MEDIASET play

upDate+

N° 11/20 NOVEMBRE/DICEMBRE

GRUPPO MEDIASET PUBLITALIA '80 | AD TECH & Business Development

ADD+ VIDEO ADD+ PLUS ADD+ OVER ADD+ INSIDE

update+

IN QUESTO NUMERO:

NEWS

Year in review:

tutti i numeri da record che hanno caratterizzato l'offerta Mediaset Play nel 2020.

PRIMO PIANO

Progetti cross-mediali e multipiattaforma: opportunità per i brand di declinare la comunicazione su mezzi complementari, adattandola alle peculiarità di ciascun media.

LO SAPEVI CHE

Campagne ancor più profilate con l'acquisizione di Beintoo.

Nuovi cluster e segmenti arricchiti, per una profilazione sempre più precisa.

CLIENTI

Tutte le campagne erogate nei mesi di Novembre e Dicembre 2020.

Creatività e target per ispirare i clienti!

MEDIASET play update+

NEWS DEL MESE: MEDIASET PLAY YEAR IN REVIEW

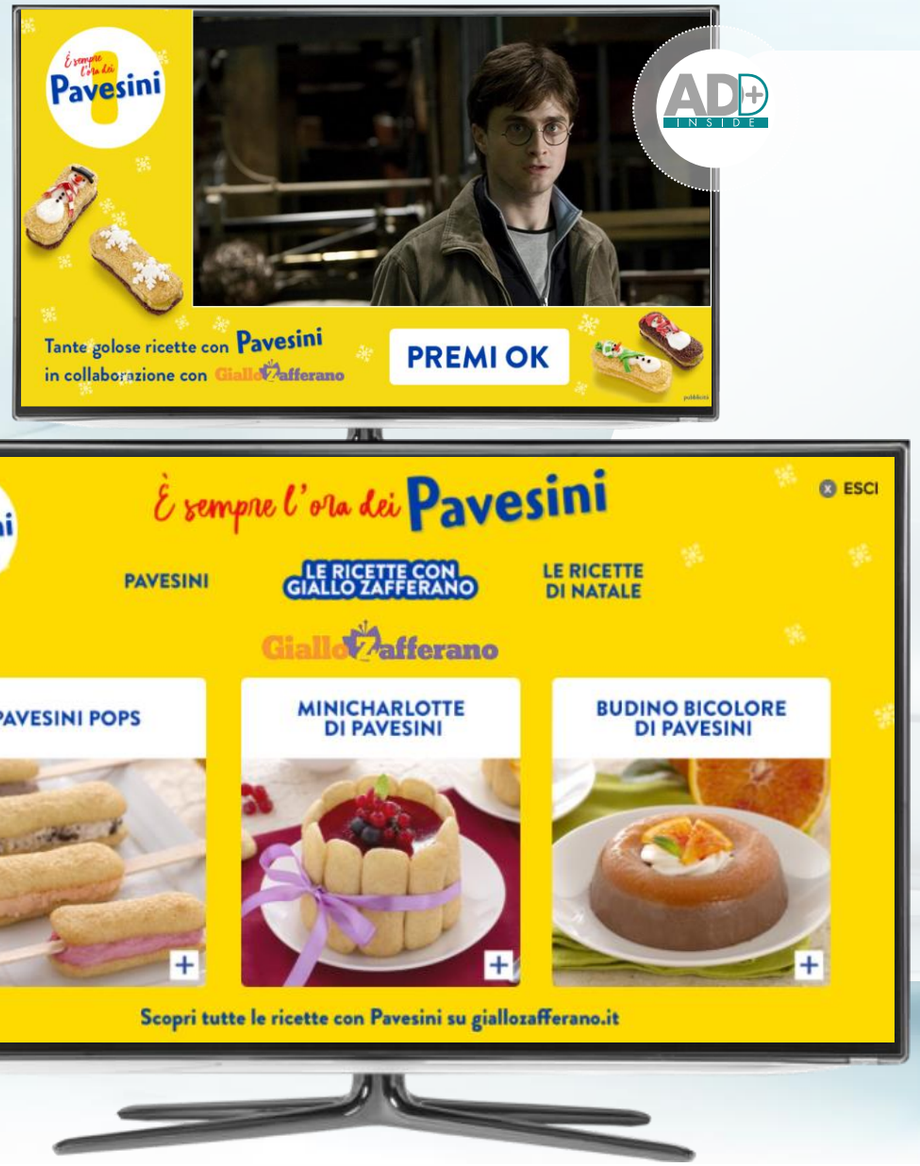
Nel corso del 2020, i clienti che hanno inserito i formati ADD+ nelle proprie strategie di comunicazione sono **raddoppiati rispetto all'anno precedente**.

