



The Great Opening

Guida agli investimenti pubblicitari digitali data-driven
del primo trimestre dell'anno.



Indice

1. **Evoluzione dei bisogni e delle soluzioni**
2. **Media Trends** - *Top Media Priorities of 2022*
3. **Impact customer's journey with data driven strategy**
4. **Consumers Needs** - *Solutions & Targeting*
5. **Special Occasion**
 - *Sales Season*
 - *San Valentino*
 - *Festa del papà*
6. **Programmatic Network**
7. **VIPLE** - *Social Content Video Contextual Advertising*
8. **TimGate** - *Contextual Advertising*
9. **Mobile Ad Meter** - *Post Campaign Analysis*
10. **Rich Media**



Evoluzione dei bisogni e delle soluzioni

Negli ultimi anni abbiamo assistito a cambiamenti epocali, repentini e significativi.

Il contesto in cui viviamo, come ben sappiamo, influenza la vita e le scelte del consumatore, che si evolvono con l'emergere di **nuovi interessi, necessità ed esperienze**.

Questo ci ha fatto riflettere su come sia fondamentale ritornare alle origini e chiedersi cosa si nasconde dietro ai **"What, Where, When, Who"** della customer journey e come possiamo utilizzarli per creare strategie pubblicitarie efficaci e **campagne rappresentative e accessibili**, rianalizzando tutto in chiave **data-driven**.

Grazie agli studi di mercato effettuati e agli insights proprietari, Beintoo ha dunque realizzato alcune strategie pubblicitarie basate sulle ultime evoluzioni dei bisogni dei consumatori.

Nello specifico sono stati individuati i **"needs"** principali che guideranno il primo trimestre del 2022; ad essi sono stati associati i principali settori merceologici che possono rispondere alla domanda e realizzate alcune **audiences ad hoc** da attivare per campagne pubblicitarie mobile e desktop **efficaci, performanti e memorabili** a livello di experience.

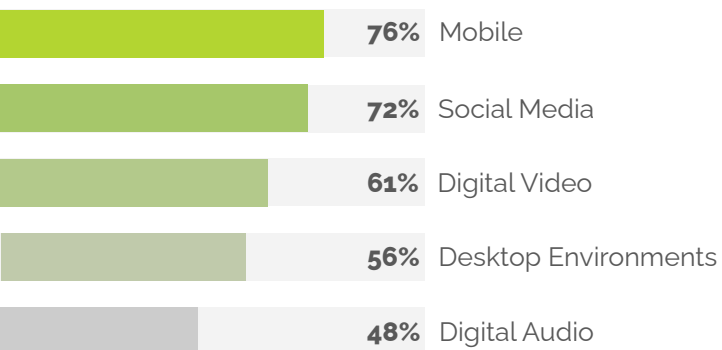
Le audiences, sono state create utilizzando **dati offline** proprietari (mobile data) e **dati online** di partner selezionati.

Nel documento sono state classificate per vertical, ma possono essere combinate e arricchite in base alle esigenze specifiche del brand.



Media Trends

Top Media Priorities of 2022



Fonte: IAS

— Gennaio 2022

Gli esperti del settore affermano:

86% l'incremento del **consumo di mobile** video potrà essere un'opportunità per buyers e sellers

82% le **soluzioni di contextual targeting** saranno privilegiate in ambiente mobile app e web

81% l'**espansione del 5G** aumenterà la mobile media experience in generale, creando nuove opportunità per l'advertising



