

# update



N° 05/2022

**AD** TECH  
& Business  
Development

## IN QUESTO NUMERO:



### NEWS DEL MESE

L'offerta del Gruppo diventa sempre più integrata: nascono i **pacchetti cross-screen**



### PRIMO PIANO

Mediamond intensifica l'offerta DOOH inaugurando **17 Totem digitali** nel cuore di Milano



### LO SAPEVI CHE

I **progetti Keyword** di GialloZafferano, Mypersonaltrainer e Smartworld si estendono anche a **THE WOM Healthy**



### CLIENTI

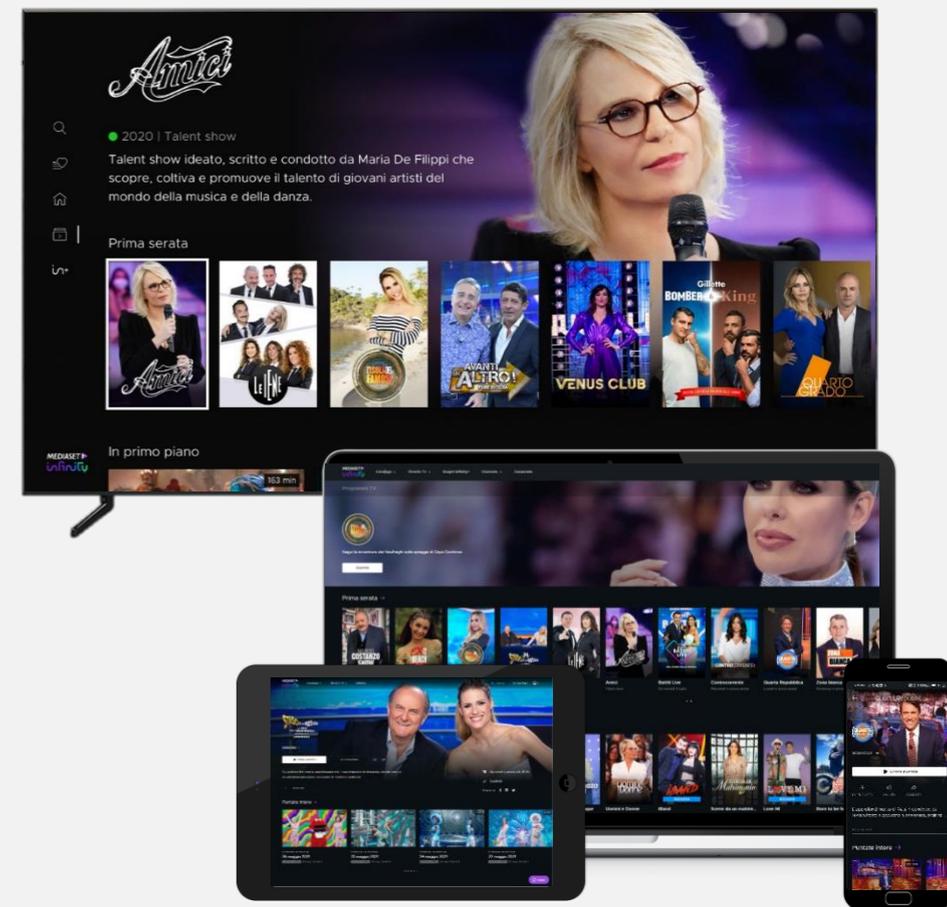
I brand **Deborah Milano** e **Dyson** rafforzano la loro comunicazione social grazie ai **TikTalks**



## NEWS DEL MESE

In un contesto che punta sempre più all'integrazione tra i mezzi del Gruppo nascono i **pacchetti Cross-Screen**, nuove opportunità di pianificazione che offrono agli advertiser una comunicazione continua e sinergica su primo e secondo schermo.

- I pacchetti permettono ai brand di presidiare i contenuti premium disponibili su Mediaset Infinity e sulle properties digitali del Gruppo, attraverso formati di grande impatto e visibilità, generando una comunicazione unica e distintiva in grado di **raggiungere l'utente nei diversi momenti di fruizione mediatica**.
- Le nuove opportunità di pianificazione consentono agli advertiser di beneficiare contestualmente sia delle grandi audience del mezzo TV che della granularità dei contenuti digital, inserendo la propria comunicazione in un ambiente *brand safe*, il tutto in logica di **ottimizzazione dei budget**.
- L'offerta prevede un **pacchetto video Mediaset Infinity** che consente di presidiare la piattaforma OTT su tutti i device, a cui si aggiungono altri **6 pacchetti verticali su first e second screen**: 4 video dove posizionare il brand all'interno dei contenuti tematici (Women, News, Sport e Kids) e 2 display per presidiare audience mirate (Women e Men).

