



[@fluzo_es](https://twitter.com/fluzo_es)

#SeminariolABaea



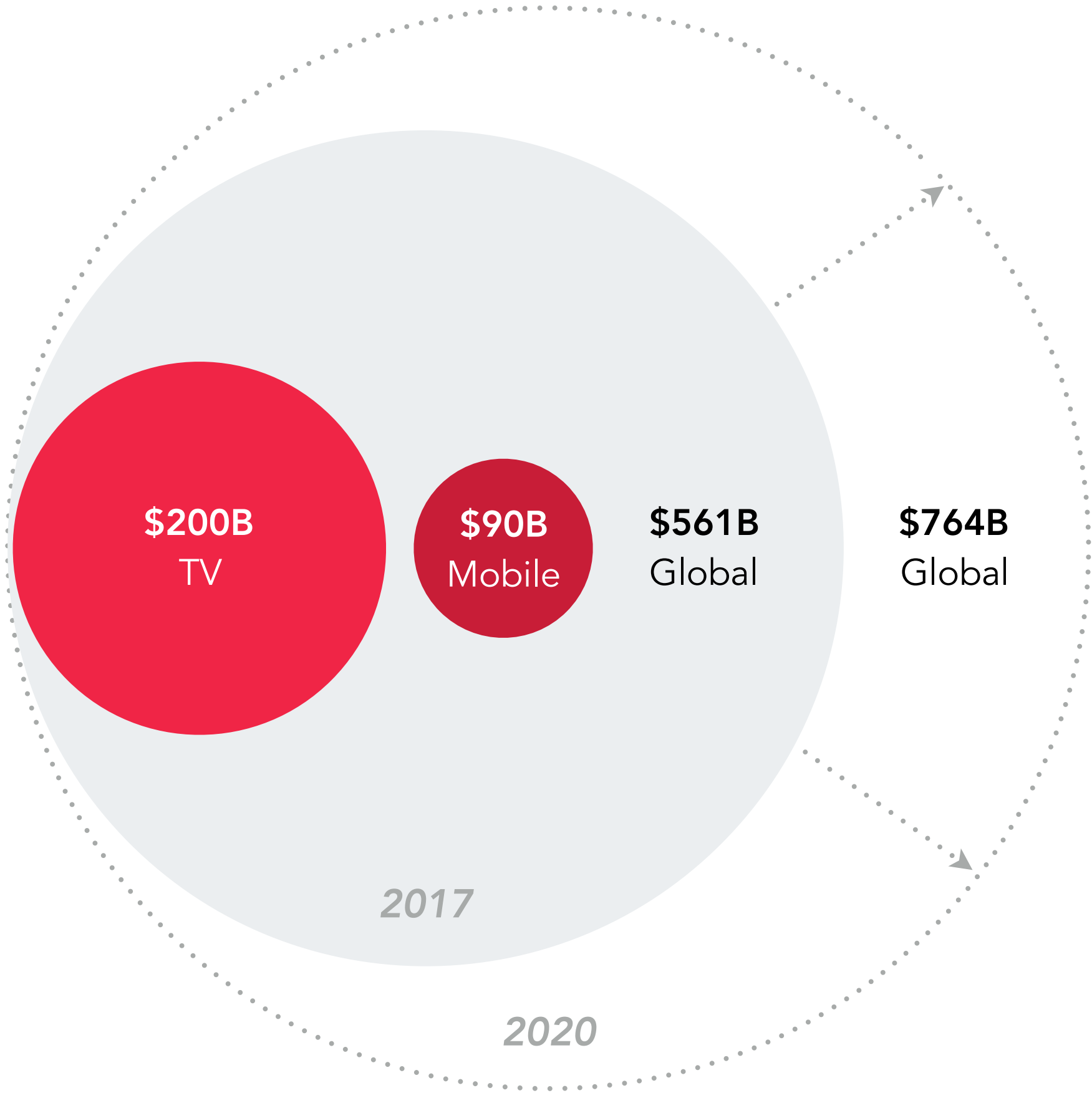


La mayor parte de la inversión publicitaria está en TV

Para algunos anunciantes supone más del 80% de su mix de publicidad.
Un mercado de 200B \$ en 2017.

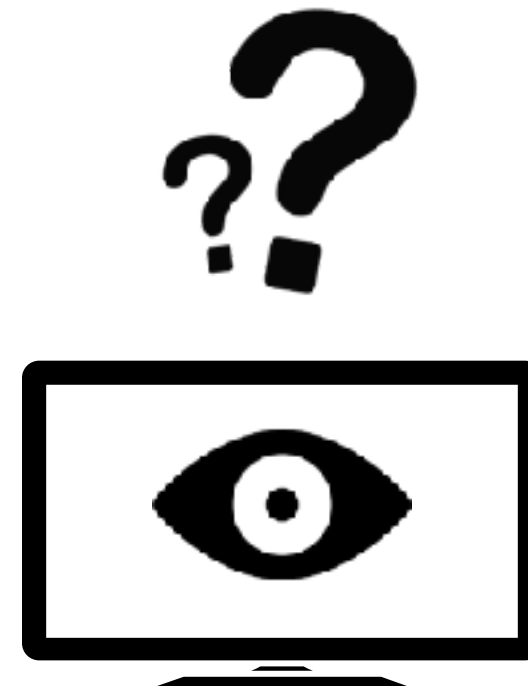
GLOBAL AD SPEND

TV, still King,
with more than \$200B
and mobile formats are set
to underpin the headline growth:
\$90B will be spent on mobile-specific ads
worldwide in 2017
(44% of total online ad investment)



