



#SABADELLFUTUROS

Atresmedia Publicidad y Smartclip apoyan "Futuros", el branded content digital del Banco Sabadell

"Futuros" es un espacio de debates de actualidad entre conocidas personalidades, abierto a la participación de los internautas



24 de mayo de 2018

El espacio ofrece debates en directo en Facebook Live sobre temas de actualidad y permite a los internautas participar en los mismos con sus opiniones y testimonios. Es la primera vez que la entidad financiera emplea esta vía, no sólo para emitir contenidos de interés a la opinión pública, sino también para estimular su reflexión e intervención.

ATRESMEDIA PUBLICIDAD

www.atresmediapublicidad.com

91 623 45 51 /24 47



Para la difusión de este branded content digital, la entidad financiera ha contado con la colaboración de **Smartclip** y del grupo **Atresmedia**. Atresmedia Publicidad ha creado un microsite ad-hoc, www.antena3.com/futuros, donde se pueden visualizar los debates en directo, vídeo noticias y artículos con la temática del debate, además de una estrategia publicitaria y presencia en redes sociales.

El principal diferencial del branded content digital en Atresmedia es la producción de calidad de los creadores más influyentes y un plan de distribución de los contenidos que asegura la amplificación y la visibilidad del branded content.

De este modo, y previo al primer debate ¿Estamos hechos para convivir?, Atresmedia Publicidad realizó cuatro vídeos protagonizados por **B a la moda (Belén Canalejo), Frank Blanco, Jaime Cantizano y Elena Furiase** y dos artículos firmados por profesionales de la casa (**Elena Gijón y Sandra Golpe**).

El plan de distribución de los contenidos, otro fuerte de Atresmedia, asegura la amplificación y la visibilidad del branded content. Además, este cuenta con numerosas ventajas como planes de activación, posibilidad de ampliar cobertura y repercusión, segmentación de audiencia, control del contenido que rodea al producto branded content, apoyo editorial y redes sociales. La colocación de módulos editoriales en las webs del grupo, y especialmente en los sites nativos digitales más afines al target core de Sabadell, generaron el 60% del tráfico de la campaña.

La producción de todos estos formatos y su distribución en Atresmedia Digital, han hecho posible alcanzar los **diez millones de interacciones** para la campaña de Futuros del Banco Sabadell.

Smartclip por su parte, creó expectación y ruido de la fase Pre-debate consiguiendo más de 6 millones de usuarios únicos y más de 40.000 interacciones. Para la jornada del Debate se utilizaron los mismos formatos que en la fase previa, alcanzando a más de 2 millones de usuarios únicos y consiguiendo más de 15.000 interacciones.



El día del debate, Banco Sabadell reunió, entre otros invitados, a la actriz Aitana Sánchez-Gijón, al director de cine Nacho Vigalondo y al escritor Leopoldo Abadía para debatir sobre los distintos modelos de familia y sobre un tema tan trascendente como es la educación de los hijos. El debate estuvo moderado por la periodista Marta Fernández.

Smartclip llevó a cabo un post-debate que dividió en tres fases estratégicas: una primera fase de distribución de contenidos mediante formatos nativos, otra fase de difusión de vídeos de 40 segundos de duración, ambas para alcanzar a nuevos usuarios que no habían sido impactados en ninguna de las fases anteriores; y una tercera fase de retargeting y prospección con formatos estándar, consiguiendo de esta manera alcanzar a más de 7 millones de usuarios únicos y consiguiendo más de 12.000 interacciones.

El próximo debate de Futuros se celebrará el 14 de junio y contará con la participación del ex preparador del tenista Rafa Nadal, Toni Nadal, y el prestigioso ingeniero de telecomunicaciones David Calle. La periodista Marta Fernández será la encargada, una vez más, de moderar las intervenciones.
<http://www.antena3.com/ad/futuros/>