

LIWALL

IN SHOP

LIWALL

IN SHOP



Para conocer nuestra Política Comercial : <http://www.publiesp.es/otrosmedios/tvoutdoordigital>

AWAKENING YOUR SENSES

IWALL conecta las marcas con el consumidor cuando está en modo OCIO y SHOPPING, con actitud relajada, positiva y receptiva a los mensajes.

CONNECTING EMOTIONS

Seducir, impactar y emocionara la audiencia de exterior a través de los sentidos, en el momento y lugar idóneos, lo más cerca posible de la decisión de compra.

WE CREATE MEANINGFUL EXPERIENCES

En IWALL tratamos de contar historias de forma atractiva, diferente e interactiva, creando EXPERIENCIAS DE USUARIO que aumentan el recuerdo de marca.

GIVING TOOLS TO HELP BRANDS TO CREATE USER EXPERIENCE

IWALL se presenta como una nueva experiencia innovadora de MALL & RETAIL ADVERTISING, con tecnología integradora que aúna las ventajas de la televisión, exterior, social media, mobile y marketing de proximidad.

AUDIENCE, THE MOST IMPORTANT

Los centros comerciales fomentan la experiencia de compra, contando con una AUDIENCIA CAUTIVA receptiva a los mensajes. IWALL selecciona las mejores ubicaciones dentro de cada centro para que formen parte del recorrido del cliente, buscando la REPETICIÓN DEL MENSAJE a lo largo de su estancia.

El circuito IWALL es SEGMENTABLE para conseguir el target más adecuado para cada campaña, utilizando criterios geográficos, demográficos, horarios e incluso de comportamiento.

NUESTROS
CIRCUITOS



RED CENTROS COMERCIALES

Planificación semanal con posibilidad de segmentación horaria, diaria y a nivel de centro comercial.

El bucle está compuesto por videos de 10 segundos que comparten una media de 8 anunciantes.

PROPUESTA DE VALOR



TECNOLOGÍA INTEGRADORA

Monitoreamos las campañas en tiempo real a través de nuestro software.

APOYO CREATIVO

Ayudamos a crear piezas impactantes basadas en nuestra experiencia de más de 8 años para generar experiencias de marca diferenciadoras.



MULTITARGET

Nuestro circuito contempla Centros Comerciales de todos los segmentos para mayor cobertura.



SONIDO DIRECCIONAL Circuito de audio con hipersonido de alta definición que permite incorporar efectos especiales, música, etc.



SOCIAL MEDIA Campaña que combina la comunicación standard de iwall con interacción y repercusión en diversas redes sociales.



INTERACCIÓN GESTUAL Uso de botones virtuales o áreas sensibles para poder interactuar con la creatividad o visualizar nuevos contenidos.



SOCIALWIFI Campaña que combina la comunicación standard de iwall con interacción y repercusión en diversas redes sociales.



MARKETINGOLFATIVO Comunicación mediante la experiencia aromática que permite la asociación entre olor y marca. El objetivo principal es aumentar el nivel de engagement con el usuario.



INTERACCIÓN TÁCTIL Directorios táctiles con wayfinding



REALIDAD AUMENTADA Realidad aumentada 3D e interacción mediante movimientos naturales. El usuario puede interactuar con producto o elementos generados por ordenador en tiempo real en el entorno del usuario y que aparecen en el iwall.



ESTUDIO DE MERCADO



- PRINCIPALES CONCLUSIONES ESTUDIO HAMILTON EN UNA MUESTRA DE CC IWALL

ESTUDIO DE MERCADO

SE RECUERDAN UNA MEDIA DE 2,7 CAMPAÑAS.

LA PUBLICIDAD EN PANTALLAS EN UN C.C.
AYUDA A UN **28,5%** A DECIDIR EN LA
COMPRA

LA MEDIA DE VISITA MENSUAL A UN C.C. ES
DE 4,3 VECES/MES

14%

HEAVY USER

(más de 1 vez/semana)

42%

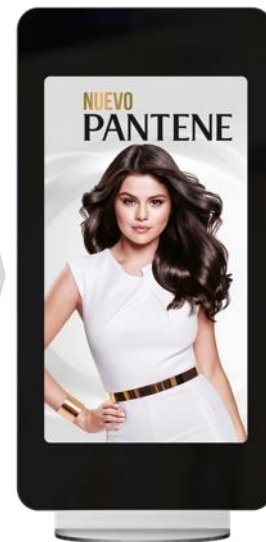
MEDIUM USER

(de 2 a 4 veces/mes)

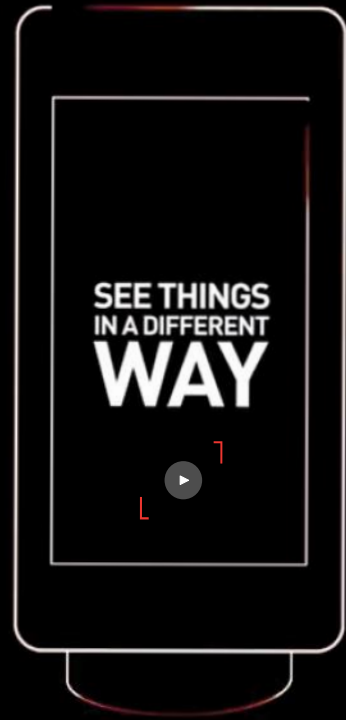
44%

LIGHT USER

(1 vez al mes o menos)



- PRINCIPALES CONCLUSIONES ESTUDIO HAMILTON EN UNA MUESTRA DE CC IWALL



SEE THINGS
IN A DIFFERENT
WAY