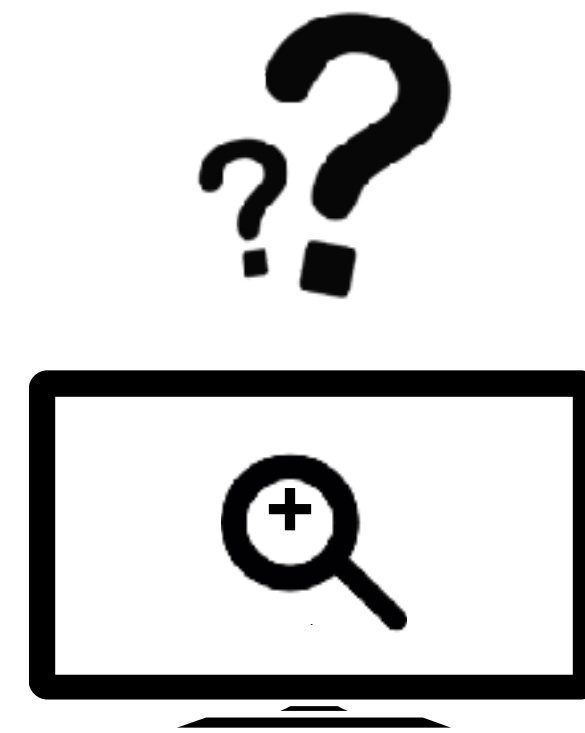
By 2020,
the mobile share will climb to 73.7% of digital
and 34.2% of total media ad investment

**Sources: eMarketer's Worldwide Ad Spending Forecast for 2015–2020
and Warc's Global Adspend Outlook for 2017*



Sin embargo, los anunciantes manejan muy poca información

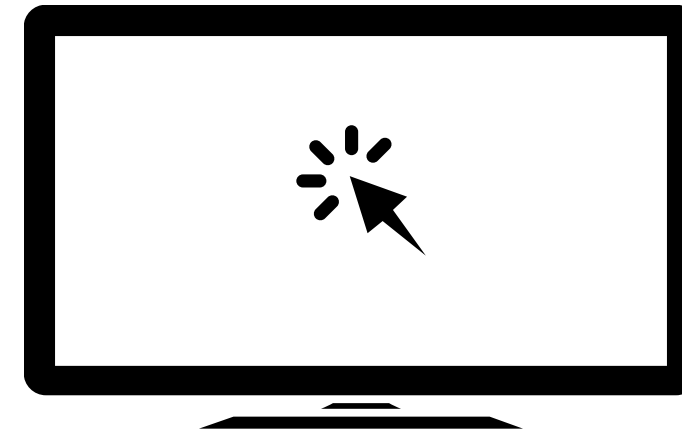
¿Se emiten mis anuncios? ¿Impacto a mis usuarios? ¿Logro mis objetivos?
¿Cómo son mis usuarios? ¿Cómo comparo mis campañas?



Sin datos ni pruebas, no hay inteligencia

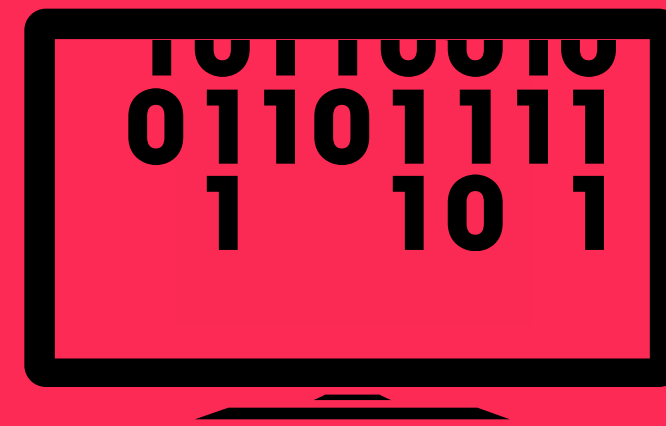
¡No puedo optimizar mi inversión!

¡No puedo crear nuevo valor!



