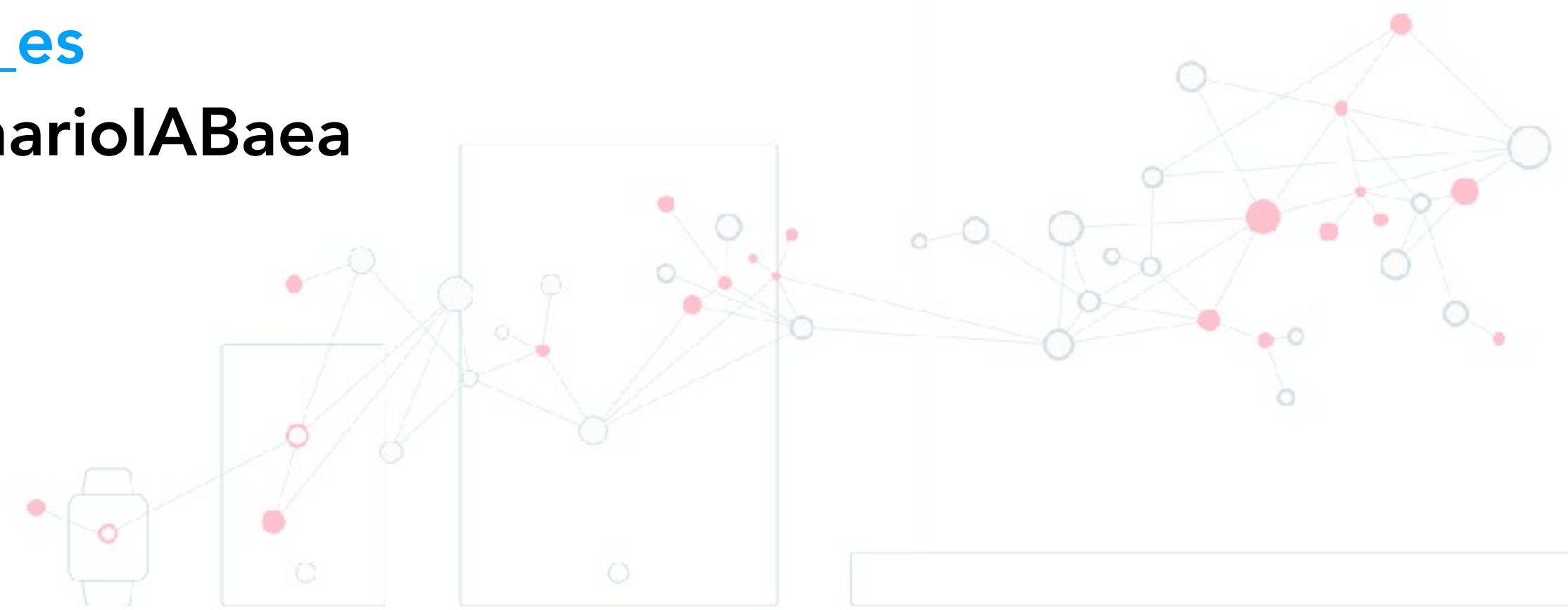




@fluzo_es

#SeminarioIBaea



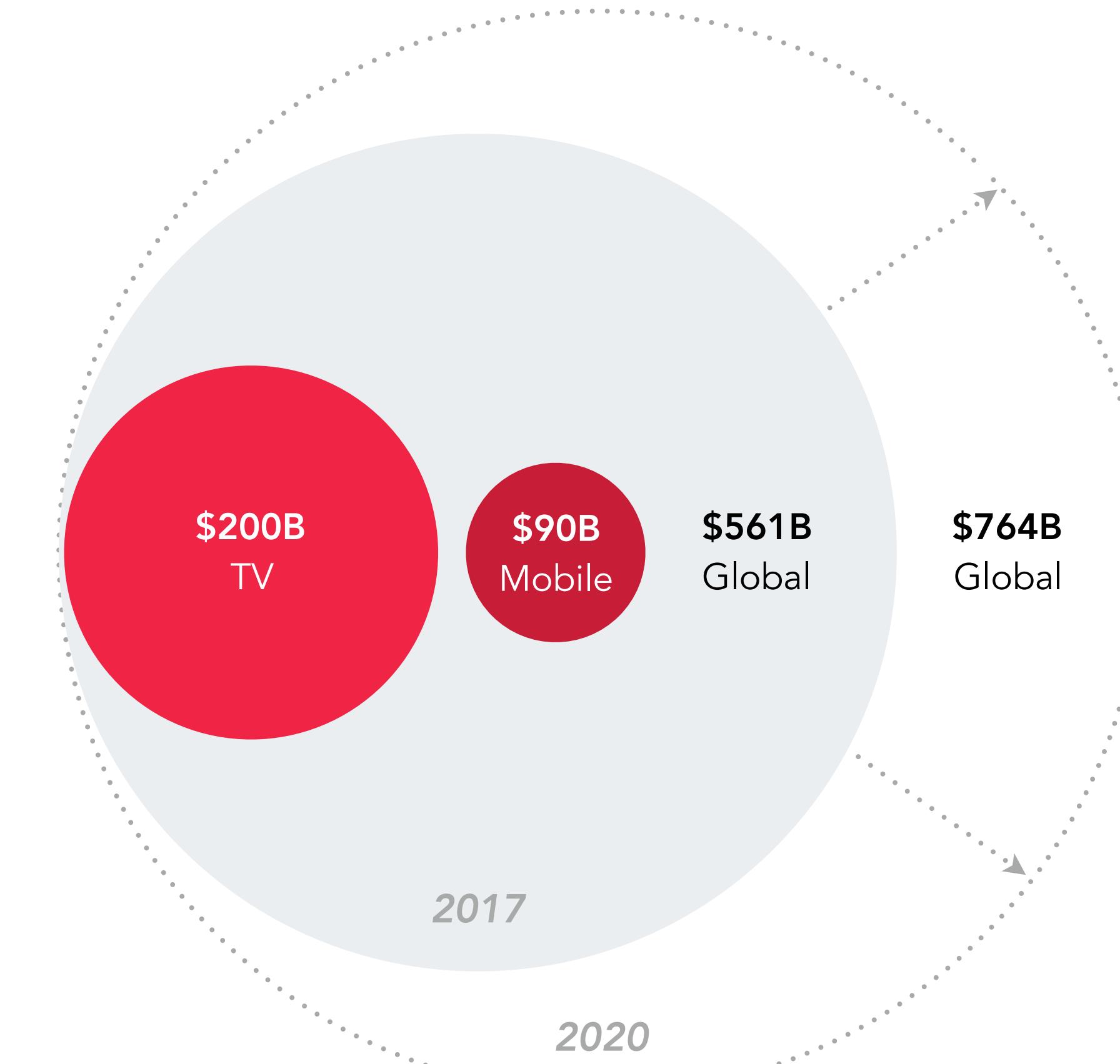


La mayor parte de la inversión publicitaria está en TV

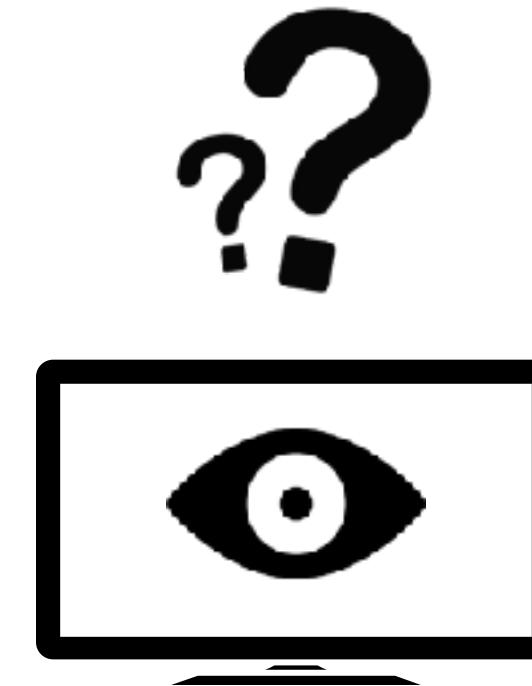
Para algunos anunciantes supone más del 80% de su mix de publicidad.
Un mercado de 200B \$ en 2017.

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)

