

Comunicato stampa

Con l'introduzione della stagionalità, Livesystems detta nuovi standard nella pubblicità esterna digitale

05.06.2024 – Livesystems ottimizza la pianificazione della pubblicità esterna digitale in Svizzera introducendo una misurazione dell'intero anno che tiene conto dei modelli di movimento della popolazione in base alla stagione. Ciò consente di controllare in modo molto più preciso e orientato alla clientela le campagne pubblicitarie nel settore DOOH. Allo stesso tempo, l'intero portafoglio di Livesystems può da subito essere prenotato anche in modo programmatico. In questo modo, Livesystems crea la più grande rete DOOH prenotabile programmaticamente in Svizzera.

Per la prima volta nel settore, Livesystems tiene conto delle oscillazioni stagionali che riflettono il comportamento delle persone in Svizzera, sia che si tratti di sciare in inverno, di fare escursioni in primavera e autunno o di fare acquisti in città nel periodo prenatalizio. Questi fattori sono ora a disposizione degli inserzionisti di Livesystems per la loro pianificazione, potendo così individuare il periodo ottimale per una data campagna e selezionare i prodotti migliori per ciascun gruppo target.

Per consentire questo approccio, Livesystems, in collaborazione con l'istituto di ricerca di mercato intervista, ha notevolmente aumentato la frequenza di raccolta dei dati. Anziché due momenti di misurazione all'anno, ora viene effettuata una misurazione annuale continua. Questo passaggio consente una pianificazione della campagna più dettagliata e dinamica e costituisce la base per la rappresentazione delle stagionalità. Inoltre, a partire dal 1° gennaio 2024, il panel per la mobilità è stato aumentato: le persone che verranno misurate ogni giorno sono passate da 3'000 a 4'000.

Pianificazione settimanale come nuova dimensione

Grazie all'aumento della granularità nella raccolta dei dati, gli inserzionisti possono ora scomporre i modelli di movimento fino al livello delle singole settimane del calendario e integrarli nella pianificazione della campagna, fornendo una rappresentazione più realistica di contatti e copertura. Con questo passaggio, si armonizza anche il modello dei prezzi: tutti i prodotti si basano su un modello di CPM che si orienta alle consuete pratiche di mercato. Un calcolo dinamico dei prezzi tiene conto della stagionalità e dei giorni della settimana e, se necessario, anche di finestre orarie selezionate. In questo modo, i clienti pubblicitari pagano solo i contatti che raggiungono nel tempo prescelto. Nel complesso, la rete Livesystems raggiunge una copertura netta del 96% nel corso di una campagna di 8 settimane.

Livesystems è il più grande fornitore di DOOH prenotabile in modo programmatico

La piattaforma Broadsign consente agli inserzionisti e alle agenzie di accedere all'intero portafoglio DOOH di Livesystems. In questo modo, le campagne possono essere prenotate e riprodotte in tempo reale e automaticamente. Con oltre 13'000 schermi prenotabili in modo programmatico in più di 1'700 zone, Livesystems offre la più grande rete DOOH prenotabile programmaticamente in Svizzera: in una sola settimana è possibile generare più di 27 milioni di contatti lordi e una copertura netta del 58%. Allo stesso tempo, per la prima volta in Svizzera Moving Media sarà prenotabile in modo programmatico sui trasporti pubblici.

In caso di domande per Livesystems:
Mirjam Tschachtli, Head of Communications
media@livesystems.ch