



VIDEO

CROSS PLATFORM



Mobile y video Son el “must” en la publicidad Digital

Son segmentos que crecen
muy rápidamente.



COLOMBIA EN 18-44= 20M

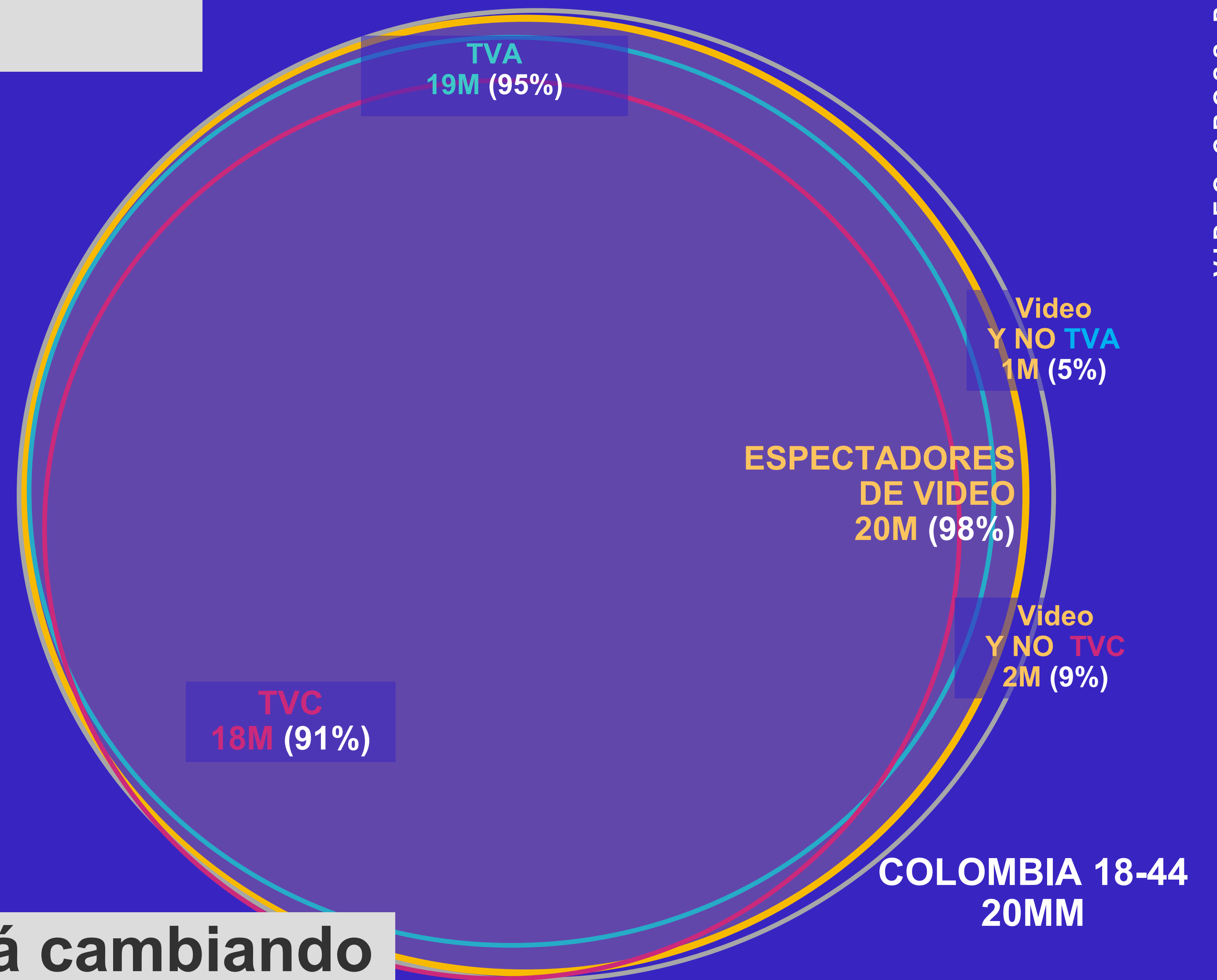
OLV= 98%

TVA= 95%

