

up)ate+

N° 8/20 MAGGIO/GIUGNO









IN QUESTO NUMERO:



Oreo, noto brand del mondo Mondelez, ha pianificato i formati ADD+ per promuovere il concorso «Libera il tuo stile Oreo» in collaborazione con Chiara Ferragni.

Risultati della ricerca ed evidenze significative.

Come risponde il gruppo Mediaset a un contesto dinamico, dove ciascuno ha abitudini di fruizione differenti?

Strategia Total Video: TV lineare, Smart TV e Digital screens interconnessi e coesi. L'elettronica di consumo e le telecomunicazioni segnano crescite importanti. Si assiste a una «strategia multicanale» dove i formati ADD+PLUS giocano un ruolo rilevante.

Scopri tutti i brand che hanno pianificato i formati di Publitalia '80. Tutte le campagne erogate nei mesi di Maggio e Giugno 2020.

Creatività e target per ispirare i clienti!



NEWS DEL MESE



Oreo, nota marca di biscotti del mondo **Mondelez**, ha utilizzato i formati ADD+ per promuovere il concorso "Libera il tuo stile Oreo" in co-branding con Chiara Ferragni.

Grazie all'utilizzo del dato, il brand ha pianificato con il formato ADD+ INSIDE il target «Audience Amici» per mirare la comunicazione su un pubblico giovanile in linea con lo stile del proprio consumatore. La Direzione Ricerche di Publitalia '80, in collaborazione con Human Highway, ha indagato il ricordo e l'impatto della comunicazione sulla marca e sono emerse alcune evidenze significative:

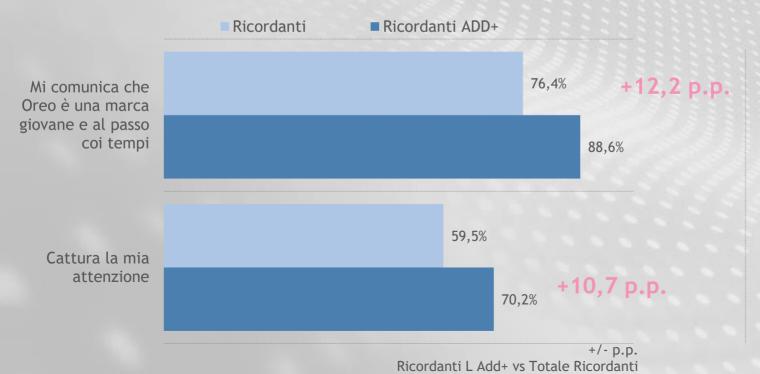
- Giudizio sulla campagna
- Intention to buy
- Acquisto effettivo

