

La Mobile Experience può mettere le ali.

Fabio Cacciatore
Creative&Strategic Director

fcacciatore@beintoo.com

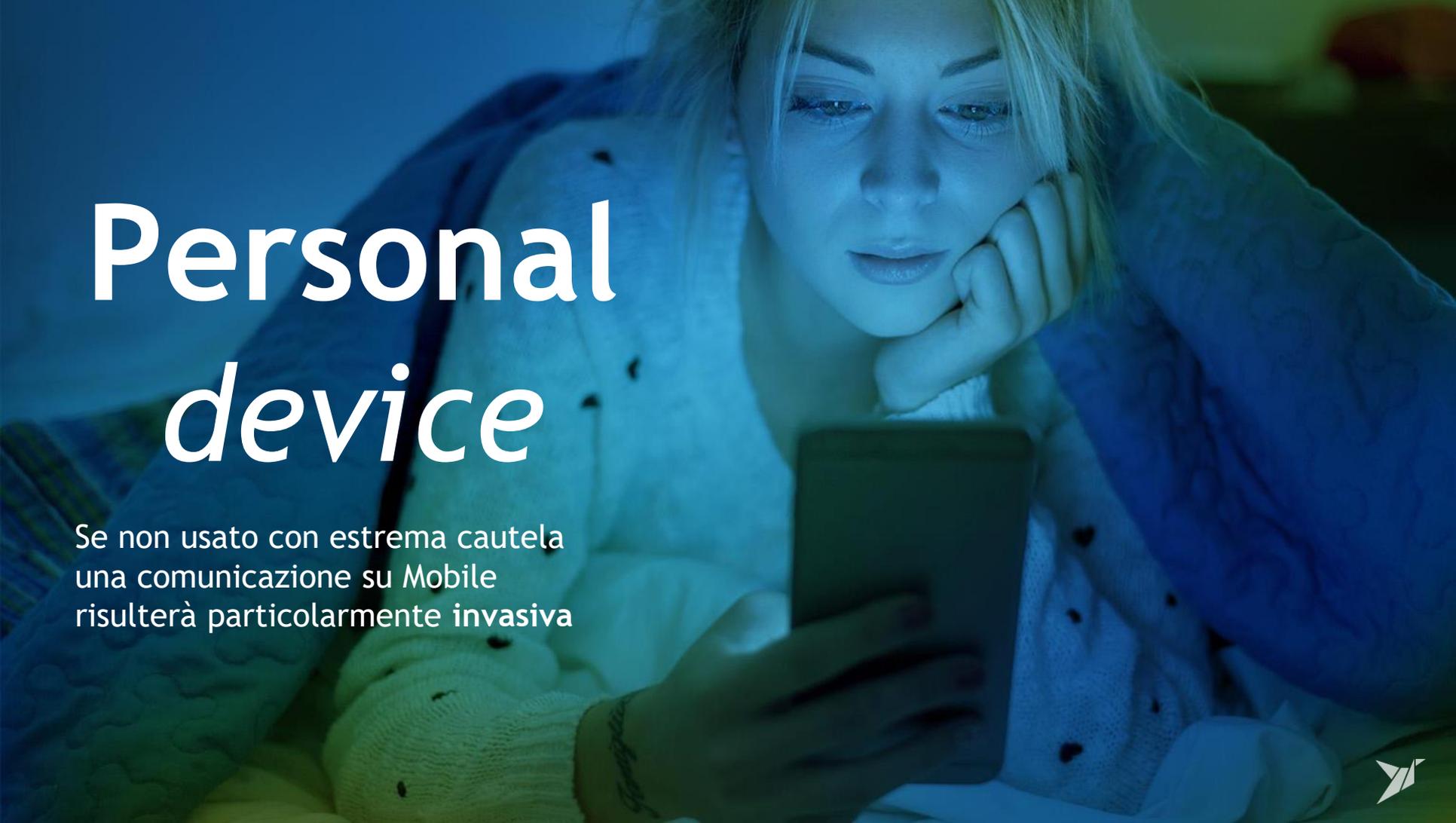
beintoo.com

 [fabio_cacciatore](https://www.instagram.com/fabio_cacciatore)

beintoo 
Business Through Mobile.