TVC= 91%

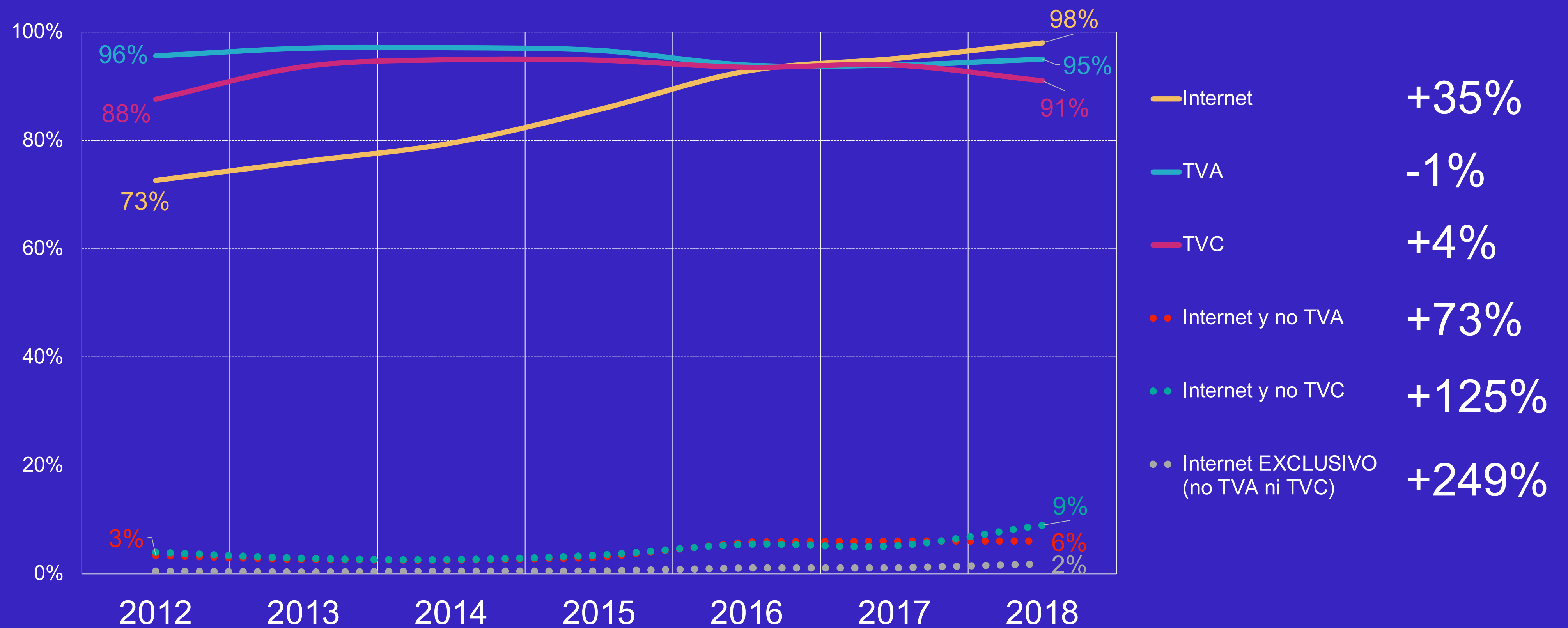
**9% MIRA OLV
PERO NO TVC**

**5% MIRA OLV
PERO NO TVA**



El ecosistema de medios está cambiando

POCO A POCO, CADA VEZ HAY MÁS CONSUMIDORES DE INTERNET QUE NO MIRAN TV.

