



THE
SMART
MEDIA

Sabemos quienes somos

Fundada en 2017, somos es una compañía enfocado 100% en
Media Tech, Data Science y creación de audiencias especializadas.

Somos GLOBALES LOCALES

Tenemos tecnología
internacional que cubre
todos los mercados locales.



Contamos con oficinas en:

- Miami, Florida
- Ciudad de México
- Houston, Texas

Hemos brindado nuestros servicios a
más de 120 empresas en todo el
mundo.

- Fornite
- Call of Duty
- Asam Beauty
- Hape Toys
- Kwai
- Duolingo
- Sheraton
- Subaru
- Mazda
- Chanel
- C&A
- Amazon Prime Video
- Universal Music
- Sony Music



Nuestras soluciones

Contamos con las mejores herramientas y plataformas que **resuelven** las necesidades y objetivos de nuestros clientes.



- ✓ Geohmetrics & Moohbile **By TSM**
- ✓ Smart Audiences **By TSM**
- ✓ CTV - TV **Extended Audiences**
- ✓ Smart Walk-In **By TSM**
- ✓ Smart Video **By TSM**
- ✓  **PLACE EXCHANGE**
- ✓  **DiDi Ads**

Obten mayor tráfico, mejor engagement, fidelidad de cliente o vende más producto.

The Smart Media funciona para negocios de todo tamaño.



Todo empieza desde la DATA





GEOHMETRIC

by **THE** SMART MEDIA

Nuestra tecnología

The Smart Media ha desarrollado una serie de procesos y modelos con los cuales podemos identificar los dispositivos que pasan por una coordenada geográfica la cual nos permite entender el trafico impactado alrededor de un inmueble o cualquier formato de campaña OHH.



Categorización del trafico Geográfico

Gracias a la obtención de los Devices ID de los dispositivos mas el enriquecimiento de estos con data de terceros, podemos hacer una segmentación mas desglosada de los usuarios.



Medición de la atribución en sitio

Utilizando el teléfono móvil podemos seguir el *journey* del usuario llegando a ser capaces de entender hasta 45 días posteriores del impacto si el usuario ha interactuado en el mundo real con la marca ya sea visitando la tienda o comercio físico o su versión digital.



Nuestra tecnología



Integración de datos

Gracias a la integración de datos de terceros como Data Expand, Comscore, Lotame, Etc., enriquecemos los Devices Ids que recolectamos para entregar datos como género, rango de edad e intereses.

Las métricas que usamos provienen de la cantidad de dispositivos detectados en una coordenada geográfica dada, cuántos de esos son hombres o mujeres, en que rangos de edad se encuentran y datos actitudinales para determinar si el publico que fue impactado por el OOH es el adecuado.



Análisis

Geoohmetric permite medir el impacto y el alcance de la publicidad exterior en tiempo real y con precisión. Así se podrá saber cuántas personas vieron la publicidad, cuánto tiempo la miran y qué acción realizan después.



Retargeting

Además, Geoohmetric permite hacer un segundo impacto a través del celular con formatos como push notifications, display o video que ayudarán a reforzar el mensaje y a generar más interés.





01



Se define un **POI** (point of interest) con latitud y longitud.

02



Vía satelital se crea un cerco que nos permite comenzar a capturar a todos los Devices ID que atraviesen por él.

04



Geoohmetric concatena, cura y ordena esta data para crear perfiles detallados de cada dispositivo.

- Género
- Edad
- Nivel Socioeconómico
- Datos de movilidad
- Detalle del dispositivo
- Tipo de conexión
- Actitudinales
- Intereses de contenido



03

La herramienta cruza la data de los Devices ID con información proveniente de más de 7,000 Data Providers.



05



Estas audiencias pueden ser utilizadas para:

- Toma de decisiones comerciales
- Toma de decisiones de marketing
- Campañas de retargeting digital

06



La herramienta se conecta a plataformas programáticas para crear campañas de retargeting hiper-segmentadas en las audiencias recolectadas.