Il mobile non è un fine, ma un mezzo
che ci permette di conoscere gli utenti.





Personal *device*

Se non usato con estrema cautela
una comunicazione su Mobile
risulterà particolarmente invasiva



53%

dichiara di usare Internet
su un dispositivo mobile
*«per riempire pause
e tempi morti della
giornata».*

ricerca ipsos media



digital mobile lifestyle

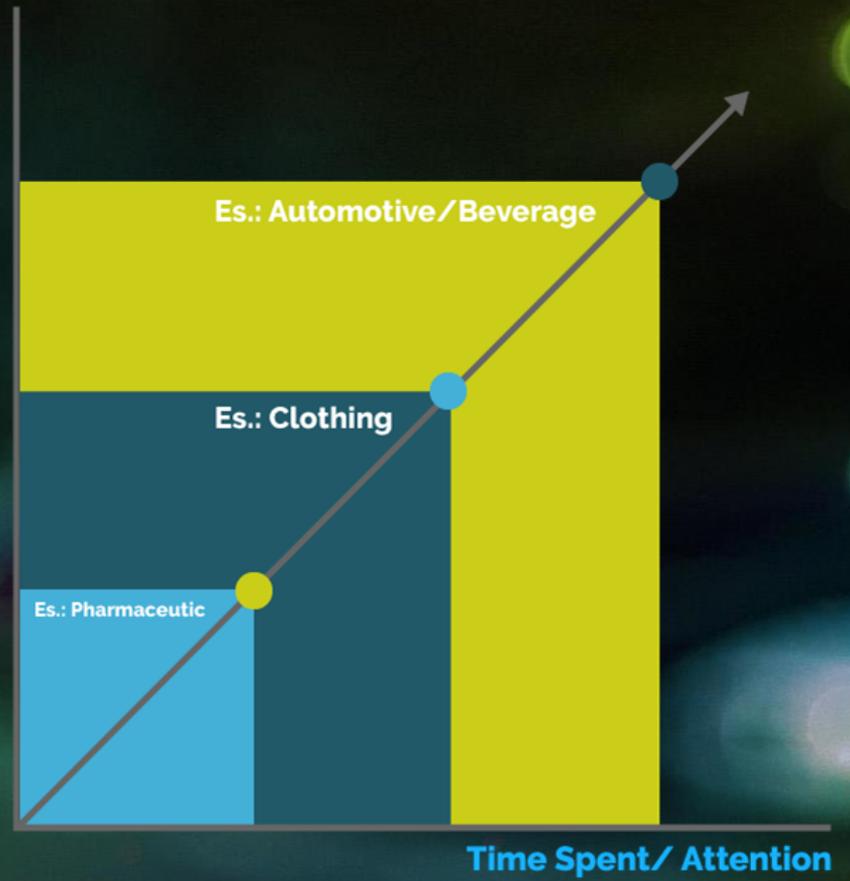
Interstizialità.

attimi transitori, precari, destinati a subire
una brusca interruzione



Quanto tempo è
disposto a concedermi
l'utente?

Love Mark/ Brand Reputation



3/7”

è il time spent
di una campagna
di successo.



Comunicare sui Mobile Device
è come pattinare sul ghiaccio.