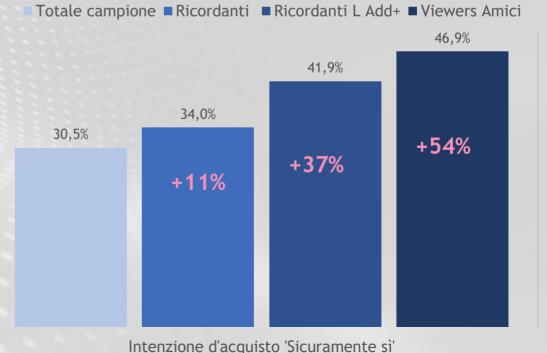


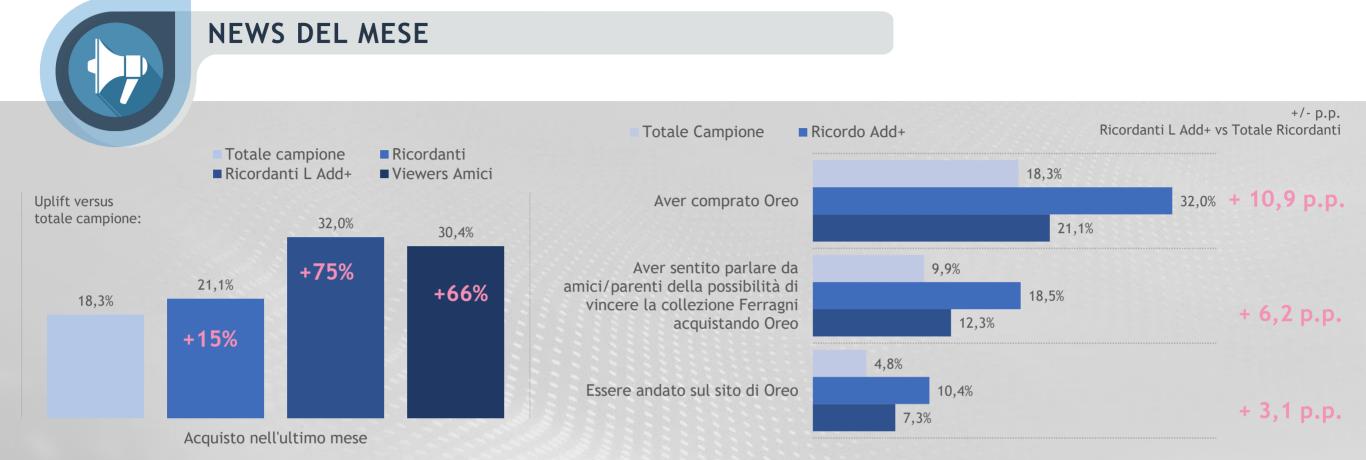
NEWS DEL MESE

○ Il giudizio sulla campagna tra i ricordanti ADD+ è in generale molto positivo: non solo il formato ha catturato fortemente l'attenzione (+10,7 p.p. vs. totale ricordanti) ma ha trasmesso l'idea che Oreo è un brand giovane (+12,2 p.p.) confermando la rilevanza del target intercettato.

Inoltre, in termini di **intenzione di acquisto**, se i Ricordanti ADD+ hanno raggiunto un solido +37% rispetto al Totale Campione, **l'uplift è ancora più forte tra coloro che hanno seguito il programma AMICI** totalizzando addirittura un +54%.







Tra i ricordanti il formato ADD+, notiamo inoltre un incremento del 75% di acquisto nell'ultimo mese rispetto al totale campione.

Le indagini relative alle attività gravitate intorno ad Oreo nell'ultimo mese, sono state misurate ed hanno restituito risultati molto incoraggianti, ad esempio: *l'acquisto* (+10,9 p.p*), *parlare con amici* della possibilità di vincere capi della collezione Chiara Ferragni (+6,2 p.p*), *essere andati sul sito del cliente* (+3,1 p.p*).

Questi dati confermano la grande efficacia dei formati ADD+ sia in termini di innovazione che in termini di efficacia per i brand.



IN PRIMO PIANO: STRATEGIA TOTAL VIDEO

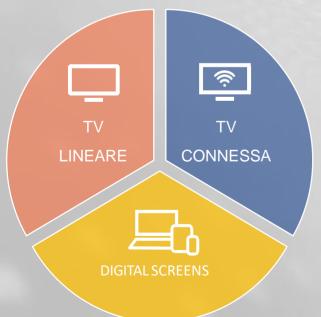
Il Gruppo Mediaset, grazie alle sue concessionarie Publitalia '80 e Mediamond, offre la possibilità di pianificare la campagna pubblicitaria in maniera integrata e con un approccio «**Total Video**», su tutti gli schermi: TV lineare, TV Connessa e device digitali.







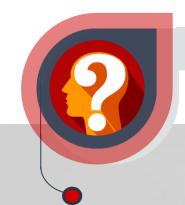




Oltre ad aver pianificato i formati display ADD+, Mondelez ha comunicato con una campagna video «Mediaset All Screen» il brand Oreo by Chiara Ferragni, raggiungendo ampie audience sulla TV lineare e profilando la comunicazione su un target puntuale sui device connessi, TV e second screen.

L'obiettivo è intercettare la viewing experience del consumatore su tutti i dispositivi, amplificando ed estendendo la comunicazione e permettendo cosi' ai brand di raggiungere risultati maggiori in termini di copertura, frequenza, awareness e call to action molto incentivanti.

LO SAPEVI CHE



In questa fase di ripresa, l'Elettronica di Consumo e le Telecomunicazioni sono alcuni tra i settori in più forte crescita: non è quindi un caso che anche la loro comunicazione rispecchi questo trend.

