



Propuesta

CLIENTE, POLITICAL CAMPAIGN NOV 5

E E. UU

DIGITAL PERSONAL SHOPPER



Su marca en las **Plataformas Digitales más TOP!**

DIGITAL PERSONAL SHOPPER

Somos un equipo multidisciplinario con más de 15 años de experiencia en los principales medios del país diseñando, implementando y ejecutando estrategias ajustadas a las necesidades de nuestros clientes; pensando siempre en sus objetivos y kpi's. Logrando así ofrecer un servicio personalizado, de altísima calidad y con resultados contundentes.



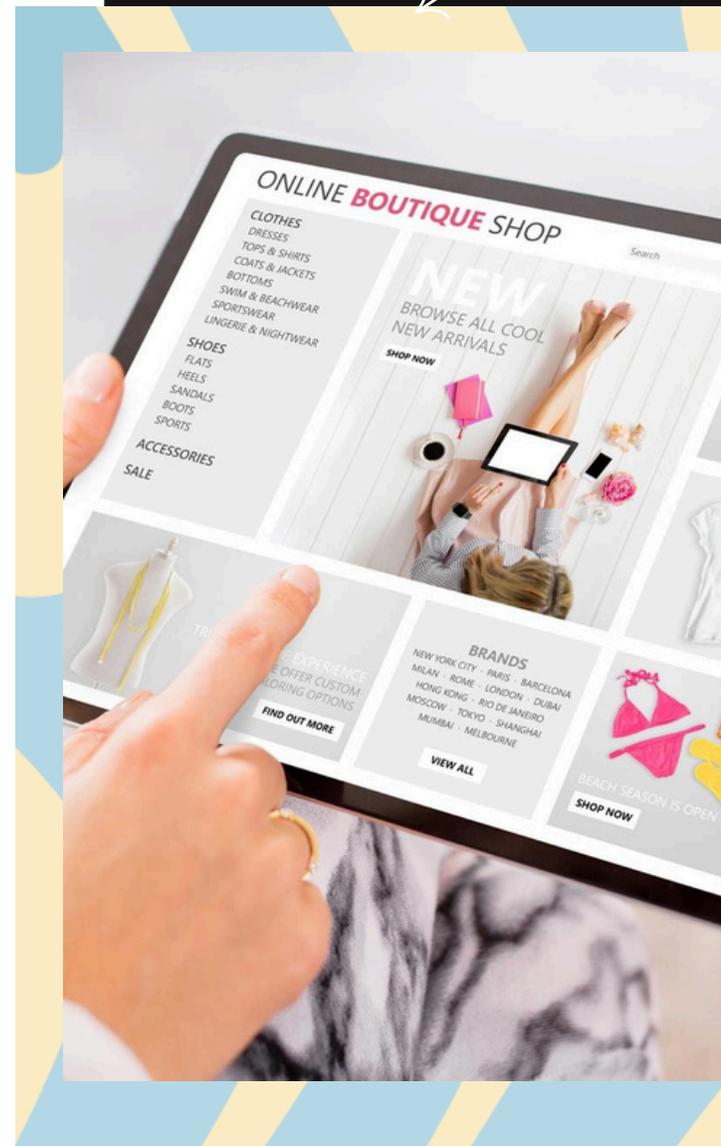


Lo que Hacemos

DIGITAL PERSONAL SHOPPER

Nos interesa que nuestros clientes tengan los mejores resultados, es por esto que nuestro principal driver es entender sus necesidades y objetivos, para así desarrollar e implementar las estrategias digitales adecuadas para cumplir con sus metas.

Creamos, medios innovadores y adecuados para cada una de las industrias que lo requieran; entendemos quienes son sus clientes, donde están y como les debemos hablar para atraerlos a diferentes marcas.





Objetivo

Generar branding sobre CLIENTE, basado en awareness y consideration, apalancado en las diferentes soluciones de MN Smart Media.



¿Cómo lo haremos?

A través de 3 puntos principales:

1. Identificando las audiencias:

Definimos las audiencias para identificar a qué tipo de personas necesitamos llegar.

2. Customer Journey

Impactaremos al usuario en los diferentes momentos de su journey, logrando una estrategia Online y Offline.

3. Data y alcances

Analizamos la data de las audiencias y la activamos desde programmatic.



