

HYBRID
BROADCAST
BROADBAND
TV

HBTV

HAY UN BANNER EN MI TV



ESTÁS A PUNTO
DE DESCUBRIR
EL MEDIO TV
COMO SOPORTE
PUBLICITARIO
DIGITAL_



¿QUÉ ES HBBTV?

HYBRID BROADCAST BROADBAND TV

Es la tecnología que permite combinar los servicios de radiodifusión (TDT) y banda ancha (internet).

De ahí lo de híbrido!

Sí, y en **términos publicitarios** ¿qué nos permite?

Lanzar/emitir formatos publicitarios digitales desde un adserver (gestor de publicidad digital), **como una sobreimpresión o un spot, sobre la emisión lineal de la televisión con diferentes creatividades**

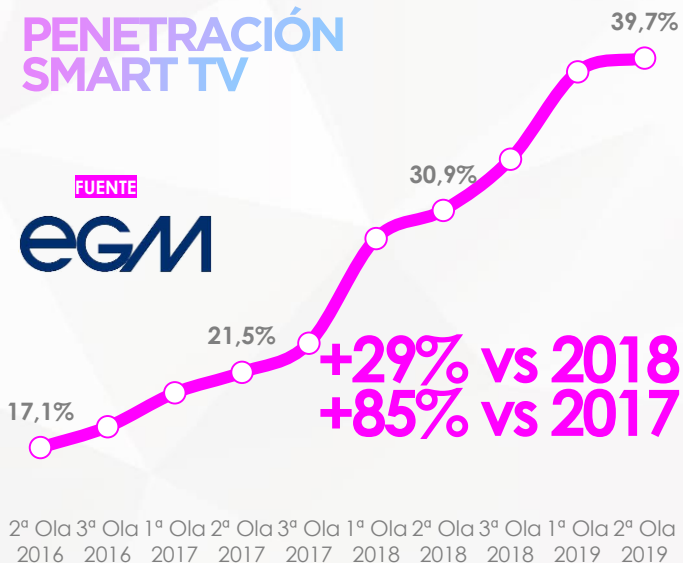
segmentadas por IP o por el comportamiento del usuario.

SMART TV, EL PRODUCTO MÁS PREMIUM

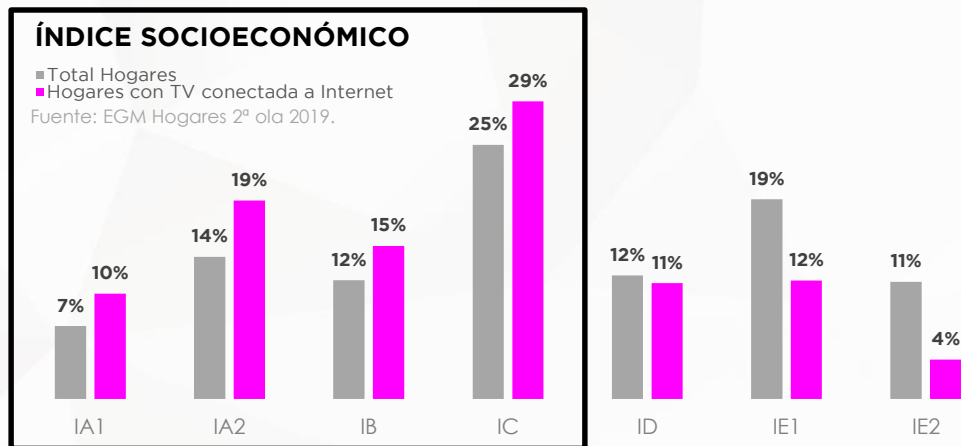
La penetración de las Smart TV están creciendo año tras año, alcanzando casi el 40% de los hogares

El usuario que dispone de una Smart TV tiene un mayor nivel adquisitivo y sus hogares están mejor equipados tecnológicamente

PENETRACIÓN SMART TV



¿Y CUÁL ES EL PERFIL DE LOS USUARIOS?



