

B3 solutions

OBJETIVO

ACCIÓN

RESULTADO

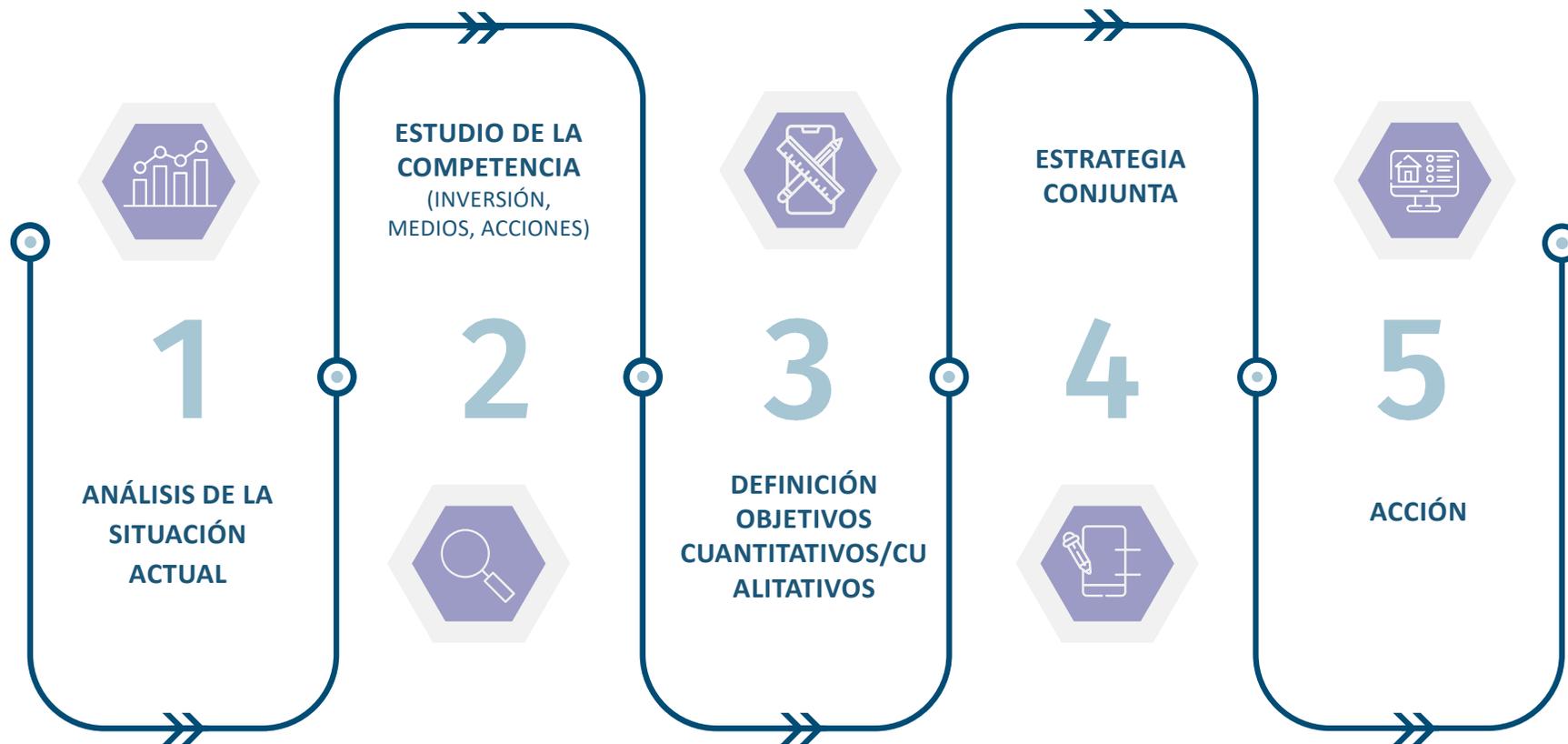
CASOS DE ÉXITO



ENTENDEMOS LA REALIDAD DE CADA CLIENTE Y NOS ALINEAMOS CON SU ESTRATEGIA

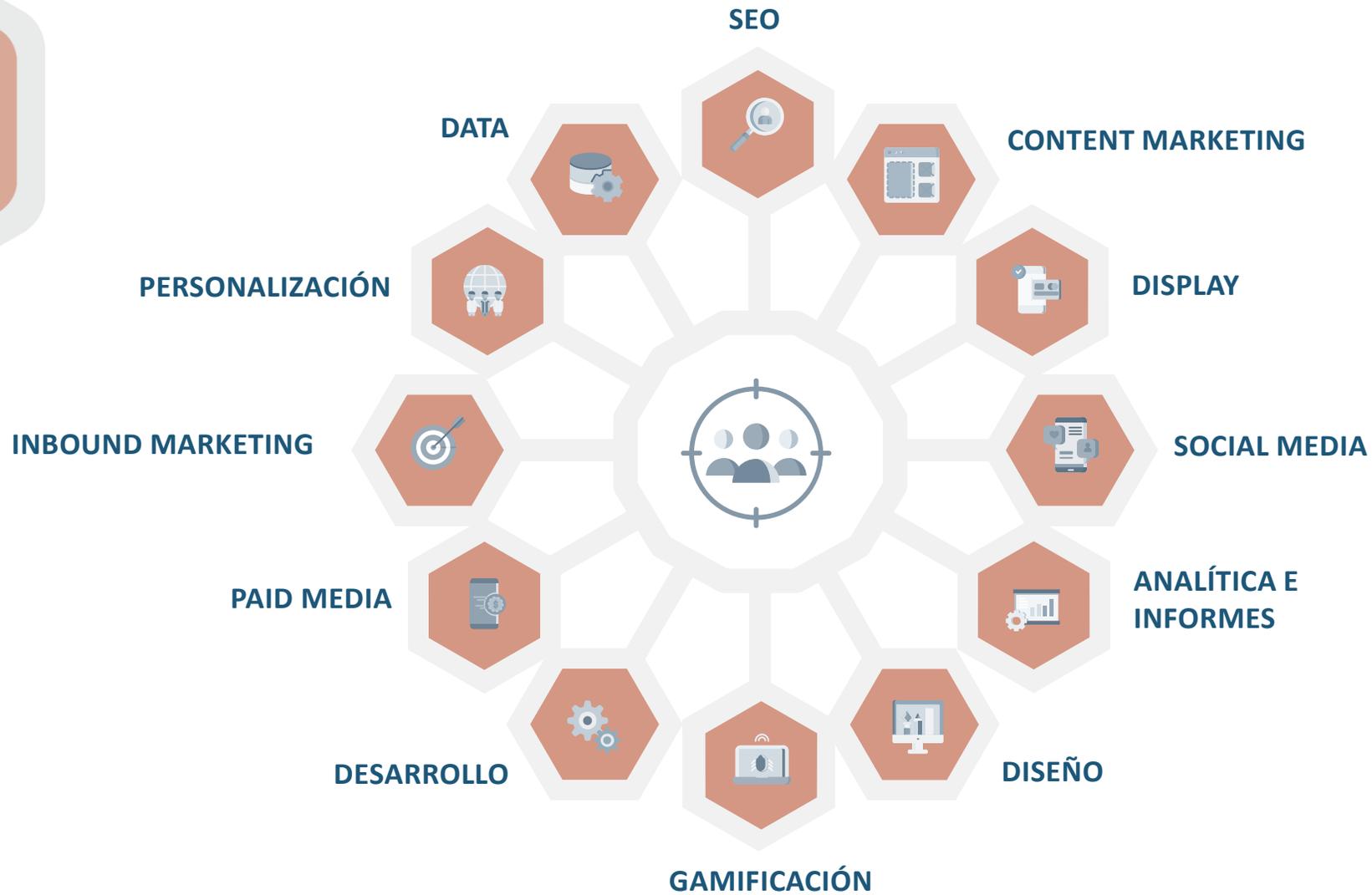
PARA DEFINIR OBJETIVOS JUNTOS

01 OBJETIVOS



FOCO EN EL OBJETIVO Y LOS USUARIOS

02
ACCIÓN



CAMPAÑAS DE IMPACTO MEDIBLES Y DEMOSTRABLES

SOMOS EXPERTOS EN GENERAR INTERÉS PARA **CONSEGUIR TUS OBJETIVOS**

03
RESULTADOS



NUESTRO OBJETIVO ES UNA **RELACIÓN DURADERA**
DONDE PODAMOS **CRECER JUNTOS**



CASOS
DE ÉXITO

OBJETIVO
ACCIÓN
RESULTADO

A woman with dark hair in a bun, wearing sunglasses, a colorful striped sweater, and blue jeans, is sitting on a stone ledge. She is looking down at her smartphone. In the background, a large cruise ship is visible, slightly out of focus. The scene is set outdoors near a body of water.

