**l’evoluzionedell'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 festaselezionata 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 recepirlo.

*“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 composita 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*](http://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