La Gran Apertura

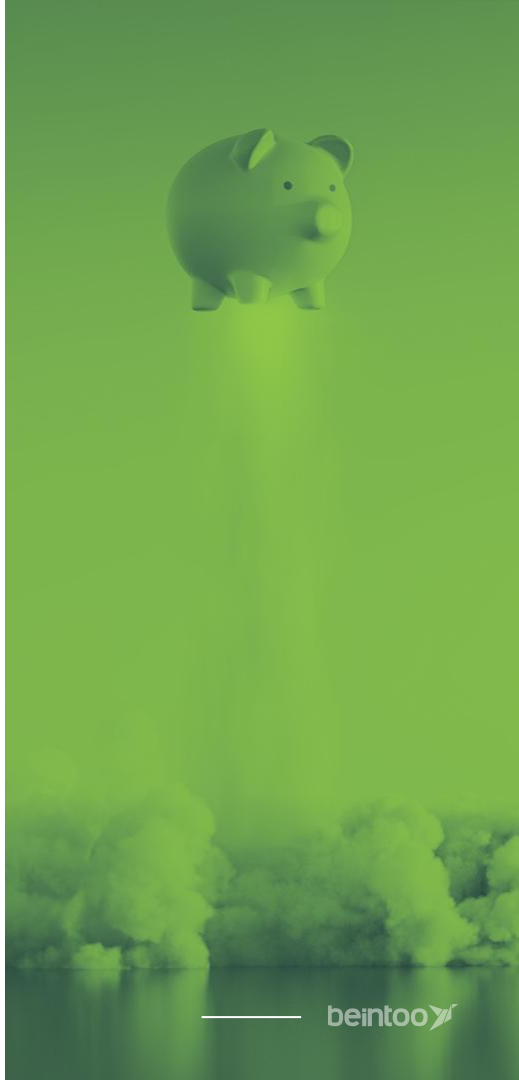
Guía a los inversores publicitarios digitales basado en datos del primer trimestre del año.

Enero de 2022

beintoo

Índice

1. **Evolución de las necesidades y de las soluciones**
2. **Media Trends** - *Principales tendencias de los medios del 2022*
3. **Impact customer's journey with data driven strategy**
4. **Consumers Needs** - *Soluciones y objetivos*
5. **Ocasiones Especiales**
    - *Rebajas*
    - *San Valentín*
    - *Día del Padre*
6. **Programmatic Network**
7. **Rich Media**



Evolución de las necesidades y de las soluciones

En los últimos años hemos asistido a grandes cambios, repentinos y significativos.

El contexto en que vivimos, como bien sabemos, influye sobre la vida y las decisiones del consumidor, que evolucionan con la aparición de **nuevos intereses, necesidades y experiencias**.

Esto nos ha hecho reflexionar sobre cómo es fundamental volver a los origines y preguntarse qué hay detrás de las "**What, Where, When, Who**" del recorrido del consumidor y cómo podemos utilizarlas para crear estrategias publicitarias eficaces y **campañas representativas y accesibles**, volviendo a analizar todo en **data-driven**.

A través de los estudios del mercado efectuados y de los insights de propiedad, Beintoo ha realizado algunas estrategias publicitarias basadas en las últimas evoluciones de las necesidades de los consumidores.

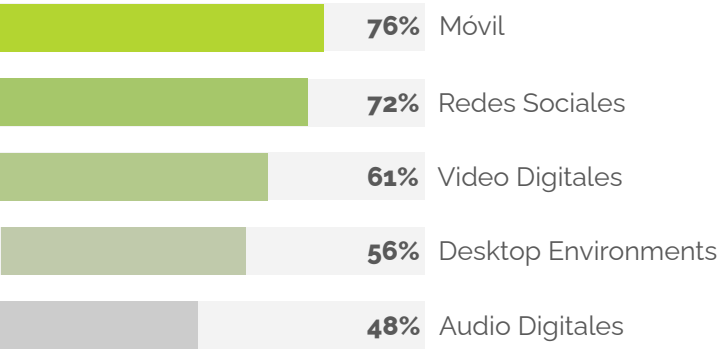
En particular se han identificado las **exigencias** principales que guiarán el primer trimestre del 2022; a ellas se han asociado los principales sectores de productos que pueden responder a la pregunta, realizando algunas **audiencias ad hoc** para activar campañas publicitarias móviles y desktop eficaces en rendimiento y memorables a nivel de experiencia.