1. Identificando a las audiencias



Elecciones

Diversa y multigeneracional, compuesta por latinos, con enfoque en la estabilidad económica y seguridad.

Edades

Votantes activos entre 25 y 65 años, con mayor participación en el rango de 45 a 65 años.

Intereses

Interesados en empleo, economía, salud pública, inmigración, seguridad, y temas de desarrollo urbano en Miami.

Estilo de vida

- Familiares con hijos, activos en la comunidad.
- Profesionales o jubilados preocupados por economía y estabilidad.

Edad es

18 y 65 años

Contexto

Entre semana

Prime time

Fines de semana

Tarde | Noche

Comportamiento

Consumen noticias locales, siguen candidatos en redes y buscan información política en internet y TV.

Ubicaciones frecuentadas:



Centros comerciales, parques, restaurantes en Wynwood y Brickell, supermercados en Little Havana y

Hi al ea h.

Género

Audiencia mixta, mayoría femenina, con enfoque en eventos comunitarios y temas de seguridad.

Estado civil

Casados y padres de familia principalmente.

Ocupación

Profesionales, emprendedores, empleados y jubilados.

Nivel Socioeconómico

Clases media y alta urbana.

Días de la semana

La actividad política se da por las tardes y noches, especialmente entre semana. Fines de semana para eventos.

Keywords

Formatos

Display Programmatic
Video Ads Carro
Audio Ads Valla



Alcance Miami: 7M UU

PROFILE AUDIENCE





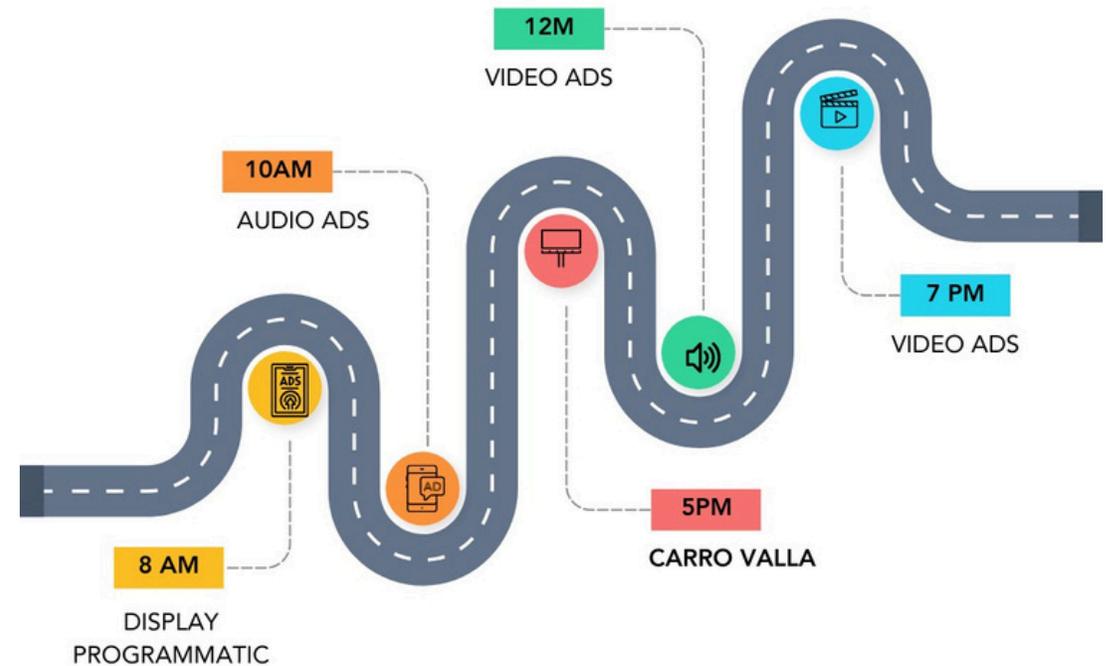
2. Customer Journey



Proponemos activar e impactar al usuario en los diferentes momentos del día a través de banners de Display, Rich Media y video. Adicional un carro valla para dar más exposición .

Activación en el User Journey con Cross Channel Targeting Que aumentará la percepción de valor y experiencia del target con la campaña deL CLIENTE.

