



CTV: Connected TV
En El Mundo Del Fashion
Datos, Aplicación y derribando mitos

FASHION
ONLINE





Ronny Groisman S.

Chief Commercial Officer (CCO)
Rem Media & Consulting



<https://www.linkedin.com/in/ronny-groisman-sobocki/>



ronny@remmediaconsulting.com



+56 9 8188 2132



Agenda

- 01** ¿Que es CTV?
- 02** ¿Cómo Funciona?
- 03** Capacidad de Segmentación
- 04** CTV en Latam
- 05** Data
- 06** CTV en Fashion
- 07** Aplicación del CTV en Fashion
- 08** ¡Gracias!

Qué es CTV

Connected TV (CTV) se refiere a los **dispositivos que se conectan a Internet y emiten contenido de vídeo.**

Incluyen las Smart TV, dispositivos de transmisión como Amazon Fire TV o Roku, y consolas de videojuegos.

Todo esto nos permite tener las métricas que la TV tradicional no tiene e integrarlo a la estrategia digital



¿Cómo funciona?

Realizamos campañas publicitarias a través de la compra de inventario dentro de los distintos **dispositivos y plataformas de reproducción streaming**, lo que permite impactar a la audiencia con publicidad **antes de comenzar a jugar en su consola o consumir contenido en su canal de Streaming favorito.**

ROKU

Apple tv

 chromecast

ViX

androidtv




XBOX

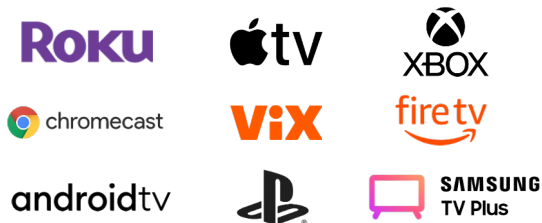
fire tv


 **SAMSUNG**
TV Plus

pluto 

Capacidad de Segmentación

1. Por plataforma



2. Por tipo de contenido

Categorías de contenido populares:

- Historia
- Comedia
- SCI-FI
- Documentales
- Superhéroes
- Anime

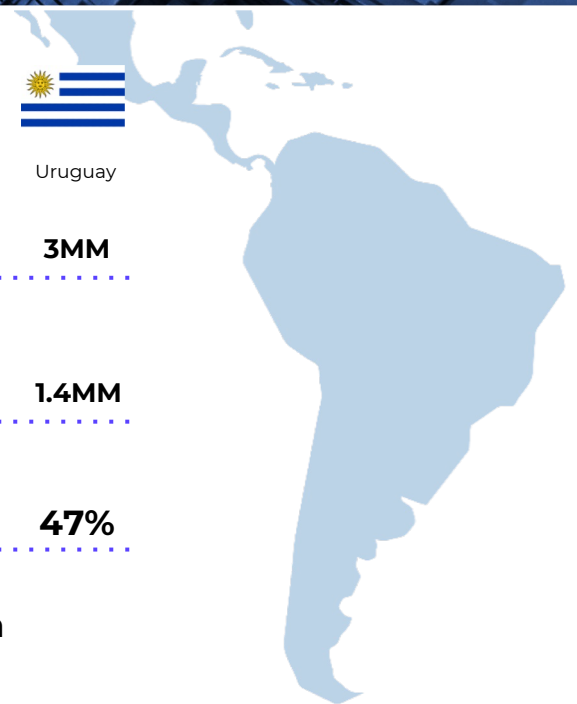
3. Por demografía

- Género
- Edad
- Localización
- Dispositivo

4. Por intereses

- ... que compren en línea
- ... que viajan
- ... que tengan automóvil

CTV in Latam



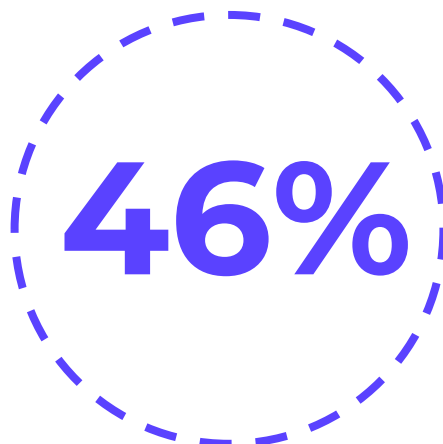
							
	Brasil	México	Colombia	Perú	Chile	Ecuador	Uruguay
Usuarios con internet	167MM	98MM	30MM	24MM	17MM	15MM	3MM
Usuarios de CTV	81MM	49MM	14MM	10MM	9MM	7MM	1.4MM
Alcance estimado	48%	50%	46%	41%	52%	47%	47%

Promedio superior al **47% de alcance** sobre la población con acceso a internet en la región



88%

88% de los
Latinoamericanos
encuestados
**consumen Streaming
TV cada semana.**



46%

46% de los
encuestados declaró
que se sienten
cómodos viendo
**publicidad para
acceder a contenidos
gratuitos.**



29%

29% de los
espectadores en
Latam **buscó online
un producto que vió
publicitado en CTV.**

Formatos Disponibles

In-stream

Formato que permite hacer publicidad integrada dentro de otro de vídeo

- **Pre-Roll:** el anuncio aparece antes del video original.
- **Mid-Roll:** el anuncio aparece en la mitad del video.
- **Post-Roll:** el anuncio se muestra al final del video.

