



# publiza

Mídia Programática

Presenta:

## HYPERLOCAL

## GEOTARGETING



# factual™

EMPRESA CERTIFICADA  
NEW MARKETING INSTITUTE



EMPRESA CERTIFICADA  
MEDIAMATH PARTNER



PARCERO DE NEGÓCIOS  
CERTIFICADO



MEJOR  
ATENCIÓN  
MEDIO ONLINE



2014/2015

MEJOR  
MEDIO DE  
COMUNICACIÓN  
MEDIO ONLINE



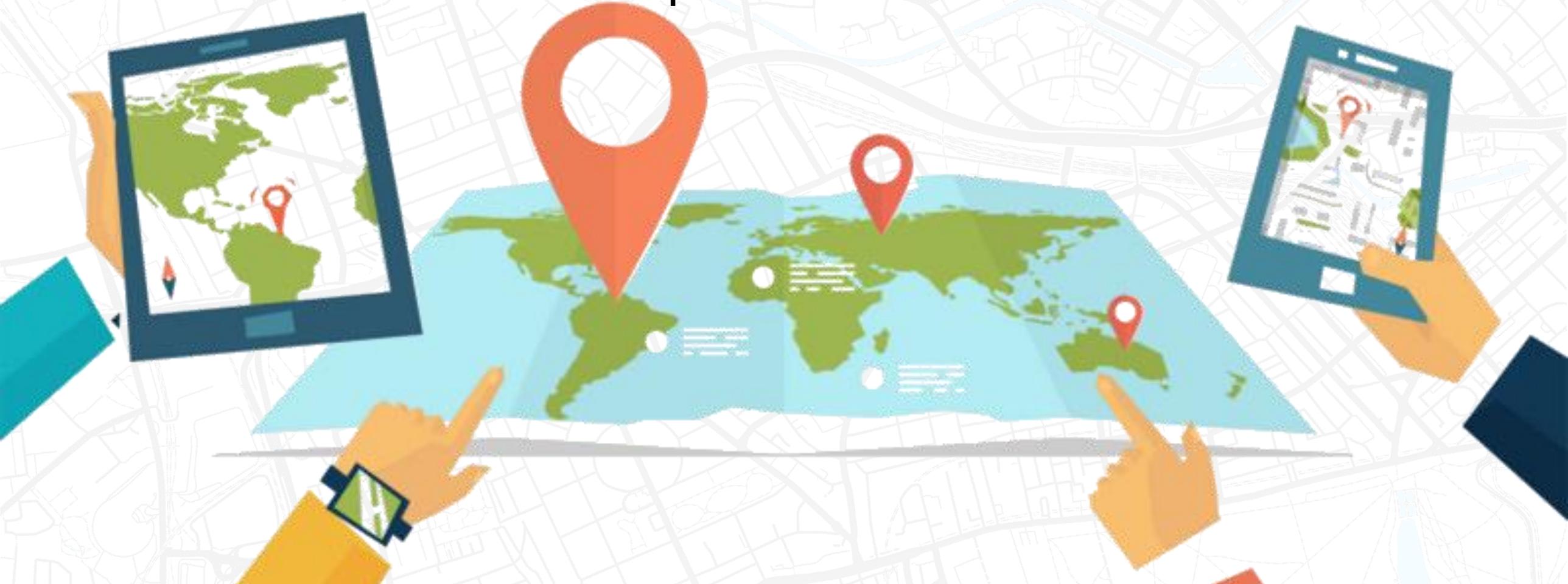
2015

EMPRESA ASOCIADA  
ASOCIACIÓN CATARINENSE  
DE TECNOLOGIA



# HYPERLOCAL GEOTARGETING

Alcance a sus usuarios que se encuentran en locales estratégicos para a su marca, exhibiendo display en los smartphones en *real time*



# POR QUÉ INVERTIR EN ESTRATEGIAS HYPERLOCAL?



## LOS CONSUMIDORES SON MOBILE

Alcance sus consumidores donde estén, para generar mejor performance. Segmentaciones personalizable y con más calidad, son la clave para el suceso en estrategias mobile.