Sono diversi, infatti, i brand che hanno utilizzato i formati addressable ADD+PLUS, per rivolgersi ad un'audience digitalmente evoluta, particolarmente interessata a questi beni e con una disponibilità di spesa elevata.



Tra i brand che hanno scelto il formato ADD+ INSIDE per promuovere le proprie offerte troviamo Linkem che, come in passato, si è rivolto a famiglie con connessione inferiore ai 5MB, mentre Vodafone, con il brand Ho, e 4ALL hanno pianificato una campagna geotargetizzata.

Tornano invece a pianificare il formato ADD+ VIDEO, Iliad, TIM, HP, Huawei e Samsung che per il soggetto GalaxyZ Flip, ha puntato su segmento di interesse e un target particolarmente attento ai temi della finanza, della moda e della tecnologia.





COLGATE PALMOLIVE - HILL'S: MAGGIO 2020









CRAI: MAGGIO 2020



9 creatività



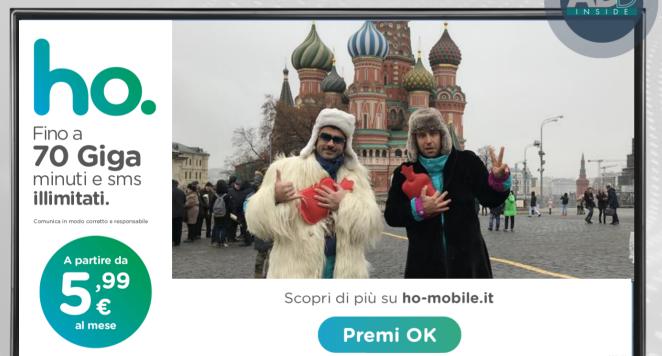


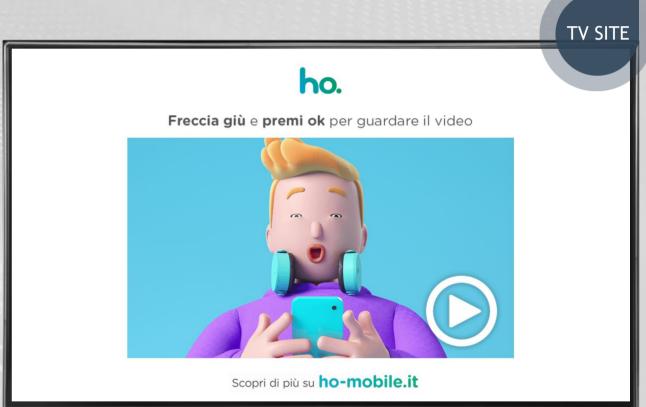




VODAFONE - HO: MAGGIO 2020

GEOTARGET+ ALTRI PROVIDER*











PEGASO: MAGGIO 2020



PREMI **OK** E SCOPRI DI PIÙ

Da oggi studi e sostieni gli esami online.