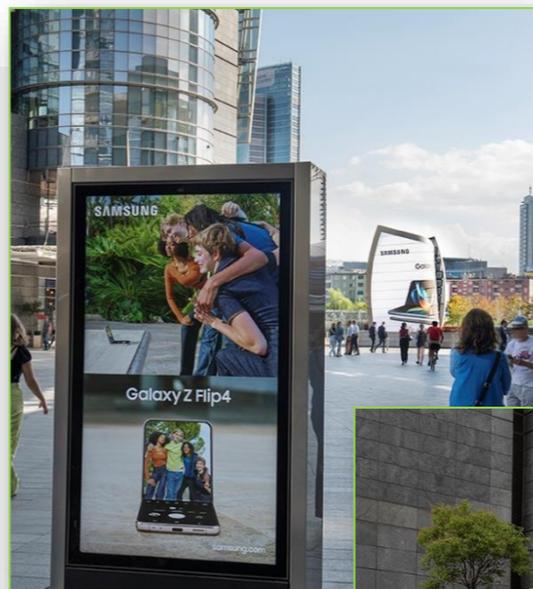




## PRIMO PIANO

Mediamond intensifica l'offerta DOOH inaugurando **17 Totem digitali** nell'area di Porta Nuova a Milano.

- I nuovi impianti verticali (75 pollici), per un totale di 30 facce espositive, presidiano tutti i punti di accesso di un'area già strategica per l'offerta DOOH della concessionaria: **Porta Nuova e Biblioteca degli Alberi (BAM)**.
- L'area di Porta Nuova diventa il vero e proprio cuore pulsante dell'offerta DOOH di Mediamond, un'opportunità aggiuntiva per i brand che vogliono presidiare una zona iconica della città e sfruttare gli eventi e le iniziative previsti durante l'anno.
- L'intero circuito di schermi digitali può ospitare creatività statiche e video ed è accessibile al mercato sia attraverso la vendita tradizionale che in modalità **programmatic**, rendendo l'offerta ancora più ricca ed efficace.



Es. campagna Samsung.





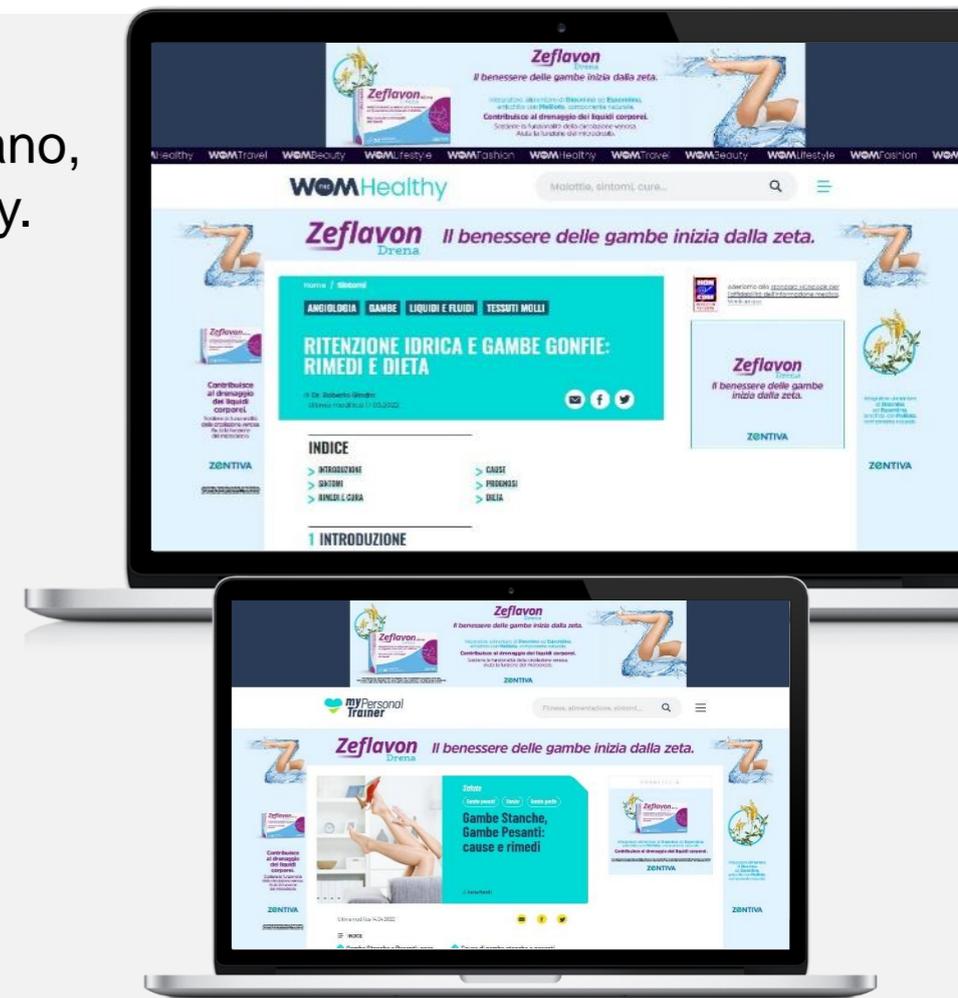
## LO SAPEVI CHE

L'offerta dei **progetti Keyword**, già disponibile per i brand GialloZafferano, Mypersonaltrainer e Smartworld, si estende anche a THE WOM Healthy.

