

update





NEWS DEL MESE

Meteo Targeting, la nuova opportunità per pianificare campagne profilate su TV connessa



PRIMO PIANO

Mediamond rinnova l'offerta digital dedicata alle campagne a performance



LO SAPEVI CHE

MAX Digital Audio presidia il segmento del Music Streaming con un'offerta dedicata



CLIENTI

Il brand di supermercati MD integra il formato ADD+NATIVE nella propria strategia di comunicazione su TV connessa



NEWS DEL MESE

Meteo Targeting, la nuova opportunità per pianificare campagne profilate display e video su TV connessa



PERCHE' PIANIFICARE CAMPAGNE IN METEO-TARGETING?

Pioggia, neve, sole, così come il **tasso d'inquinamento** o la presenza di **polline** nell'aria sono alcune delle variabili che i brand possono scegliere per pianificare campagne pubblicitarie in meteo-targeting: una strategia efficace per tutte quelle aziende che associano la propria comunicazione a determinate stagioni o alla variabilità delle condizioni climatiche per raccontare e esaltare le caratteristiche dei prodotti.



Pioggia
e Freddo



Freddo
e Neve



Grandine



Caldo
e Sole



Inquinamento



Polline

La nuova opportunità risulta particolarmente adatta per settori come **Farmaceutici** (antistaminici, integratori, ...), **Food & Beverage** (gelati, birre, ...), **Elettrodomestici** (depuratori, condizionatori, ...), **Tempo libero** (abbigliamento e attrezzatura sportiva, ...), **Cosmetica** (solari), **Abbigliamento** (costumi, calzature, ...).



Mediamond rinnova l'offerta digital dedicata alle campagne a performance

OBIETTIVO: TRAFFIC BUILDING

L'offerta «a performance» di Mediamond risponde alle esigenze dei brand di pianificare campagne digital con modalità di acquisto **«Cost-Per-Click»**, con l'obiettivo di **raggiungere un target rilevante e incrementare il traffico al proprio sito web.**



COST-PER-CLICK (CPC)

L'inserzionista paga solo quando l'utente intercettato clicca sul messaggio pubblicitario

LE NOVITA' DELL'OFFERTA

La precedente offerta commerciale, diversificata per formato e caratterizzata da una sola modalità di erogazione, lascia il posto a **un prodotto unico e semplificato**: la nuova soluzione prevede infatti l'utilizzo contestuale di **più formati pubblicitari** (display, video e native) e **tre modalità di erogazione**:

1. NETWORK

sull'intero network di siti Mediamond per raggiungere il target indistintamente dalle preferenze di navigazione

2. TEMATICO

all'interno del contesto editoriale più affine, selezionando uno tra gli **11 cluster tematici creati per l'offerta**

3. TARGET

profilando l'audience sulla base di **variabili di target** per massimizzare l'efficacia del dato

LO SAPEVI CHE

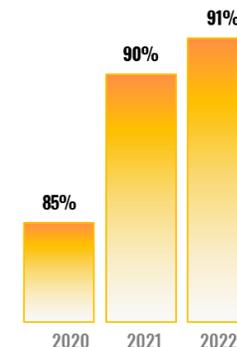
MAX Digital Audio presidia il segmento del Music Streaming con un'offerta dedicata

CRESCERE IL MUSIC STREAMING IN ITALIA

Il numero di ascoltatori che scelgono di fruire di contenuti audio attraverso le piattaforme di music streaming cresce di anno in anno, raggiungendo **nel 2022 una penetrazione del 91%** (+6 p.p. vs 2020).

MUSIC STREAMING

Fonte: dati Marketing Research & Insight - Penetrazione sul totale ascoltatori settimanali italiani 15/64



LA NOSTRA OFFERTA

I brand hanno la possibilità di sfruttare l'inventory music streaming dell'offerta MAX Digital Audio per pianificare campagne pubblicitarie sia con **formati spot tradizionali** che con **formati speciali** e raggiungere efficacemente target di ascoltatori pregiati, grazie ad alcune piattaforme verticali:



L'aggregatore di stazioni radiofoniche di **RadioMediaset** intercetta un pubblico di appassionati offrendo una vasta raccolta musicale tematica, nonché una sezione news con le ultime edizioni dei TG di casa Mediaset.



L'innovativa piattaforma consente a una community internazionale di DJ, artisti emergenti e audio creators di promuovere e distribuire la propria musica. Degli oltre **400.000** utenti unici che ogni mese utilizzano la piattaforma, il **56%** appartiene al target **GenZ**.



L'aggregatore permette l'ascolto on demand di **oltre 90 milioni di brani musicali** di numerose case discografiche ed etichette indipendenti da tutto il mondo. La piattaforma, che conta oltre **92.000** utenti unici al mese, è in grado di raggiungere un target più trasversale con un focus sugli **under 35 (43%)**.

Fonte: dati interni

CLIENTI

Il brand di supermercati MD integra il formato **ADD+NATIVE** nella propria strategia di comunicazione su TV connessa



Il formato **ADD+NATIVE** permette ai brand di godere di una posizione privilegiata **all'interno del catalogo Mediaset Infinity** fruito da interfaccia HbbTV.

Grazie alla componente interattiva, gli spettatori hanno la possibilità di approfondire il messaggio pubblicitario, **atterrando su un TV Site** interamente dedicato al cliente o **sullo spot del brand**.

Il brand MD coglie la nuova opportunità

Il cliente ha pianificato il formato ADD+NATIVE con l'obiettivo di **mostrare agli spettatori Mediaset Infinity le promozioni in corso** all'interno dei propri punti vendita. La call to action invitava infatti l'utente a interagire con il proprio telecomando e visitare la landing page.