Hogares con TV Conectada: +26% clases altas (ABC) vs total hogares



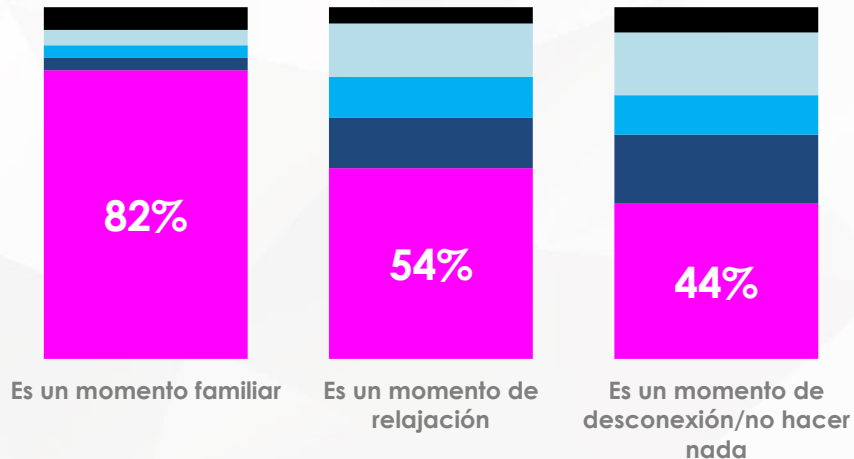
SMART TV, EL DISPOSITIVO ESTRELLA

La Smart TV tiene un posicionamiento claro como de disfrute de un momento familiar, momento de relajación y desconexión frente a otros dispositivos

De hecho, es el dispositivo ampliamente preferido en cuanto a prestaciones técnicas y de comodidad en su uso

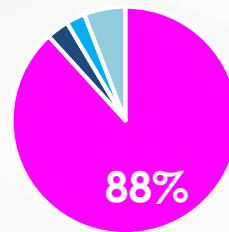
ASOCIACIÓN EMOCIONAL A LOS DISPOSITIVOS

■ Smart TV ■ Smartphone ■ Tablet ■ Ordenador ■ Ninguno de estos

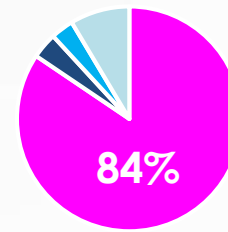


CUALIDADES DE VISUALIZACIÓN DE CONTENIDO

Calidad de la imagen



Calidad del sonido



■ Smart TV ■ Smartphone ■ Tablet ■ Ordenador





¿EN TODAS LAS TELEVISIONES?

HBBTV

No, esta tecnología funciona en la TVS que **reciben su emisión a través de TDT**, son **compatibles con la tecnología hbbtv y están conectadas a internet, vía cable o wifi.**

Si tu ves la tv a través de un **decodificador de pago** (movistar, orange, vodafone...) **no recibes esta señal.**

¿Y CUÁNTAS SON ESAS TVS?

Esas TVS las denominamos “**dispositivos**”. Durante los meses de julio y agosto las pruebas las hemos hecho con un “whitelist” de seguridad con un alcance de:

1,7 M DISPOSITIVOS

En el mes de SEPTIEMBRE, esa lista se ha abierto a todos los dispositivos potenciales alcanzables :

4 M DISPOSITIVOS

¿Y ESO CUÁNTA GENTE ES?

En base a la media de hogares de Kantar, nuestro público potencial es de:

6,8 M PERSONAS.



LO MEJOR, DE LO MEJOR.

Esta hibridación nos permite tener lo mejor de la tv y de internet.

LO MEJOR, DE LA TV.

Contenido premium
Brand safety
Medio probado
Alto impacto de marca
Sin fraude



USAR EL MEDIO TV
COMO SOPORTE
PUBLICITARIO DIGITAL.

LO MEJOR, DE INTERNET.

