

Warszawa, 24 kwietnia 2018 r.

## **Selectivv Mobile House i Screen Network S.A. ze wspólną ofertą w zakresie kampanii DOOH (Digital Out of Home)**

Firma Selectivv Mobile House, specjalizująca się w marketingu mobilnym i realizacji kampanii reklamowych do wyselekcjonowanych grup użytkowników, podpisała właśnie umowę o współpracy z firmą Screen Network, liderem rynku Digital OOH (Out of Home). Screen Network należy do grupy medialnej 4 FUN MEDIA S.A. i oferuje digitalowe nośniki (ekrany) out- i indoor, łączące w sobie cechy kampanii online oraz offline. Firma dysponuje obecnie największą w Polsce, ustandaryzowaną siecią ekranów liczącą 20 450 nośników w 2505 lokalizacjach oraz siecią ekranów LED City. Umowa o współpracy między spółkami weszła w życie 16 kwietnia br. i jest to pierwsze tego typu partnerstwo na rynku, które będzie skutkowało wspólną ofertą firm w obszarze kampanii DOOH w oparciu o Big Data z kanału mobile.

Reklama Digital Out of Home (DOOH) to nowoczesny kanał komunikacji cyfrowej skierowany do konsumentów w przestrzeni miejskiej. W jej skład wchodzi m.in. ekrany LED lokalizowane przy głównych arteriach drogowych czy najczęściej uczęszczanych punktach komunikacyjnych oraz ekrany Indoor instalowane wewnątrz takich przestrzeni jak dworce, sklepy czy centra handlowe. Dotychczasowe kampanie realizowane na ekranach DOOH z racji ich położenia i możliwości technicznych były opierane o Big Data, ale tylko w kontekście „lokalizacji” np. odtworzenie danego filmu reklamowego w korelacji do aktualnej pogody czy też stopnia zakorkowania miasta. Dzięki współpracy firm Selectivv oraz Screen Network segment reklamy Digital Out of Home oraz klienci korzystający z tej formy komunikacji marketingowej zyskują zupełnie nowe możliwości. Dzięki narzędziom jak oferuje firma Selectivv możliwe stanie się targetowanie kampanii w oparciu o przemieszczającego się „konsumenta”. Jest to początek rewolucji, znanej z filmów Si-Fi, gdzie rozmieszczone w przestrzeni miejskiej ekrany komunikowały się bezpośrednio z przechodniami, kierując do nich spersonalizowane komunikaty oparte o ich wcześniejsze wybory zakupowe. Jest to innowacyjne połączenie, którego na poziomie stałej oferty nikt na rynku Digital OOH w Europie jeszcze nie oferował.

Partnerstwo Selectivv Mobile House i Screen Network zapewni klientom skorzystanie z zupełnie nowych rozwiązań, zwiększających efektywność ich kampanii. Pierwszym innowacyjnym narzędziem będzie raport post-buy po kampanii, dzięki czemu klienci będą mogli sprawdzić kto dokładnie zobaczył ich spot wyświetlany na ekranie indoor lub outdoor. Drugim nowym produktem będzie retargeting, dzięki któremu osoby, które widziały dany spot na ekranie DOOH (ekran LED) zobaczą go drugi raz lub jego kontynuację na swoim smartfonie. Trzecią innowacją będzie targetowanie kampanii na ekranach LED z uwagi na grupę osób, jaka znajduje się dookoła nośnika. Jeśli w pobliżu ekranu znajduje się więcej kobiet na ekranie pojawi się inny spot, np. reklama biżuterii, jeśli liczebną przewagę będą stanowić użytkownicy iPhone'ów zostanie do nich wyemitowana np. reklama akcesoriów z portfolio firmy Apple.

Podpisanie umowy o współpracy między Screen Network i Selectivv Mobile House to pewnego rodzaju rewolucja w segmencie DOOH, która umożliwi personalizowanie kampanii reklamowych w oparciu o dane z kanału mobile. Na podstawie analizy przeglądanych przez użytkownika treści czy używanych na smartfonie aplikacji mobilnych, przekaz wyświetlany na ekranie DOOH, zostanie spersonalizowany w taki sposób, aby najbardziej odpowiadał aktualnym potrzebom klientów. Przykładowo osoba z zainstalowaną na smartfonie aplikacją Endomondo zobaczy na nośniku reklamę nowych butów do biegania, a osoba przeglądająca na telefonie oferty z booking.com zostanie zainteresowana nowym celem podróży.

*- Jesteśmy niezwykle zadowoleni z rozpoczęcia współpracy z firmą Selectivv. Nasza wspólna oferta dla wielu naszych klientów, będzie prawdziwą rewolucją. Do tej pory ekrany Digital OOH z uwagi na swoją statyczność i możliwości techniczne były opierane o Big Data, ale tylko w kontekście lokalizacji. Dzięki współpracy z Selectivv zyskujemy nowe rozwiązanie skupione na mobilności konsumentów, którym możemy wyświetlać spersonalizowane przekazy reklamowe. Jest to początek rewolucji, znanej z filmów traktujących o przyszłości, gdzie zlokalizowane w przestrzeni miejskiej ekrany komunikowały się bezpośrednio z mieszkańcami. Działania online i offline mogą teraz iść w parze i stworzyć zintegrowaną całość, która pozwoli naszym klientom na realizację jeszcze bardziej efektywnych i zoptymalizowanych kampanii marketingowych – powiedział **Damian Rezner, Dyrektor ds. Innowacji, Screen Network S.A.. zaakceptowane***

*- Nasza współpraca z firmą Screen Network i stworzenie wspólnej oferty w obszarze kampanii DOOH to przede wszystkim wielka wartość dodana dla wszystkich naszych klientów. Dzięki nowej ofercie klienci zyskują trzy nowe produkty takie jak: raport post-buy po zrealizowanej kampanii, retargeting umożliwiający wyświetlanie drugiej części spotu z ekranu DOOH na smartfonie czy targetowanie kampanii LED w zależności od grupy osób, która znajduje się w pobliżu nośnika. Nasze partnerstwo w tym zakresie to pionierskie działanie w skali Polski, a nawet Europy, które potwierdza, że firma Selectivv podąża, a nawet kreuje najnowsze trendy w obszarze mobile marketingu i DOOH – dodał **Dominik Karbowski - wiceprezes i współzałożyciel firmy Selectivv Mobile House.***