Las audiencias se han creado utilizando **datos offline** propietarios (datos móviles) y **datos online** de partners seleccionados.

En el documento se han clasificado por verticales, pero pueden ser combinadas y enriquecidas en base a las exigencias específicas de la marca.

Media Trends

Principales tendencias de los medios en 2022



Fuente: IAS

Enero de 2022

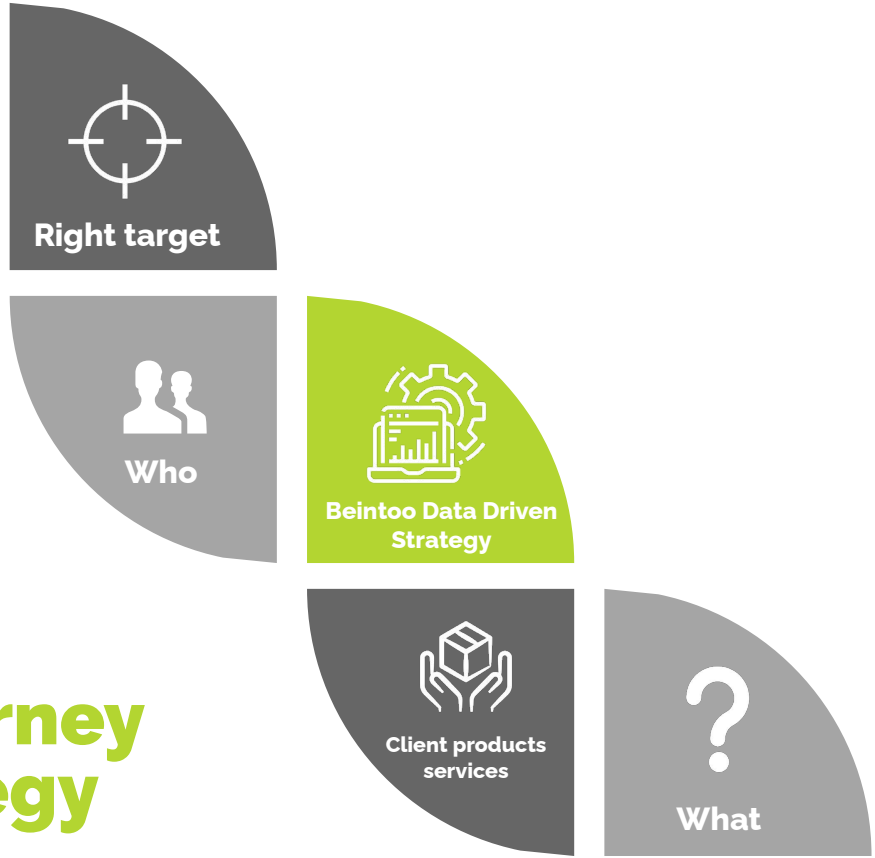
Los expertos de sector afirman que:

En un 86%, el aumento de **consumo de video en móviles** podrà ser una oportunidad para comprador y vendedor.

En un 82%, las **soluciones de contextual targeting** serán privilegiadas en el entorno apps mobile y web.

En un 81%, la **expansión del 5G** aumentarà la experiencia de mobile app en general, creando nuevas oportunidades por la publicidad.