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



Right target



Who



Beintoo Data Driven
Strategy



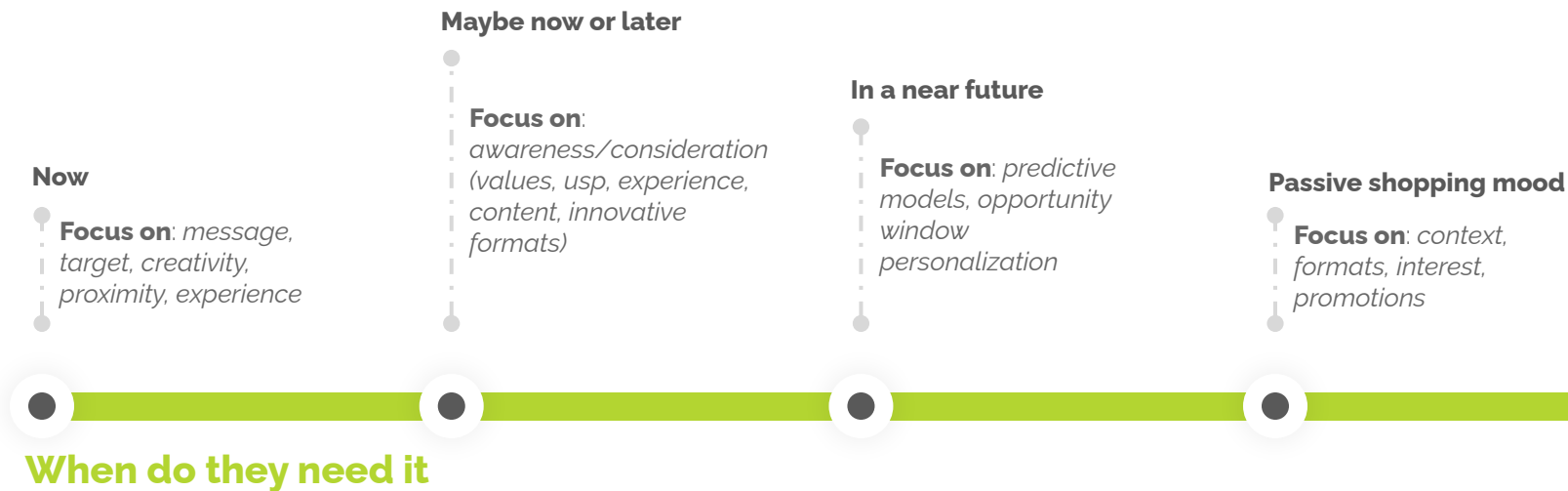
Client products
services



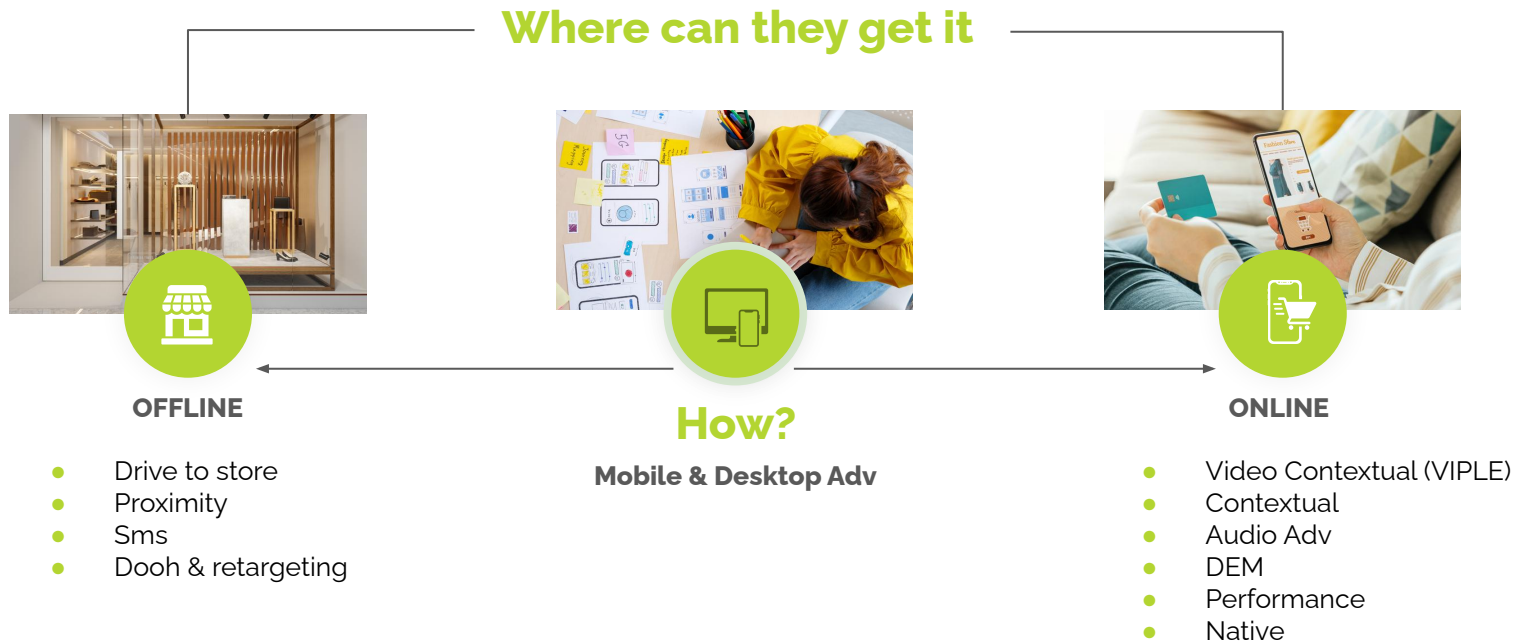
What

Impact customer's journey with data driven strategy

Impact customer's journey with data driven strategy



Impact customer's journey with data driven strategy



Consumers Needs

Solutions & Targeting

Need



Certezza e Controllo

I consumatori hanno bisogno di contrastare la precarietà del periodo storico e lo fanno soprattutto monitorando, gestendo e prevenendo gli eventi.



Industry



Tecnologia, Salute e Risparmio

Sono tra le priorità principali del 2022 e tra le più ricercate a livello informativo. Siamo nell'epoca della **quotidianità misurabile**, in cui technology wearable, app e software per il benessere diventano parte integrante della vita.

Allo stesso modo anche la **gestione ottimizzata del budget** e la valutazione degli investimenti contribuiscono a dare maggiore sensazione di sicurezza.

Audiences



Technology Selfcare: utenti che hanno dimostrato un particolare interesse per i dispositivi tecnologici, specialmente legati alla persona, al benessere e alla casa.

Budget-conscious: consumatori particolarmente avvezzi alla gestione ottimale del budget e sempre attenti ad offerte e promozioni.

Main Focus Adv



Contextual, Mobile & Desktop Adv, Drive to Site.



Consumers Needs

Solutions & Targeting

Need



Prossimità e Sostenibilità

Tendenza a vivere maggiormente gli spazi casalinghi, gli store di prossimità e maggiore ricerca di prodotti locali e sostenibili.



Industry

Local Store, Cibi Salutari, Prodotti Green

Non solo dei temi di discussione ma delle realtà accertate e dimostrate, ad esempio, dalla diminuzione sensibile della spesa formato carrello e dalla maggiore frequenza di piccoli store, o dall'aumento dei prodotti green per la casa del 32% già nel 2020*.

* Fonte Tiendeo

Audiences



Geotargeting: intercettare il pubblico vicino all'area di interesse che è affine al target del brand grazie ai dati di location intelligence.

Basket consumers: utenti che hanno dimostrato di recarsi frequentemente presso punti vendita local vicino ad abitazione o sede lavorativa.