Impresiones
Segmentación
Definición de número de contactos
(control de la frecuencia)
Reporting de resultados detallado



TENER EL FORMATO
PUBLICITARIO DIGITAL CON
MAYOR COBERTURA
INMEDIATA DEL MERCADO.



● ● ● ● ●
FASE 1 
8 OCT 19

HBBTV

¿Y QUÉ VAMOS A COMERCIALIZAR?

Siempre en cumplimiento con la **LGP** y
la **LGCA** :

FORMATO

El formato publicitario es la denominada:
L "ELE" O DIGITAL SKIN.

No es una sobreimpresión como tal, ya que la
imagen se re-escala y encaja dentro de la L.

DURACIÓN

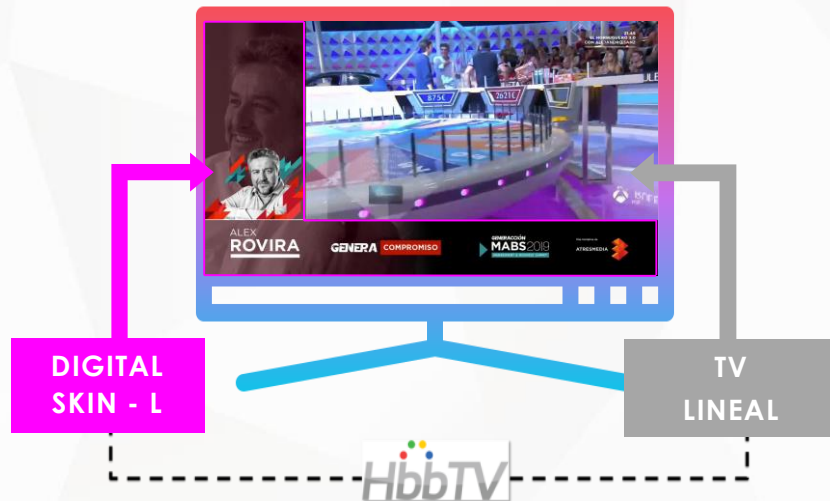
Su duración es de **10 segundos.**

EMPLAZAMIENTO

Podremos lanzarla **sobre los programas de
entretenimiento** de todas nuestras cadenas, con
varias segmentaciones.

SEGMENTACIÓN

Por IP, visto o no visto publicidad o contenido



PRODUCTO EN PROGRAMAS

L "ELE" O DIGITAL SKIN SOBRE:

Siempre en cumplimiento con la **LGP** y la **LGCA** :

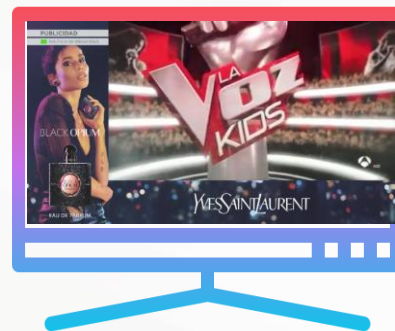
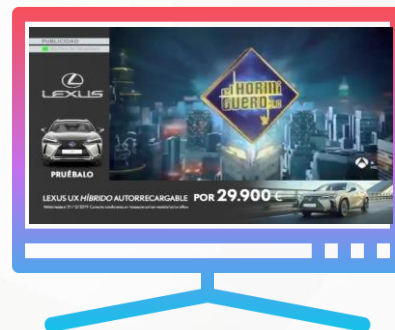
SOBRE SUPERIMPRESIÓN A3 Y SEXTA:

Esta L es el formato más similar a una sobreimpresión tradicional pero su carácter **"digital"** nos permite segmentarla y lanzar una **creatividad u otra en función del usuario que la está viendo.**

Ubicada en **ida y vuelta de publicidad** . También al **inicio o final del programa**

¿Qué aporta?

