



Summer Traffic Jam

Guía para inversores publicitarios digitales
data-driven para el verano de 2022



ÍNDICE

| | |
|-----------------------------------------|----|
| Contexto | 3 |
| El móvil viaja con nosotros | 5 |
| Principales industrias - Verano de 2022 | 6 |
| Tendencias en medios | 9 |
| Soluciones Beintoo | 10 |
| • Tiles - ID free geo targeting | |
| • Viple - Video contextual adv | |
| • Notificaciones Push | |
| Rich Media | 14 |
| Activación de audiencias | 15 |
| Audiencia estacional | 16 |
| Stay tuned on | 21 |



CONTEXTO

El **verano** de 2022 está a las puertas y, a diferencia de los anteriores, tras el inicio de la pandemia, trae consigo **positividad** y **esperanza**.

A pesar de los recientes acontecimientos en el territorio europeo, que preocupan a los usuarios, la temporada que está a punto de comenzar estará marcada por la **sociabilidad** y la **iniciativa**, con un fuerte deseo por parte de los usuarios de **viajar**, participar en **eventos** en directo, redescubrir una vida cotidiana mundana y compartir tiempo libre.

En un contexto que ha cambiado profundamente y sigue evolucionando muy rápidamente, analizamos juntos **tendencias**, **sectores** e **insights** que caracterizarán las vidas de los individuos en la temporada más cálida. Este verano, por primera vez en tres años, las personas se sentirán realmente libres de salir de casa y retomar sus hábitos antes de la pandemia con más intensidad, trayendo consigo las innovaciones y los cambios que se han arraigado en la sociedad como resultado de ella.





viajes



eventos



experiencias

USUARIO



sociabilidad



EL MÓVIL VIAJA CON NOSOTROS

La necesidad del consumidor de estar conectado y de compartir sus experiencias ya está más que demostrada: los **datos** nos permiten comprender lo crucial que es, hoy en día, el uso de herramientas digitales para cada uno de nosotros.



El **70%** de los viajeros lo mira hasta cinco veces por hora.
Es decir, cada 12 minutos.



Las conversiones en campañas de marketing móvil crecen más de un **30%** durante los meses de verano respecto a la media del año.



Solo el **6%** de las personas entrevistadas afirma apagar completamente el móvil en verano.

Durante el verano, el **smartphone** es un **must**: estar en lugares que no se conocen lleva a los consumidores a buscar puntos de interés donde ir, actividades de entretenimiento, tiendas y mucho más.

*Fuente: El País, Economía



PRINCIPALES INDUSTRIAS - VERANO DE 2022



TURISMO

Las previsiones sobre este sector son muy optimistas para 2022:

- Los **viajes internacionales aumentan** a nivel mundial.
- Según los expertos, el **turismo crecerá un 53%** con respecto al año pasado.
- Los datos sectoriales volverán a los niveles de 2019, tanto en lo que respecta a los viajeros como a los gastos.
- **4 de cada 10 personas viajarán**, pero prestarán atención al gasto debido al aumento de la inflación.

* Fuente Rebold





HORECA

Las vacaciones y las ganas de salir darán un impulso al sector de la hostelería:

- El **35%** de los usuarios que han planificado sus vacaciones se alojarán en **hoteles** y el **25%** en **apartamentos** o casas de vacaciones.
- **Aumentan las búsquedas en Google** de restaurantes y lugares para comer.
- Crece el interés de los usuarios por el **estilo de vida verde y saludable**, por lo que aumentan las búsquedas de restaurantes y bares que ofrecen productos saludables o ecológicos.

** Fuente Rebold*





EVENTOS EN DIRECTO

Vuelven los festivales, conciertos y espectáculos:

- El sector de eventos se prepara para una fuerte recuperación con una expectativa de **crecimiento de la actividad del 27%**.
- La **búsqueda** del **término “eventos”** en Google **ha aumentado un 43%** en comparación con mayo de 2021.
- La mayor parte de la búsqueda de eventos tiene lugar en la comunidad de **Madrid y Andalucía**.

** Fuente Rebold*



TENDENCIAS EN MEDIOS

¿A través de qué **medios** las marcas podrán interceptar a un consumidor activo que, respecto a los últimos años, tiene ganas de hacer actividades y de retomar su sociabilidad?