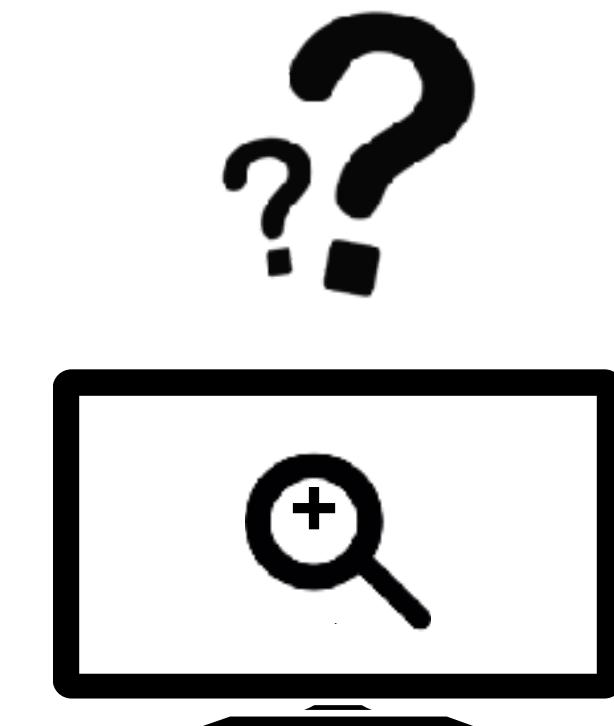


By 2020,
the mobile share will climb to 73.7% of digital
and 34.2% of total media ad investment



Sin embargo, los anunciantes manejan muy poca información

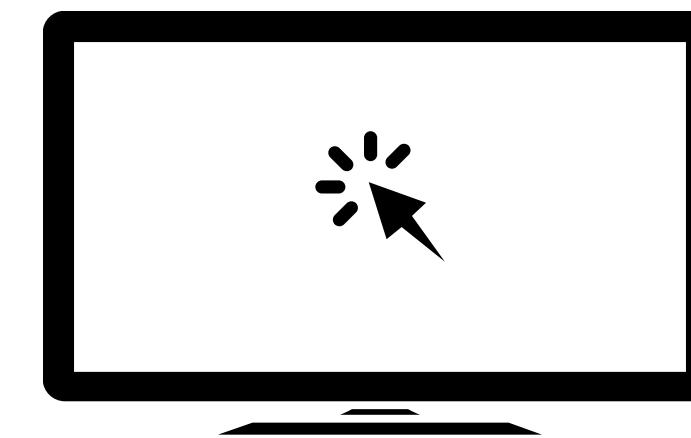
¿Se emiten mis anuncios? ¿Impacto a mis usuarios? ¿Logro mis objetivos?
¿Cómo son mis usuarios? ¿Cómo comparo mis campañas?