## DIFERENCIE SUS MENSAJES

Muestre mensajes altamente personalizadas y direccionadas para o su público, utilizando las mejores herramientas del mercado.



## INSIGHTS SOBRE LA UBICACIÓN

La ubicación ayuda a comprender los intereses y el contexto de compra de los consumidores

# CÓMO FUNCIONA?

Su marca **define la ubicación** en la que desea impactar a los usuarios. A través de la DSP, se darán ofertas solamente cuando se identifique usuarios en las ubicaciones deseadas o que hayan pasado por ellas. Estos consumidores serán impactados con banners cuando estén navegando en **aplicaciones o sitios mobile.**

## EJEMPLO PRÁCTICO

**MARCA:** MCDONALD'S

**UBICACIÓN ELEGIDA:** HASTA 1KM DE LAS TIENDAS MCDONALD'S DE TODO CHILE

**OBJETIVO:** IMPACTAR LOS USUÁRIOS EN LA UBICACIÓN ELEGIDA CON BANNERS DE CUPONS PROMOCIONALES PARA USAR EN EL MCDONAL'S

**EN LA PRÁCTICA:** CUANDO LA TECNOLOGÍA UTILIZADA POR PUBLYA, IDENTIFICA UN USUARIO A 1KM DE UN MCDONALD'S O QUE HAYA PASADO POR UNA TIENDA DE MCDONALD'S, NAVEGANDO EN UNA APLICACIÓN O SITIO MOBILE, LA DSP AUTOMATICAMENTE HARÁ UN BID PARA IMPACTARLO CON EL MENSAJE.



# TECNOLOGÍA FACTUAL

Publly utiliza la tecnología de Factual – integrada a MediaMath - para validar la ubicación de los usuarios.

DIFERENCIALES  **factual**™



## LA MAYOR LISTA DE LOCALES

Los datos son construidos por más de 20 mil millones de fuentes distintas, formando un inventario de más de 90 millones de locales en 50 países



## DATA PROVIDER

La Factual es un data provider especializado en geotargeting. No compra ni vende medios – solamente valida la segmentación del usuario para campañas realizadas a través de MediaMath



## CONFIANZA Y TRANSPARENCIA

Todas las ubicaciones están disponibles en el sitio, generando transparencia y conquistando la confianza de empresas como Facebook, Apple, Bing y Uber

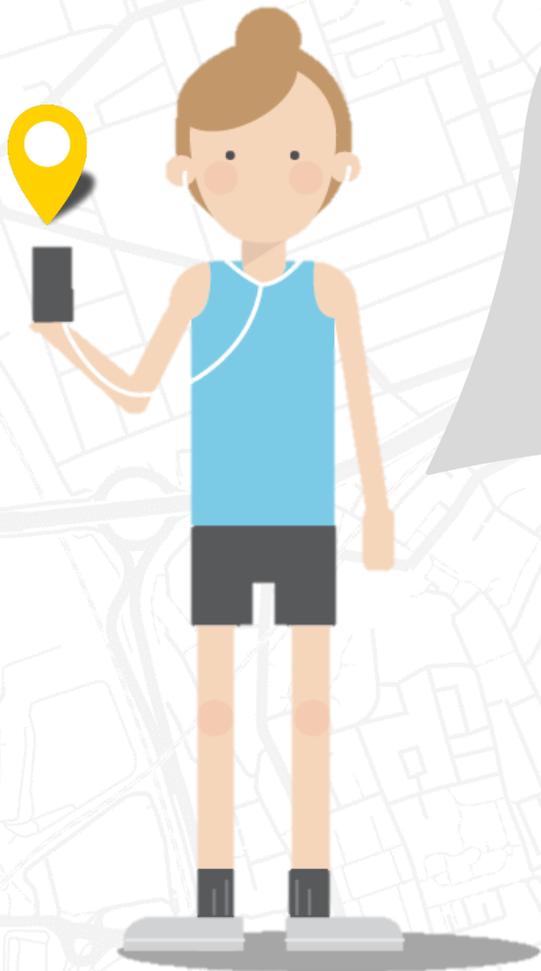


## CALIDAD

Factual utiliza información proveída solamente por GPS y filtra las coordenadas imprecisas – evitando errores y fraudes

