



update+

N° 01/21 GENNAIO/FEBBRAIO



IN QUESTO NUMERO:



NEWS DEL MESE

Indagine SC Johnson: il cliente ha pianificato un progetto cross-mediale per «*OUST 3in1*». Risultati della ricerca ed evidenze significative.



PRIMO PIANO

Come misurare l'efficacia delle campagne addressable su smart TV in termini di visite in store: **modello di attribuzione Beintoo e case Mercedes.**



LO SAPEVI CHE

ADD+VIDEO, formato strategico per i brand che vogliono integrare flight tabellari con campagne profilate: **industry che lo pianificano e target.**



CLIENTI

Tutte le campagne erogate nei mesi di Gennaio e Febbraio 2021.
Creatività e target per ispirare i clienti nel documento di approfondimento.



NEWS DEL MESE: INDAGINE SC JOHNSON PER OUST 3IN1

Tra la fine del 2020 e l'inizio del 2021 SC Johnson ha pianificato una campagna addressable con il formato **ADD+INSIDE** con l'obiettivo di intercettare in modo mirato il target «Donne +35» con una creatività, declinata in tre varianti, del prodotto **Oust 3in1**. Il flight addressable completava un progetto articolato che includeva **native advertising** e **stampa periodica** sulle property on e offline **Mediamond**.

Per misurare i risultati del progetto nel suo complesso è stata condotta una ricerca con il supporto del team di *Marketing Research & Insight di Publitalia '80*: tra i vari approfondimenti, l'indagine mostra come il pubblico televisivo apprezzi la creatività **ADD+INSIDE** e la consideri positivamente:



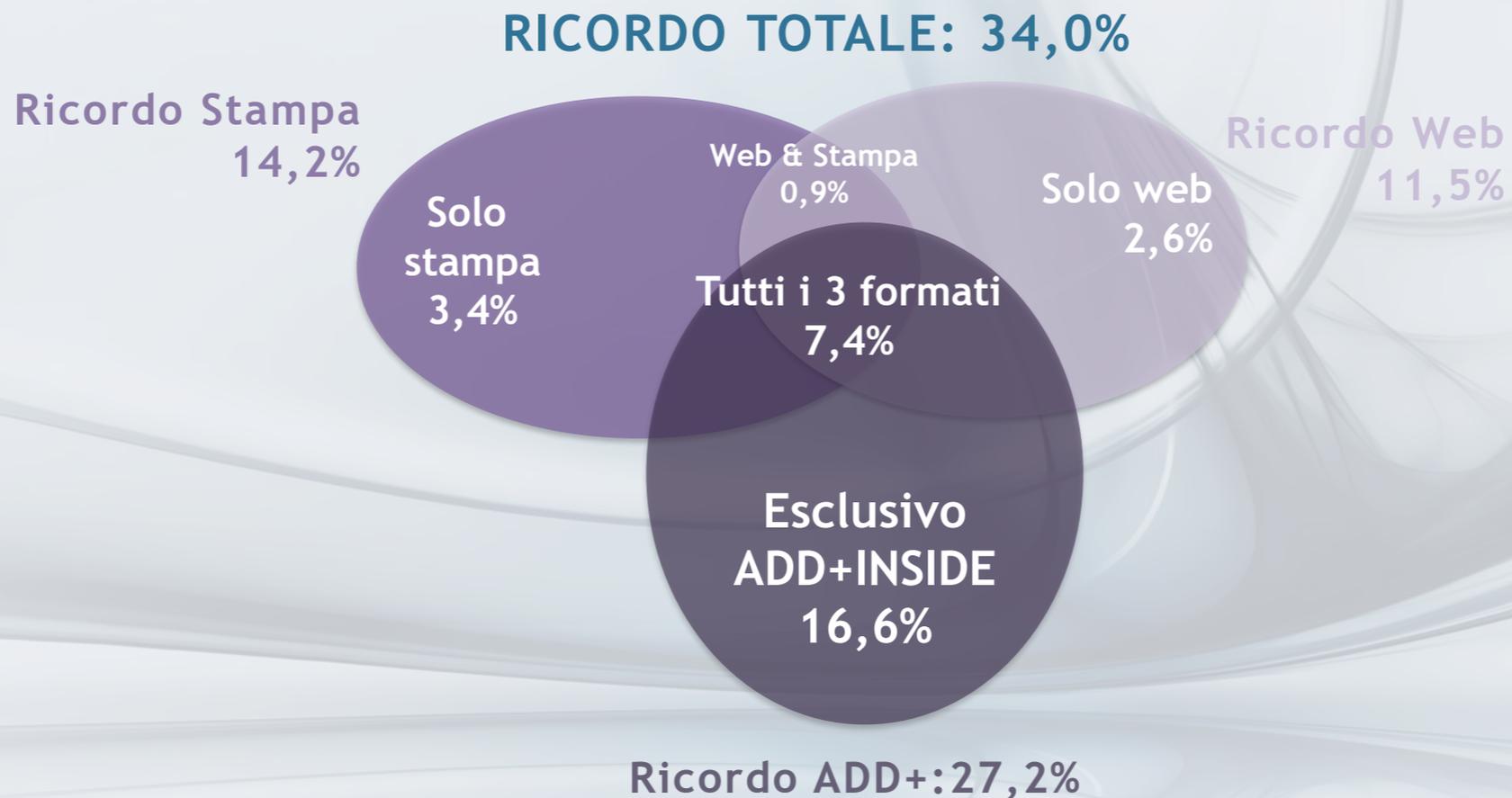
Item:	Voto Medio	Gradimento ≥ 7
Creatività	8,0	83,9%
Interesse verso il prodotto	8,1	83,1%
Chiarezza del messaggio	8,3	84,8%
Gradimento del formato	8,2	85,1%