Top medios a través de los que los consumidores descubren nuevas marcas:

Motores de búsqueda **34%**
Anuncios en TV **31%**
WOM o recomendaciones **30%**
Anuncios en social media **28%**
Anuncios en página web **28%**

Donde encontrarán las marcas a sus consumidores:

Online y móvil **98%**
Social media **95%**
TV por cable y en abierto **94%**
Tv online/streaming **88%**

Las **inversiones** publicitarias en el sector **digital**, en España, seguirán creciendo. El 2021 cierra con un aumento del 14,2% respecto al año anterior.

* Fuente Rebold



BEINTOO SOLUTIONS

- Tiles - ID free geo targeting
- Viple - Video contextual adv
- Notificaciones Push



• TILES

ID free geo targeting Solution

Para hacer frente a las continuas limitaciones de seguimiento, que afectan a la forma en que las marcas hacen publicidad, Beintoo ha desarrollado **Tiles**, una solución de geo-targeting ID Free **basada en modelos look alike**.

Su tecnología permite dividir el territorio nacional en hexágonos donde, en horarios específicos, es más probable **encontrar clusters de usuarios** que tengan comportamientos de consumo similares. Gracias a la combinación de análisis geo-comportamentales propios y al comportamiento de los usuarios expuestos a campañas específicas, es posible definir un **set de data source** para alimentar la lógica del machine learning detrás de la creación de macroáreas de comportamiento de referencia.

Ventajas

- Planificar sobre **audiencias específicas** basadas en un modelo comportamental, resolviendo el problema de las limitaciones de seguimiento.
- Usuarios clasificados en base a **intereses y comportamientos** reales.
- Interceptar la creciente base de **ID Free users** con campañas basadas en datos.

Planificación

- Campañas de geo-facing
- Código postal
- IP Based



• VIPLÉ

Social Content Video Contextual Advertising

Beintoo y Viple han desarrollado en exclusiva una nueva solución de **vídeo contextual advertising**, en formato pre-roll (box 300x250) que utiliza un widget, que contiene los **contenidos más virales producidos** por los influencers, en espacios editoriales temáticos seleccionados.

Ventajas

- Espacios editoriales premium y brand safety
- Formato de vídeo con experiencias inmersivas e interactivas
- Match de contenido web, influencers y audiencias

Verticales temáticos publishers

- Actualidad, noticias, lifestyle y crónica
- Cine, series TV, realities
- Tech, video-juegos música
- Home, diseño, decoración
- Bienestar, deporte, gastronomía

Planificación

- **Directo (Reservation)** clásico (basado en el volumen de impresiones),
- Activación **programática** directa o deals con la posibilidad de introducir nuestras audiencias geo-comportamentales y los datos de grupo



• NOTIFICACIONES PUSH

Notificaciones de **native advertising** que se envían a usuarios de apps y juegos con el SDK Beintoo, en nuestro caso, y a partners, que han dado su consentimiento para recibir esas notificaciones.

Ideal para objetivos de **drive to store, brand awareness o la promoción de eventos.**

Ventajas

- Aprovecha el **aspecto emocional** del consumidor para estimular las compras directamente en store o en website.
- **Comunicar directamente** con los smartphones de los usuarios.
- **Hiper personalización del mensaje** a través de los datos geo-comportamentales, socio-demográficos, fabricantes de dispositivos & carrier targeting, geo-localización.

Planificación

- Socio Demograficos
- Proximity
- Device Manufacturer
- Carrier Targeting
- Momento del día
- Geo location
- Geo comportamentales



RICH MEDIA



Formato de alto impacto, con el principal objetivo de generar notoriedad de marca y tiempo de permanencia por medio. Disponemos de más de **25 formatos patentados** para maximizar la participación y la recopilación de datos en la unidad de anuncios.

Se muestra tanto en la aplicación móvil como en los sitios web, con una selección específica de verticales y un enfoque **multidispositivo**.