Green & Healthy Lifestyle: consumatori che hanno uno spiccato interesse per l'ecosostenibilità, lo stile salutista e frequentano spesso negozi in target o effettuano ricerche/acquisti online.

Main Focus Adv



Drive to store, proximity, formati che supportino lo shopping ibrido, SMS.

Consumers Needs

Solutions & Targeting

Need



Personalizzazione & Experience

Ricerca di prodotti e di un'esperienza d'acquisto su misura.
Maggiore attenzione alle soluzioni multicanali, al valore aggiunto nel punto vendita fisico, ai metodi di pagamento, ai servizi di delivery.



Industry

Fashion & Beauty, Food, Tourism, Entertainment

Sono i settori che possono sfruttare al meglio le dinamiche di personalizzazione su lungo periodo, ma questo obiettivo deve essere una priorità di tutto il mercato.

Main Focus Adv



Rich media interattivi (es.gaming), utilizzo di modelli predittivi e data enrichment.

Audiences



Fashion & Beauty Addicted: utenti amanti della moda, frequentatori assidui di negozi o e-commerce (con divisioni anche per fascia di prezzo).

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

Food delivery lovers: 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.

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

Consumers Needs

Solutions & Targeting

Need



Relazione col brand

Esigenza di una salda relazione con il brand che deve prestare attenzione ad una conoscenza approfondita del consumatore, al monitoring della sua evoluzione e all'anticipazione dei suoi bisogni.



Industry



Tutti i settori merceologici

Offerte personalizzate, promozioni cadenzate, programmi di fedeltà, esperienze customizzate e multicanali saranno sempre più una leva competitiva fondamentale.

Main Focus Adv



Modelli predittivi, utilizzo di mobile rich media interattivi e customizzabili.

Audiences



Predictive Audiences: gruppi di utenti di cui si riescono a prevedere acquisti futuri o visite future 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.

Custom Audiences 4.0: pubblico creato ad hoc tramite la combinazione di analisi delle storicità di frequenza con i modelli predittivi per andare a colpire utenti iper-qualitativi.