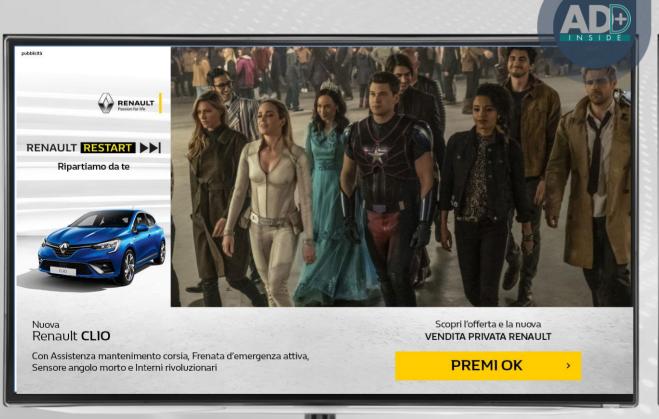








RENAULT - CLIO: MAGGIO 2020



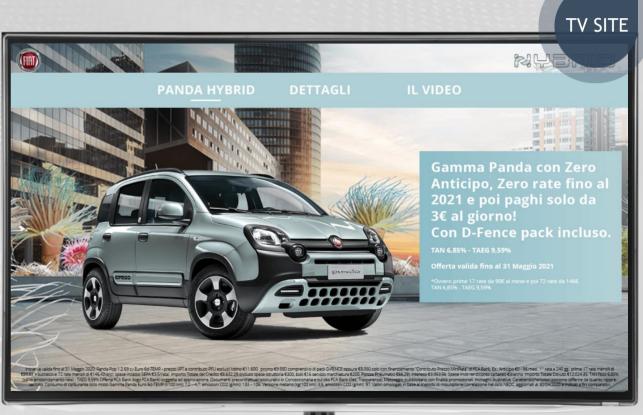






FCA - PANDA: MAGGIO 2020







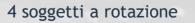


SOFAR - ENTEROLACTIS PLUS: MAGGIO 2020







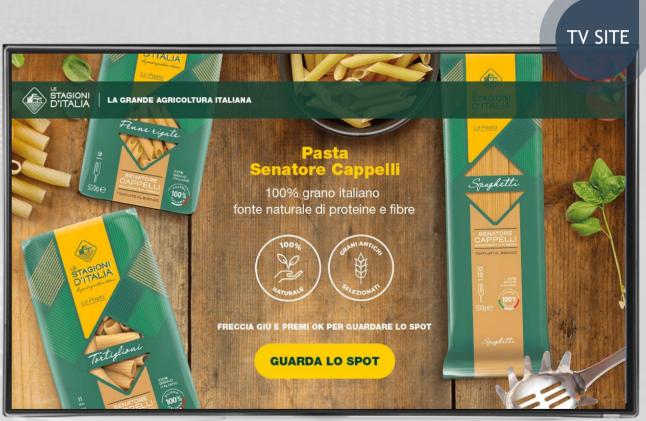




BONIFICHE FERRARESI: MAGGIO 2020

GEOTARGET: regioni









VODAFONE: MAGGIO 2020



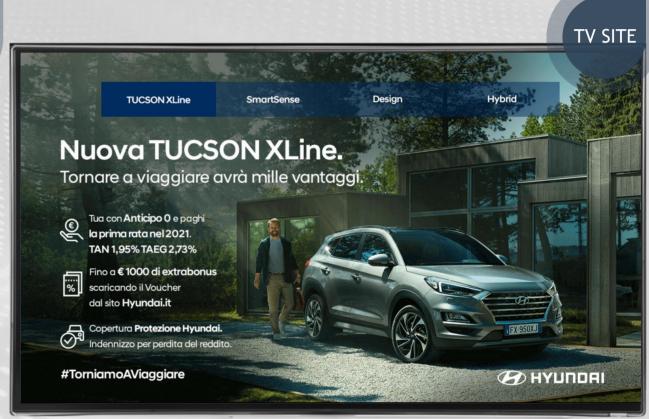






HYUNDAI - TUCSON: MAGGIO 2020











DEM SUPERMERCATI: MAGGIO 2020











DEM SUPERMERCATI: MAGGIO 2020

GEOTARGET: Roma











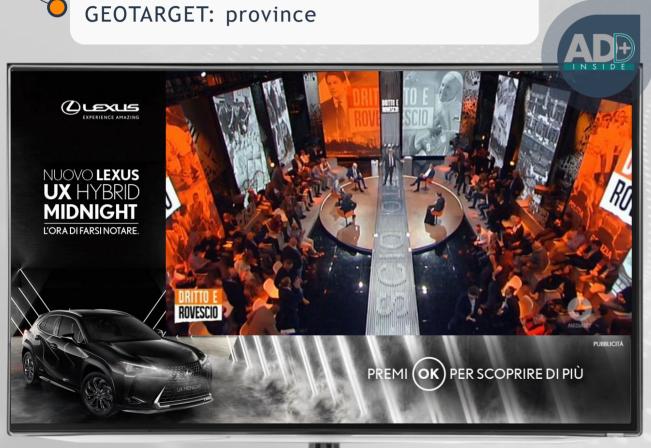
NET GLOBAL - 4ALL: MAGGIO - GIUGNO 2020







TOYOTA - LEXUS: MAGGIO-GIUGNO 2020









YAMAHA: MAGGIO - GIUGNO 2020

SOCIO-DEMO TARGET: adulti 35-54 anni



TV SITE

Viaggi in città? Vai sul sicuro
a partire da 99 Euro al mese. (TAEG.7,91%)

C'è un modo facile e divertente per muoversi in città con dei miezzi che ti permettono di rispettare la distanza, di evitare l'affollamento dei mezzi pubblici e di superare i problemi di traffico e parcheogio, gli scooter Urban Mobility. Se poi sono della gamma Yamaha, sei sicuro anche di avere il comfort, le prestazioni e la sicurezza che cerchi. Grazie al finanziamento a TAN ZERO (TAEG.7,91%) YOU Easy Go e dopo solo un anno potral decidere cosa fare, tenere; cambiare o resittuire i il tuo scooter.