Sin datos ni pruebas, no hay inteligencia

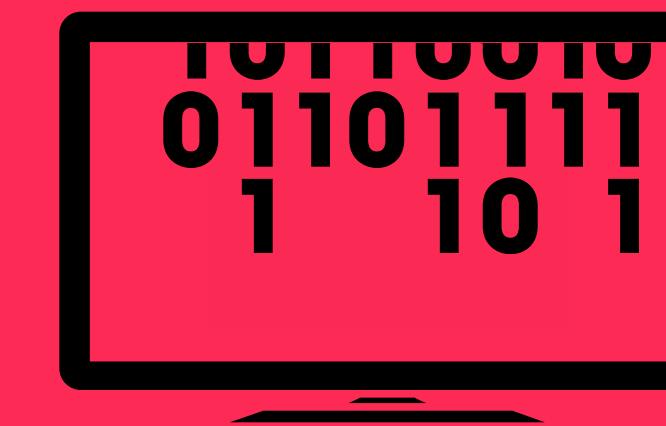
¡No puedo optimizar mi inversión!

¡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

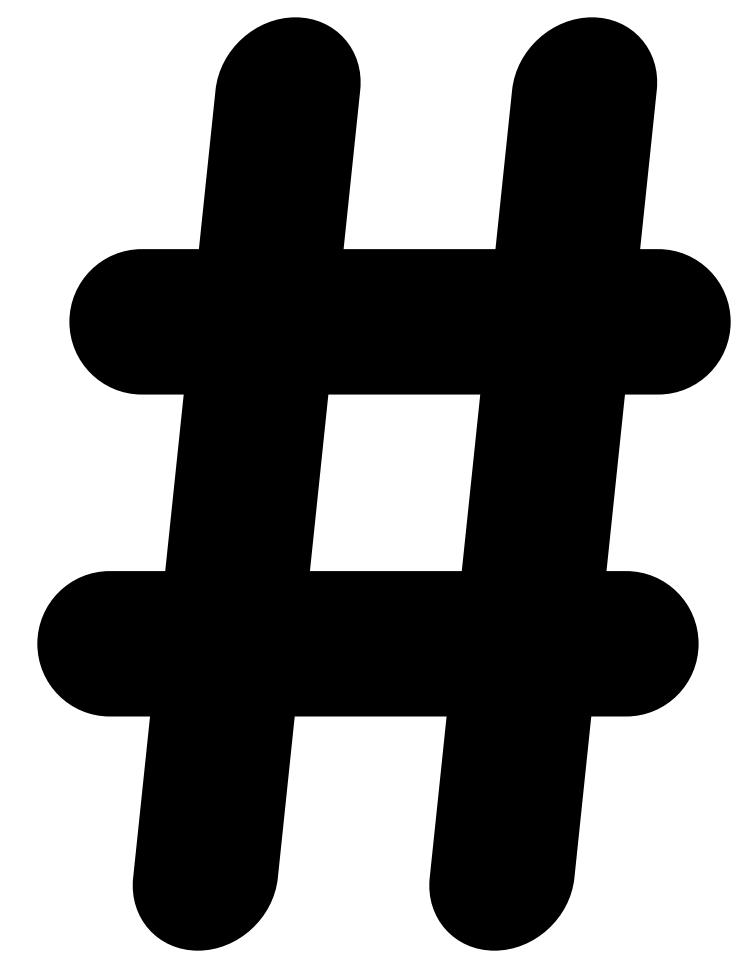
Uno de los pilares es la generación de información.

