

Una marca mundial de automóviles consigue llegar de manera más rápida y eficaz a sus usuarios con la herramienta de optimización de audiencia de The Trade Desk

RESULTADOS



95%

de media en completion rate



AUTOMOCIÓN

Sector industrial escogido para la campaña



Objetivo de la Campaña

Una conocida marca de coches encargó a la agencia de medios OMD que consiguiera llegar de manera mucho más rápida y eficaz a sus usuarios. El objetivo era impactar en el momento preciso, de forma sorprendente e innovadora a sus clientes.

Táctica

Como solución, OMD eligió a The Trade Desk como su socio tecnológico principal para diseñar y ejecutar para su cliente automovilístico una campaña de audio dinámico a través de la plataforma de música digital Spotify. El audio dinámico es la combinación de mensajes a través de los datos propios del usuario, entregando de esta manera el mensaje correcto al receptor adecuado.

Se trataba de ofrecer la mejor solución tecnológica utilizada de forma innovadora para mejorar el performance de la campaña publicitaria en España.

En la campaña, la marca automovilística, a través de las variables momento del día (mañana, tarde y noche) así como el tiempo meteorológico, fue capaz de combinar y adaptar con mayor precisión sus mensajes dentro de tres diferentes canales; Latino, pop y Rock.

Resultado

El resultado de esta iniciativa fue extraordinario, ya que se consiguió alcanzar de media un completion rate del 95% en cada uno de los tres canales de música especializada. A través del audio dinámico se consiguió contextualizar el mensaje y generar una mayor empatía con la audiencia con el objetivo de incrementar el interés hacia la marca. Los resultados demostraron que, usando la tecnología adecuada, se puede conseguir ofrecer mensajes personalizados que mejoren la experiencia de usuario.