Cambia il tuo modo di muoverti. Seegii il tuo scooter.

Cambia il tuo modo di muoverti. Seegii il tuo scooter.

Cambia il tuo modo di muoverti. Seegii il tuo scooter Yamaha!
In alternativa grazie al servizio FAST RENT puoi anche decidere di noleggiare il tuo scooter a partire da soli 10 Euro al giorno.

Fatti furbo, Viaggia in scooter!

Per informazioni 848.580.569**

E' possibile visionare lutti gli esempi rappresentativi di finanziamento alla pagina "note legal". Yamaha Motor Finance è un marchio di Yamaha Motor finance e un marchio di Yamaha Motor finance e un marchio di Yamaha Motor finance ce in finanzia perio si entrazioni pensite di contratto.

*Soloc tondicore i entrazioni pensite di contratto.

*Contratio dei chimato di indicino finosi di tutari tuo finanziamento elle solo di la contratto.

*Contratio dei chimato dei districo finosi di tutta dalla peri a spetto di una tenfonata utana, per il costo chimato di cito di la medi vinenti dalla orendi della ore 08:30 alla ore 18:30 eli siabito dalla 09:00 alla 13:00

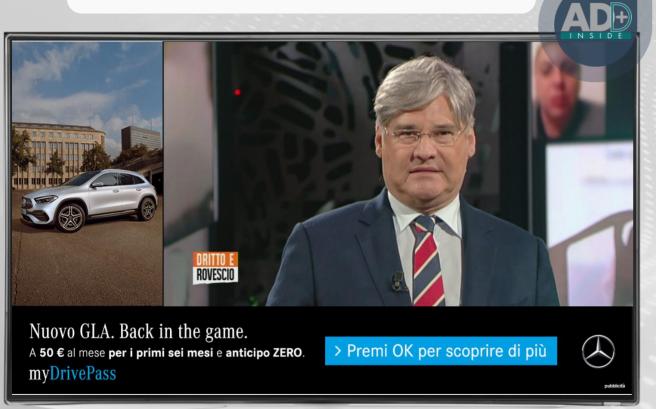




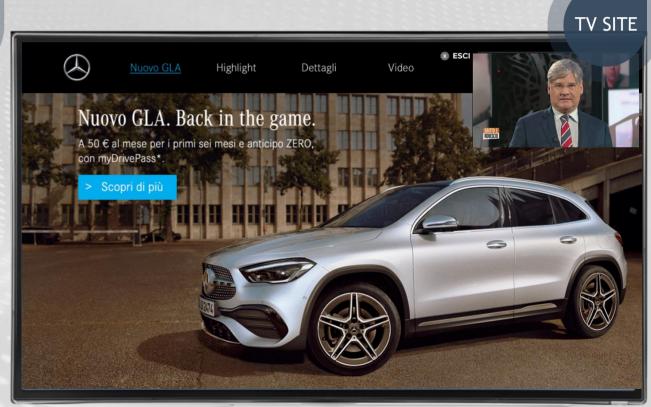
TV SITE



MERCEDES - GLA: MAGGIO - GIUGNO 2020



CUSTOM TARGET FAMIGLIE UP MARKET







SATISPAY: MAGGIO - GIUGNO 2020











LINKEM: GIUGNO 2020

BITRATE + ALTRI PROVIDER*





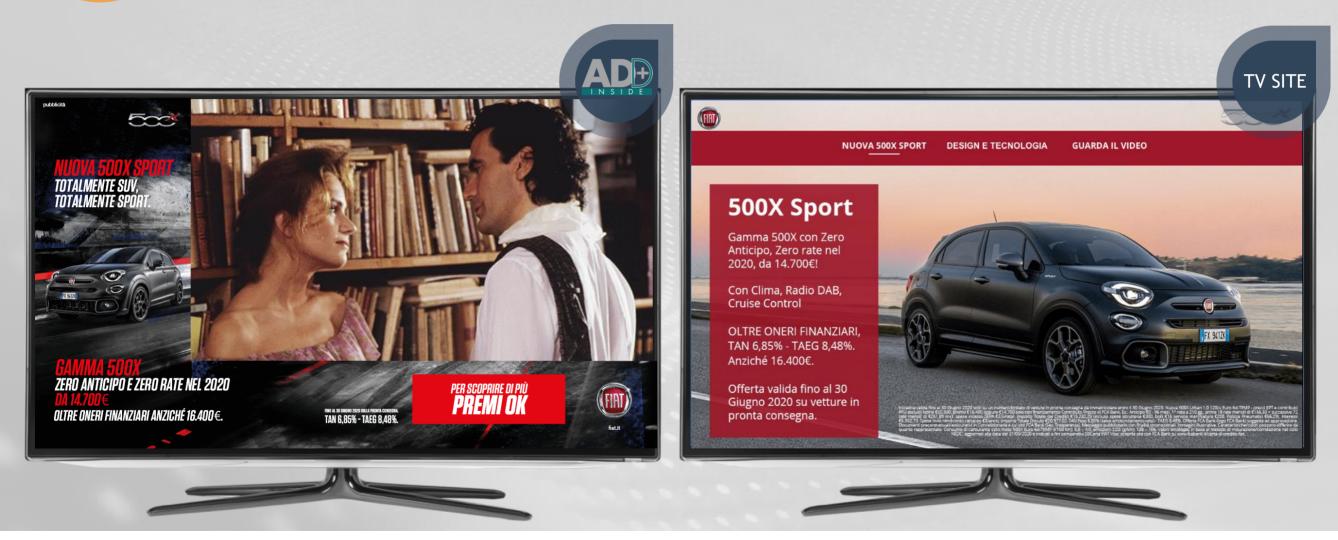








FCA - 500X: GIUGNO 2020

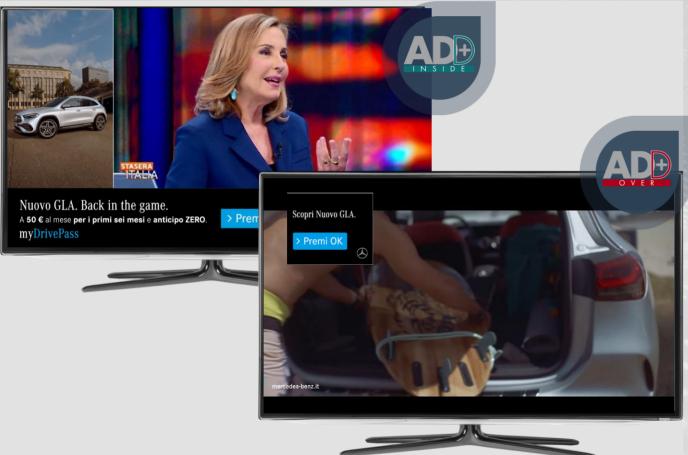


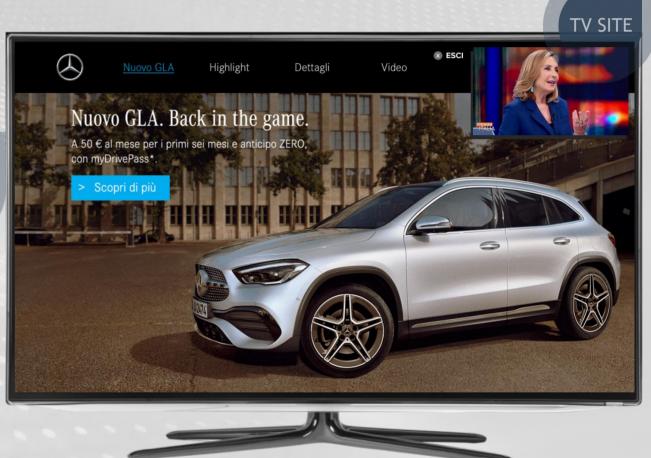




MERCEDES - GLA: GIUGNO 2020

CUSTOM TARGET FAMIGLIE UP MARKET



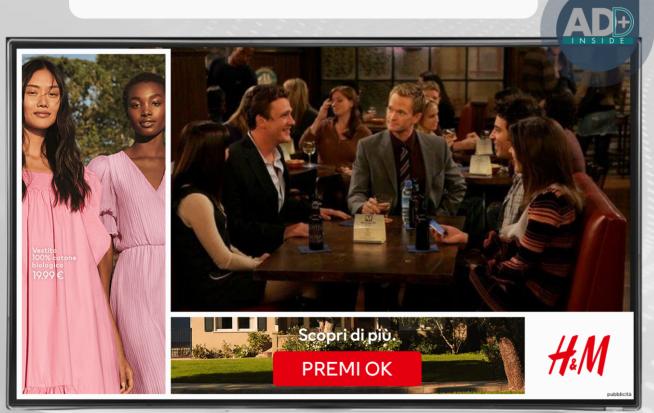


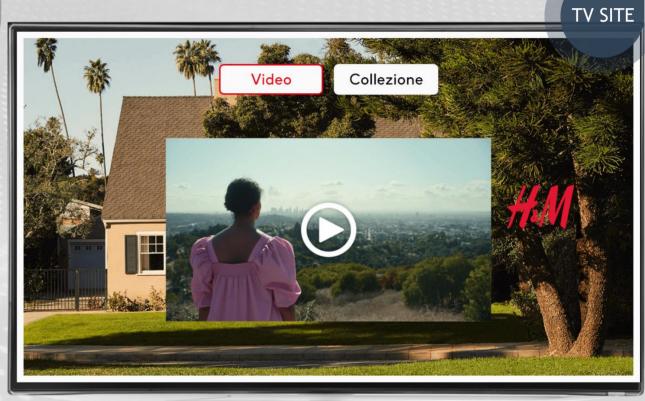




H&M: GIUGNO 2020

SOCIO-DEMO TARGET: donne 20-44



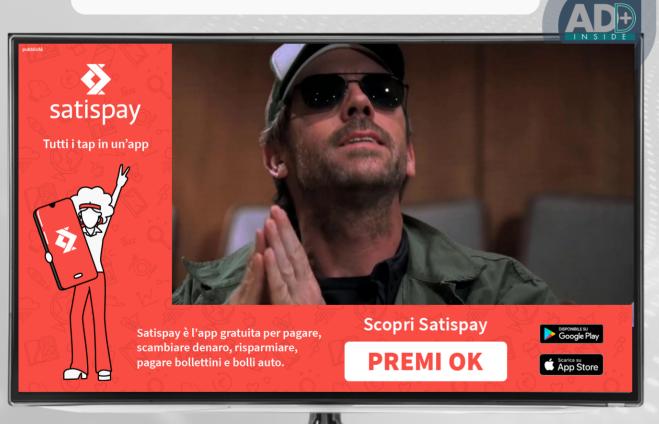






SATISPAY: GIUGNO 2020

SOCIO-DEMO TARGET + GEOTARGET









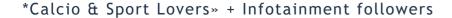


AUDIENCE TARGET*