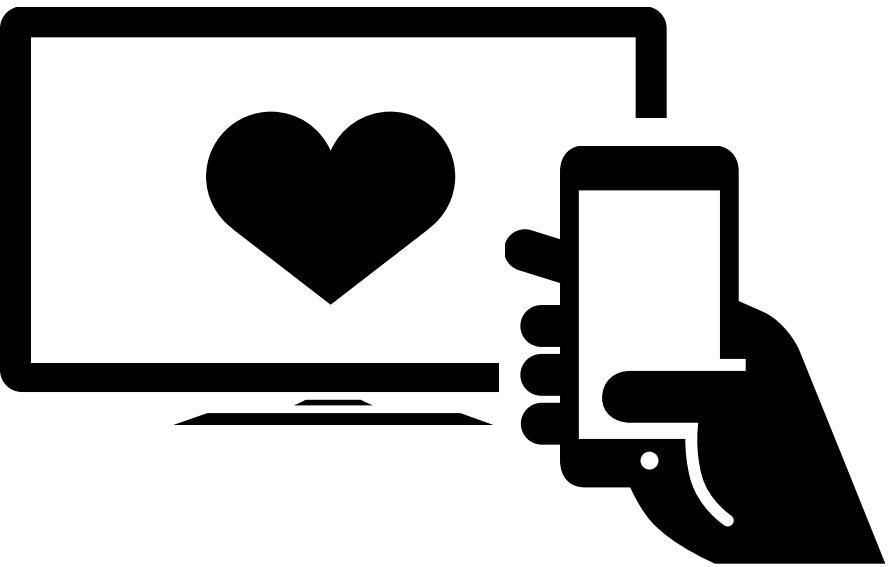
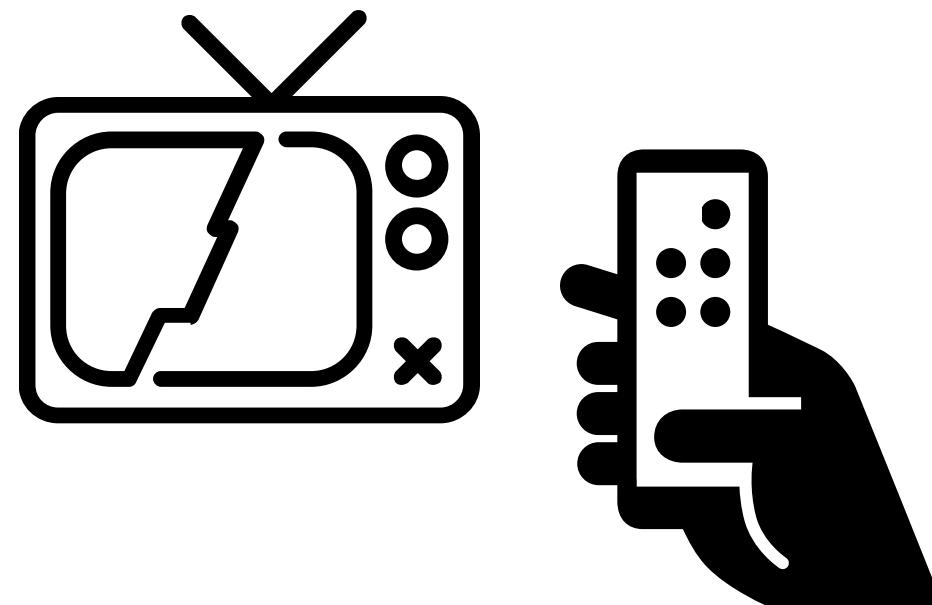