BALEARIA

OBJETIVOS

OBJETIVO 1

IMPACTO SOBRE UN
SEGMENTO DE
USUARIOS MUY
CONCRETO



OBJETIVO 2

GENERAR MARCA Y
VISIBILIZAR OFERTAS
EXPECÍFICAS EN
MOMENTOS PUNTUALES
PARA DETECTAR USUARIOS
INTERESADOS EN EL
PRODUCTO



OBJETIVO 3

BÚSQUEDA DE USUARIOS
AFINES A UN SERVICIO
CONCRETO

NOTORIEDAD, EXPOSICIÓN DE
MARCA E IMPACTO EN
DETERMINADAS REGIONES



OBJETIVO 4

CONOCIMIENTO DEL
IMPACTO DE MARCA EN
NUESTROS LECTORES





**CAMPAÑA DISPLAY
CON DATA**

4,5MM
IMPRESIONES

0,41%
CTR Medio

+200%
INCREMENTO VS SIN DATA
con el mismo formato



**BRAND DAYS
(FECHAS CLAVE)**

9MM
IMPRESIONES



**BRANDED
CONTENT**

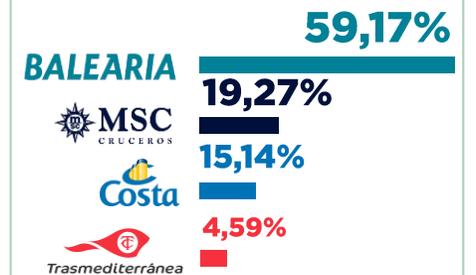
+ 16.000
LECTURAS

+ 3,5
MINUTOS
DE PERMANENCIA

+ 3.000
INTERACCIONES
EN RRSS



**ESTUDIO
IMPACTO
DE MARCA**





MAMÁS²

Guía para familias de dos mamás





OBJETIVO 1

DAR A CONOCER LA
PROPUESTA DE VALOR Y
CONSEGUIR SER
RELEVANTE PARA UN
**PÚBLICO OBJETIVO
NICHO**, DE UNA FORMA
CERCANA Y
**LOCALIZADA PARA
CADA UBICACIÓN.**



OBJETIVO 2

IMPACTAR A **USUARIOS
INTERESADOS EN EL
PRODUCTO**



OBJETIVO 3

GENERACIÓN DE
TRÁFICO CUALIFICADO
SOBRE UN
**MICROSEGMENTO DE
USUARIOS**





ACCION 1



BRANDED CONTENT AD HOC PARA CADA ZONA GEOGRÁFICA

¿Cómo elegir la mejor clínica de reproducción asistida?

A la hora de elegir un centro de fertilidad debemos tener en cuenta una serie de factores entre los que se encuentran una atención personalizada, que se apoye en la suma de experiencia, investigación y un equipo multidisciplinar de expertos, y los tasas de éxito.

¿Cuándo acudir a una clínica?



SALIDA A HOME

Website screenshot showing a Bissell advertisement for the Bissell CrossWave Pet Pro. The ad features a woman and a dog, with the text: "Elige la mejor clínica de reproducción asistida".

ACCION 2



RETARGETING A LECTORES

Website screenshot showing a retargeting advertisement for fertility treatment. The ad includes the text: "Financia gratis tu tratamiento de fertilidad" and "PlantVI contigo".

ACCION 3



NATIVE ADS CON DATA

- ✓ SALUD
- ✓ FERTILIDAD
- ✓ REPRODUCCIÓN ASISTIDA

News article snippet with a native advertisement for fertility treatment. The article title is "Diez heridos y decenas de desalojados en el incendio de un edificio en Xirivella". The ad includes the text: "Financia gratis tu tratamiento de fertilidad".