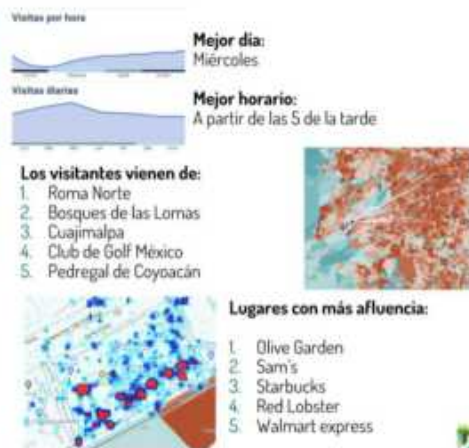


Profundidad de recolección de data

Ejemplo práctico, centros comerciales

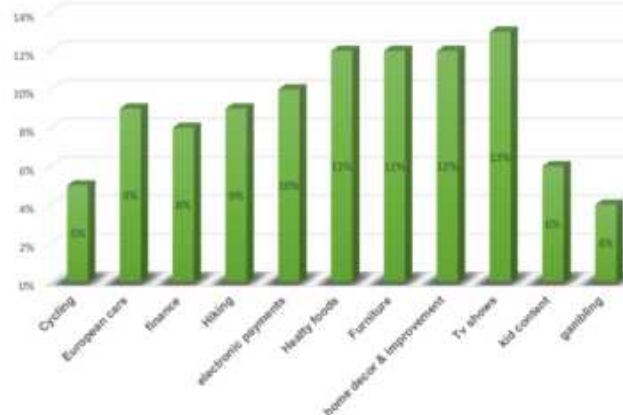


127,286 dispositivos detectados en los últimos 7 días



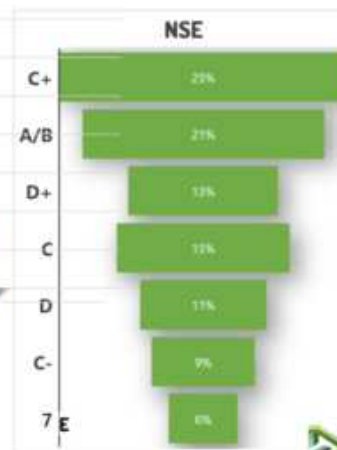
Patio Santa Fe

Intereses



FUNO

NSE



La herramienta recolecta data con amplia profundidad que sirve tanto para toma de decisiones de negocio cómo para implementación de campañas.

Se desarrollan estrategias de medios en las que se aprovecha la data tanto para la planeación cómo para la creación de audiencias.

Estrategia Patio Santa Fe

Trafico a centro comercial / Always on



Universo potencial
1,023,852

Buyer Persona:

- NSE: B+
- Visitantes frecuentes
- Visitantes vienen de colonias aledañas
- Nuevos visitantes con Looks a likes

- Invitación a nuevos usuarios con comportamientos similares a los visitantes de los centros comerciales.
- Concentración de los usuarios para incrementar el tráfico a sitio.

Intereses en:

- Gastronomía
- Health & Beauty
- Entrenamiento
- Hogar & Decoración
- Fitness y ejercitación