HYUNDAI - 110: GIUGNO 2020











BWIN: GIUGNO 2020

AUDIENCE TARGET*





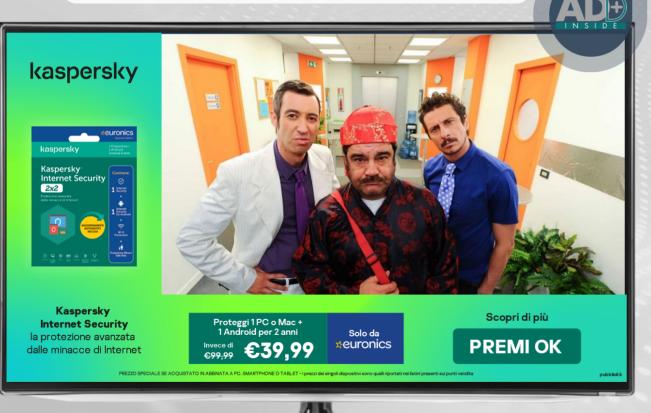


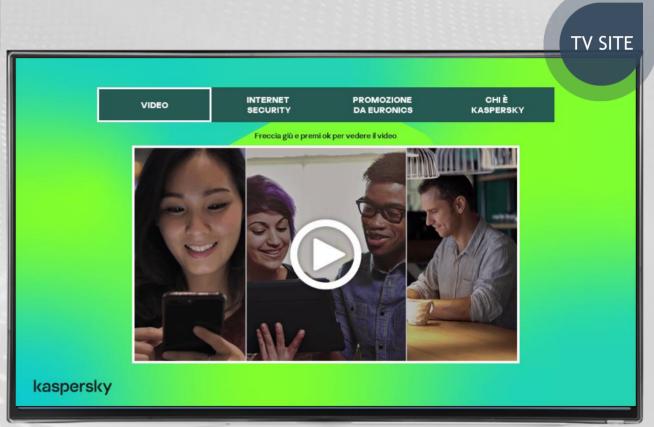




KASPERSKY: GIUGNO 2020

SOCIO-DEMO TARGET: adulti 25-54









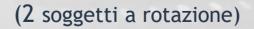


DEM SUPERMERCATI: GIUGNO 2020

GEOTARGET: Roma







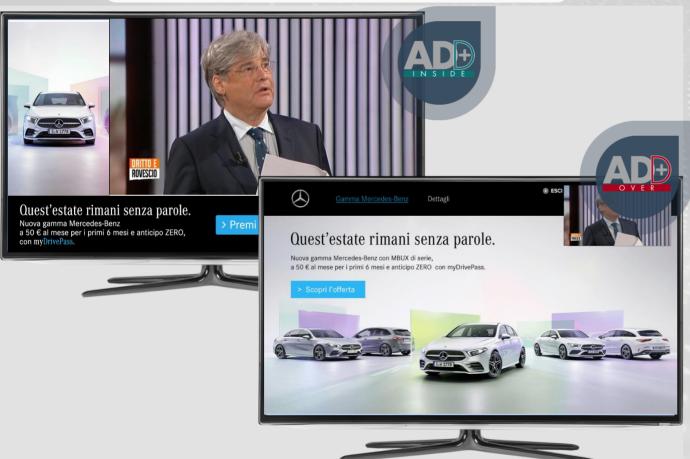






MERCEDES - GAMMA: GIUGNO 2020

CUSTOM TARGET FAMIGLIE UP MARKET











CAMPAGNE: MAGGIO 2020



TOYOTA



PARMACOTTO

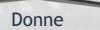


BARILLA



ULTIMA - AFFINITY





PEGASO



Adulti 25-54

RENAULT - CLIO







CAMPAGNE: MAGGIO 2020



BEIERSDORF - NIVEA



Cross device audience match (Beauty)

FINDOMESTIC



Adulti 35+

HUAWEI



SC JOHNSON



Non esposti campagna TV

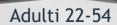
SEAT - LEON



Audience Targeting, Cross device audience match

SAMSUNG