I progetti Keyword, sviluppati dalla divisione BrandOn Solutions, permettono alle aziende di sfruttare la ricchezza di contenuti dei brand editoriali sugli argomenti più cercati e cliccati dagli utenti e **associare la propria creatività adv alle pagine contenenti specifiche parole chiave.**

**GialloZafferano, Mypersonaltrainer e Smartworld** negli anni hanno consolidato la propria leadership sui principali motori di ricerca in termini di indicizzazione di centinaia di parole chiave e per questo rappresentano la destinazione più prestigiosa per i clienti rispettivamente del mondo *food*, *pharma* e *tech* per pianificare campagne pubblicitarie in domination.

L'estensione dei pacchetti keyword a **THE WOM Healthy**, il media brand all digital che parla alle generazioni più giovani (gen Z e Millennial), rafforza l'offerta dedicata al mondo salute e benessere e permette alle aziende del settore di sviluppare campagne in domination con un **incremento di pagine viste fino al 30%.**



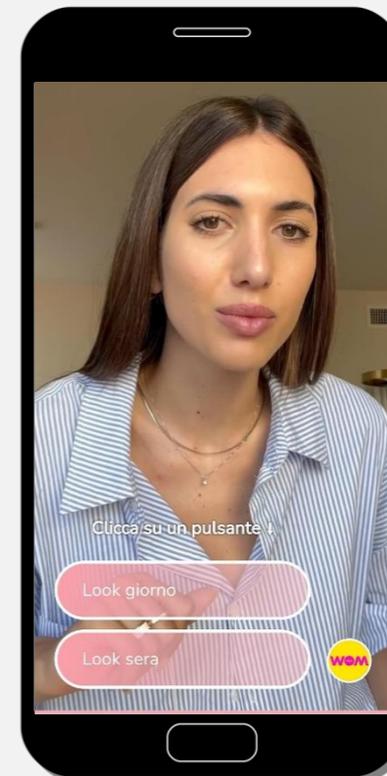
Es. campagna Zeflaven erogata contestualmente su **THE WOM Healthy** e **Mypersonaltrainer**.



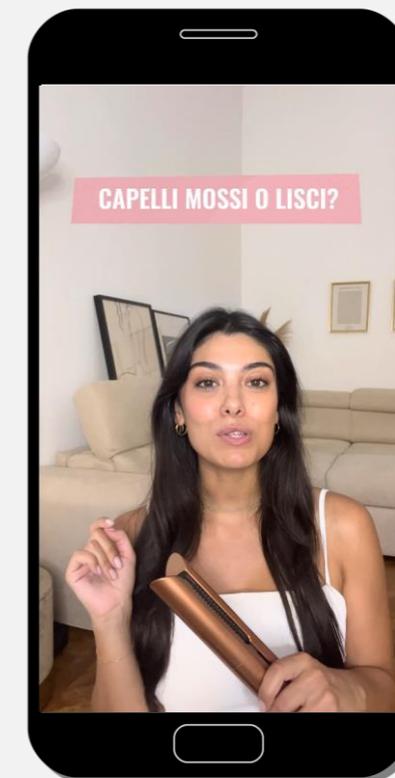
## CLIENTI

**Deborah e Dyson** rafforzano la loro comunicazione in ambito social grazie ai **TikTalks**, la nuova soluzione pubblicitaria introdotta sui profili dei brand editoriali del Gruppo

- I *TikTalks* sono dei contenuti video che permettono alle aziende di raccontare gli highlights dei propri prodotti al target di riferimento attivando con gli utenti una vera e propria **«conversational experience»** **creata ad hoc**.
- All'interno del formato video, diffuso sui profili Tik Tok e Instagram del brand editoriale più affine, **il creator digitale guida l'interazione con gli utenti** offrendo loro la possibilità di scegliere il contenuto più rilevante e proseguire in una fruizione personalizzata.
- I brand **Deborah e Dyson**, in collaborazione con *THE WOM Beauty*, hanno integrato i TikTalks nelle rispettive strategie social rendendo la community parte attiva della comunicazione: il primo ha giocato sul desiderio delle utenti di scegliere il look beauty più adatto a loro (giorno o sera) fornendo consigli sul make up più appropriato; il secondo ha descritto i benefici dell'innovativa piastra per capelli, andando incontro alle esigenze sia delle amanti del liscio che del mosso.



Es. TikTalk Deborah Milano



Es. TikTalk Dyson