

- > Publiespaña ofrece nuevos formatos a sus clientes, uno de ellos Contextu-Ads, que es un producto para HbbTV que segmenta en tiempo real en función del contenido que aparece en pantalla en ese mismo momento, creando una asociación perfecta con el contenido.
- > Este proceso se lleva a cabo con la ayuda de Amazon Rekognition (AWS).
- > La ONCE de la mano de su Agencia de Medios Initiative, ha sido uno de los primeros anunciantes en apostar por Contextu-Ads, la solución publicitaria única y pionera que aplica publicidad contextual e IA en la televisión conectada.



Ver 1



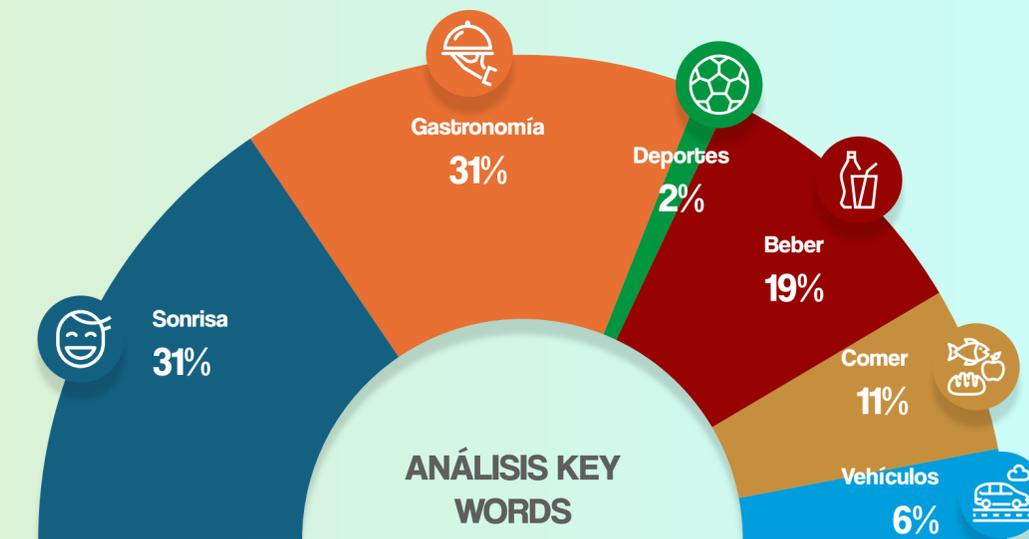
Ver 2

- > Una campaña con motivo del **Cupón Extra del Día del Padre**. El objetivo era que el espectador relacionase la campaña con momentos vinculados a este día tan especial. Se asoció la creatividad a momentos o escenas donde aparece un hombre montando en bici, jugando al fútbol o recibiendo regalos... actividades propias del día del padre.
- > De tal forma que cuando en los programas de Mediaset España aparecían momentos y actividades propias del día del padre, se activaba Contextu-Ads y la campaña, en formato L-SHAPE aparecía en pantalla, reescalando el contenido, sin interrumpir la experiencia del espectador, vinculando así la campaña de la ONCE directamente con el contenido y mejorando los niveles de notoriedad.
- > Las Key Words que se incluyeron en la campaña de la ONCE se dividen en 6 categorías:
 - Sonrisa
 - Gastronomía
 - Deportes
 - Beber
 - Comer
 - Vehículos

Siempre acompañados de la Key Word HOMBRE.
- > También se excluyeron Key Words para asegurar el Brand Safety de la campaña. La campaña llevaba un segmento DATA, buscando impactar personas entre 25 y 54 años.

RESULTADOS CAMPAÑA

- > La campaña logró un cumplimiento del 121%, lo que refleja la eficacia de las palabras clave.
- > Obtuvo una frecuencia de 1,2, alcanzando una cobertura superior a 260.000 SmartTVs.
- > La planificación de la campaña se llevó a cabo en un único canal: **Cuatro**.



- > Las keywords “SONRISA” y “GASTRONOMÍA” son las más identificadas, ambas estrechamente vinculadas al mensaje central de la campaña, lo que refleja la efectividad de Contextu-Ads.