Budget Allocation

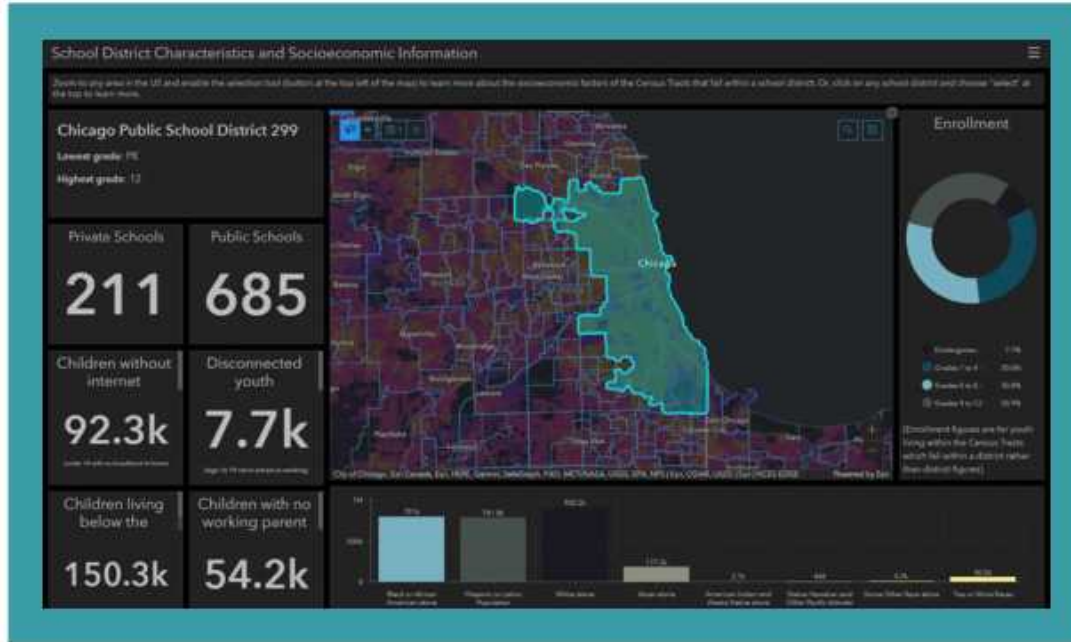


Alcance estimado de campaña
161,000 UU (10%)



Dashboard customizado

Este se actualiza de manera automática con la data relevante para cada cliente



Diferencias coyunturales

entre la data POI (Point of Interest) y Mobility Data

Tecnología POI (Point of Interest)

El objetivo principal del POI marketing es aprovechar la ubicación de estos puntos de interés para enviar mensajes publicitarios o promocionales relevantes a los usuarios que se encuentran cerca o interactúan con esos lugares.

Datos de ubicación recopilados de aplicaciones móviles y proveedores de servicios de ubicación.

- ✓ Segmentación de audiencia basada en ubicación.
- ✓ Campañas de marketing geoespacial

Marketing Mobility Data

información recopilada sobre desplazamientos y patrones de movimiento de personas mediante dispositivos móviles, GPS, aplicaciones y redes sociales. Ofrece detalles sobre rutas de viaje, lugares frecuentados y tiempos de desplazamiento en el mundo real.

Datos de ubicación, puntos de interés, datos de movilidad, datos de comportamiento digital, información geoespacial y otras fuentes de datos relevantes.

- ✓ Herramientas de análisis y visualización de datos geoespaciales
- ✓ Inteligencia de ubicación,
- ✓ Servicios de consultoría de negocio.
- ✓ Auditoría de campañas OOH
- ✓ Foot Fall Attribution
- ✓ Data accionable para campañas digitales de retargeting



Tecnología geoespacial pionera

No solo vincula variables típicamente asociadas con la ubicación, como el mapeo de puntos de interés y los circuitos de OOH, sino también los **cruza con los datos de comportamiento digital creando Audiencias de PERSONAS y no sólo PERFILES.**

Datos
Recolectados

Soluciones
ofrecidas



SMART AUDIENCES

by **THE SMART MEDIA**

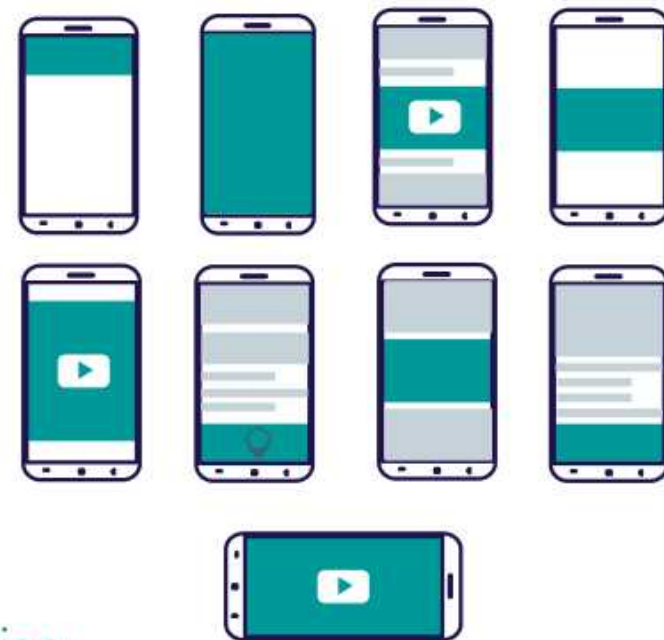
Es el resultado del poder de entendimiento y curaduría de la información mobile que **GEOHMETRIC** by THE SMART MEDIA gestiona en tiempo real.