RESULTADOS

**BRANDED
CONTENT****19**CONTENIDOS AD-HOC
PARA CADA ZONA**23,5K UU**

LEYERON EL CONTENT

+3 MINPROMEDIO DE TIEMPO EN
LA PÁGINACPV **0,55€****RETARGETING****131K**

IMPRESIONES

0,35% CTR**+200%**INCREMENTO VS
SIN DATA
con el mismo formato**NATIVE ADS****530K**

IMPRESIONES

40%

VIEWABILITY



TXO GITXU

BASQUE GASTRONOMY

**OBJETIVO 1**

POTENCIAR LA NOTORIEDAD DE LA MARCA CON UN MENSAJE Y CONTEXTO ADECUADO A CADA TERRITORIO Y SUS DISTINTOS PERFILES DE PÚBLICO OBJETIVO (ALICANTE Y VALENCIA)

**OBJETIVO 2**

DETECTAR Y ATRAER USUARIOS CON INTERÉS EN LA CULTURA GASTRONÓMICA QUE PROMUEVE TXOGITXU

**OBJETIVO 3**

CONSEGUIR NUEVOS FANS DE LA MARCA

**OBJETIVO 4**

REPOSICIONAR LA MARCA HACIA EL CONSUMIDOR Y DAR A CONOCER EL NUEVO CANAL DE VENTA ONLINE



ACCIONES

- 01 BRANDED CONTENT AD HOC PARA CADA REGIÓN
- 02 ESTRATEGIA SEO DESDE LOS MEDIOS LOCALES
- 03 DINAMIZACIÓN EN REDES SOCIALES
- 04 CONCURSOS Y ENGAGEMENT EN REDES
- 05 PROMOCIÓN EXCLUSIVA PARA LECTORES
- 06 VIDEO-ENTREVISTAS
- 07 INFOGRAFÍA INTERACTIVA
- 08 RETARGETING A LECTORES
- 09 DISEÑO DE BANNERS DE ALTO IMPACTO RICH MEDIA
- 10 PIXELADO DE LA TIENDA ONLINE



RESULTADOS

**BRANDED
CONTENT AD
HOC PARA CADA
REGIÓN****3** CONTENIDOS
PERSONALIZADOS**95K**
LECTURAS**5,11 MIN**
PROMEDIO
PÁGINA**RETARGETING****300K**
IMPRESIONES**0,43%**
CTR**RRSS****250K**
ALCANCE**+18K**
INTERACCIONES**FUNNEL DE CAMPAÑA**

ALCANCE

631.151CLICK-THROUGHS
Views de Artículo + Clics en los
Display + Interacción RRSS**114.437**INTENCIÓN DE COMPRA
Páginas vistas en el e-commerce de
TXOGITXU por nuestros lectores**4.385**



helloauto



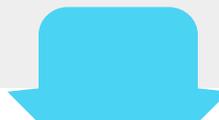
OBJETIVO 1

POTENCIAR LA VISIBILIDAD DE MARCA Y DAR A CONOCER EL PRODUCTO EN CADA TERRITORIO Y SUS DISTINTOS PERFILES DE PÚBLICO OBJETIVO.



OBJETIVO 2

ESTABLECER NUEVAS VÍAS DE COMUNICACIÓN DE MÁS NATURALES Y MENOS INTRUSIVAS.



OBJETIVO 3

DETECTAR Y ATRAER USUARIOS CON INTERÉS EN LA SOLUCIÓN DE MOVILIDAD QUE OFRECE HELLO AUTO



OBJETIVO 4

ALTA DIFUSIÓN DE SU PROPUESTA EN LOS TERRITORIOS ELEGIDOS



ACCIONES

ACCION 1

ACCION 2

ACCION 3

ACCION 4

CAMPAÑA DE CONTENT EN LAS 4 CABECERAS DIGITALES

- STORY-TELLING ADECUADO A LOS OBJETIVOS.
- OPTIMIZACIÓN SEO EN BASE A LAS PALABRAS CLAVE
- INCLUSIÓN DE ENLACES
- VÍDEOS, INFOGRAFÍAS Y RECURSOS GRÁFICOS
- GAMIFICACIÓN
- PROMOCIÓN EXCLUSIVA PARA LECTORES



INSERCIÓN DE PIXEL EN EL SITE DEL CLIENTE



CAMPAÑAS DE RETARGETING

desde **9,99€** /mes

CALCULA AHORA



DINAMIZACIÓN DEL CONTENIDO EN RR.SS



**CAMPAÑA DE
CONTENT**

+ 25K UU

LEYERON EL
CONTENIDO

+5 MIN

PROMEDIO DE
TIEMPO EN LA
PÁGINA

0,14€

COSTE POR VIEW



RETARGETING

0,20%

CTR

LEADS MUY
CUALIFICADOS

60%

VIEWABILITY



TRÁFICO

522

USUARIOS
INTERACTUARON
CON LA
CALCULADORA

339

LEADS

CPL > 10€



LELO

PLEASURE OBJECTS



HUB CONTENIDOS

OBJETIVO 1

POTENCIAR LA MARCA CON UN MENSAJE Y CONTEXTO ADECUADO A CADA TERRITORIO Y SUS DISTINTOS PERFILES DE PÚBLICO OBJETIVO.