Ventajas

- Aumento del Time Spent on media > **3 segundos**
- **Engagement Rate medio 2-5%**

beintoo-adv.com

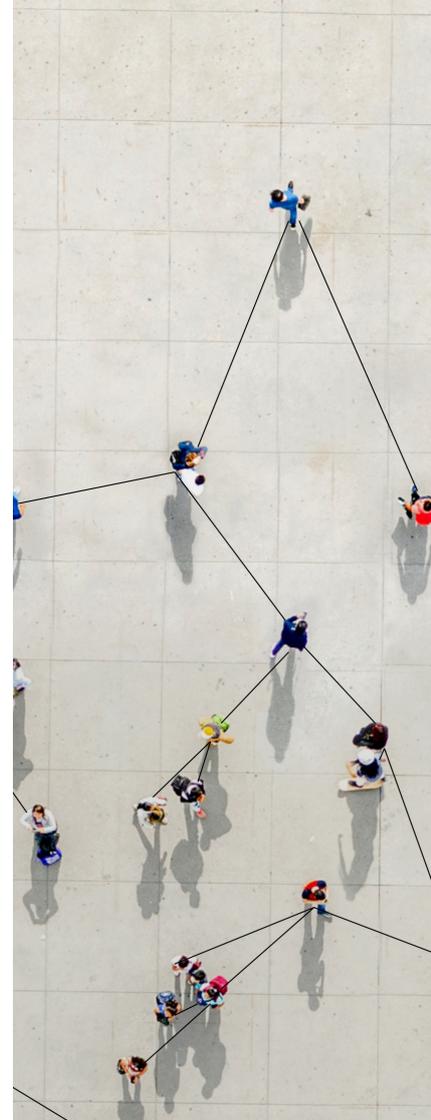


ACTIVACIÓN DE LA AUDIENCIA

Gracias a los estudios realizados sobre las necesidades específicas de los consumidores durante el período estival y a los insights surgidos, Beintoo ha realizado **estrategias** publicitarias para **campañas digitales y de móvil** con **audiencias** de targeting activables, con diferentes objetivos.

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

En este documento se clasifican por vertical, pero se pueden **combinar y enriquecer** de acuerdo con las necesidades específicas de la marca.



AUDIENCIAS ESTACIONALES

1. SUMMER TOURISTS



Beach lovers

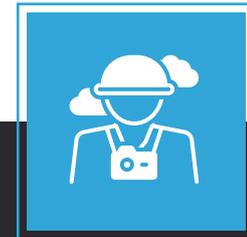
Personas que pasan sus vacaciones en la playa, buscando relajarse y descansar.

Pasan mucho tiempo en la playa y se entretienen con su smartphone, escuchando música, viendo videos o escuchando audiolibros.



Mountain climbers

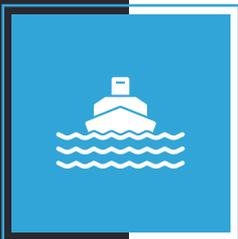
Amantes de la montaña y de las vacaciones en la montaña, pasan su tiempo libre al aire libre contemplando el paisaje y relajándose escuchando contenidos de variado género.



Turistas fuera de la ciudad

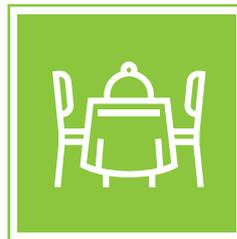
Usuarios que frecuentan habitualmente zonas no muy alejadas de su lugar de residencia, principalmente los fines de semana para pasar uno o varios días "fuera de la ciudad".





Summer planners

Usuarios que han mostrado interés en la planificación de vacaciones o que ya han comprado servicios relacionados.



Restaurant addicted

Amantes de la cocina, la comida, la gastronomía y de los restaurantes.



Second home

Viajeros que habitualmente se desplazan durante el fin de semana para llegar a un segundo lugar de residencia y que muy probablemente pasarán allí las vacaciones de verano.



Local summer planner

Usuarios que han mostrado interés en la planificación de fin de semana acerca de la ciudad en la que viven y, presumiblemente, se moverán en coche.



2. LIVE EVENTS LOVERS



Party addicted

Habituales de discotecas, eventos glamurosos al aire libre y beach party lovers, que aprovechan el buen tiempo y las vacaciones para pasar noches completas de diversión.



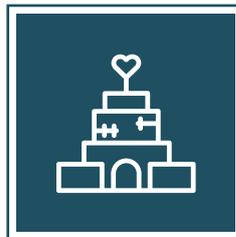
Outside entertainment

Amantes del buen tiempo que aprovechan el calor y las cálidas noches de verano para disfrutar de espectáculos cómicos, proyecciones de películas y ferias al aire libre.



Live music lovers

Habituales de la música en directo y espectáculos veraniegos nocturnos en vivo y en el exterior. Conciertos y festivales de verano.