De la inversión digital sí tenemos toda la información

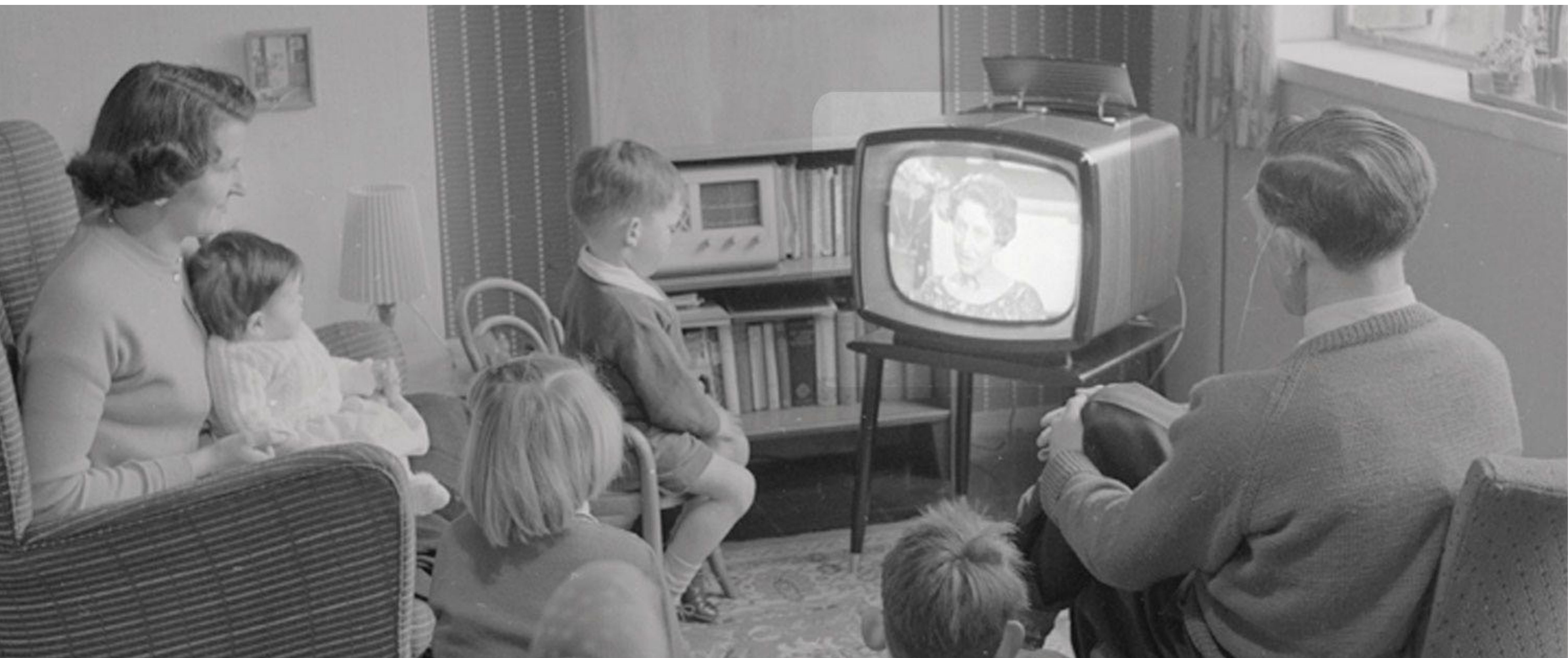
Se espera y exige un control exhaustivo de la inversión en digital.
Pero, comparativamente, de la inversión en TV y radio, hay muchos menos datos.



Audiencia y mercado evolucionan

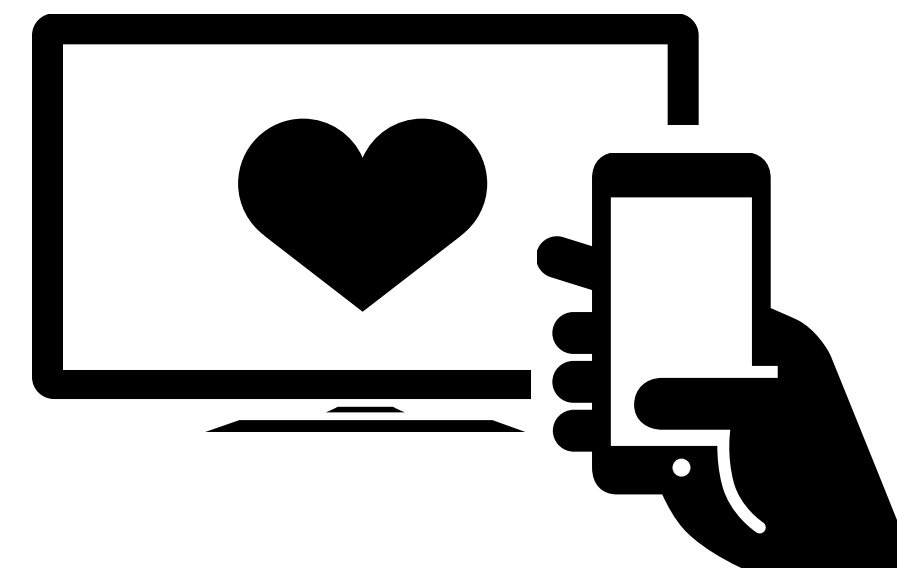
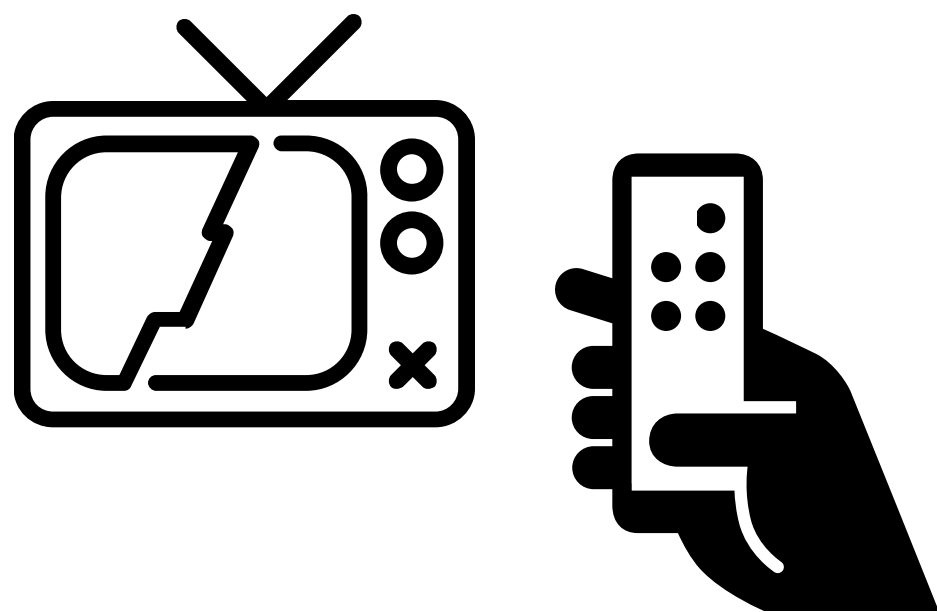
Uno de los pilares es la generación de información.