Benchmark formato ADD+INSIDE: 7,6



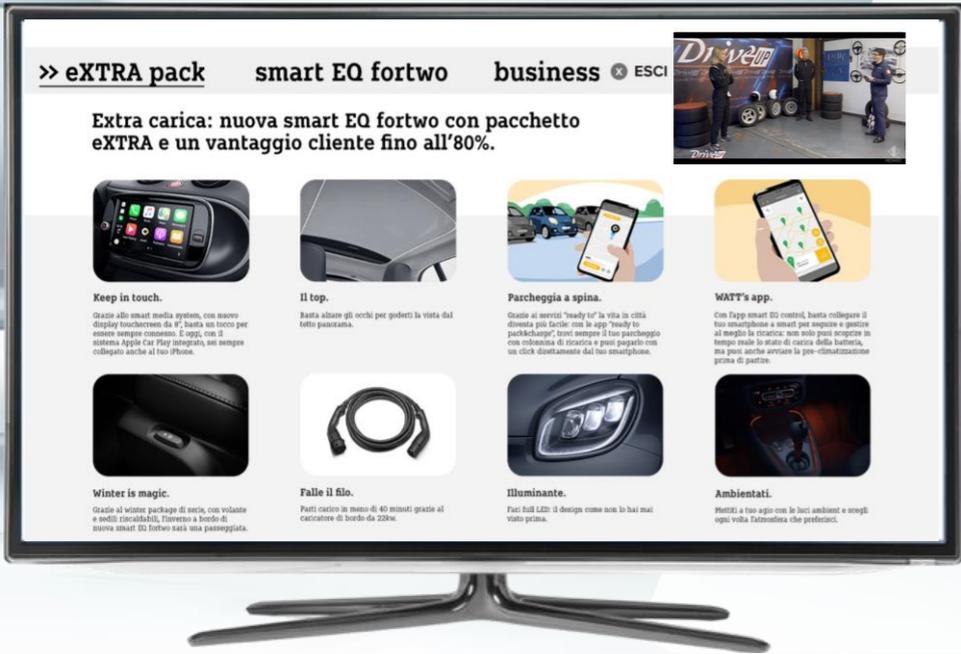
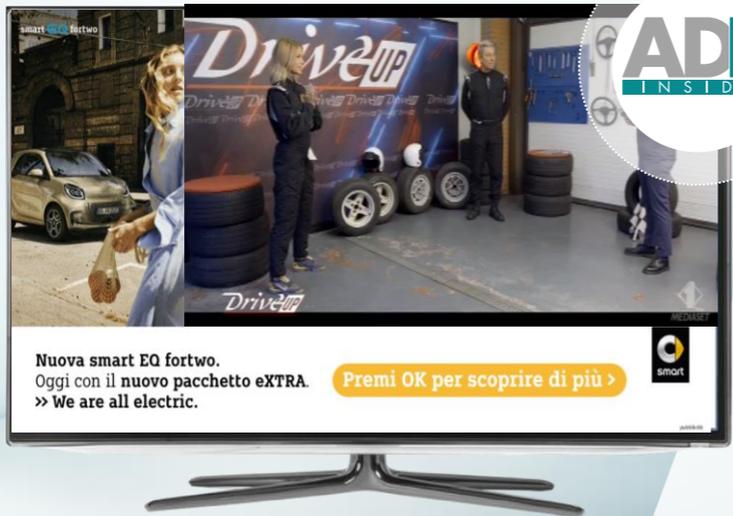
NEWS DEL MESE: INDAGINE SC JOHNSON PER OUST 3IN1