- 1° party data, location intelligence
- CDP Kousteau (brand's data + Beintoo's data)
- AI, Mathematical models, predictive models
- Inventory



Impact customer's journey with data driven strategy

Impact customer's journey with data driven strategy

Now

Focus on: *message, target, creativity, proximity, experience*

Maybe now or later

Focus on: *awareness/consideration (values, usp, experience, content, innovative formats)*

In a near future

Focus on: *predictive models, opportunity window personalization*

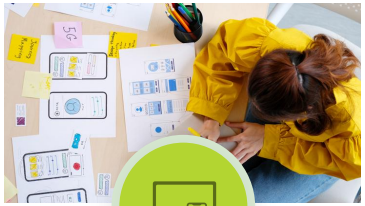
Passive shopping mood

Focus on: *context, formats, interest, promotions*

When do they need it ->

Impact customer's journey with data driven strategy

Where can they get it



OFFLINE

- Drive to store
- Proximity
- Sms
- Dooh & retargeting

How?

Mobile adv Desktop

ONLINE

- Video Contextual (VIPLE)
- Contextual
- Audio ADV
- DEM
- Performance
- Native

Consumers Needs

Soluciones y Objetivo

Need

Certeza y Control

Los consumidores necesitan contrarrestar la precariedad del período histórico y lo hacen sobre todo mediante el seguimiento, la gestión y la anticipación de los acontecimientos.

Industry

Tecnología, Salud y Ahorro

Se encuentran entre las principales prioridades del 2022 y entre las más solicitadas a nivel informativo.
Estamos en la era donde **lo cotidiano puede ser medido**; la "wearable technology", las app y el software para el bienestar se convierten en parte integral de la vida.

Del mismo modo, la **optimización de la gestión del presupuesto** y la evaluación de las inversiones también contribuyen a aumentar la sensación de seguridad.

Audiences

Technology Selfcare: usuarios que han demostrado un especial interés por los dispositivos tecnológicos, especialmente relacionados con la persona, el bienestar y la casa.

Budget-conscious: consumidores particularmente acostumbrados a la gestión óptima del presupuesto y siempre atentos a ofertas y promociones.

Main Focus Adv

Contextual, Mobile &
Desktop Adv, Drive to Site.

Consumers Needs

Soluciones y Objetivo

Need

Proximidad y sostenibilidad

Tiende a vivir más los espacios en casa, las tiendas de proximidad y mayor búsqueda de productos locales y sostenibles.

Industry

Local Store, Alimentos Saludables, Productos Sostenibles

Esos no son sólo temas de debate, sino realidades comprobadas y demostradas, por ejemplo, por la sensible disminución de grandes compra y por la mayor frecuencia de pequeñas compras en tiendas locales, o por el aumento de la venta de productos sostenibles para la casa del 32% ya en 2020*.

* Fuente Tiendeo

Audiences

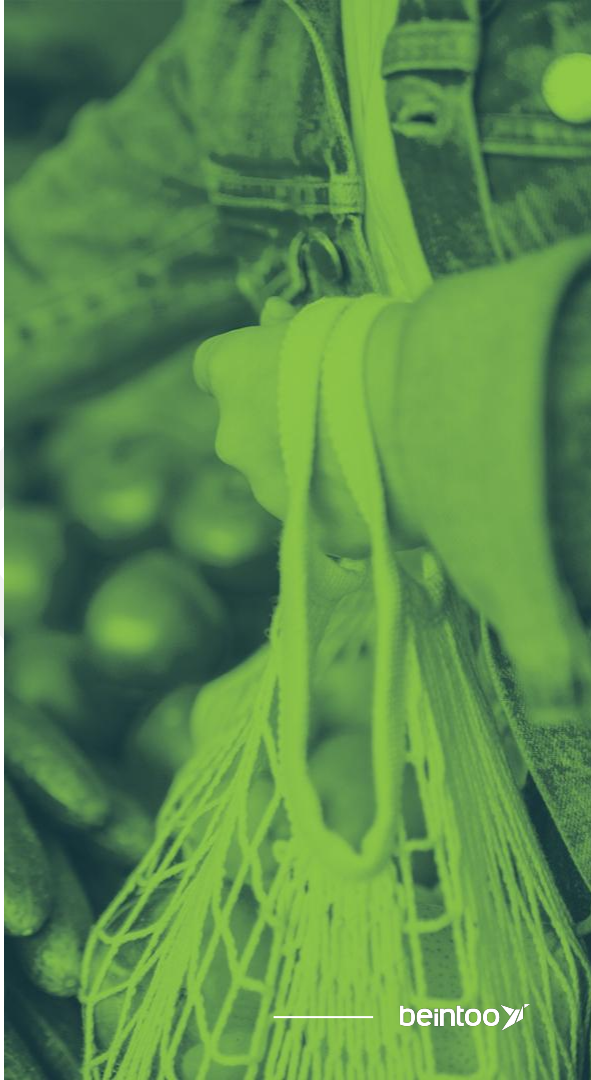
Geotargeting: interceptar al público cercano al área de interés que es similar al objetivo de la marca gracias a los datos de location intelligence.