**La salvezza
è la velocità.**





LESS IS MORE

GREAT VISUAL

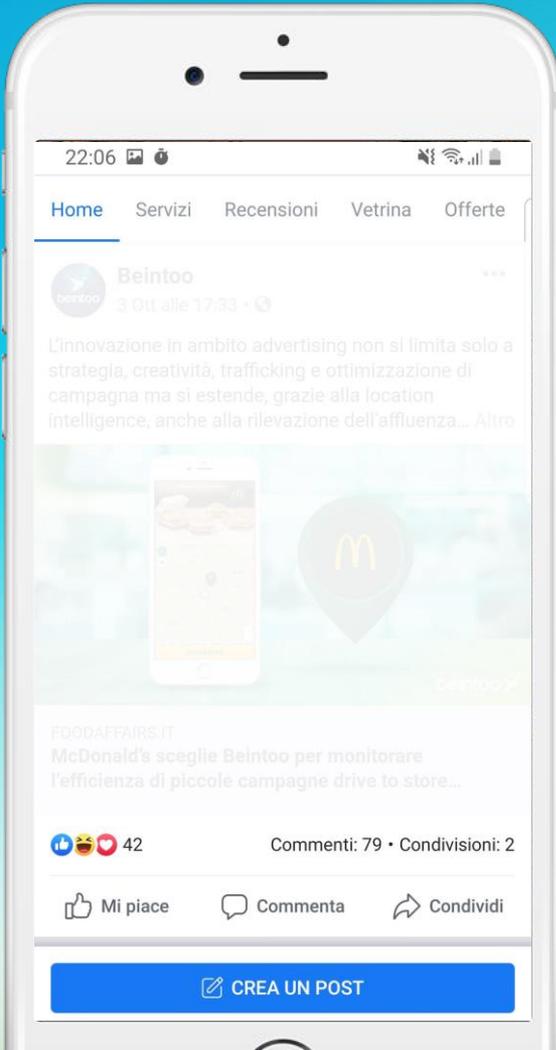
- Visualizziamo le immagini prima del testo.
- Le immagini tendono ad essere ricordate più a lungo rispetto ai testi







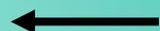
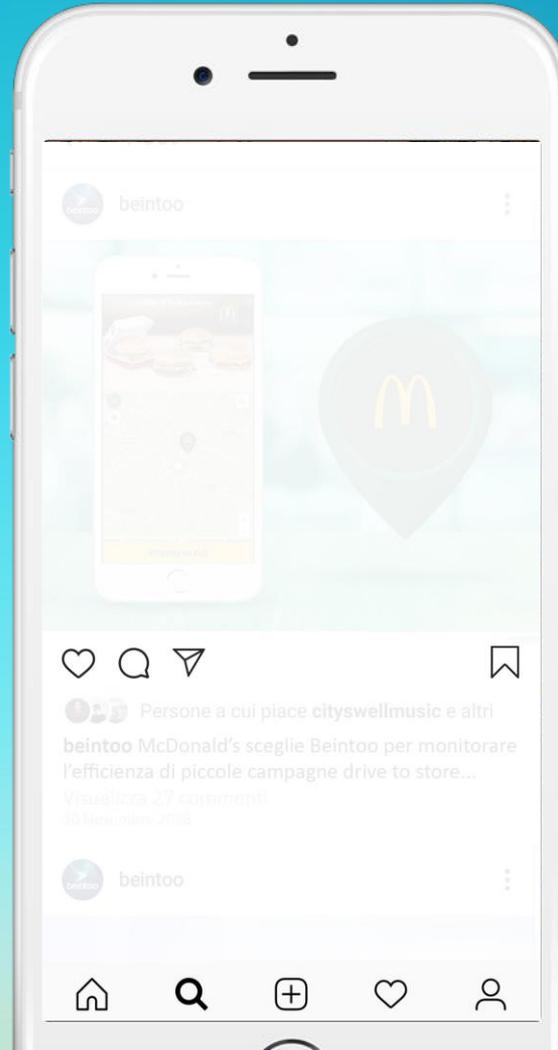
Testo



vs



Icone



7”

Engage Conference è l'evento annuale organizzato da Engage per analizzare i grandi temi della pubblicità e della comunicazione digitale. Si terrà presso l'auditorium dello IULM tra le maggiori e più moderne conference hall a Milano, è ubicato in via Carlo Bo 7 a Milano.

10”

ENGAGE CONFERENCE È L'EVENTO ANNUALE ORGANIZZATO DA ENGAGE PER ANALIZZARE I GRANDI TEMI DELLA PUBBLICITÀ E DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE. SI TERRÀ PRESSO L'AUDITORIUM DELLO IULM TRA LE MAGGIORI E PIÙ MODERNE CONFERENCE HALL A MILANO, È UBICATO IN VIA CARLO BO 7 A MILANO.



Ordine di Lettura



**Come valuteresti la qualità
del Mobile Adv in Italia?**

Come valuteresti la qualità del Mobile Adv in Italia?



