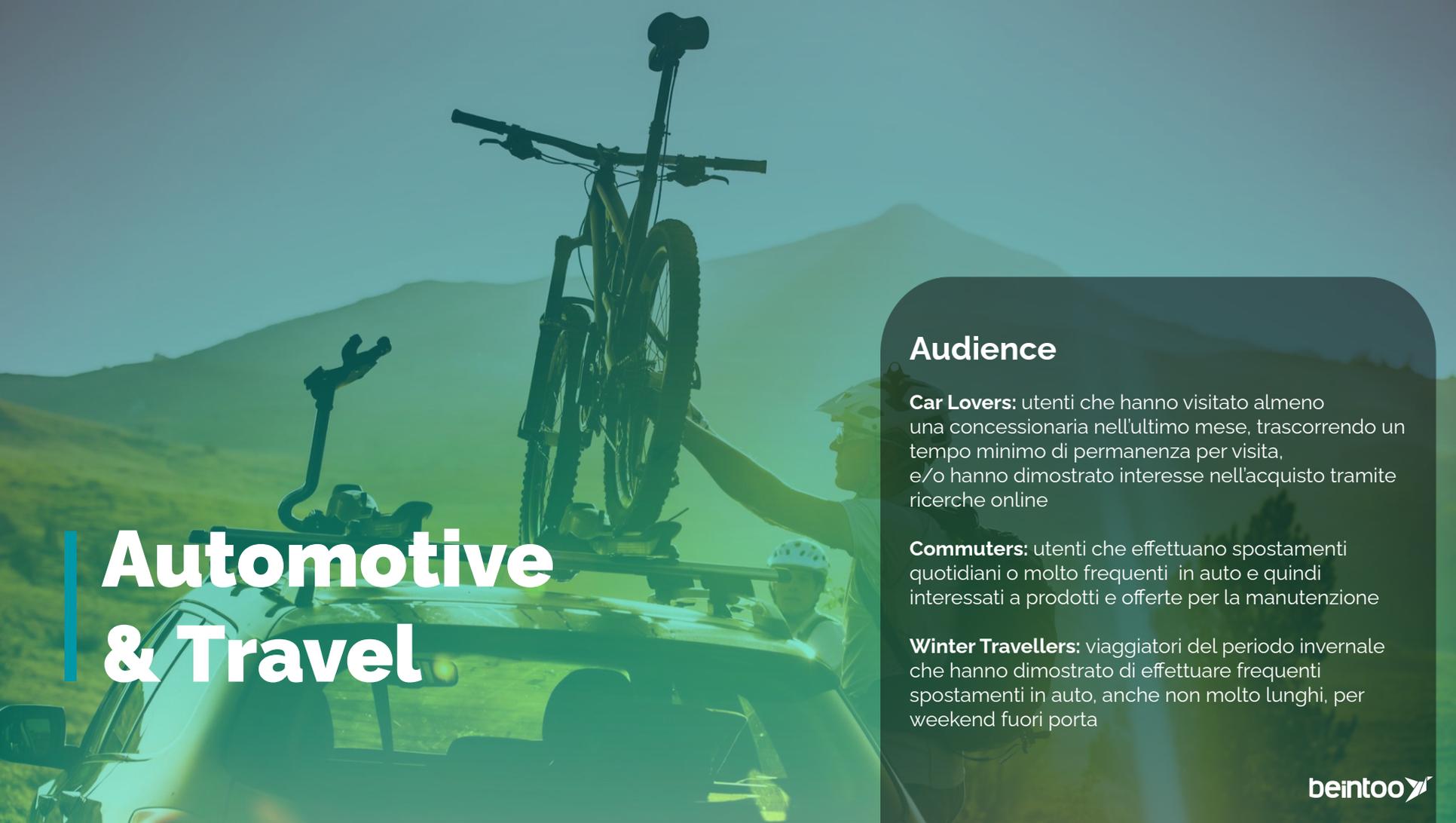
**Restaurants Lovers:** assidui frequentatori di ristoranti (con split per fasce di livello dai fast food fino al luxury) soprattutto nel periodo invernale

**Eventi:** appassionati di eventi, mostre, manifestazioni, concerti live ed eventi sportivi

**Cinema, teatro, musei:** amanti del cinema, del teatro e dei musei, assidui frequentatori soprattutto prima del lockdown

**Sporty People:** instancabili sportivi e praticanti amatoriali inclini all'acquisto di attrezzature, abbigliamento, integratori, o alla sottoscrizione di abbonamenti per eventi sportivi

**Città d'arte:** appassionati di turismo culturale che si recano spesso in città d'arte, anche nel weekend

A person is loading a bicycle onto a car roof rack. The scene is set in a mountainous landscape with a clear sky. The image has a teal overlay.