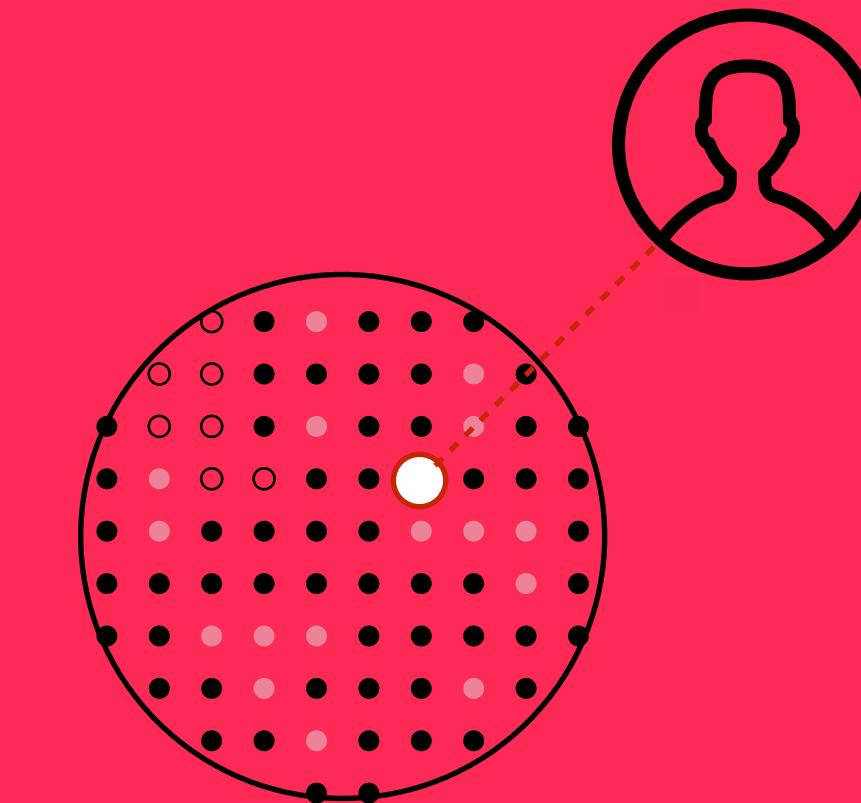




FZ

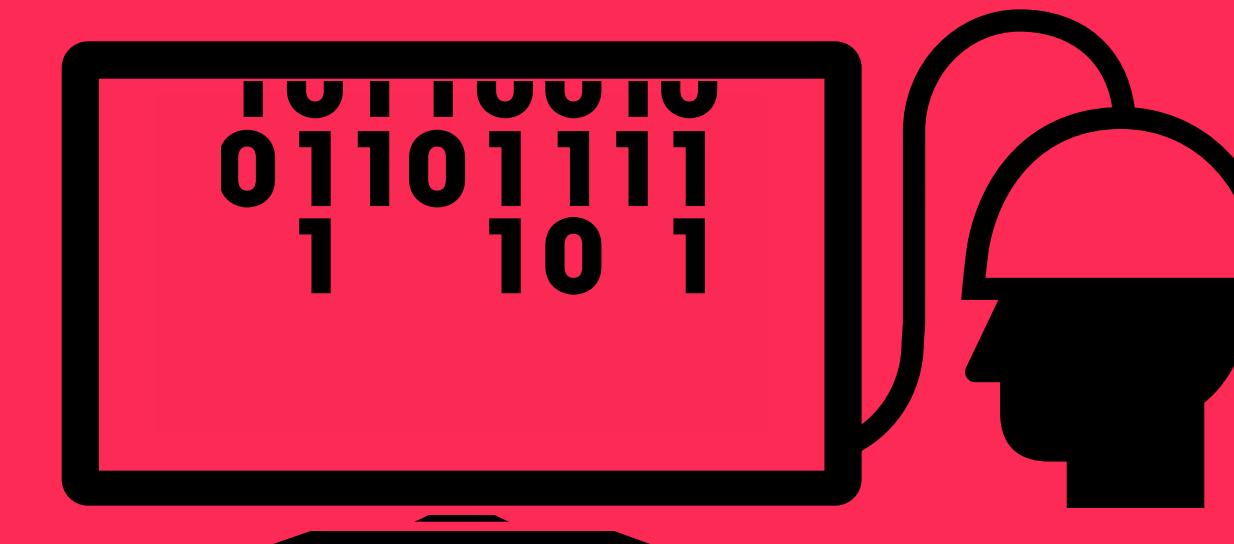






Hace falta un nuevo modelo de medición y atribución

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**.



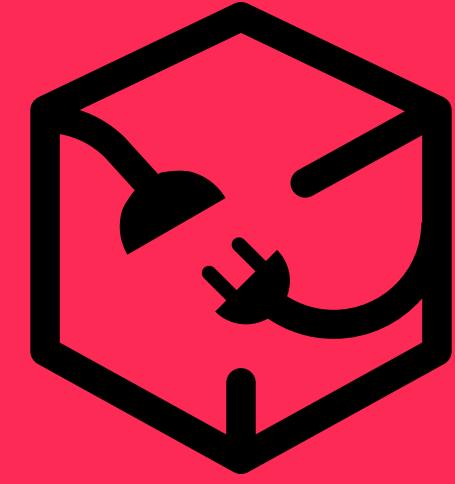
ACR | Audio fingerprinting

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.

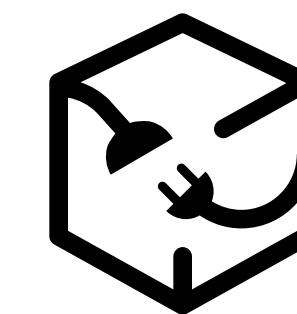


Monitorización 24/7

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.**

FZ



Content

5 active pages

[Create Shortcut BETA](#)

Right now

6

active users on site

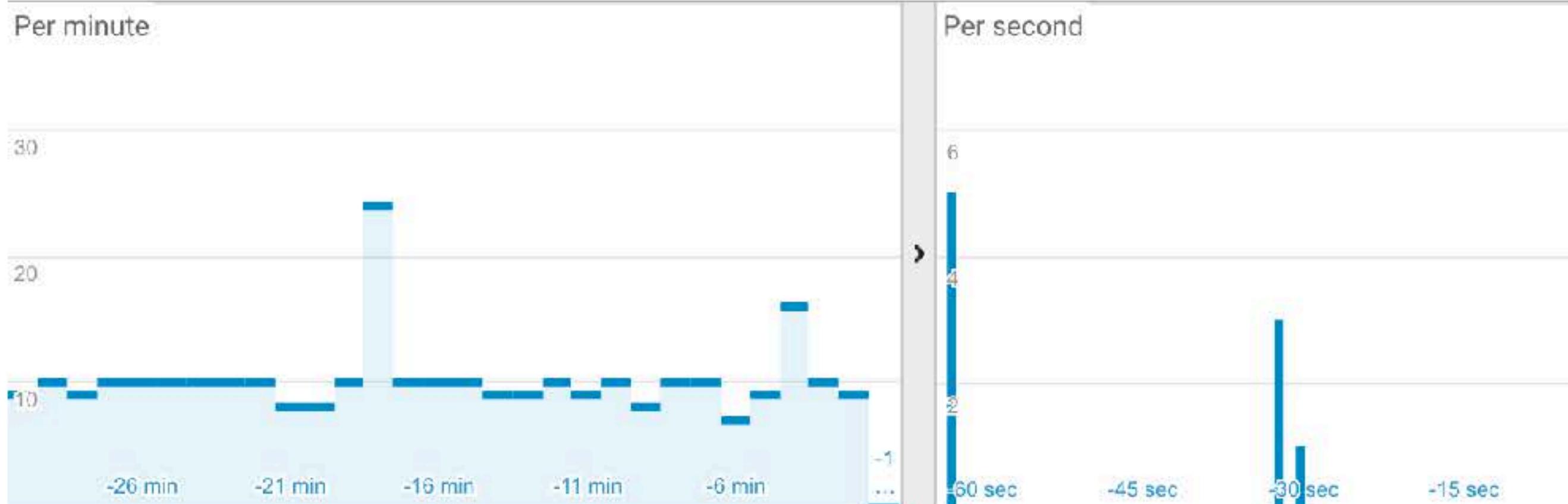
 DESKTOP  MOBILE

83%

17%

Pageviews

Per minute



Per second

Viewing: Active Users Pageviews (Last 30 min)