Kousteau Audiences: target creati grazie all'integrazione dei dati proprietari del brand con quelli geo-comportamentali Beintoo mediante l'utilizzo della CDP [Kousteau](#).





Special Occasion

Sales Season

Gennaio 2022

Audiences

Sales Addicted: utenti particolarmente attenti alle promozioni, scontistiche e saldi stagionali su più settori merceologici.

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.

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

Tech Lovers: utenti amanti della tecnologia, sempre attenti alle innovazioni di prodotto e alle scontistiche.

Special Occasion



San Valentino

Gennaio 2022

Audiences

Gifters: utenti che hanno dimostrato interesse ricorrente all'acquisto di regali offline e online per particolari occasioni.

Fashion & Beauty: frequentatori assidui di negozi di abbigliamento o beauty, o utenti che hanno dimostrato particolare interesse per questi settori.

Restaurant Lovers: amanti della cucina e appassionati di food e frequentatori di ristoranti.

Food Delivery Addicted: utenti amanti del cibo che utilizzano frequentemente servizi di food delivery.

Local Tourists: utenti che frequentano abitualmente zone poco distanti dalla propria residenza, principalmente, nel weekend per trascorrere una giornata/più giornate "fuori porta".



Special Occasion

Festa Del papà

———— Gennaio 2022

Audiences

DIY: Appassionati di bricolage, arte e hobby manuali che hanno dimostrato interesse o visitato store del settore nell'ultimo anno.

Family: famiglie avvezze all'acquisto di regali per occasioni speciali, individuate grazie al monitoraggio delle abitudini e dei luoghi frequentati su lungo periodo.

Sport Viewer & Serial Minds: amanti delle serie tv e frequenti utilizzatori di app di video streaming (dati app usage) o abbonamenti pay per vedere lo sport.

———— beintoo 

Programmatic Network

Beintoo mette a disposizione degli Advertiser un network di properties **premium** pianificabili in ottica **100% programmatic**.

È possibile infatti scegliere tra differenti tipologie di attivazione che **variano per**:



Il Network può essere attivato tramite **Deal (Preferred o Private)** o in **Guaranteed** per rispondere alle differenti esigenze di pianificazione. È possibile selezionare il traffico per environment (Desktop o Mobile) o per formato (Display o Video). Infine è possibile applicare il **dato proprietario** come profilazione associata all'attivazione media o completare l'approccio a **360°** lavorando con Beintoo allo sviluppo creativo. I nostri formati Rich Media infatti sono attivabili anche in ottica **100% programmatic** in combo con l'attivazione media e data.



VIPLE

Social Content Video Contextual Advertising

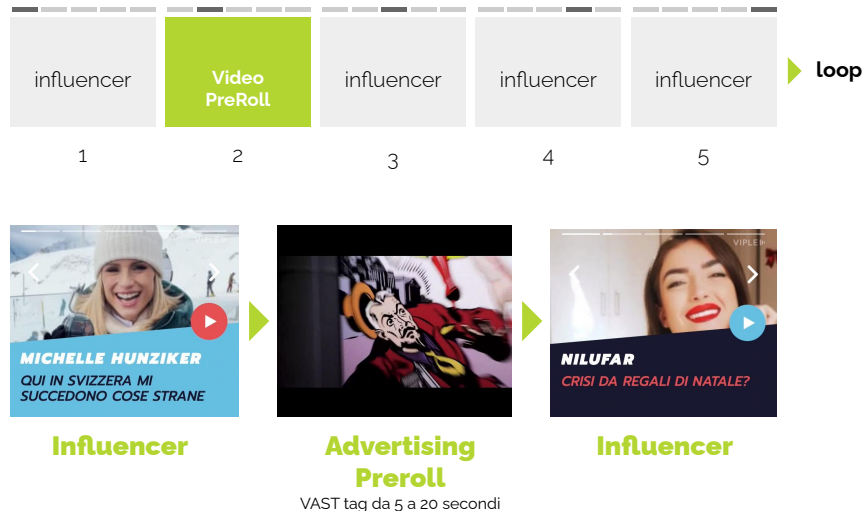
Beintoo e Viple hanno sviluppato in esclusiva una nuova soluzione di **video contextual advertising**, in formato **pre-roll (box 300x250)** che utilizza un **widget**, contenente le news più virali prodotte dagli **influencer**, su spazi editoriali tematici selezionati.