Construyendo audiencias con comportamientos y actitudinales específicos que responden a momentos claves y consumos cotidianos de los usuarios alcanzados.



The Smart Media ha creado audiencias multiculturales que impactan a usuarios en todo el mundo.

Con segmentaciones específicas que nos ayudan a determinar sus peculiaridades, *Smart Audiences* aprovecha todos los formatos aprobados por la IAB, para alcanzar a nuestros targets en el momento correcto con el mensaje adecuado.



Contamos con audiencias en todas las industrias:



Un ejemplo de Smart Audience:





El tener tan bien identificadas a nuestras audiencias, nos permite un **nivel de segmentación muy detallado** y resultados por encima de la industria desde que la campaña es prendida.

5 años de **data maturity**

532 campañas exitosas

5.2 de **frecuencia** promedio

220 millones de **impresiones**

+de 500k **clicks**

+de 17 MM de **views**

Rauw Alejandro, Bad Bunny, Imagine Dragons, Jhay Cortez, LAGOS, Danny Ocean, Rosalía, The Wknd, Cartel de Santa, Nicki Nicole

Display CTR

Benchmark
0.30%

Ganking
0.57%

Banners Standard Estáticos o Animaciones simples GIF o HTML5 básicos.

Video VCR

Benchmark
35%

Ganking
85%

Video de 30 Segundos a Full View.



GANKING AUDIENCES
Cómo impactar a los gamers de forma eficiente

42,87 Millones

de **UU Generación Z en Latam**

Jugadores activos de todo tipo de consolas principalmente **Generación Z** que interactúan habitualmente con marcas que den sentido con sus gustos y elecciones.

¿Cómo juegan?

28% 52%
19% 01%

32%

19%

13%

US Hispanic 0.51%

20%

19.07%

27.42%

29.73%
No les gusta ser etiquetados

23.78%
No declarante





El tener clara la correlación entre los diferentes actitudinales de nuestras audiencias, nos ayuda a mejorar aún más la segmentación y a que el contenido de marcas sea mucho más relevante para el usuario.



Tipos de jugadores

Consolas + Streaming: Paga un precio premium para hardware dedicado y juega en su televisor. También lo utiliza para streaming y entretenimiento.

Hardcore Gamer: Invierte mucho tiempo y dinero en videojuegos.

Streamer / Competidor: Comparte su gameplay y se relaciona con la comunidad.

Casual: Disfruta de los juegos sin invertir demasiado tiempo.



Reggaetón y Video Juegos

Los conciertos de Bad Bunny, J Balvin y Rosalía en Fortnite obtuvieron un record mundial de **27.7 millones** de espectadores.

El **72%** de los espectadores provinieron de LATAM, teniendo 19.94M de espectadores.

El **22%** de los espectadores del concierto fueron recolectados en las audiencias de SM GANKING con un total de **4.3M de DID.**

Nuestros formatos

Comprendiendo las motivaciones más arraigadas en los usuarios recolectados y su interacción con el mundo real y el digital; identificaremos a los usuarios que se encuentren en un país, estado, ciudad o C.P.



Banners



Display se vuelve clave para acompañar a la audiencia en su navegación diaria al facilitándoles el punto con mayor información a tan solo un click.

Video



Video es el formato más poderoso para conectar campañas con emociones auténticas y posicionar a las marcas en la mente de los usuarios.

Audio



El audio digital se convierte en una herramienta poderosa para alcanzar a las audiencias cuando no están frente a una pantalla.

Connected TV



Permite a las marcas salir en pantalla grande con anuncios de alta calidad en un entorno donde la atención es máxima.





THE
SMART
MEDIA

Casos de Éxito



Mercado:
 EUA

 **asambeauty**

KPI:
Incrementar las ventas
con diferentes
formatos y
plataformas digitales.

Reto:

Mantener bajos costos de campaña con un retorno de inversión competitivo y cumplir los objetivos de ventas mensuales.

Resultados:

La mejor gestión de comercio electrónico en la historia de la Marca, sólo durante el primer mes de operaciones.





Mercado:



KPI:

Alcanzar papás y mamás con hijos pequeños en algunos países de Norte América y Europa.