USER JOURNEY



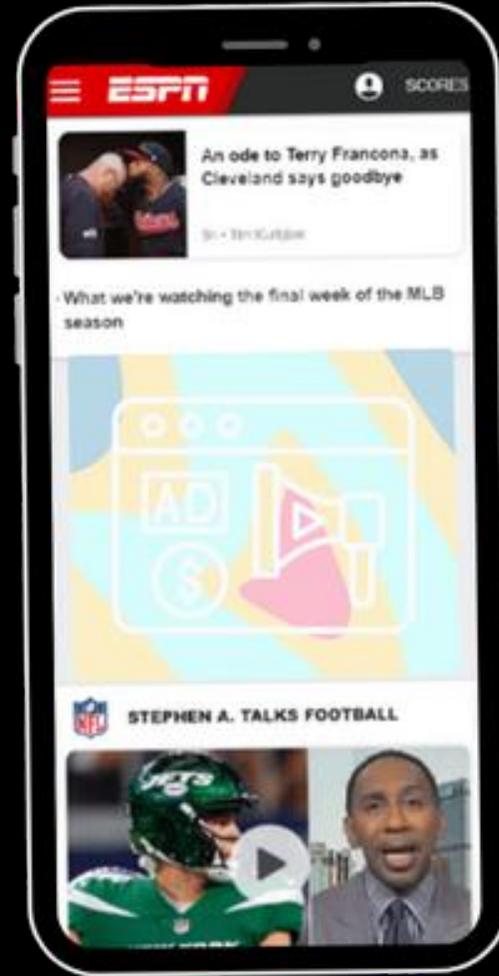


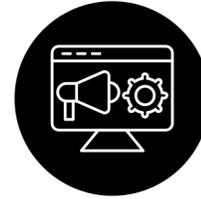
3. Data y Alcances



Plataforma de Pauta

PROGRAMMATIC BUY





ACERCA DE LA PLATAFORMA

NUESTRAS PLATAFORMAS PROGRAMÁTICAS

DIGITAL PERSONAL SHOPPER



La publicidad programática es un tipo de publicidad online que se refiere a una compra automatizada de espacios de audiencias en internet.

Permite conectar una marca con el usuario mediante un anuncio afín a él en el momento y lugar adecuado.



Formatos disponibles

DIGITAL PERSONAL SHOPPER

Características

Hasta ahora, la publicidad programática estaba reservada a los grandes presupuestos y a las agencias de medios, pero el aumento de la demanda ha permitido a las marcas más pequeñas un mayor acceso a la tecnología y la posibilidad de competir con las grandes marcas a un coste muy asequible.

- Skyscraper: 160×600 píxeles
- Rectángulo Grande: 300×600 píxeles
- Rectángulo Mediano: 300×250 píxeles
- Banner Completo: 468×60 píxeles
- Leaderboard: 728×90 píxeles



Segmentaciones disponibles

DIGITAL PERSONAL SHOPPER

Características

La publicidad programática te permite dirigirte a grupos específicos según intereses, edad, género, comportamiento de navegación y ubicación geográfica, asegurando que tus anuncios sean altamente relevantes.