Inoltre, all'interno del Mediaset Play Panel il Ricordo Totale della campagna nella sua totalità si attesta al 34%, dove in particolare il formato ADD+INSIDE contribuisce con un Ricordo Esclusivo pari a 16,6%.





IN PRIMO PIANO



In occasione del lancio di *Smart EQ fortwo* Mercedes si è rivolta a Gruppo Mediaset per un progetto addressable ADD+ su Smart TV e una campagna mobile rich media con il partner Beintoo.

Per la campagna è stato costruito un **custom target premium**, basato sull'incrocio di variabili individuate con Mercedes su Smart TV, arricchito da dati di navigazione sul portale Drive K e sulle property Mediamond e dati geo-comportamentali Beintoo.

Grazie al **modello di attribuzione** sviluppato dal team AdTech di Publitalia '80 e Beintoo è stato possibile misurare l'efficacia della campagna di addressable advertising su Smart TV.

Tra le principali evidenze del modello di attribuzione, un **uplift nelle visite presso le concessionarie Smart del 43%** degli esposti alla comunicazione addressable su Smart TV rispetto ad un control group di non esposti. Risultati che dimostrano l'efficacia delle campagne addressable basate su profilazioni granulari che aiutano il cliente a individuare in maniera precisa il suo consumatore.



LO SAPEVI CHE

Nel corso del 2020, i clienti che hanno utilizzato il formato **ADD+ VIDEO** sono più che triplicati rispetto all'anno precedente.

Il formato video dell'offerta addressable di Publitalia '80 permette di estendere la campagna tabellare TV sui contenuti fruiti in modalità on demand su **Mediaset Play**, da Smart TV. Inoltre, attraverso la tecnologia **DAI** (Dynamic Ad Insertion), è possibile intercettare il telespettatore anche durante la visione lineare.

Il formato **ADD+VIDEO** - *100% viewable, non skippabile con audio always on e in posizione unica come pre-roll* - si è dimostrato strategico per i brand delle industry, «**Cura Persona & Toiletries**» e «**Lusso**» che hanno così modo di pianificare il proprio spot, asset creativo imprescindibile per le loro campagne di comunicazione, in modo mirato e senza dispersione.

I target a cui ricorrono maggiormente i clienti sono quelli **socio demo** e quelli legati ai segmenti di interesse «**Beauty & Cosmesi**», «**Fashion & Luxury**»



ADD+
VIDEO