- Diferentes creatividades en función de la **Segmentación por IP.**
- Segmentación **"visto o no visto".**
- **Vinculación** rápida y sencilla.
- **Sin Fuga**
- **Cobertura Incremental**
- **Incremento Notoriedad***



PRODUCTO EN PROGRAMAS

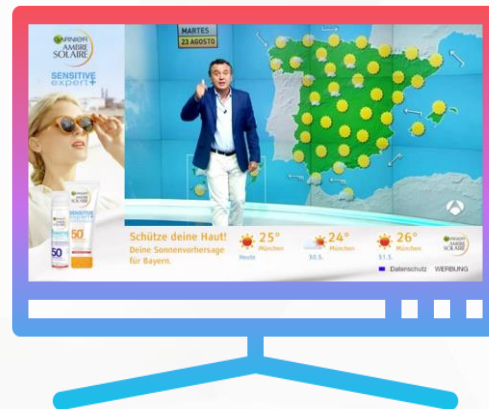
EL "ELE" O DIGITAL SKIN SOBRE:

HBBTV

Ideas segmentaciones:

Aquí es donde entra en juego el adserver. Y cada vez, será mejor.

1. **POR IP O SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.**
(En función de la CCAA lanzamos diferentes creatividades)
2. **ESPECTADORES HAN VISTO / NO HAN VISTO MI PUBLICIDAD**
(2 creatividades diferentes)
3. **ESPECTADORES HAN VISTO / NO HAN VISTO UN GÉNERO O CONTENIDO:**
 - INTERESADOS EN CINE O FICCIÓN **próximamente**
 - INTERESADOS EN DEPORTES
4. **LIGHT VIEWER**
5. **POR TARGETS COMPORTAMENTALES** **próximamente**



Producción

- LA PRODUCCIÓN DE LA CREATIVIDAD SERÁ REALIZADA POR EL EQUIPO DE SSEE
- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS



FASES IMPLEMENTACIÓN

✓ FASE 0

VERANO 2019

1,7 MM HOGARES (WHITELIST)

PRUEBAS SIN SEGMENTACIONES

! FASE 1

8 OCT 19

WHITELIST+BLACKLIST

FORMATO "L" EN A3 Y SEXTA

LGCA. DIRECTOS Y GRABADOS

SEGMENTACIÓN

- IP
- VISTO / NO VISTO SPOT
- VISTO / NO VISTO CONTENIDO
- EXPLORANDO POSIBILIDAD CLUSTERS X
CONTENIDO
- LIGHT VIEWER

ACTUALMENTE NO INTERACTIVO

MEDICIÓN = ADSEVER + V.A.R.

LIMITADO A CLIENTES

DOBLE CREATIVIDAD

PRODUCCIÓN: SS.EE.

✗ FASE 2

FORMATO "L"

- EN CORTE DIRIGIDO
- SEGMENTADO

MINIMIZAR PRE-FECHING

1 CREATIVIDAD

✗ FASE 3

AD REPLACEMENT

- VIDEO
- SPOT + "L"

TODA LA PARRILLA EN AUTOMÁTICO

SEGMENTACIÓN

DMP

PROGRAMÁTICA.

INTERACTIVIDAD

CONTEXTUALIZACIÓN

LINEAL + @

SEGMENTACION EN TIEMPO REAL

NUEVOS FORMATOS



FASE I

En esta 1ª fase, el producto se limitará a ELES sobre programas de Antena 3 y La Sexta. Y siempre bajo disponibilidad vs sobreimpresiones convencionales.