Reto:

Ser competitivos en diferentes temporalidades con juguetes tradicionales, educativos hechos de madera y alcanzar la mayor cantidad de usuarios a un bajo costo.

Resultado:

Logramos una optimización de costos en cada campaña en cada mercado sin comprometer el alcance. También anunciamos las tiendas donde se podían comprar los juguetes y enviamos tráfico a diferentes tiendas. Con nuestras campañas, el juguete "Ferrocarril" tuvo altas ventas en Europa tanto en Tiendas digitales como físicas.





Mercado:



KPI:

Reconocimiento de marca y lanzamiento de la app en 3 países de latinoamérica.

Reto:

Alcanzar e impactar el 60% de la población mayor de 18 años en los tres países.

Resultado:

Alcanzamos +92 MM usuarios únicos en México, +47 MM en Colombia y +43 MM en Argentina con más de 315 MM de impresiones. Tuvimos un Interaction Rate del 3.84% y alcanzamos más de 1.27 MM de clicks al LinkTree de Kwai.





Mercado:
 México



KPI:
Construcción de audiencias particulares y generar instalaciones de la App.

Reto:

Crecimiento acelerado de la competencia y descarga de la app.

Result:

Creación de grupos de gente (Profesionales Hambrientos, Exploradores Casuales, Maduro Insatisfecho, Estudiantes) con un promedio de 788,064 usuarios cada uno. Tuvimos una respuesta del 51% por encima del benchmark en CTR y un VCR 21% arriba del estimado. Se realizaron más de 18k instalaciones de la App en 8 semanas.



Únete para
verlo
Todos
Juntos
Mayo 16
5pm EDT
(4pm MX)



Market:



México



Chile



Argentina



Perú



Colombia



Puerto
Rico



KPI:

Dar a conocer el lanzamiento de House Party en Latinoamérica y su evento "In da House", buscando nuevos usuarios.

Reto:

Teníamos tres días para crear una campaña de Awareness al inicio de la pandemia dando a conocer el festival "In Da House" con artistas como Bad Bunny, Katy Perry, Dua Lipa, recetas con chefs famosos, lecciones de baile y más.

Resultado:

Entregamos una bonificación del 49% adicional de Complete Video Views. Gracias a nuestra segmentación tuvimos un CTR del 1.3% en una campaña de video y optimizamos los costos unitarios en un 34%. Alcanzamos 2,256,087 usuarios únicos con el 81% de las impresiones contratadas.





FORTNITE

KPI:

Dar a conocer al público latino en Estados Unidos el nuevo skin de *El Chapulín Colorado* y llevar más usuarios al juego.



Mercado:



EUA

(comunidad latina)

Reto:

Incrementar el tráfico dentro del sitio oficial de Fortnite para competir por el nuevo skin.

Resultado:

Tuvimos una entrega adicional del 63% de las impresiones contratadas. Gracias a nuestro poder de segmentación pudimos optimizar los costos efectivos en 21% logrando un CTR del 1.4%. Alcanzamos 2'086,148 usuarios únicos con el 80% de las impresiones contratadas.





Mercado:



México



KPI:

Realizar ventas de los vehículos SUBARU a través de una campaña digital.

Crear una campaña efectiva de Awareness y Performance generando una base de datos por Distribuidor Autorizado SUBARU.

Reto:

Poco conocimiento de la marca, una mala administración en años pasados y un servicio Post-venta muy criticado.

Resultado:

115 vehículos vendidos gracias a la campaña de Leads el primer año (2019), 185 vehículos vendidos en 2020 y 215 vehículos en 2021.





Mercado:

	México	OLAC
	Argentina	[Region]
	Colombia	
	Chile	
	Perú	



KPI:

Generar reconocimiento de marca para un nuevo producto Chanel usando un formato disruptivo con gran alcance.

Reto:

Crear reconocimiento de marca a través de Connected TV.

Resultados:

Entregamos un 15% adicional a los Views planeados y alcanzamos más de medio millón de usuarios únicos. Curamos el inventario para siempre garantizar el *Brand Safety*.





**THE
SMART
MEDIA**

Let's Work Smart Together!



cristina@thesmartmedia.io
smartmedia.io



Cristina Mora
+52 (55) 5438 3060