Vantaggi:

- spazi editoriali premium e brand safety
- formato video con experience immersiva e interattiva
- match tra contenuto web, influencer e audience

Verticali Tematici Publishers:

- attualità, news, gossip e cronaca (di diverso tipo)
- cinema, serie tv, reality show
- Tech, gaming, musica
- Home, design, decorating
- Benessere, sport, food



Il formato è pianificabile:

- **reservation** classica (su base volume di impression)
- **attivazione programmatica** diretta o deals con la possibilità di inserire le nostre **audiences geo-comportamentali** e i dati di gruppo

TimGate

Contextual Advertising

TIMgate.it è il **portale informativo di TIM** che propone contenuti editoriali su numerose tematiche, accessibile via web e mobile da utenti di tutti gli operatori. Oggi TIMgate è la **pagina di accesso al browser preconfigurata** sugli smartphone android a brand TIM. **All'interno del portale sono presenti spazi pubblicitari che TIM mette a disposizione per Beintoo**, partner unico ufficiale. Il bacino di audience accessibile tramite il sito conta in termini di **Utenti Unici in media 3.7 Mln/mese (53% Donne e 47% Uomini)** che generano circa **19,7 Mln/mese di visualizzazioni**.

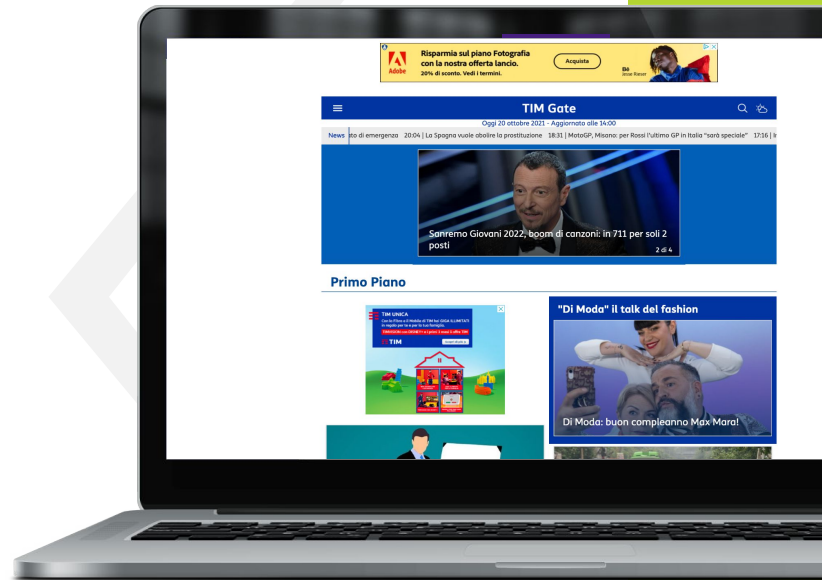
Verticali:

- Home Page
- Donna
- Intrattenimento
- Lifestyle
- News
- Tempo Libero
- Sport
- Video

Vantaggi:

- contare su un contesto premium dove comunicare con l'audience di riferimento,
- avere a disposizione differenti tipologie di contenuti customizzabili dal punto di vista del testo, delle immagini e dei link esterni associati,
- sfruttare l'esclusività in pagina per il contenuto creato.

Il sito è pianificabile in ottica di pura **reservation** con pacchetti che comprendono homepage più sezione verticale o in **ottica programmatica**.



Mobile ad meter

Post Campaign Analysis

Attraverso Mobile Ad Meter, l'esclusivo prodotto sviluppato in partnership con **BVA Doxa**, società specializzata in ricerche di mercato, permette di svolgere uno studio sugli utenti raggiunti da Beintoo attraverso i contenuti advertising.

Attivato in parallelo al flight pubblicitario, il sondaggio avrà come obiettivo quello di conoscere la **memorability della campagna** attivata e **le intenzioni di acquisto dei prodotti o del brand** pubblicizzato da parte degli utenti.

Lo studio avrà come KPIs:

- awareness
- appeal
- trust
- advocacy
- intenzione ad acquisto in futuro



Rich Media

I formati creativi by Beintoo

Jewellery



Food



Fashion



Green / Automotive



Beintoo possiede più di **40 formati rich media** proprietari adatti a tutti i tipi di campagna e obiettivi.

Contattaci per scoprire quello più adatto a te.



Contattaci per ricevere maggiori informazioni
sales@beintoo.com