PRODUCTOS:

1. ROTACION GENERAL

- 1 ROTACIÓN GENERAL ANTENA 3 Y SEXTA
- 2 ROTACIÓN GENERAL SEGMENTADA POR IP
- 3 ROTACIÓN GENERAL SEGMENTADA POR VISTO O NO VISTO
 - MI PUBLICIDAD
 - UN GÉNERO O CONTENIDO
 - LIGHT VIEWER

2. ELECCION CONTENIDO

- 4 ELECCIÓN CONTENIDO: ANTENA 3 SEXTA PRIME TIME (A3+SEXTA)
- 5 ELECCIÓN CONTENIDO SEGMENTADA POR IP: ANTENA 3 SEXTA PRIME TIME (A3+SEXTA)
- 6 ELECCIÓN CONTENIDO SEGMENTADA POR VISTO O NO VISTO: ANTENA 3 SEXTA PRIME TIME (A3+SEXTA)



PRODUCTO LANZAMIENTO

PRECIOS EMISIÓN

RG

Campaña en rotación general por A3 y Sexta sin segmentación durante un mes.

① 1 MES
ANTENA3 Y SEXTA

RG SEGMENTADA

Campaña en rotación general por A3 y Sexta segmentada por IP o por si el usuario ha visto o no un contenido / spot.

② 1 MES
ANTENA3 Y SEXTA
SEG. IP o
③ SEG. VISTO O NO VISTO

ELECCION CONTENIDO

Campaña sólo en Antena 3 o en la Sexta o en PRIME TIME de ambas cadenas a la vez.

④ 1 MES
ANTENA3

1 MES
LA SEXTA

ELECCION CONTENIDO SEG.

Campaña con elección de contenido segmentada por IP o por si el usuario ha visto o no un contenido /spot.

⑤ 1 MES
SEG. IP o
⑥ SEG. VISTO O NO VISTO

1 MES
ANTENA3

1 MES
LA SEXTA





ESTUDIO NOTORIEDAD

NOVIEMBRE 2019
FUENTE: TOLUNA



atresmedia publicidad digital skin



yoigo

convencional

sin digital skin

600 encuestas

bloque publicitario de 6 spots
convencionales

4ª posición - Lexus / Yoigo

comienzo de El Hormiguero/Boom

convencional + digital skin

con digital skin

600 encuestas

bloque publicitario de 6 spots
convencionales

4ª posición - Lexus / Yoigo

sobreimpresión en forma de 'L'
(digital skin) al comienzo de El
Hormiguero/Boom

ESTUDIO NOTORIEDAD

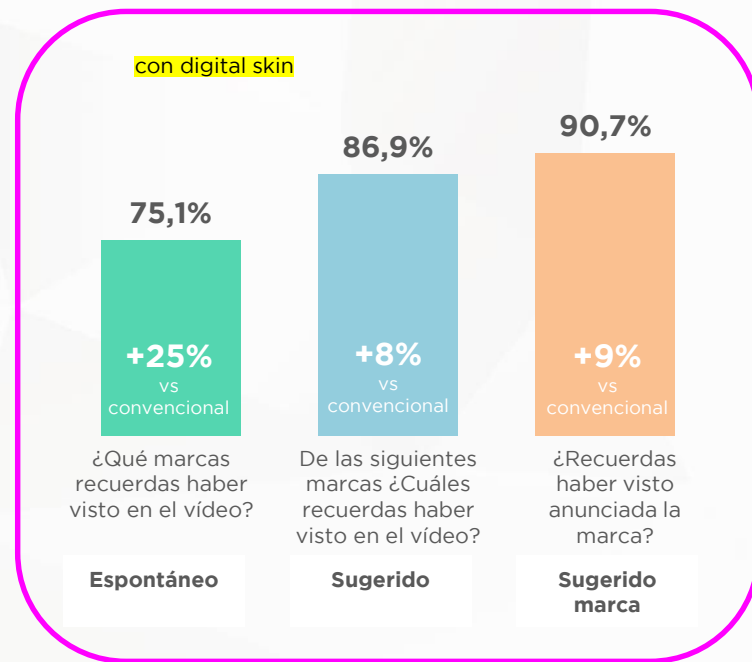
espontáneo/sugerido

eficacia digital skin

convencional



convencional + digital skin





ESTUDIO NOTORIEDAD

recuerdo formato

eficacia digital skin

A los encuestados que recuerdan la marca en sugerido...