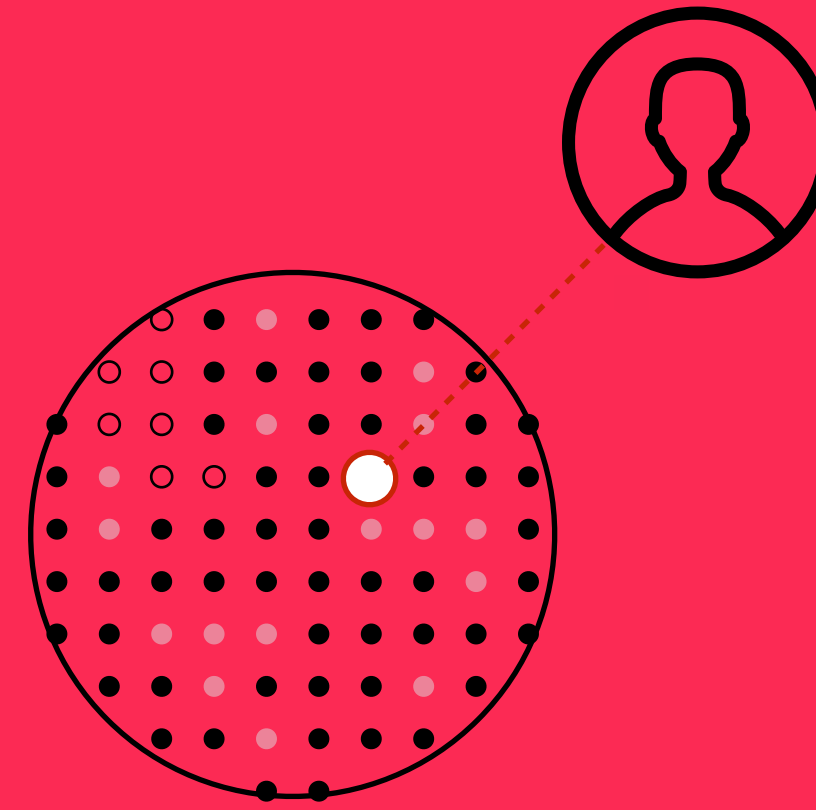






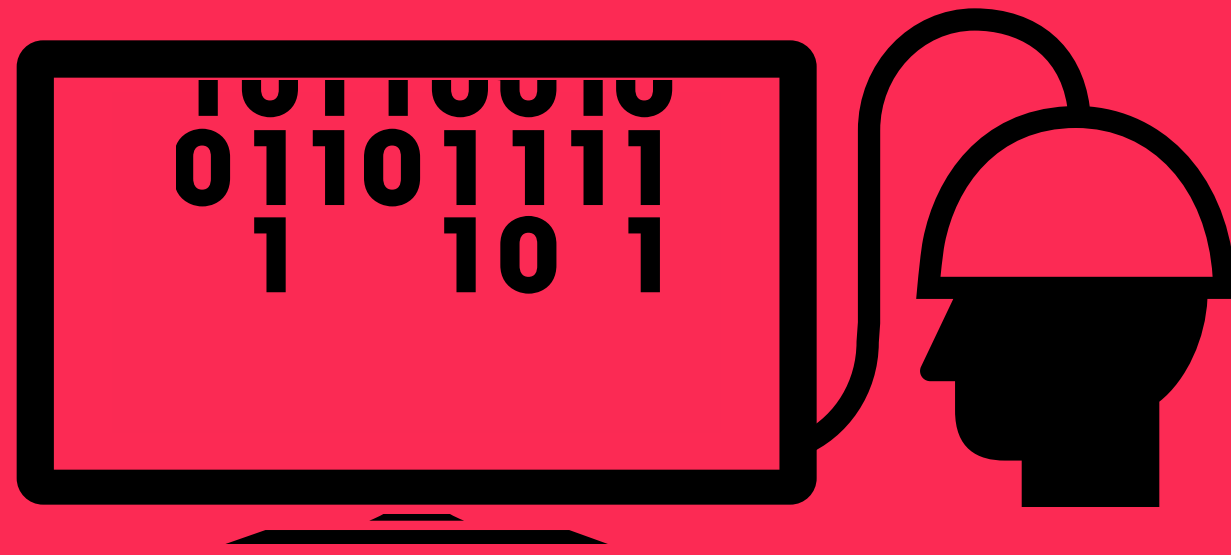
#





Hace falta un nuevo modelo de medición y atribución

Las herramientas tradicionales se han quedado cortas, son caras y complejas
El mercado demanda poder aplicar para offline lo que ya hace para digital.



Una solución analítica completa, radicalmente nueva

Con la misión y visión de redefinir la forma de medir y atribuir la publicidad.

El **Google Analytics de la TV**.



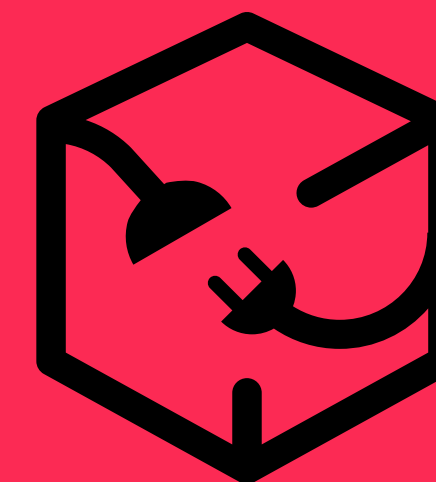
ACR | Audio fingerprinting

Una tecnología propietaria robusta y escalable.



Monitorización 24/7 de TV y radio

Un sistema capaz de analizar señales en tiempo real.



Integración en aplicaciones

Nuestra tecnología, distribuída en aplicaciones móviles.



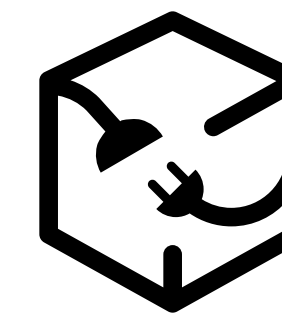
Monitorización 24/7

Auditoria, research y alertas en tiempo real sobre planificación en TV/radio.

Atribución de campañas de TV/radio cruzando con analítica web/móvil.

Integración con otras adtechs para impactos digitales sincronizados.