Mooooooooolto
migliorabile

migliorabile

accettabile

piacevole

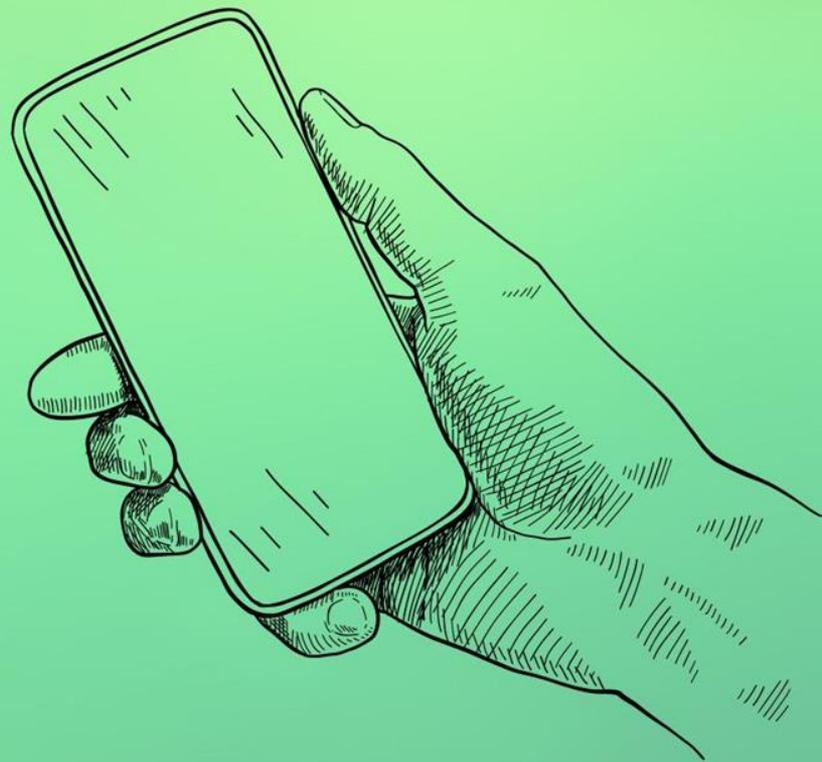
figata
pazzesca



mission:

Portare
ad un nuovo livello il

*Mobile
Advertising*



HOW





1. Selected Users



Promettente
tennista,
frequenta solo
ristoranti healthy.

In dolce attesa
frequenta store
di prima infanzia
ed ispirazioni per
la cameretta

Giornalista
Appassionat
a di cinema
e teatro.

Vuol cambiare auto
Lo scorso week-end ha
frequentato 3 diverse
concessionarie auto.