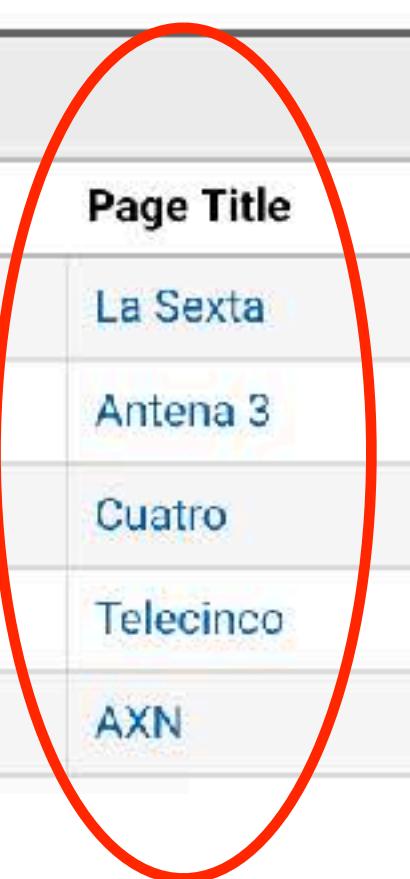
Metric Total: 6

Active Page

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

Page Title

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%



 Search reports and help HOME CUSTOMIZATION

Reports

 REAL-TIME AUDIENCE

Overview

Active Users

Lifetime Value BETACohort Analysis BETA[User Explorer](#)

▶ Demographics

▶ Interests

▶ Geo

▶ Behavior

User Explorer

 SAVE  SHARE  EXPORT

Sep 11, 2017 - Sep 11, 2017

All Users
100.00% Users

+ Add Segment

User Explorer

Client Id <small>?</small>	Sessions <small>?</small>	Avg. Session Duration <small>?</small>	Bounce Rate <small>?</small>	Revenue <small>?</small>	Transactions <small>?</small>	Goal Conversion Rate <small>?</small>
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](#)

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

FILTERS

User Report

Sep 11, 2017 - Sep 11, 2017

Sessions (LTV) 0 Session Duration (LTV) 00:00:00 Revenue (LTV) \$0.00 Transactions (LTV) 0

Client Id: 597f08691df30caf268b4594

Date Last Seen: Sep 11, 2017 (2 sessions)

Device Category: mobile (6)

Device Platform: web

Acquisition Date: Jul 31, 2017

Channel: Direct

Source / Medium: (not set)

Campaign: (not set)

Filter by: Create Segment, 4 selected

Sort by: Descending

Expand All

Collapse All

Show rows: 100

Goto: 1

1 - 10 of 10

Sessions (LTV)	Session Duration (LTV)	Revenue (LTV)	Transactions (LTV)
0	00:00:00	\$0.00	0
Sessions (Current): 2	Session Duration (Current): 00:00:59	Revenue (Current): \$0.00	Transactions (Current): 0

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

Client Id
597f08691df30caf268b4594

Date Last Seen
Sep 11, 2017 2 sessions

Device Category mobile

Device Platform web

Acquisition Date Jul 31, 2017

Channel Direct

Source / Medium (not set)

Campaign (not set)

Sessions (LTV) 0 Session Duration (LTV) 00:00:00 Revenue (LTV) \$0.00 Transactions (LTV) 0

Sessions (Current): 2 Session Duration (Current): 00:00:59 Revenue (Current): \$0.00 Transactions (Current): 0