Basket consumers: los usuarios que hayan demostrado visitar con frecuencia puntos de venta locales cerca de su domicilio o lugar de trabajo.

Green & Healthy Lifestyle: los consumidores que tienen un gran interés en la sostenibilidad ecológica y el estilo de salud y que frecuentan a menudo tiendas objetivo o realizan búsquedas/compras online.

Main Focus Adv

Drive to store, proximity, formatos que soportan la compra híbrida, SMS.



Consumers Needs

Soluciones y Objetivo

Need

Personalización y Experiencia

Búsqueda de productos y de una experiencia de compra a medida. Mayor atención a las soluciones multicanal, al valor añadido en el punto de venta físico, a los métodos de pago, a los servicios de delivery.

Industry

Moda y Belleza, Alimentaria, Turismo, Entretenimiento

Son los sectores que pueden aprovechar al máximo las dinámicas de personalización a largo plazo, pero este objetivo debe ser una prioridad de todo el mercado.

Main Focus Adv

Rich media interactivos, (por ejemplo gaming), uso de modelos predictivos y data enrichment.

Audiences

Fashion & Beauty Addicted: usuarios amantes de la moda, asiduos de tiendas o comercio online (con divisiones también por gama de precios).

Millennials: siempre atentos a las nuevas colecciones y propensos a las compras fugaces, influenciados por las tendencias.

Food delivery lovers: los usuarios amantes de la comida que utilizan con frecuencia servicios de delivery.

Serial Minds & Tv Addicted: amantes de las series de televisión y usuarios frecuentes de aplicaciones de vídeo por streaming, o interesados en suscribirse a las televisiones de pago.

Winter Travellers: viajeros de invierno que hayan demostrado viajar en coche frecuentemente, incluso viajes no muy largos, para fin de semana fuera de la ciudad.

Consumers Needs

Soluciones y Objetivo

Need

Relación con la marca

Necesidad de una sólida relación con la marca que debe prestar atención a un conocimiento profundo del consumidor, a la monitorización de su evolución y a la anticipación de sus necesidades.

Industry

Todos los sectores de productos

Ofertas personalizadas, promociones, programas de fidelidad, experiencias personalizadas y multicanales serán cada vez más una palanca competitiva fundamental.