Campaña **Hyperlocal**



Campaña de **Retargeting**



Campaña **contextual**



Campaña por **Lista de Sitios**

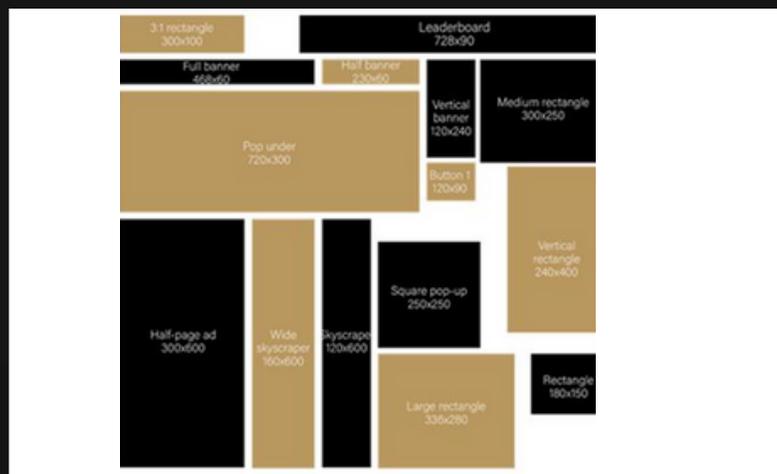
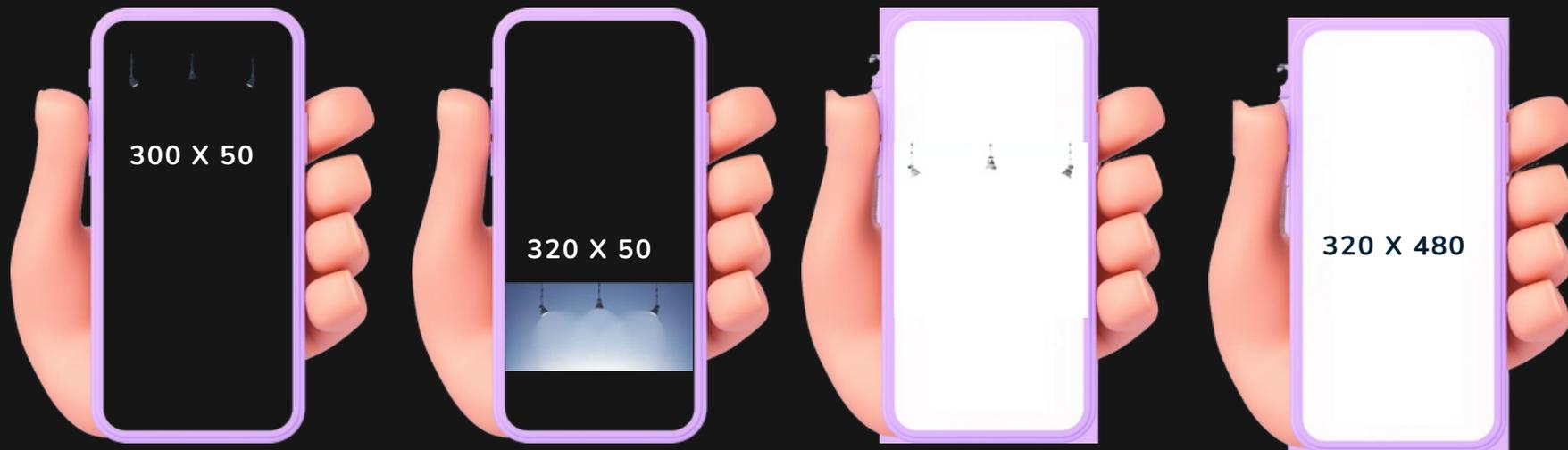


Campaña en **Apps**



Campaña de **Audiencia**



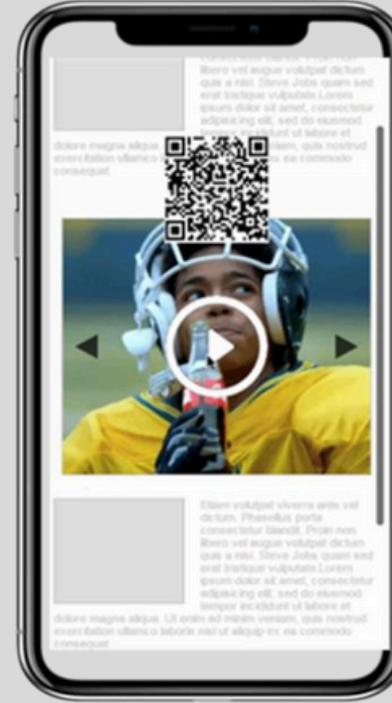


Dimensiones de Formatos

DIGITAL PERSONAL SHOPPER



Formato
Interstitial
320x480 px



Formato
Catálogo 2 a 4 imág.
300x250 o 250x250 px



Formato
Desplegable Vertical
320x50 y 320x100 px

Ejemplos de Formatos

DIGITAL PERSONAL SHOPPER



MASSINetwork
EVERYTHING IS POSSIBLE



cliente



Activación de Campaña En programmatic

FASE DE AWARENESS

TA R G E T:

HYM , de 18 a 65 años.

FORMATOS:

PROGRAMMATIC

- **Programmatic:**
- Banners de display: banners standard, Rich Media, Video Ads y Audio Ads.