CAMPAGNE: MAGGIO 2020



VOLKSWAGEN



Adulti 25-54

MONDELEZ - OREO



Audience targeting

SATISPAY



Adulti 25-44

AXPO - PULSEE



F. UMBERTO VERONESI



PEGASO









CAMPAGNE: MAGGIO-GIUGNO 2020



TIM VISION



LINKEM



Connessione < 5 MB altri operatori

CAMPARI - APEROL



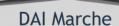
BEIERSDORF - NIVEA



Cross device audience match

BUFARINI





FCA - YPSILON LANCIA











CAMPAGNE: GIUGNO 2020



MERCEDES - GLA



Custom target famiglie up market TOYOTA - C-HR HYBRID



VOLKSWAGEN - GOLF 8TSI



Adulti 25-54
BARILLA - PAVESINI



BMW - MINI COOPER





ILIAD









CAMPAGNE: GIUGNO 2020



SAMSUNG



Audience Match

MERCEDES - GAMMA



custom target famiglie up market

ENEL



OREAL - LANCOME



Audience Match

ZESPRI





IKEA









CAMPAGNE: GIUGNO 2020



TIM VISION



LATTERIA NOM



Adulti 25-54

BARILLA - PAVESI



CAMPARI - APEROL



OREAL - ARMANI