# TECNOLOGÍA FACTUAL

Como la validación de ubicación de Factual funciona – y por qué es importante



Descubrir la ubicación de un usuario puede parecer sencillo: una coordenada enviada por un aparato, define la ubicación en que se encuentra

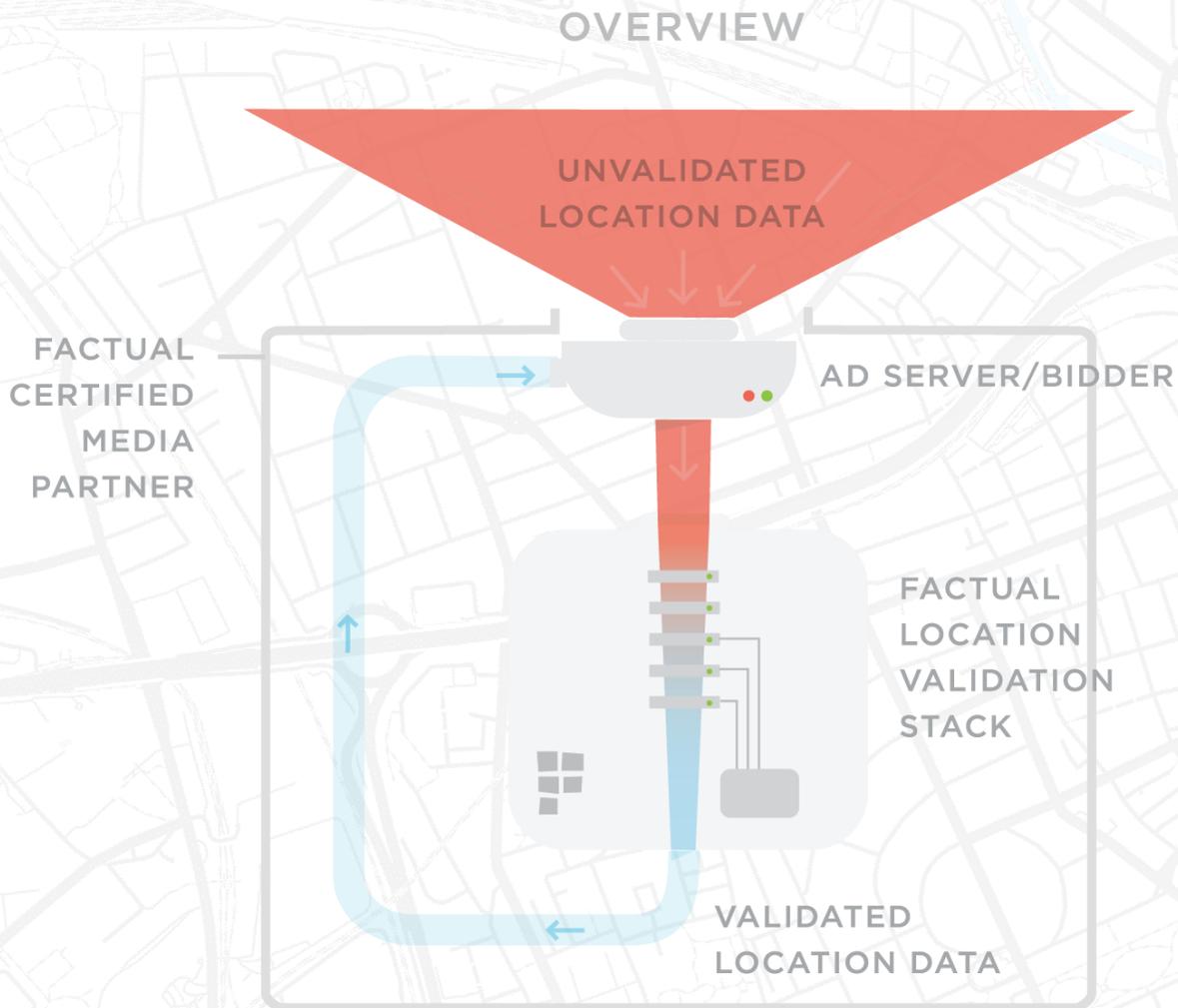


Pero, el ecosistema de anuncios de geolocalización no tiene costumbre de preocuparse en verificar el origen y la calidad de las coordenadas proveídas – resultando en errores



# TECNOLOGIA FACTUAL

Como la validación de ubicación de Factual funciona – y por qué es importante

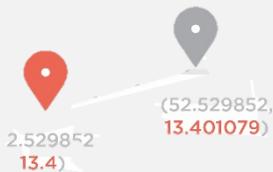


Para evitar errores y fraudes, Factual hace una **validación de las informaciones** de geolocalización enviadas a MediaMath. Con eso, los datos imprecisos se filtran y la campaña se segmenta sólo con datos que cumplen los criterios de calidad establecidos por la Factual.

# TECNOLOGIA FACTUAL

Como la validación de ubicación de Factual funciona – y por qué es importante