Out-stream

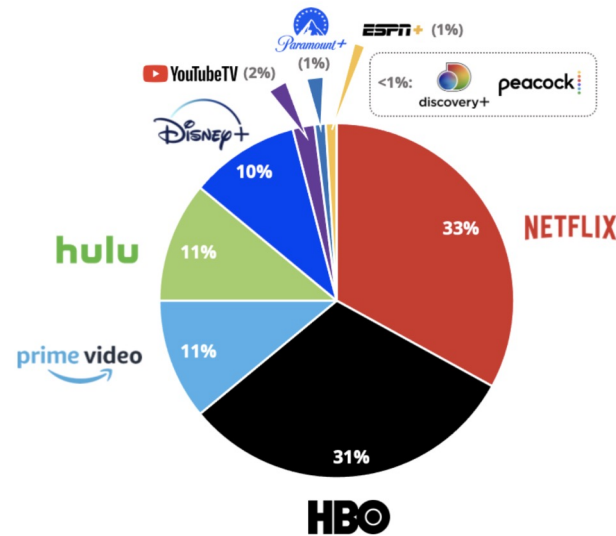
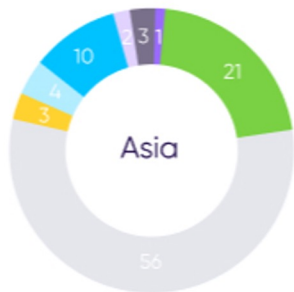
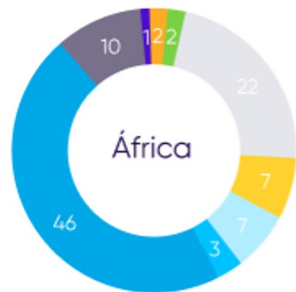
Formato de publicidad de video que no requiere de un reproductor de video, puede reproducirse por sí solo dentro de páginas web de contenido escrito

- **Interstitial:** Video en pantalla completa utilizado en aplicaciones móviles. Aparecen en las pausas naturales; por ejemplo, cuando el usuario termina una fase del juego.
- **In-banner:** Anuncios llamativos en banners en forma de video. Suelen incluir subtítulos ya que, se reproducen automáticamente sin sonido.
- **In-read:** El video se reproduce una vez es visible un 50% del mismo para garantizar el máximo engagement. El sonido se activa con un toque.

Datos CTV En Fashion

- El 2023 cerró con un 120% de crecimiento la inversión de la industria en CTV a nivel global (EE.UU y Asia son los actores más relevantes hasta entonces).
- Trabaja estrategias de Awareness y Conversión también.
- Tasas de finalización de avisos superiores a otros canales digitales.
- Ofrece “Outfit” en función de tus gustos.
- Anuncios de 30 segundos convierten promedio un 24% más que lo del 60 segundos, ideal ser capaz de llegar a los 15 segundos con el mensaje clave.
- Segmentar usuarios/audiencias activas (fidelizar) vs nuevas audiencias.
- Limita la frecuencia en promedio de industria a 3. (ROI).

Las más vistas



Panasonic TV ● Linux ● LG TV ● Chromecast ● AppleTV ● Android TV ● Amazon Fire TV ●
 Other ● Xbox ● Vizio TV ● Sony ● Samsung TV ● Roku ● PlayStation ● Philips TV ●

Aplicación de CTV en Fashion

- Menos es más -> Tiempos, lenguaje, creatividad
- Buscar Complementos -> Productos, audiencias, programación
- A/B Testing
- Medio complementario, no es único
- Buscar interacción “En Vivo”
- Probadores virtuales ; Sustentabilidad
- “Personal Shopper” segmentado

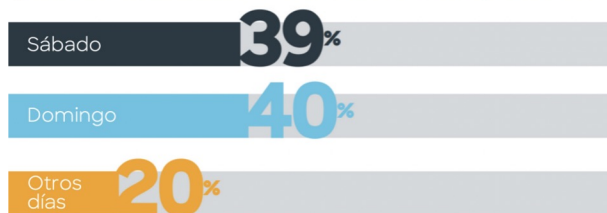
¿Sabías que el **43%** de los internautas de Chile son **espectadores de Connected TV?**

6.8 millones de personas aproximadamente



NOTA : EN ALGUNOS HOGARES CON CTV SE UTILIZAN UNO O MÁS DISPOSITIVOS

¿Qué día de la semana miran “más” contenido CTV los espectadores?



¿Los espectadores están dispuestos a pagar por el contenido?





Ronny Groisman S.

Chief Commercial Officer (CCO)
Rem Media & Consulting



<https://www.linkedin.com/in/ronny-groisman-sobocki/>



ronny@remmediaconsulting.com



+56 9 8188 2132

¡Gracias!





CTV: Connected TV
En El Mundo Del Fashion
Datos, Aplicación y derribando mitos

FASHION
ONLINE