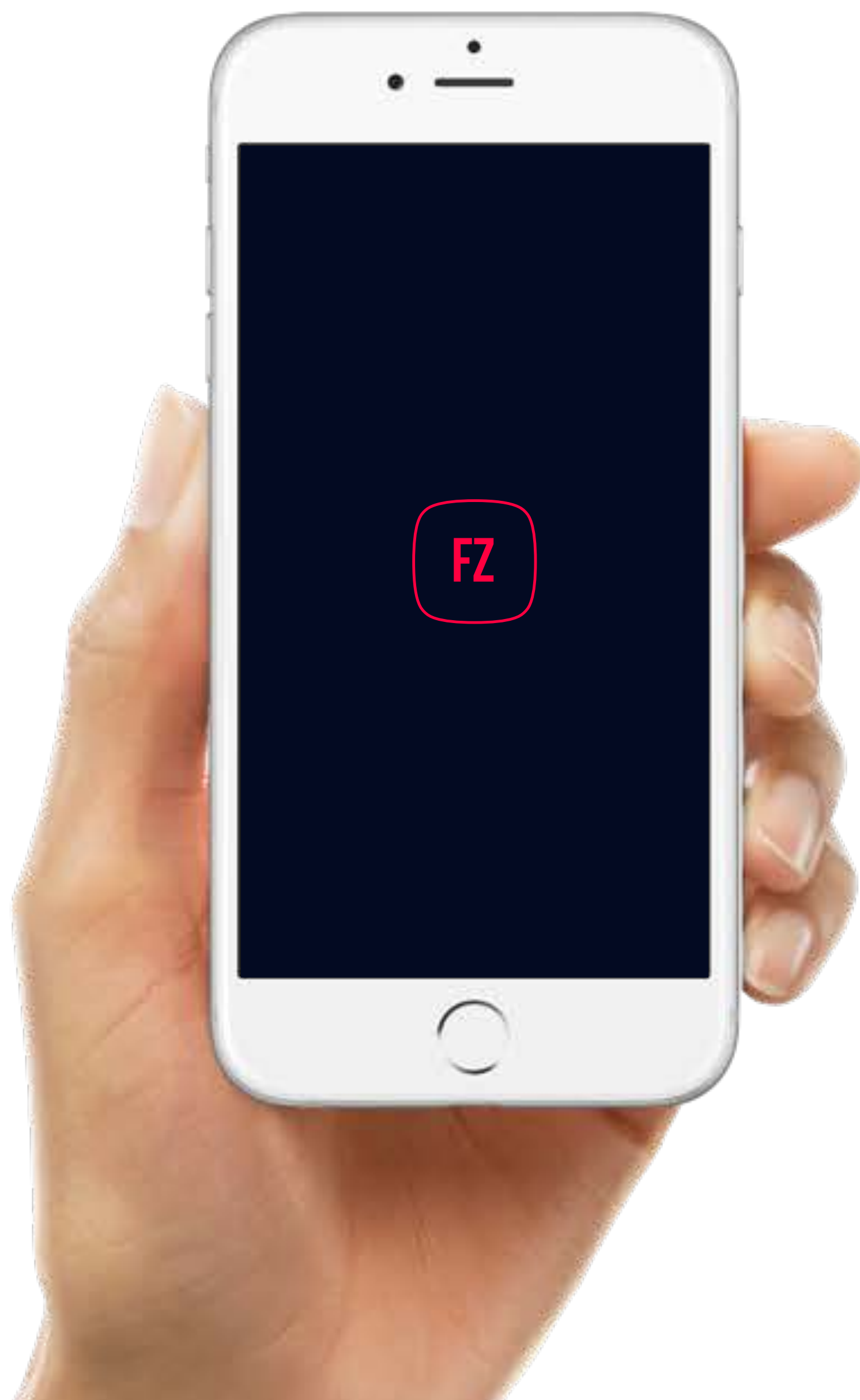


Integración en apps vía SDK

Google Analytics optimiza el contenido web
FLUZO optimiza el contenido audiovisual.

Reconocimiento y caracterización del contexto
audiovisual y del usuario.

**Un nuevo paradigma en la medición y
atribución publicitaria.**





Search reports and help

HOME

CUSTOMIZATION

Reports

REAL-TIME

Overview

Locations

Traffic Sources

Content

Events

Conversions

AUDIENCE

ACQUISITION

BEHAVIOR

Content

5 active pages

Create Shortcut BETA

Right now

6

active users on site

DESKTOP MOBILE

83%

17%

Pageviews

Per minute

30

20

-26 min

-21 min

-16 min

-11 min

-6 min

Per second

6

4

2

-60 sec

-45 sec

-30 sec

-15 sec

Viewing: Active Users Pageviews (Last 30 min)

Metric Total: 6

Active Page

1.	/5784bba71df30c4a718b4589.../579d15da1df30c6f478b48f4
2.	/5784bba71df30c4a718b4589.../579d15aa1df30cb2378b4927
3.	/5784bba71df30c4a718b4589.../579d15cb1df30cc6078b45ac
4.	/5784bba71df30c4a718b4589.../579d15d61df30cca038b48f1
5.	/5784bba71df30c4a718b4589.../579d15ec1df30cf1108b4924

Page Title

Active Users

La Sexta	2	33.33%
Antena 3	1	16.67%
Cuatro	1	16.67%
Telecinco	1	16.67%
AXN	1	16.67%



FLUZO DATA
LIVE

Search reports and help

HOME

CUSTOMIZATION

Reports

REAL-TIME

AUDIENCE

Overview

Active Users

Lifetime Value BETA

Cohort Analysis BETA

User Explorer

Demographics

Interests

Geo

Behavior

All Users

100.00% Users

+ Add Segment

Sep 11, 2017 - Sep 11, 2017

User Explorer

Client Id	Sessions	Avg. Session Duration	Bounce Rate	Revenue	Transactions	Goal Conversion Rate
1. 597f08691df30caf268b4594	2 (66.67%)	00:00:30	0.00%	\$0.00 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%