Main Focus Adv

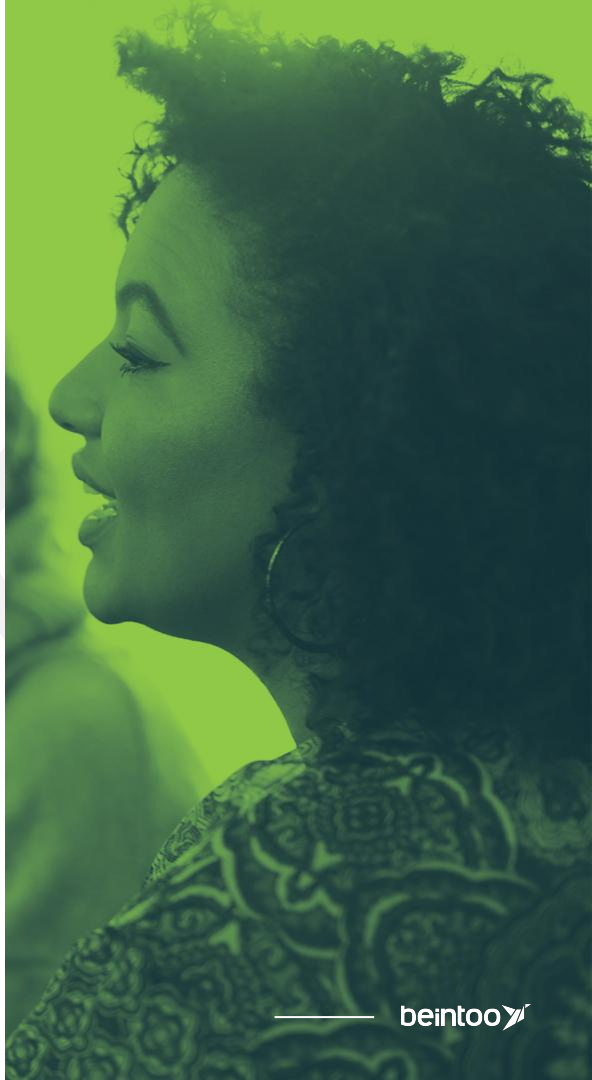
Modelos predictivos, uso de rich media mobile interactivos y personalizables.

Audiences

Predictive Audiences: grupos de usuarios de los que se pueden prever futuras compras o visitas a puntos de venta específicos, que se pueden activar en momentos de alto potencial receptivo (según su rutina).
Estos grupos se crearon sobre la base de los datos históricos Beintoo y a través de avanzados modelos matemáticos y de machine learning, que permiten identificar patrones comunes y extenderlos con una metodología lookalike.

Custom Audiences 4.0: público creado ad hoc mediante la combinación de análisis de historicidad de frecuencia con los modelos predictivos para ir a alcanzar los usuarios hiper-cualitativos.

Kousteau Audiences: objetivos creados gracias a la integración de los datos de la marca con los geo-comportamentales Beintoo mediante el uso de la CDP Kousteau.



Ocasión Especial

Sales Season

Enero de 2022

Audiences

Sales Addicted: usuarios especialmente atentos a las promociones, descuentos y rebajas estacionales en varios sectores de productos.

Seasonal Fashion: amantes de la moda, asiduos de tiendas, usuarios que han hecho búsquedas o compras online sobre todo durante los cambios estacionales u ocasiones especiales.

Renewing Home: los usuarios que pasan mucho tiempo en casa, los amantes del home design y home technology, interesados en comprar nuevos productos para renovar la casa.

Tech Lovers: usuarios amantes de la tecnología, que están siempre atentos a las innovaciones de los productos y a los descuentos.

beintoo

Ocasión Especial

San Valentín

Enero de 2022

Audiences

Gifters: usuarios que han demostrado interés recurrente en la compra de regalos off line y on líne para ocasiones especiales.

Fashion & Beauty: usuarios asiduos frecuentes de tiendas de ropa o belleza, o usuarios que hayan mostrado un interés particular para estos sectores.

Restaurant Lovers: amantes de la cocina, apasionados de la comida y asiduos de restaurantes.

Food Delivery Addicted: usuarios amantes de la comida que utilizan frecuentemente servicios de delivery.

Local Tourists: usuarios que frecuentan habitualmente zonas a poca distancia de su residencia, principalmente en el fin de semana para pasar un día/varios días fuera de la ciudad.

beintoo

Ocasión Especial

Día Del padre

Enero de 2022

Audiences

DIY: Entusiastas de bricolaje, arte y aficiones manuales que han demostrado interés o visitado tiendas de la industria en el último año.

Family: Familias habituadas a la compra de regalos para ocasiones especiales, identificadas gracias al seguimiento de los hábitos y lugares frecuentados a largo plazo.

