

L'EVOLUZIONE DELL'ADVERTISING MULTI DEVICE:

***Hic Mobile integra la comunicazione offline di Deichmann
con il display advertising su mobile in un circuito di stazioni ferroviarie***

Milano, 23 febbraio 2018 - Per la recente **campagna pubblicitaria Deichmann**, la "Party Collection" by Maddalena Corvaglia Hic Mobile ha attuato – in un selezionato numero di stazioni ferroviarie – una perfetta integrazione del **mobile** con i media pubblicitari outdoor.

La campagna Deichmann incentrata su una nuova collezione di calzature per i momenti di festa selezionata da Maddalena Corvaglia – che è stata la testimonial del brand per questa capsule collection – e declinata su affissioni e monitor, grazie alle tecnologie e alle soluzioni innovative di Hic Mobile ha potuto raggiungere i viaggiatori anche all'interno delle stazioni coinvolte e sui binari, mentre attendevano il treno, guardando il proprio smartphone. Banner con diversi soggetti rimandavano alla landing page dell'e-commerce dove era possibile effettuare direttamente l'acquisto.

Grazie al retargeting geo-referenziato, Hic Mobile è infatti in grado di mappare con precisione l'area di ogni stazione e raggiungere così gli utenti in transito via mobile con annunci display via app. Riuscendo a profilare gli utenti – per lingua, per fascia di età e addirittura distinguendo tra viaggiatori che si trovano sui binari o nelle zone adiacenti – **Hic Mobile ha potuto intercettare il target di interesse: donne dai 18 ai 45 anni, interessate a fashion, shopping e lifestyle.** Tre flight di annunci mobile pianificati solo dalle 14 alle 19 hanno centrato l'obiettivo di portare nuove consumatrici al sito di e-commerce Deichmann. Lo smartphone si è rivelato il media vincente perché i tempi di attesa nelle stazioni sono sempre lunghi e in queste pause i pendolari amano utilizzare le loro app preferite. L'annuncio display arriva, dunque, in un momento di svago in cui sono più propensi a riceverlo.

“Per Deichmann abbiamo realizzato un geo-fencing molto accurato solo all'interno di un circuito di stazioni selezionate, assicurando un'integrazione perfetta tra mezzi tradizionali e mezzi online”, commenta Max Willinger, Co-Founder di Hic Mobile. “In questo modo DEICHMANN ha potuto amplificare notevolmente la resa della campagna, raggiungendo anche un target di persone che, pur trovandosi all'interno di una stazione, non guardano le affissioni e i monitor ma sono più concentrate sul loro smartphone. Gli ottimi risultati ottenuti - con valori di CTR (Click-through-Rate) ben al di sopra della media di mercato – sono stati la logica conseguenza del fatto che il target era stato perfettamente delineato”.

A proposito di Hic Mobile.

Fondata nel 2013 da **Max Willinger** ed **Enrico Majer**, Hic Mobile si posiziona ai massimi livelli di specializzazione nel mercato dell'advertising digitale. Forte di un'expertise impareggiabile in materia di geo-localizzazione e profilazione degli utenti, Hic Mobile mette a disposizione del mercato **il più grande network geolocalizzato d'Italia**. Grazie alle partnership con una ventina dei più importanti player tecnologici, tra Ad Network, Ad Exchange, DSP e piattaforme di RTB nazionali e internazionali, la società aggrega oggi **il miglior traffico mobile disponibile, raggiungendo una portata di oltre 300 milioni di click e 45 miliardi di impression al mese**. Puntando su innovazione, affidabilità e forte propensione a gestire le sfide più complesse, Hic Mobile - con una crescita composta del 70% annuo - è oggi uno dei più autorevoli interlocutori italiani per grandi aziende, network pubblicitari e centri media.

Per ulteriori informazioni: www.hicmobile.com

PR&Press: AD MIRABILIA

Tel. +39 02 4382191 hicmobile@admirabilia.it

Contatto: Clara Zambetti

T. +39 02 4382 1957 M. +39 7997522