2. 59677c631df30c4a268b4599	1 (33.33%)	00:00:40	0.00%	\$0.00 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%

Show rows: 10

Go to: 1

1 - 2 of 2

This report was generated on 9/11/17 at 10:58:29 AM - [Refresh Report](#)

SAVE

SHARE

EXPORT

© 2017 Google

[Analytics Home](#)

[Terms of Service](#)

[Privacy Policy](#)

[Send Feedback](#)

 Search reports and help

 HOME

 CUSTOMIZATION

Reports

 REAL-TIME

 AUDIENCE

- Overview
- Active Users
- Lifetime Value BETA
- Cohort Analysis BETA
- User Explorer
- ▶ Demographics
- ▶ Interests
- ▶ Geo
- ▶ Behavior

User Report

Sep 11, 2017 - Sep 11, 2017



Client Id
597f08691df30caf268b4594

Date Last Seen

Device Category
mobile

Device Platform
web

Acquisition
Date
Jul 31, 2017

Channel
Direct

Source / Medium
(not set)

Campaign
(not set)

Sessions (LTV) ? 0 Sessions (Current): 2	Session Duration (LTV) ? 00:00:00 Session Duration (Current): 00:00:59	Revenue (LTV) ? \$0.00 Revenue (Current): \$0.00	Transactions (LTV) ? 0 Transactions (Current): 0
Filter by 4 selected Sort by Descending Expand All Collapse All			
Sep 11, 2017 2 sessions			
▶ 10:20 AM	🕒 00:33	📱	Direct 6
▶ 9:38 AM	🕒 00:25	📱	Direct 4

Search reports and help

HOME

CUSTOMIZATION

Reports

REAL-TIME

AUDIENCE

Overview

Active Users

Lifetime Value **BETA**

Cohort Analysis **BETA**

User Explorer

Demographics

Interests

Geo

Behavior



Client Id
597f08691df30caf268b4594

Date Last Seen

Device Category
mobile

Device Platform
web

Acquisition
Date
Jul 31, 2017

Channel
Direct

Source / Medium
(not set)

Campaign
(not set)

Sep 11, 2017 - Sep 11, 2017

Sessions (LTV) ?