Filter by 4 selected Sort by Descending Expand All Collapse All

10:20 AM 00:33 Direct 6

Viewed La Sexta /5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4

Viewed La Sexta /5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4

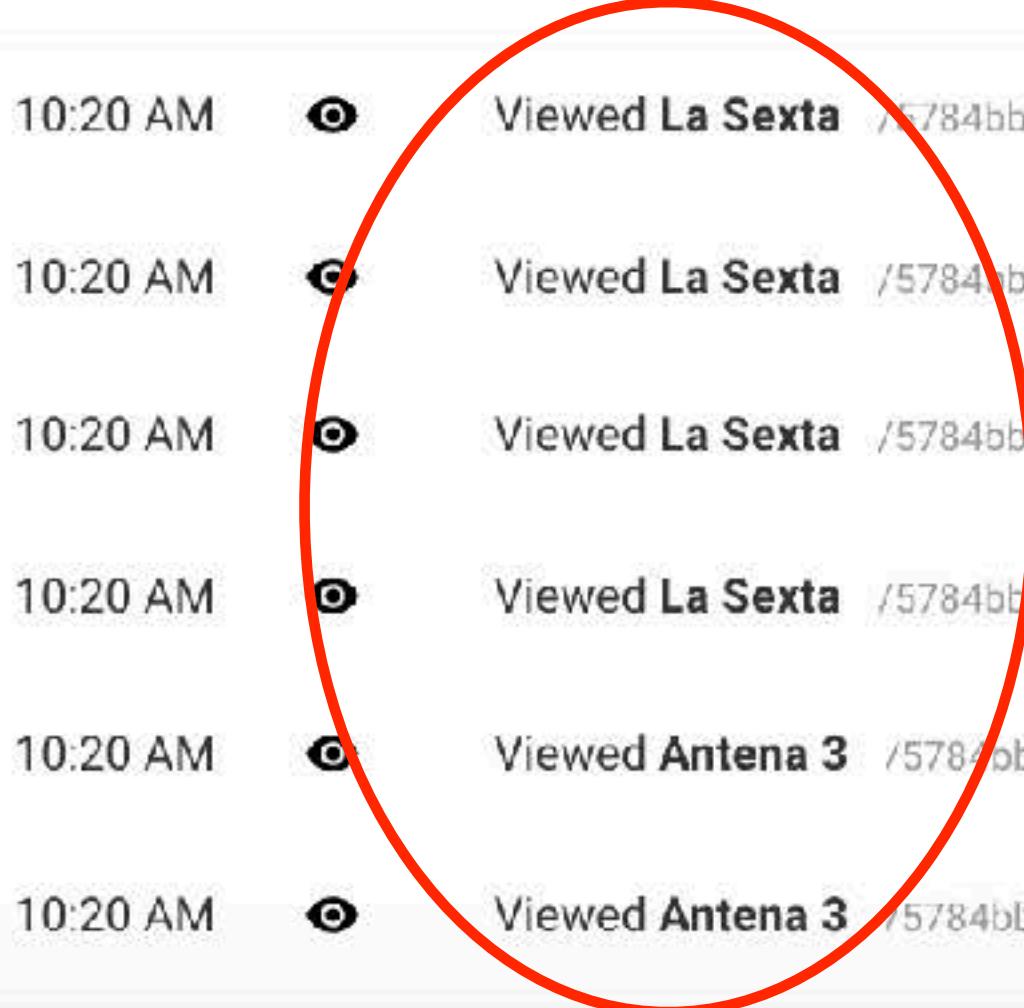
Viewed La Sexta /5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4

Viewed La Sexta /5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15da1df30c6f478b48f4

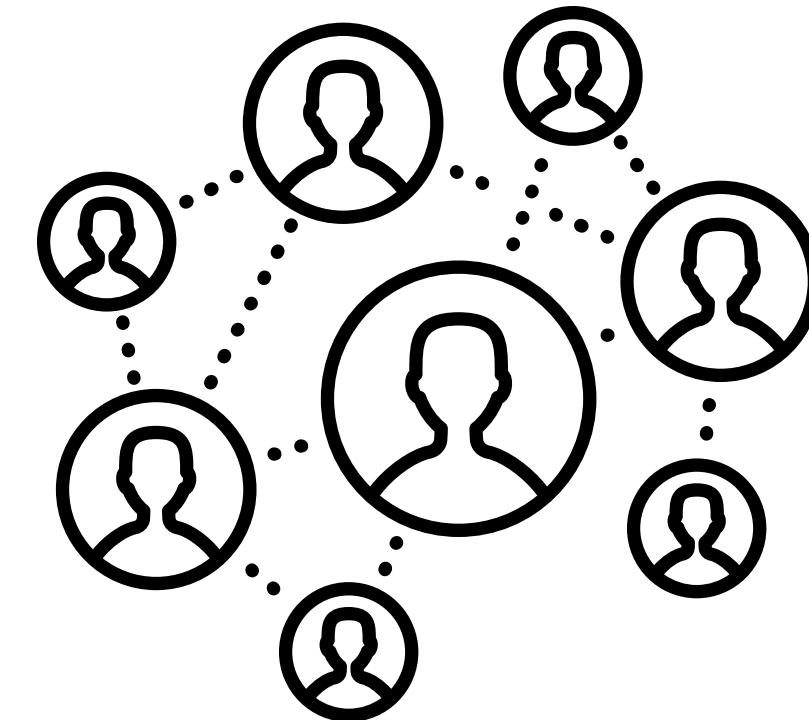
Viewed Antena 3 /5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15aa1df30cb2378b4927

Viewed Antena 3 /5784bba71df30c4a718b4589/5784bbbd1df30cca038b458e/579d15aa1df30cb2378b4927

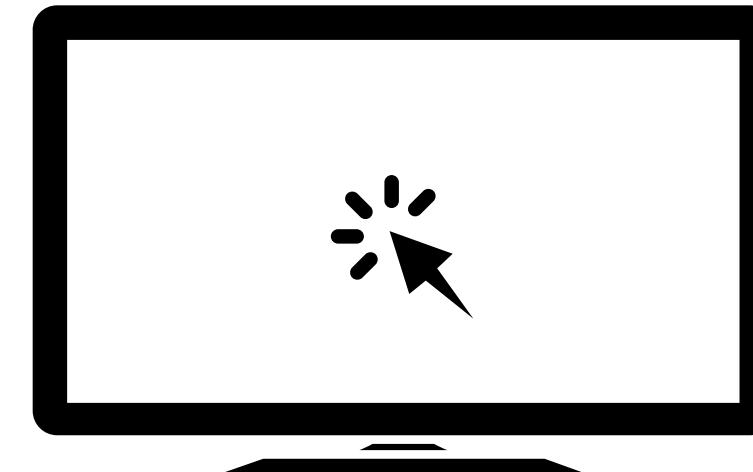
Sep 11, 2017 - Sep 11, 2017



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 Nueva información

Audiencia masiva (vs panel estadístico)