# Automotive & Travel

## Audience

**Car Lovers:** utenti che hanno visitato almeno una concessionaria nell'ultimo mese, trascorrendo un tempo minimo di permanenza per visita, e/o hanno dimostrato interesse nell'acquisto tramite ricerche online

**Commuters:** utenti che effettuano spostamenti quotidiani o molto frequenti in auto e quindi interessati a prodotti e offerte per la manutenzione

**Winter Travellers:** viaggiatori del periodo invernale che hanno dimostrato di effettuare frequenti spostamenti in auto, anche non molto lunghi, per weekend fuori porta

# Make Your Kousteau Target

Se possiedi mobile data di prima parte, una app, o vuoi utilizzare i dati Beintoo, arricchendo il tuo data asset, puoi creare audiences personalizzate per la delivery di campagne pubblicitarie utilizzando la Customer Data Platform Kousteau.

## Cosa offre questa piattaforma?



Un silos privato dove poter gestire e utilizzare i propri dati, o quelli messi a disposizione da Beintoo (raccolti tramite SDK proprietaria)



Amministrare e monitorare i consensi e le privacy policy attraverso una Consent Management Platform certificata IAB



Compiere analisi di business e location intelligence contenute in dashboard interattive facilmente navigabili.



Attivare cluster di utenti altamente profilati con campagne pubblicitarie, grazie all'integrazione con le principali piattaforme di programmatic advertising

# Output & Insights

Beintoo è in grado di effettuare **studi di Location Intelligence** pre e post campagne di digital e mobile advertising. Strumenti strategici per i brand per sviluppare nuova consapevolezza sul **customer journey** e **per misurare le azioni di marketing**.

## Le principali analisi:



**Visit Trend:** monitoraggio con split delle visite per punto vendita e confronto con i benchmark di mercato



**Mobile Ad Meter:** analisi e misurazione dell'awareness del brand, correlato alle abitudini comportamentali dei suoi consumatori



**Brand Affinity:** identificazione dei marchi e dei settori di interesse frequentati dai propri clienti



**Competitor & Loyalty Analysis:** identificazione dei competitor, misurazione della loyalty e delle sovrapposizioni



**Footfall Analysis:** BeAttribution Lite e Full (misurazione dell'efficacia della campagna in termini di visite in store attribuite)

# Rich Media

Beintoo possiede una **inventory di più di 40 formati rich media proprietari** realizzati per soddisfare le esigenze di **tutti gli obiettivi di campagna** di diversi brand, con possibilità di **customizzazione** grazie al nostro **team design interno**.

Next Frame



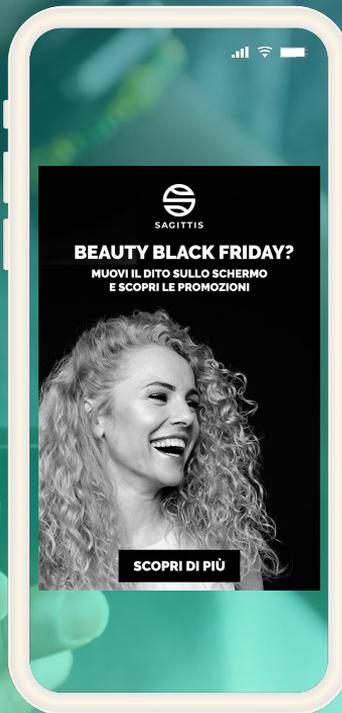
Windows Flip



Scratch



Zoomify



Advergame



Contattaci per ricevere maggiori informazioni  
[sales@beintoo.com](mailto:sales@beintoo.com)