0

Sessions (Current): 2

Session Duration (LTV) ?

00:00:00

Session Duration (Current): 00:00:59

Revenue (LTV) ?

\$0.00

Revenue (Current): \$0.00

Transactions (LTV) ?

0

Transactions (Current)

Filter by

Sort by

Create Segment

4 selected

Descending

Expand All

Collapse All

Sep 11, 2017

2 sessions

10:20 AM

00:33



Direct

6



10:20 AM



Viewed La Sexta

/5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4



10:20 AM



Viewed La Sexta

/5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4



10:20 AM



Viewed La Sexta

/5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4



10:20 AM



Viewed La Sexta

/5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4



10:20 AM



Viewed Antena 3

/5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15aa1df30cb2378b4927



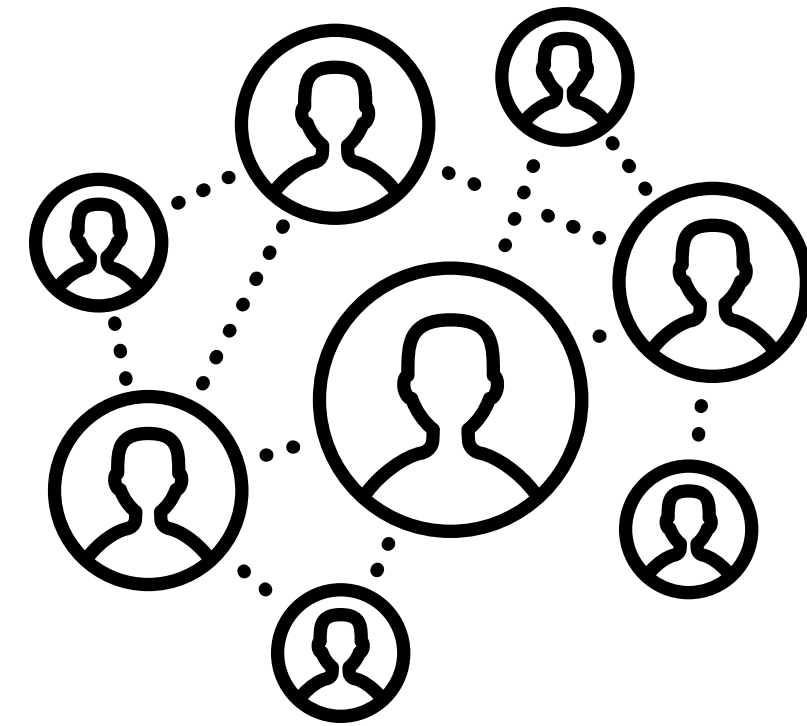
10:20 AM



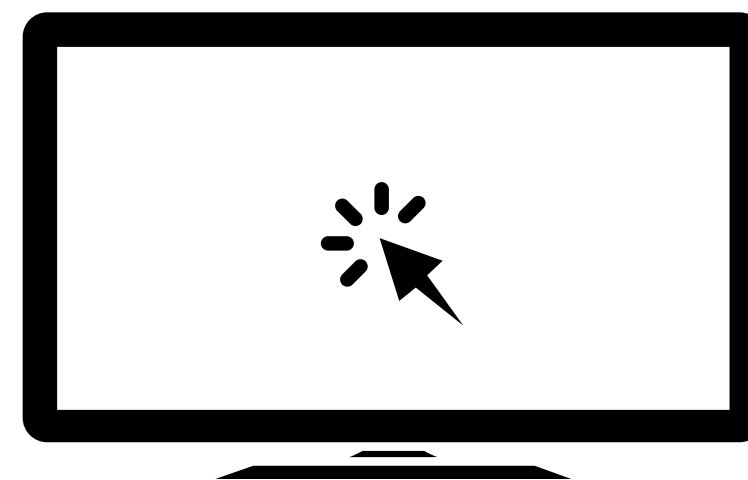
Viewed Antena 3

/5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15aa1df30cb2378b4927

Los telespectadores
se convierten en
usuarios digitales



- **Panel propio** de usuarios: activarlos es hacerlos **actuables**.
- Comunicación directa y personalizada.
- Testing y feedback en **tiempo real**.
- Más **valor** para tus clientes y sus interacciones.
- **Segmentación diferencial**:
 - *generación de segmentos* en base a los hábitos de consumo de la TV;
 - nuevos segmentos publicitarios hasta ahora no utilizados de forma programática.



