

Veesible Anche il 2016 è sotto il segno del mobile: lanciata la soluzione Vee Hyper Mobile

Il nuovo prodotto advertising permette ai brand di raggiungere l'audience più rilevante attraverso l'acquisto di utenti geolocalizzati e geotargettizzati

Nel 2016 Veesible punta ancora più forte sul mobile, dopo il lancio della business unit Mobile Lab dell'anno scorso. Una scelta importante, che conferma la reattività della concessionaria nell'intercettare i trend del mercato, a servizio di utenza e inserzionisti. Si inquadra in questo contesto l'importante lancio di prodotto che Mediaforum è in grado di anticipare: la concessionaria digital del Gruppo Tiscali, infatti, presenta Vee Hyper Mobile - in partnership con Senxation - il nuovo prodotto advertising che permette ai brand di raggiungere l'audience più rilevante attraverso l'acquisto di utenti geolocalizzati e geotargettizzati. Il general manager Massimo Crotti ne illustra le caratteristiche principali: «Si tratta di un nuovo prodotto advertising che conferma il nostro know-how sull'area mobile e ci consente di estendere le nostre properties e valorizzare al meglio la nostra inventory mobile. Siamo estremamente orgogliosi di presentare in una maniera assolutamente innovativa, soluzioni su misura che possono essere configurate in base alle esigenze degli advertiser che potranno così dialogare con una più ampia panoramica di utenti profilati».

Quali vantaggi porta ai clienti di Veesible questa novità?

Grazie a una piattaforma tecnologica di soluzioni hyperlocal che dialoga con l'inventory mobile di Veesible è possibile rilevare l'utente in aree geografiche circoscritte e/o attraverso la definizione di un target estremamente preciso e mirato che, di volta in volta, può essere configurato e personalizzato sulla base delle esigenze del cliente. Non solo, incrociando i dati geografici con le abitudini degli utenti in mobilità e i loro reali interessi, i brand possono entrare efficacemente in contatto con un'audience targettizzata come mai prima d'ora; un'opportunità irrinunciabile per gli inserzionisti. In sintesi siamo convinti che sia uno strumento di comunicazione con delle forti

potenzialità, poiché oltre a essere una soluzione tattica che consente di ampliare la reach di utenti in target e raggiungere nuovi bacini di utenza dei brand, permette di ottimizzare gli investimenti degli spender che possono così entrare in contatto direttamente con i prospect attraverso progetti di brand activation con la logica del "drive to store". Scendendo più nel dettaglio è possibile creare progetti fortemente customizzabili con un ampio storytelling e la possibilità di inserire varie call to action come "scarica il coupon", "mostra la mappa", che ingaggia l'utente e guida proprio il drive to store.

Quali sono le caratteristiche tecnologiche della soluzione pubblicitaria Vee Hyper Mobile?

Vee Hyper Mobile, sfrutta una innovativa piattaforma tecnologica lavorando su due differenti livelli:

- **GeoContextual:** attraverso l'individuazione di un'area geografica circoscritta, il target viene definito all'interno di un raggio che delimita il campo d'azione in cui il brand può raggiungere gli utenti come, ad esempio, quelli che abitano entro quel determinato perimetro oppure quelli che vi transitano intorno o all'interno di quella specifica area;
- **GeoBehavioural:** la piattaforma raccoglie ed elabora i dati relativi ai movimenti e ai comportamenti degli utenti presenti nel database, attraverso una tecnologia che permette di conoscere i movimenti fisici dei singoli utenti, cosa fanno e quali sono i loro interessi, tracciando così un accurato e prezioso profilo di consumo.

Ci sono già brand che hanno adottato questa soluzione?

Da maggio 2016 già diversi e importanti brand appartenenti a categorie merceologiche strategiche (largo consumo, fashion, automotive, telco...) hanno rea-



VEESIBLE
MOBILE LAB

MASSIMO CROTTI

Il general manager di Veesible dialoga con Mediaforum e illustra le principali novità in casa Veesible sotto la stella del mobile. In basso un esempio della nuova soluzione Vee Hyper Mobile

lizzato campagne di successo grazie a Vee Hyper Mobile: Benetton, Eurospin, McDonald's, Mercedes, Wind e Procter&Gamble, con i brand Dash, Head&Shoulders e Gillette. Brand che hanno sposato il progetto proprio per il carattere e i valori aggiunti che offre: non vendiamo nessun media ma audience geotargettizzate e geolocalizzate in un ambiente in mobilità, intercettando l'utente in modo nuovo e strategico. Un unicum nel panorama italiano che siamo sicuri farà parlare e permetterà a Veesible di innovare la propria proposta sull'area Mobile, sempre più centrale per le iniziative di comunicazione delle aziende.



VEESIBLE