Costumista, alla
ricerca di nuovi
outfit presso
store fashion



Socio/Demo

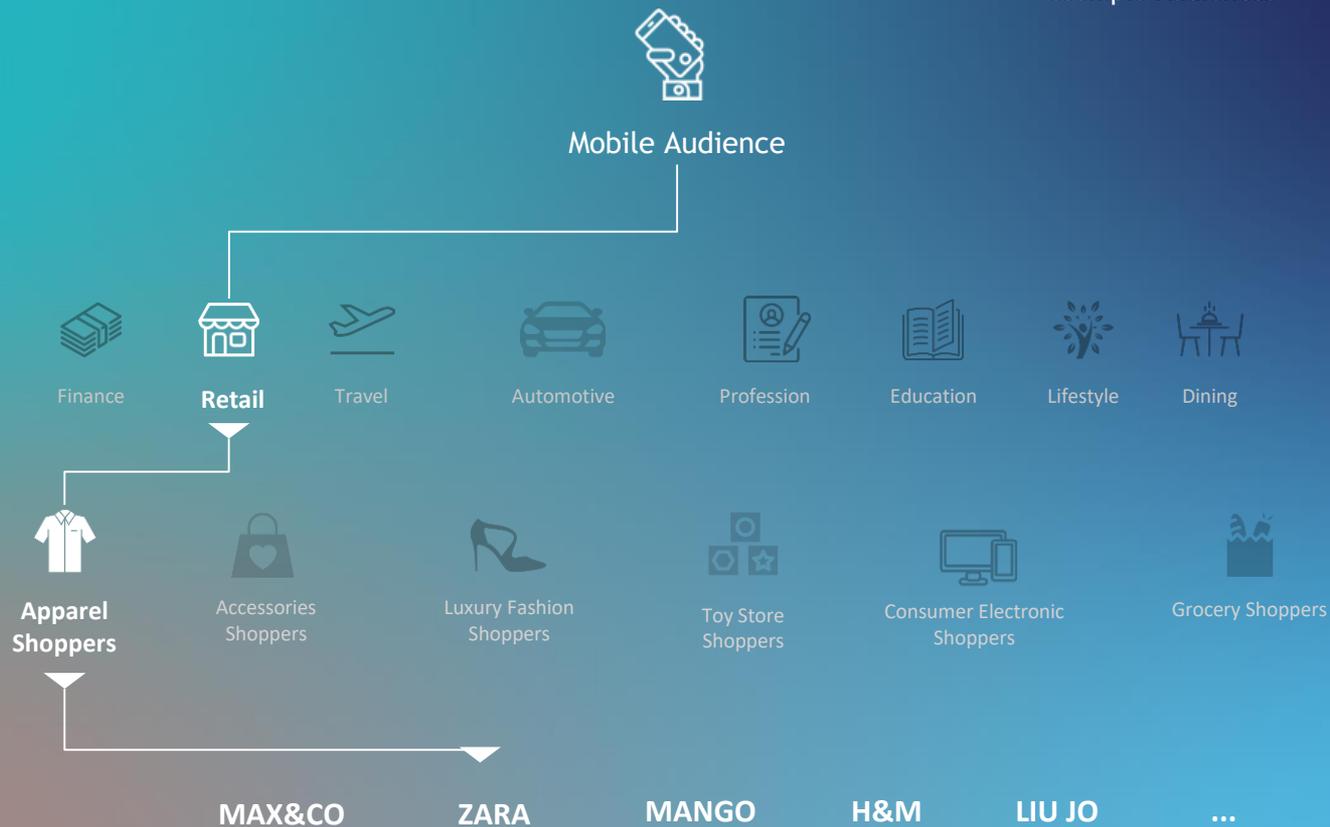
Data Collection

L'anima offerta da Beintoo è una SDK proprietaria in grado di tracciare e collezionare ogni giorno i dati comportamentali offline di milioni di utenti, attraverso la rilevazione del segnale di localizzazione dei loro smartphone.