Nueva medición

Audiencia masiva (vs panel estadístico)

Datos de conversión de TV

Datos de atribución sobre TV

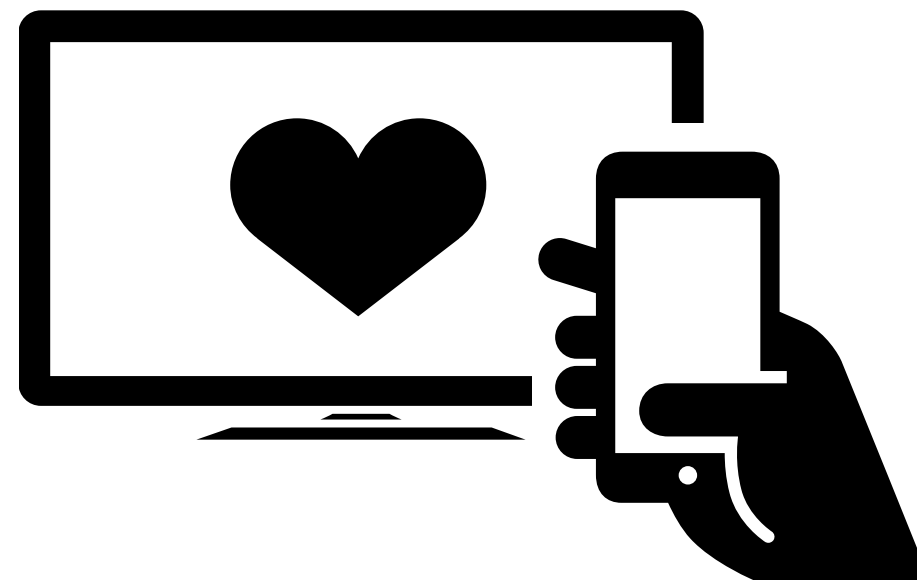
La TV como generador de leads medibles

Nueva información

Mejores métricas digitales

Mejor atribución censal

**Caracterización de usuarios y contenidos,
proyecciones, patrones...**



Nuevos productos

Call to action sincronizado
Impactos digitales a partir del histórico del usuario
Nuevos formatos

Nuevos servicios

Atribución directa y real
Incremental reach



Publicidad TV= ONLINE + OFFLINE

Interactiva, Medible y Atribuible.

Planificación ON/OFF más coordinada que nunca.

Gran oportunidad para anunciantes, publishers y apps.

Distribución usuarios

TOP 5 CADENAS



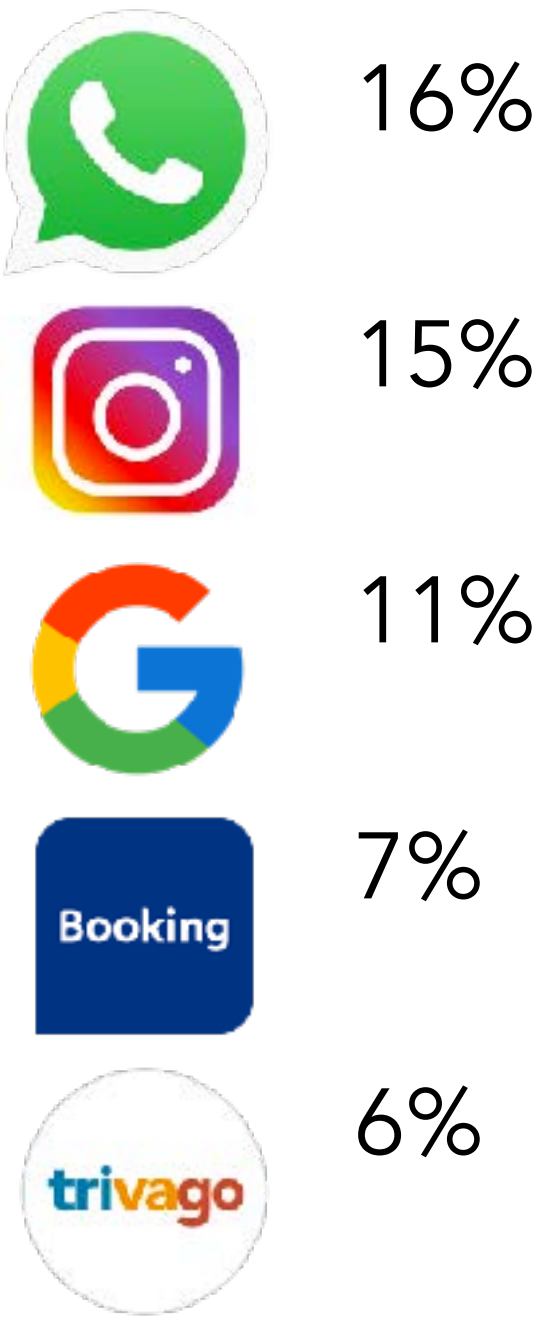
Activos Smartphone
mientras veían la TV

37%

Anuncio
más visto



¿Qué hicieron
en su móvil mientras
veían el anuncio?



Otra actividad en su móvil 45%



GRACIAS

VICENTE GARCÍA · CMO

vicente@fluzo.com

+34.659.268.585



[@fluzo_es](https://twitter.com/fluzo_es)

#SeminariolABaea