¿Sabrías decir el tipo de publicidad que has visto?

con digital skin

84,1%

de los encuestados recuerdan haber visto la publicidad en formato de **spot convencional**

37,1%

de los encuestados recuerdan haber visto la **sobreimpresión** sobre el programa en forma de 'L' (**digital skin**)

27,2%

de los encuestados recuerdan haber visto la publicidad en forma de **spot convencional** y en forma de 'L' (**digital skin**)

Fuente: Toluna Quick Surveys. 547 encuestas: bloque + programa (con digital skin). Noviembre 2019

LEXUS UX HÍBRIDO AUTORRECARGABLE POR 29.900 €

Válido hasta el 31/12/2019. Consulta condiciones en: lexusauto.es/car-models/ux/ux-offers



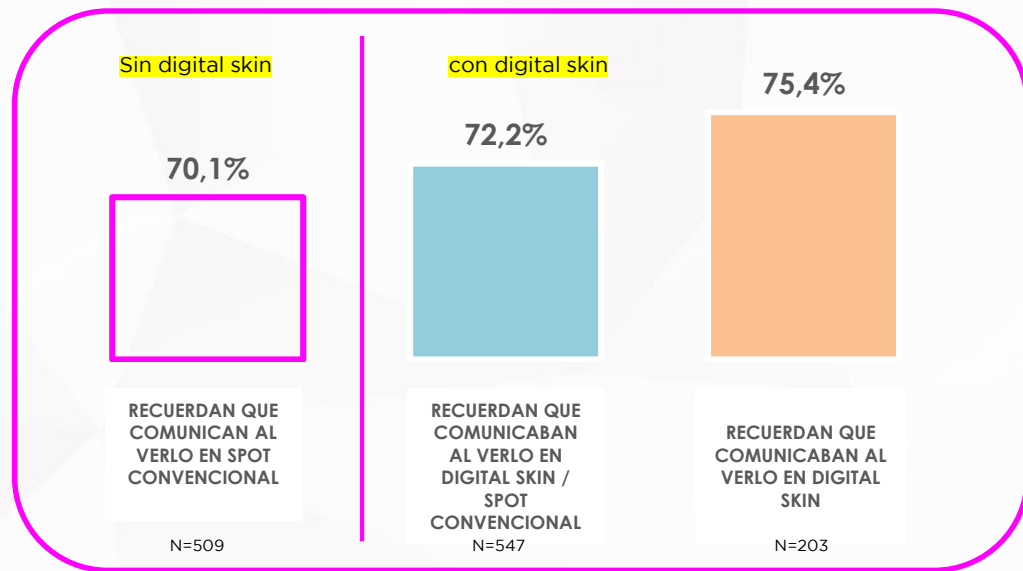
ESTUDIO NOTORIEDAD

reconocimiento de contenido publicitario

eficacia digital skin

El formato Digital Skin incrementa **+3,0%** el reconocimiento de contenido publicitario **vs spot convencional**. Y **+4,4%** entre los que recuerdan la superimpresión en forma de 'L'

A los encuestados que recuerdan la marca en sugerido...



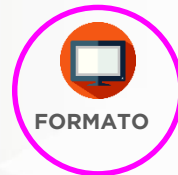
ESTUDIO NOTORIEDAD

conclusiones

eficacia digital skin



El formato Digital Skin aumenta un **+25%** el **recuerdo espontáneo** de la campaña publicitaria; y un **+9%** el **recuerdo sugerido** de marca



El formato Digital Skin mejora el recuerdo del formato publicitario. Un **37,1%** **recuerda la sobreimpresión** en forma de 'L'



El formato Digital Skin incrementa **+3,0%** el **reconocimiento del mensaje** publicitario vs spot convencional. Y hasta **+4,4%** entre los que recuerdan la **sobreimpresión** en forma de 'L'



**POLÍTICA COMERCIAL
&
PRODUCTO PUBLICITARIO**

LANZAMIENTO
NOVIEMBRE 2019