D
A
T
A

Come analizziamo i dati:
esempio Audiences



Presunzione
di conoscenza

*“sai chi sono, pertanto
fammi vedere solo cose
di mio interesse!”*





Mobile Ads: ~~prodotto display~~ strumento Dinamico & Interattivo

*che si forma a seconda del soggetto,
del momento, e del contesto.*



1. Dynamic Content

i big data possono offrire soluzioni interessanti



Context Aware



Weather Targeting

*mineral water
campaign simulation*





*mineral water
campaign simulation*



Sun Delivery



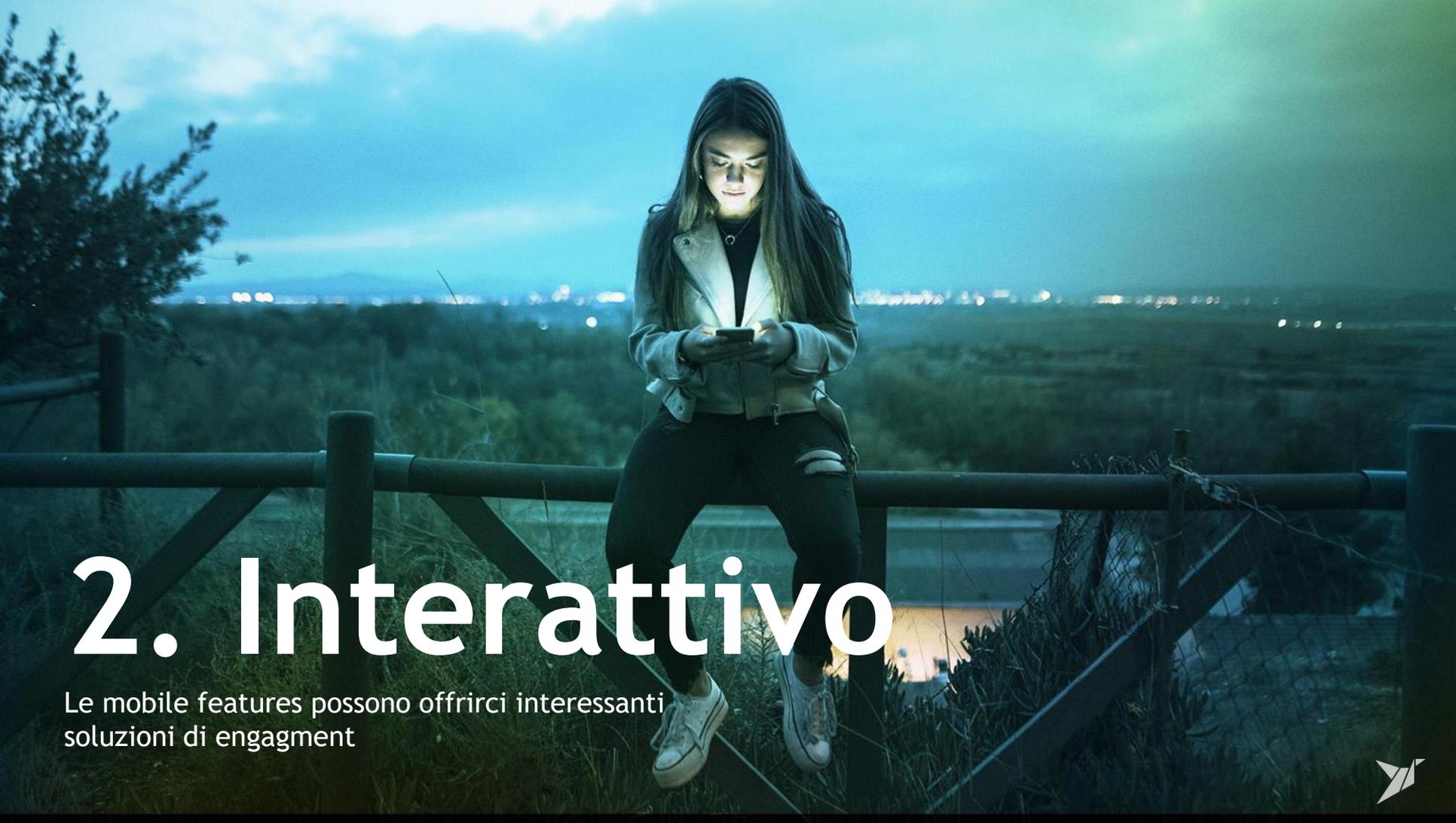


*mineral water
campaign simulation*



Rain Delivery





2. Interattivo

Le mobile features possono offrirci interessanti soluzioni di engagement





Mobile Features



MOBILE IS MORE



Mobile is more
Engaging





Mobile is more
Immersive

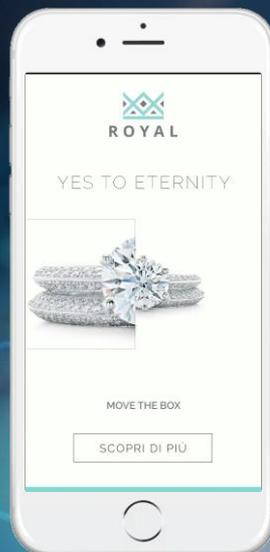




Mobile is more
Pleasurable



Le features degli smartphone permettono infinite soluzioni creative per campagne di Mobile Advertising ad alto impatto



MOBILE IS MORE

Right
Audience

+

MESSAGE

Immersive

Engaging

Pleasurable

=

MOBILE CAN BE MORE MEMORABLE

If used on right way



La Mobile Experience può mettere le ali.

Fabio Cacciatore
Creative&Strategic Director
fcacciatore@beintoo.com

beintoo.com



fabio_cacciatore

beintoo 
Business Through Mobile.