C ONT E X T O:

Al medio día: Rich Media
Tarde Noche: Video
 Todo el día: Display y Audio
 Alta

F R E C U E N C I A :

Alcances MIA: 100 MLLL de impresiones
Programmatic: 7MM UU



Specs de Pauta

PROGRAMMATIC

Requisitos técnicos

Video

- Tipo de archivo: PNG o JPEG
- Tamaño máximo de archivo: 20 MB.
- Relación de aspecto recomendada: 2:3 o 1000 x 1500 píxeles. (Los pines con una relación de aspecto superior a 2:3 pueden cortarse en los feeds de las personas.)
- Título: Introduzca hasta 100 caracteres.
- Dependiendo del dispositivo, los primeros 40 caracteres pueden aparecer en los feeds de las personas.
- Descripción: Hasta 500 caracteres. (Las descripciones no aparecen al ver el Pin en la fuente de inicio o en la fuente de búsqueda).



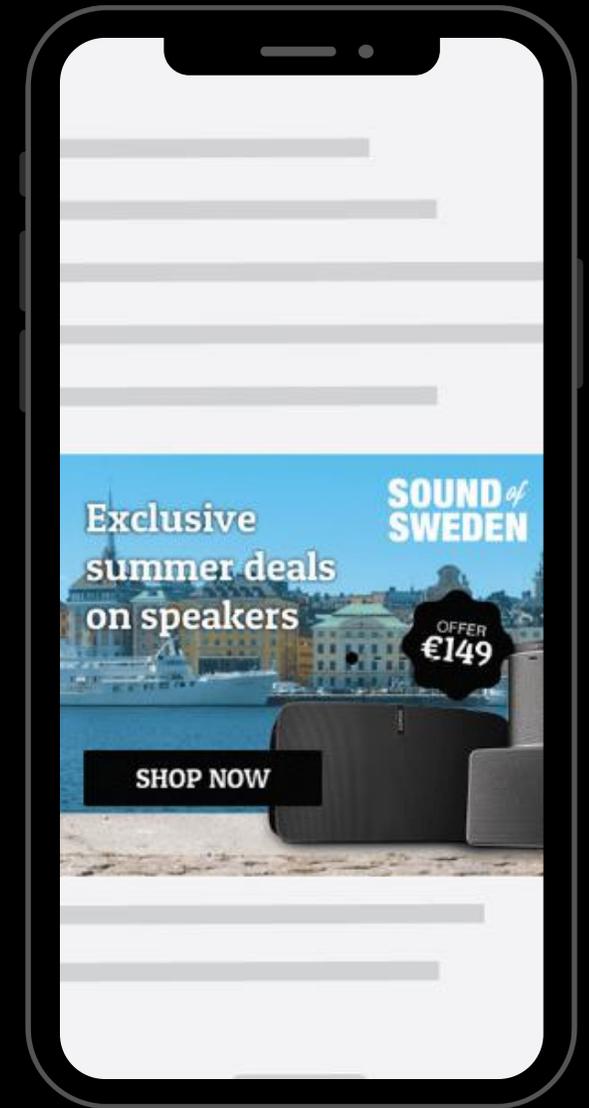
Specs de Pauta

PROGRAMMATIC

Requisitos técnicos

Display Imagen

- Tipo de Archivo: JPG, JPEG, GIF Y PNG
- Dimensiones: Máximo 4096 x 4096 píxeles
- Tamaño del archivo: Máximo 10 MB
- Medidas: Cuadrado y rectángulo: 250 x 250, 300 x 250, 320 x 320, 336 x 280;
- Rascacielos: 120 x 600, 160 x 600, 300 x 600, 300 x 1050;
- Leaderboard: 468 x 60, 728 x 90, 800 x 250, 970 x 90, 970 x 250;
- Móvil: 300 x 50, 300 x 100, 320 x 50, 320 x 100, 320 x 480, 360 x 592, 360 x 640, 375 x 667





M edición Reporting

- **KPI:** En todos los formatos contamos con CTR del 1,5% y VR (View Rate) del 80%.
- **Reporting:** Usuarios Únicos, Impresiones, views, CTR, VR, horas, días, categorías, género, ubicación, entre otros.
- **Insights** de manera cualitativa para dar entendimiento de la campaña más allá de la data cuantitativa.
- Identificación de **nuevas audiencias** y descubrimiento continuo.
- Enviaremos **reporte semanal** mostrando el progreso de la campaña, haremos las optimizaciones correspondientes y proponemos tener reunión mensual para la entrega del reporte final del mes.



Beneficios

ACTIVATION PLAN:

Creación de campañas orientadas a AON con una recolección de audiencias continuas de valor.