## TIPOS DE UBICACIONES FILTRADAS POR LA FACTUAL



### COORDENADAS INCOMPLETAS

El número de decimales de las coordenadas de lat/long definen la precisión de la ubicación.



### COORDENADAS REMOTAS

Coordenadas de locales donde es poco probable existir personas, como en medio del océano o en el Polo Norte



### APPS Y SITIOS SOSPECHOSOS

Apps y sitios que envían constantemente coordenadas sospechosas, se bloquean



### COORDENADAS INVÁLIDAS

Coordenadas inválidas, generalmente con números repetidos, como (0,0) o otros estándares sospechosos



### COORDENADAS BLOQUEADAS

Coordenadas que presentan grande número de usuarios en una misma ubicación, en regiones que no suelen presentar tal tráfico.



### WI-FI, TORRES DE CELULAR, IP

Las coordenadas de estas fuentes pueden no ser válidas o suficientemente precisas.

# CATEGORIZACIÓN DE LAS UBICACIONES



factual™

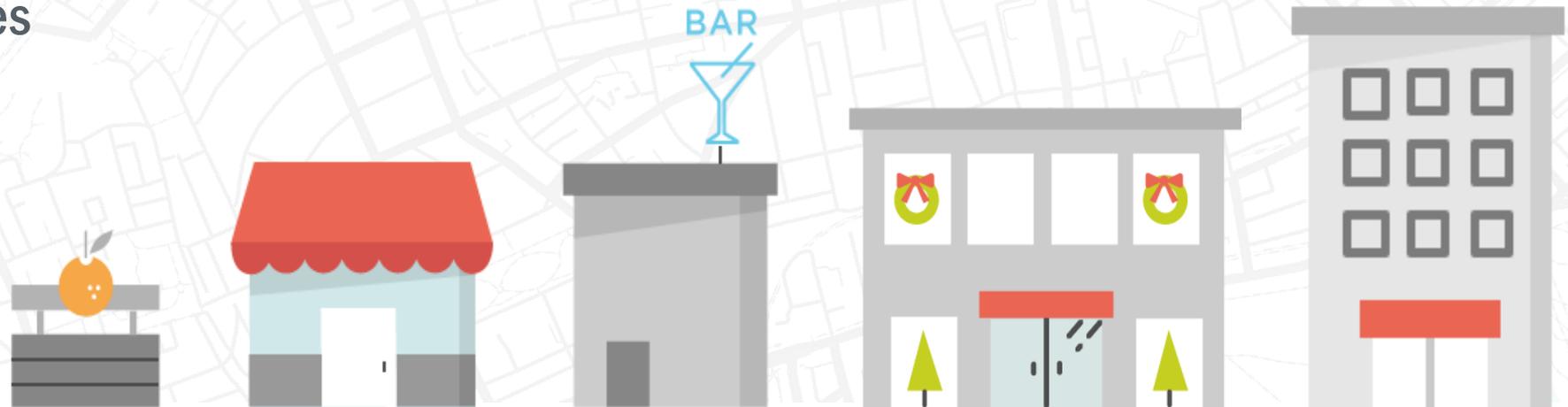
Todas las ubicaciones disponibles son clasificadas en **categorías** – facilitando la creación de targets para su campaña