Datos de conversión de TV

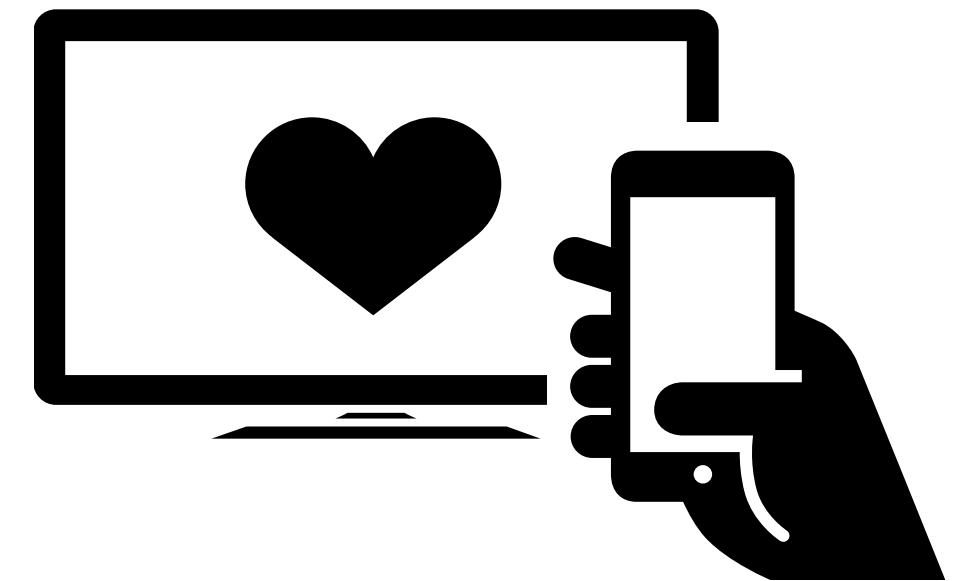
Datos de atribución sobre TV

La TV como generador de leads medibles

Mejores métricas digitales

Mejor atribución censal

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



Nuevos productos Nuevos servicios

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

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**

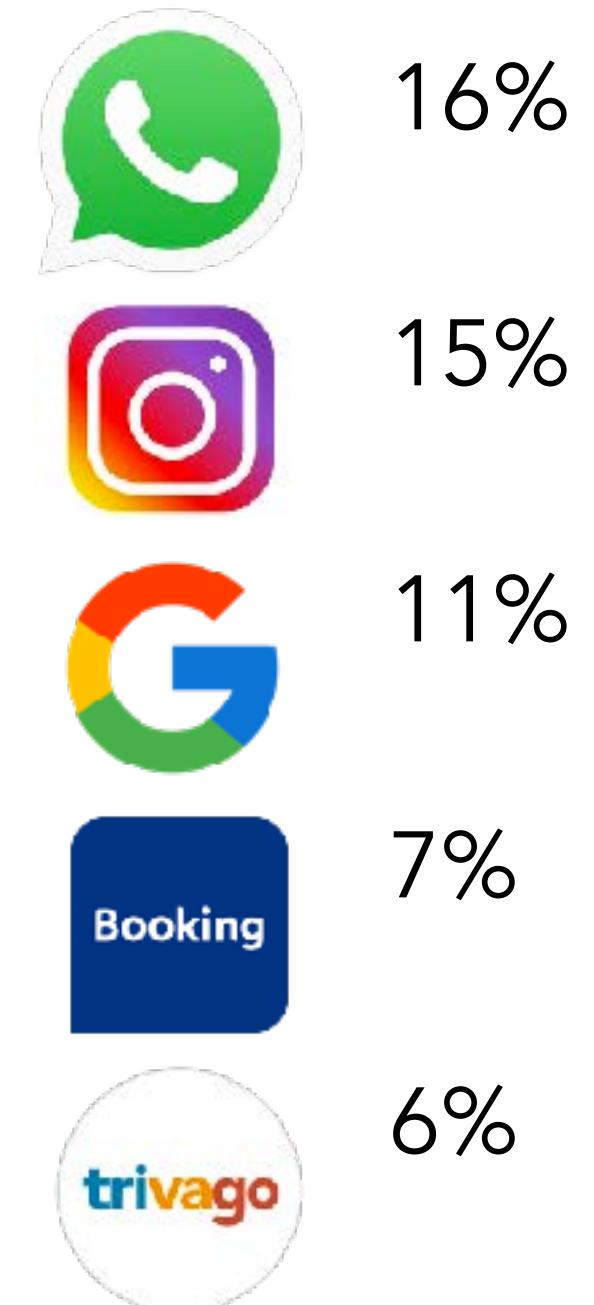
37%

Anuncio
más visto

trivago



¿Qué hicieron
en su móvil mientras
veían el anuncio?





GRACIAS

VICENTE GARCÍA · CMO

vicente@fluzo.com

+34.659.268.585



@fluzo_es

#SeminarioIBaea