Sport Viewer & Serial Minds: amantes de las series de tv y los usuarios frecuentes de aplicaciones de vídeo streaming (datos de apps usage) o suscripciones de pago para ver el deporte.

beintoo

Programmatic Network

Beintoo pone a disposición de los anunciantes una red de propiedades **premium** programables en óptica **100% programática**.
En efecto, es posible elegir entre diferentes tipos de activación que **varían por**:

Tipología de Adquisición

Formatos

Objetivo Requerido

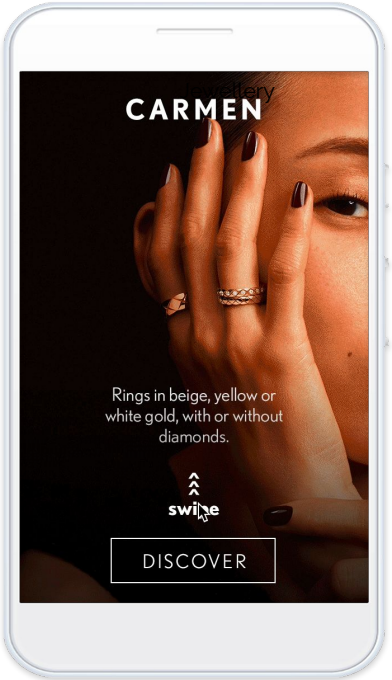
Desarrollo Creativo

La red puede activarse a través de **Deal** (**Preferred** o **Private**) o en **Guaranteed** para responder a los diferentes requisitos de planificación. Puede seleccionar el tráfico por environment (Desktop o Móvil) o por formato (Display o Vídeo). Por último, es posible aplicar el **dato propietario** como perfilado asociado a la activación media o completar el enfoque de **360°** trabajando con Beintoo en el desarrollo creativo. Nuestros formatos Rich Media son también activables en óptica **100% programática** en combinación con la activación media y data.

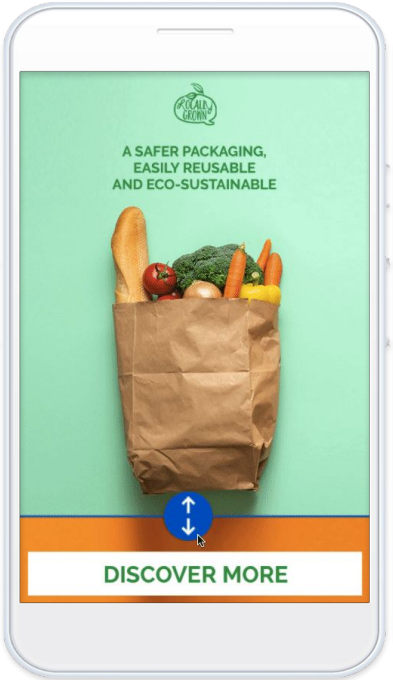
Rich Media

Los formatos creativos por Beintoo

Jewellery

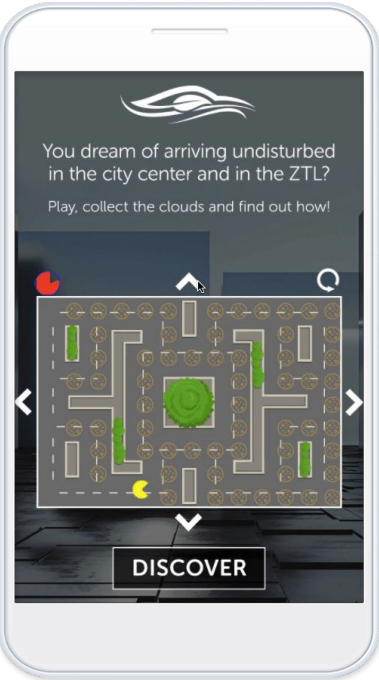


Food



Fashion

Green / Automotive



Beintoo cuenta más de **40 formatos rich media** de propiedad adecuados para todo tipo de campañas y objetivo.
Contáctenos para descubrir el más adecuado para usted.

Contáctenos para recibir más informaciones

salesespana@beintoo.com