## EJEMPLOS DE CATEGORIAS:

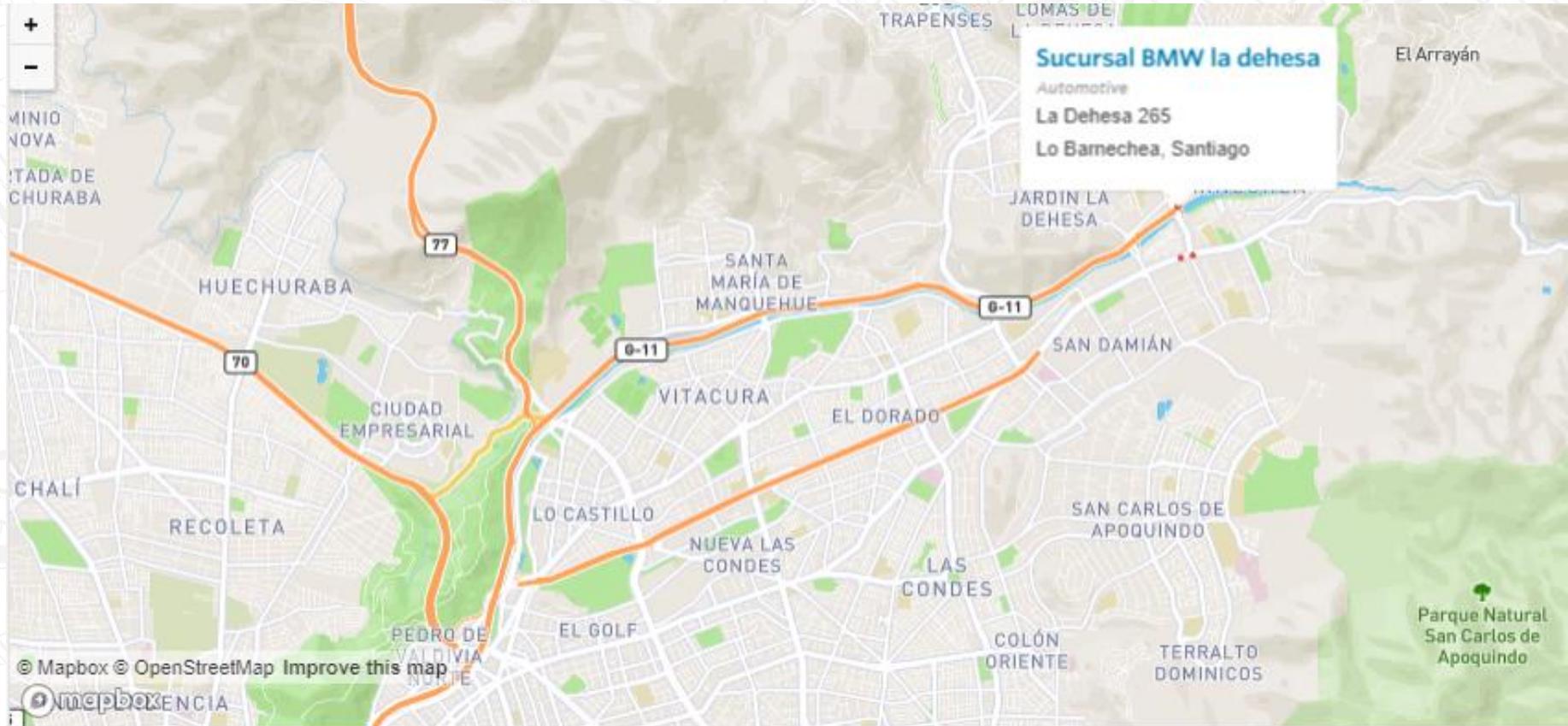
- Automotriz
- Puntos Turísticos
- Retail
- Negocios & Servicios
- Restaurantes
- Deportes
- Turismo