Special occasion

Personas invitadas a eventos privados como bodas, despedidas de soltero/a.



3. SEASONAL SALES



Sales Addicted

Usuarios especialmente atentos a promociones, descuentos y rebajas estacionales en varios tipos de productos.



Seasonal Fashion

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



Tech Lovers

Usuarios amantes de la tecnología, que están siempre atentos a lanzamientos e innovaciones de los productos y a los descuentos.



4. BACK TO SCHOOL / WORK



Parents of Young Children

Padres de niños/adolescentes interesados en la compra de productos relacionados con la vuelta al cole para la enseñanza a distancia o en clase, para los desayunos/meriendas o material y ropa.



Smart Workers

Usuarios que trabajan en su casa o en remoto y que tienen interés en productos tecnológicos y no tecnológicos para mejorar el medio ambiente y las condiciones de trabajo doméstico.



Renewing Home

Usuarios que pasan mucho tiempo en el hogar, amantes del diseño y la tecnología del hogar, interesados en comprar nuevos productos para renovar el hogar.



Serial Minds & Tv Addicted

Amantes de las series de televisión y usuarios frecuentes de aplicaciones de transmisión de video o interesados en suscribirse a una televisión de pago.



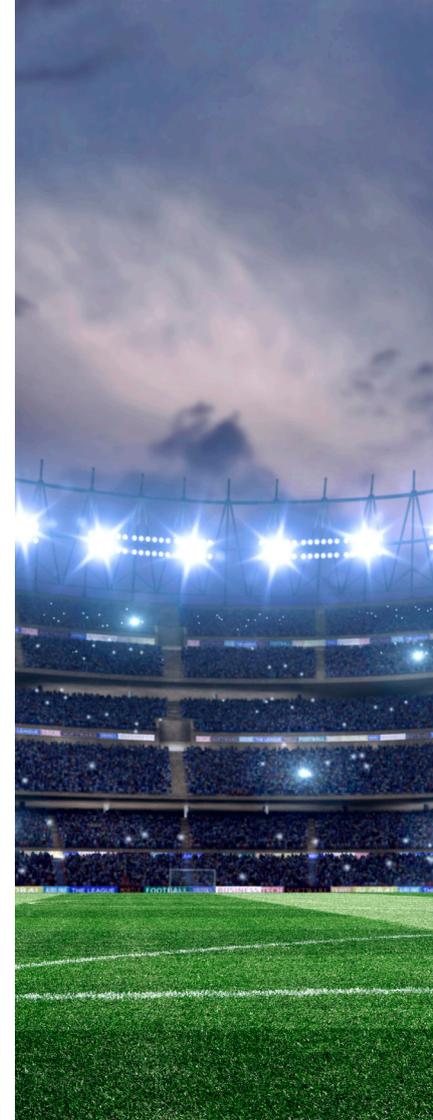
STAY TUNED ON

Entre los eventos más importantes del año, es necesario considerar la **Copa del Mundo de fútbol** que tendrá lugar en Qatar, entre noviembre y diciembre.

El 23 de noviembre, España jugará en el campo tras un año de éxitos futbolísticos.

Por este motivo, en los próximos meses no faltarán **audiencias** e **insights** ad hoc para apoyar las planificaciones publicitarias durante el período de la competición deportiva más esperada del año.

¡Descubre las audiencias ad hoc y no te pierdas las próximas actualizaciones!



AUDIENCIAS FUTBOLERAS



Minuto 90

Usuarios habituales de apps de video en streaming o interesados en tener una suscripción/paquete específico de TV de pago.



Los fanáticos del fondo

Amantes del fútbol, antiguos asistentes al estadio, usuarios de aplicaciones temáticas.



Party lovers

Usuarios que han mostrado preferencia por el consumo de snacks, bebidas y acostumbrados a un "carrito de compras para fiestas".



Delivery Addicted

Usuarios de aplicaciones de delivery o nuevos consumidores potenciales que aman la comida y están interesados en este servicio de comida a domicilio.



Virtual Gamers

Seguidores/fans del fútbol y videojuegos en consolas y/o dispositivos móviles.



Sporty people

Compradores habituales de ropa deportiva y/o merchandising.





Contáctanos para
recibir más información

salesespana@beintoo.com

beintoo 
Business Through Mobile.