A purple megaphone icon inside a purple arrow pointing downwards.

OBJETIVO 2

ESTABLECER NUEVAS VÍAS DE COMUNICACIÓN ORGÁNICA QUE PERMITA LLEGAR A CLIENTES LOCALES DE FORMA NO INTRUSIVA.

A pink icon of a person with a speech bubble, inside a pink arrow pointing downwards.

OBJETIVO 3

DETECTAR Y ATRAER USUARIOS, ESTANDO PRESENTES EN LOS DIFERENTES PUNTOS DEL FUNNEL DE COMPRA

A pink icon of a lightbulb with a person inside, inside a pink arrow pointing downwards.

OBJETIVO 4

GENERACIÓN DE TRÁFICO CUALIFICADO A SU E-COMMERCE Y FOMENTO DE LA CONVERSIÓN A VENTA

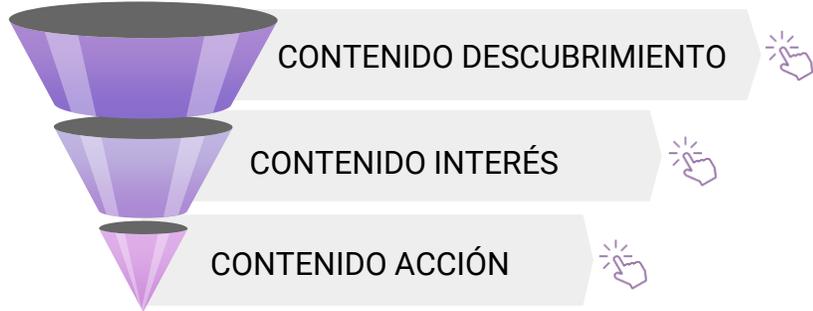
A blue icon of a shopping cart, inside a blue arrow pointing downwards.

ACCIONES

ACCION 1



CREACIÓN DE HUB DE CONTENIDOS EN LAS 7 CABECERAS DIGITALES



ACCION 2



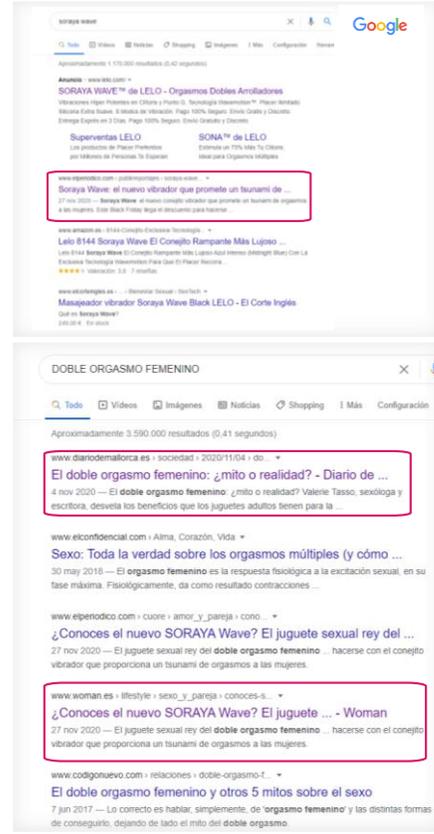
DINAMIZACIÓN DEL CONTENIDO EN RR.SS



ACCION 3



ACCIÓN SEOMARCA



ACCION 4



CAMPAÑA NATIVE





CAMPAÑA DE 3 CONTENT FUNNEL EN LAS 7 CABECERAS DIGITALES

+ 170K

LECTURAS DEL CONTENIDO

+7.800

CLICS DIRECTOS

0,12€

COSTE POR VIEW MEDIO



DINAMIZACIÓN DEL CONTENIDO EN RR.SS

90K

ALCANCE

+185K

IMPRESIONES



ACCIÓN SEO MARCA

Control optimo de posiciones y keywords



CAMPAÑA NATIVE

0,87%

CTR

600K

IMPRESIONES

5.200

CLICS

BE solutions

Pedro Muñoz Seca, 4
28001 Madrid
Tel. (+34) 91 436 37 70

Consell de Cent, 425 - 427
08009 Barcelona
Tel. (+34) 93 265 53 53

Email: informacion@pi360.es

 PRENSA
IBÉRICA