- Definición de audiencias a impactar relevantes.
 - Definición principal de KPI (Awareness y alcance)
 - Activación de campañas con 3 segmentos de audiencia.
 - Ajustes sobre oportunidades que veamos.

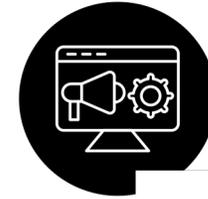
BENEFICIOS:

- Maximización en impacto, mejoramiento de cobertura.
- Adaptación de los materiales sin costo.
- Implementación de campaña y optimizaciones semanales
- Estrategia permanente cada mes para seguimiento a las necesidades del CLIENTE

Agencia: **Massi N**

Cliente: Juan Carlos Esquivel

Campaña: Juan Carlos Esquivel
 Segmentación HYM +18 con intereses en política, noticias, entretenimiento, empleo, economía, salud pública, inmigración, seguridad, y temas de desarrollo urbano en Miami.



Budget

MEDIA BUDGET del 28 Octubre al 5 de Nov Escenario 1										
Formatos - Programmatic		Periodo de comunicación	Modelo de compra	Costo	Impresiones/ Views	Usuarios Unicos	Inversión mes tipo	CTR	VR	Frecuencia
Video Ads		1 MES	CPM	\$ 13	150.038	75.019	\$ 2.000	CTR 1,5%		2
Display , banners estandard		1 MES	CPM	\$ 8,89	269.966	134.983	\$ 2.400	CTR 0,4%		2
Rich Media		1 MES	CPM	\$ 11	180.018	90.009	\$ 2.000	CTR 0,4%		2
Audio Ads			CPM	\$ 6	360		\$ 2.000		50,0%	
Carro Valla		Periodo de comunicación	Modelo de compra	Costo	Impresiones/ Views	Usuarios Unicos	Inversión mes tipo	CTR	VR	Frecuencia
3 de noviembre		4 horas					\$ 800			
4 de noviembre		4 horas					\$ 800			
				Total	600.381	300.011	\$ 10.000			

MEDIA BUDGET del 28 Octubre al 5 de Nov Escenario 2										
Formatos - Programmatic		Periodo de comunicación	Modelo de compra	Costo	Impresiones/ Views	Usuarios Unicos	Inversión mes tipo	CTR	VR	Frecuencia
Video Ads		1 MES	CPM	\$ 13	225.056	112.528	\$ 3.000	CTR 1,5%		2
Display , banners estandard		1 MES	CPM	\$ 8,89	607.424	303.712	\$ 5.400	CTR 0,4%		2
Rich Media		1 MES	CPM	\$ 11	270.027	135.014	\$ 3.000	CTR 0,4%		2
Audio Ads			CPM	\$ 6	360		\$ 2.000		50,0%	
Carro Valla		Periodo de comunicación	Modelo de compra	Costo	Impresiones/ Views	Usuarios Unicos	Inversión mes tipo	CTR	VR	Frecuencia
3 de noviembre		4 horas					\$ 800			
4 de noviembre		4 horas					\$ 800			
				Total	1.102.867	551.254	\$ 15.000			

MEDIA BUDGET del 28 Octubre al 5 de Nov Escenario 2										
Formatos - Programmatic		Periodo de comunicación	Modelo de compra	Costo	Impresiones/ Views	Usuarios Unicos	Inversión mes tipo	CTR	VR	Frecuencia
Video Ads		1 MES	CPM	\$ 13	300.075	150.038	\$ 4.000	CTR 1,5%		2
Display , banners estandard		1 MES	CPM	\$ 8,89	944.882	472.441	\$ 8.400	CTR 0,4%		2
Rich Media		1 MES	CPM	\$ 11	270.027	135.014	\$ 3.000	CTR 0,4%		2
Audio Ads			CPM	\$ 6	540		\$ 3.000		50,0%	
Carro Valla		Periodo de comunicación	Modelo de compra	Costo	Impresiones/ Views	Usuarios Unicos	Inversión mes tipo	CTR	VR	Frecuencia
3 de noviembre		4 horas				-	\$ 800			
4 de noviembre		4 horas				-	\$ 800			
				Total	1.515.523	757.492	\$ 20.000			



¡Trabajemos
Juntos!

M: +17863065677

E: INFO@MASSINetwork.COM

W: WWW.MASSINetwork.COM

CONÓCENOS