L'estrema flessibilità dei formati display ADD+OVER e INSIDE su TV lineare e del formato ADD+VIDEO sui contenuti on demand, ha permesso di soddisfare le esigenze di comunicazione di brand appartenenti a tutti i settori merceologici.

La top industry si riconferma, per il terzo anno, «**Automotive**».
Non stupisce che in un anno così particolare si siano affacciate in modo stabile e continuativo aziende dei comparti «**Alimentari**» e «**Gestione Casa**», che si sostituiscono sul podio a «Retail» e «Farmaceutici».

Il **75%** delle oltre 450 campagne pianificate nell'anno, ha previsto l'utilizzo di una o più variabili di targeting, a dimostrazione che il punto di forza dell'offerta ADD+ risiede proprio nella possibilità di profilare le audience anche su first screen.

IN PRIMO PIANO



Sempre più clienti utilizzano in modo integrato i molteplici formati messi a disposizione dai mezzi del Gruppo Mediaset, per sviluppare una **comunicazione strategica multi-piattaforma.**

I brand possono pianificare progetti sfruttando le **peculiarità di ogni singolo media**, sia in termini creativi che di obiettivi, con alla base però un unico concept di marketing.
L'utente avrà in questo modo una **completa esperienza cross-mediale** su TV, Radio, TV Smart, PC e Mobile, interagendo con il brand nel modo più appropriato a seconda del mezzo fruito in uno specifico momento.

Un esempio recente è Barilla che, con il brand **Pavesini**, ha pianificato i **formati ADD+** per estendere la comunicazione digital sulla famosa testata web di cooking del **network Mediamond**, **Giallo Zafferano**, per mostrare gustose ricette anche su Smart TV.

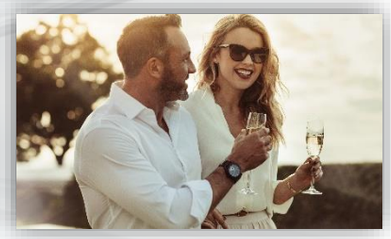
LO SAPEVI CHE

Con l'acquisizione di **Beintoo** l'offerta dati di Publitalia si arricchisce di informazioni geo-comportamentali che permettono di potenziare i target utilizzati per profilare le campagne addressable su Smart TV e aggiungerne nuovi segmenti per poter soddisfare sempre di più le richieste dei clienti.

Le informazioni delle audience Beintoo, che confluiscono nell' unica DMP comune già a Publitalia '80 e Mediamond, hanno permesso, ad esempio, di arricchire il cluster «**Arredamento & Design**» con dati derivanti dalla frequentazione degli utenti di punti vendita dedicati al mondo dell'arredamento e al riposo (retail dedicati a letti e materassi).

Allo stesso modo, sono stati potenziati i segmenti «**Pet**» e «**Parenting&Kids**», risalendo al percorso di utenti che frequentano i principali retail per acquisti relativi ai propri animali domestici o negozi per abbigliamento/accessori bambini e luoghi di svago per le famiglie.

Per i brand del lusso, esigenti e sofisticati, ora è disponibile un cluster «**Fashion&Luxury**» che permette di intercettare telespettatori che abitualmente frequentano le boutique dell'alta moda, ristoranti stellati e hotel di lusso.



Grazie all'ausilio di questi nuovi dati, quindi, siamo in grado di offrire ai brand soluzioni sempre più profilate e con target puntuali e sempre più precisi.

MEDIASET play upDate+

CLIENTI ATTIVI - NOVEMBRE DICEMBRE 2020