Las categorías permiten que su marca hable fácilmente con todo un sector de negocios.

**Ejemplos:** 500 m de todos los pet shops de la ciudades. 100 m de todos los hoteles del Estado.



# CREACIÓN DE GEOFENCES



Las **Geofences** – áreas con las ubicaciones elegidas – se ilustran en el mapa durante la configuración de la campaña. Usted puede consultar en el [sitio de Factual](#), las ubicaciones y las segmentaciones disponibles.

# DUDAS FRECUENTES

## ¿DONDE LOS ANUNCIOS SERÁN EXHIBIDOS?

**En sitios y aplicaciones mobile.**

Los banners de su marca aparecerán en sitios y aplicaciones mobile que proporcionen información precisas de la ubicación del usuario y que acepten marketing programático.

## ¿EL USUARIO NECESITA ESTAR CON LA UBICACIÓN (GPS) DEL CELULAR ACTIVADA?

**Sí.**

El usuario tendrá que estar con la ubicación (GPS) de su smartphone o tablet activada.

## ¿PUEDO UTILIZAR OTROS FILTROS ADEMÁS DE LA UBICACIÓN?

**Sí, pero no es recomendado.**

La ubicación de los usuarios debe ser la principal estrategia de la campaña. Colocar otras capas de filtros (como sexo, edad, intención de compra, etc), sólo dificultará la entrega, sin traer ganancias en los resultados.

## LAS INFORMACIONES DE MI SEGMENTACIÓN, COINCIDIRAN CON MI ANALYTICS?

**No, ellas no coincidirán con su Google Analytics y con el informe predeterminado de MediaMath.**

En resumen, la metodología latitud/longitud de Factual es más precisa que la segmentación basada en IP (utilizada por GA y MediaMath). Por lo tanto, un informe basado en IP nunca coincidirá totalmente con Hyperlocal Geotargeting.

# ALGUNOS CLIENTES

MÁS DE 1000 MARCAS



BRITISH AIRWAYS



publiza

Mídia Programática

## SOBRE PUBLIZA

Publiza es una Trading Desk pionera en la compra programática de medios. Fundada en 2013, Publiza ya ha operado más de 2 mil campañas en los más distintos rubros del mercado, utilizando plataformas DSP, donde optimiza la compra de medios, entregando las campañas para una audiencia calificada y segmentada.

Con un equipo de **profesionales especializados** y certificada por New Marketing Institute (NY) y pelo Google, nosotros combinamos **tecnología y experiencia** para optimizar y planear su campaña online multicanal, comprometidos con los mejores resultados.



publiza  
Mídia Programática



# publiza

Mídia Programática

Presenta:

## HYPERLOCAL

## GEOTARGETING



# factual™

EMPRESA CERTIFICADA  
NEW MARKETING INSTITUTE



EMPRESA CERTIFICADA  
MEDIAMATH PARTNER



PARCERO DE NEGÓCIOS  
CERTIFICADO



MEJOR  
ATENCIÓN  
MEDIO ONLINE



2014/2015

MEJOR  
MEDIO DE  
COMUNICACIÓN  
MEDIO ONLINE



2015

EMPRESA ASOCIADA  
ASOCIACIÓN CATARINENSE  
DE TECNOLOGIA

