

Madrid, 27 de abril de 2023

## Publiespaña incorpora a su oferta comercial *crossmedia* y *reach media* su pionera metodología Data Driven TV Planner

Tras su presentación en AEDEMO TV, esta metodología, que fusiona la notoriedad de la TV Lineal y la segmentación con perfiles de *data* y permite una planificación personalizada basada en parámetros como evidencia de interés e intención de compra, ya es aplicable a los diferentes formatos del catálogo comercial que la filial de Publiespaña ofrece a sus clientes.

Data Driven TV Planner, elemento cualitativo y diferenciador para los anunciantes, incrementa el valor de los actuales impactos publicitarios en la Televisión Lineal No Conectada con una planificación optimizada y dirigida a audiencias diversas targetizadas.

Tras su puesta de largo oficial en la presentación llevada a cabo por Publiespaña en la pasada edición del Seminario AEDEMO TV, la **novedosa y pionera metodología Data Driven TV Planner**, que permite planificar por primera vez las campañas en Televisión Lineal No Conectada aprovechando la **potencia que aporta el uso de data** procedente de entornos conectados y herramientas de **inteligencia artificial**, ya es **aplicable en los diferentes productos del catálogo comercial *crossmedia* y *reach media*** que la filial de Mediaset España ofrece a los anunciantes.

Data Driven TV Planner, que hace uso de los desarrollos tecnológicos implementados recientemente por Publiespaña, se ha incorporado como **elemento cualitativo y diferenciador** de esta oferta transversal de Publiespaña, que conecta la Televisión Lineal No Conectada, la Televisión Conectada y los diferentes soportes del universo digital para otorgar a las marcas los máximos niveles de **recuerdo y notoriedad**, velocidad en la **construcción de coberturas e impactos eficientes y targetizados**.

### Incrementa el valor de los actuales impactos en la TV Lineal No Conectada

Data Driven TV Planner permite sumar a las **fortalezas tradicionales del medio Televisión Lineal No Conectada** toda la potencia del **uso de data propio** extraído de la Televisión Conectada y de la aplicación de herramientas de **machine learning**

**e inteligencia artificial.** Su aplicación en los productos *crossmedia* y *reach media* de Publiespaña **incrementa el valor de los actuales impactos** publicitarios de las marcas en la TV Lineal No Conectada con una **planificación aún más eficiente y optimizada** y dirigida a **audiencias targetizadas**. Esta nueva metodología se caracteriza por:

- **Dirigir el impacto a cualquier target.**
- Utilizar el **data propio, único, diferencial y censal.**
- **Aplicar técnicas de machine learning,** que dotan a la planificación de una gran capacidad predictiva para impactar a los hogares no conectados que forman parte del target objetivo.
- Utilizar el **grafo de audiencias** de Mediaset España, una métrica propia que permite vincular todas las señales recogidas en cualquier dispositivo conectado en el hogar.
- Esta metodología ofrece la posibilidad de **explotar el dato fuera de su entorno natural** pasando de una planificación basada en targets genéricos sociodemográficos a **planificaciones basadas en la evidencia de interés e intención de compra.**