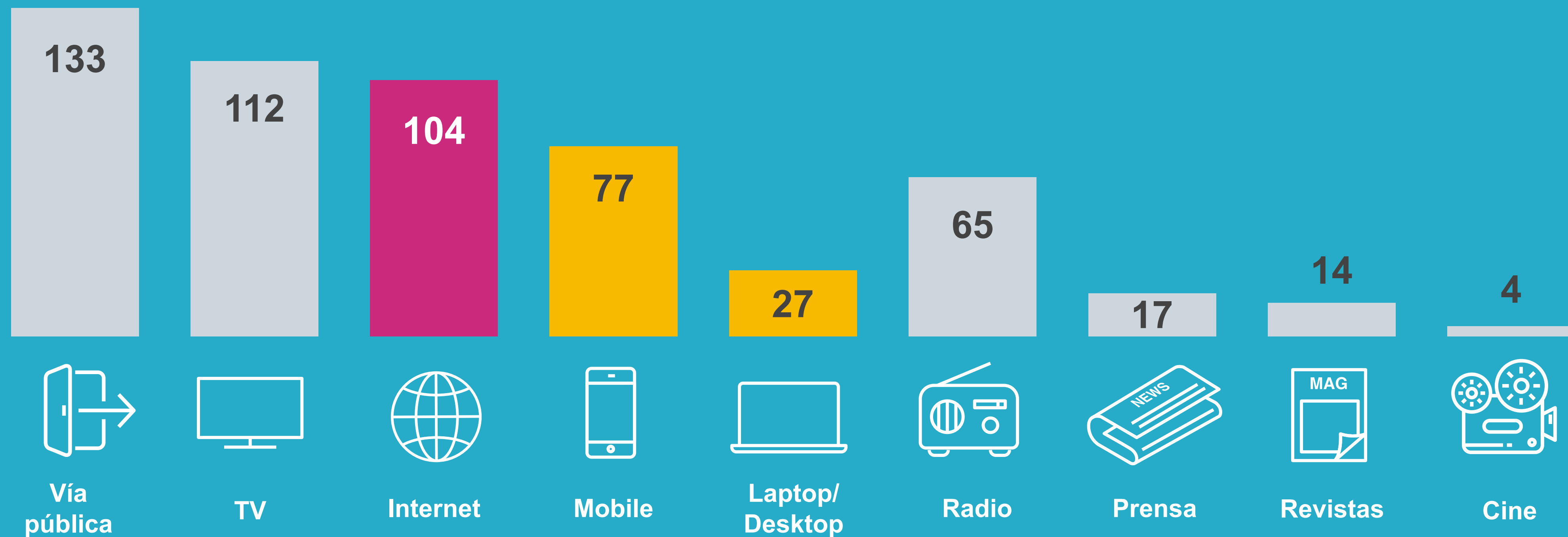


**La sala de estar
moderna
está conectada a
múltiples
dispositivos**



En el 2020, el tiempo diario consumido en Internet será más del 90% que el consumido en TV

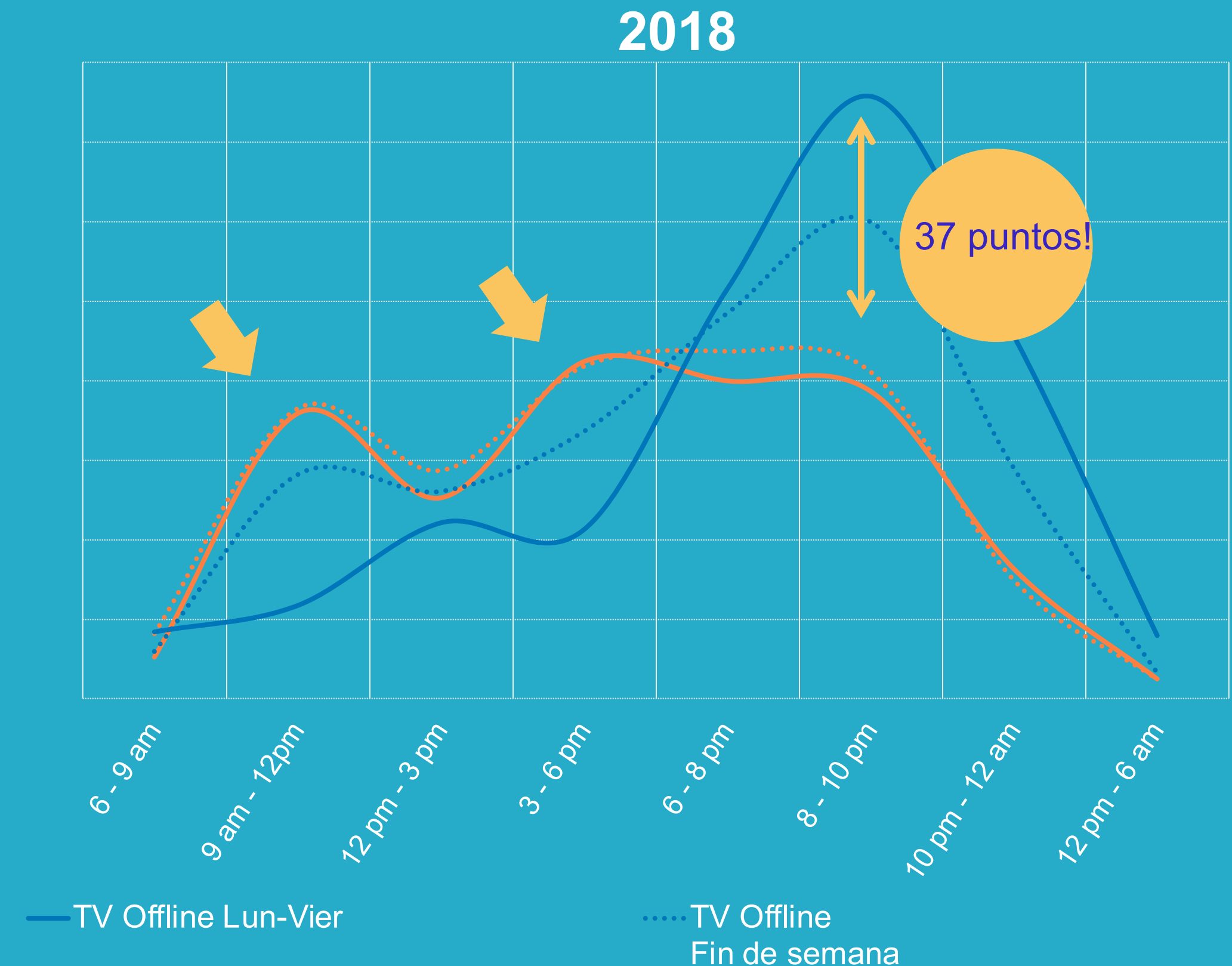
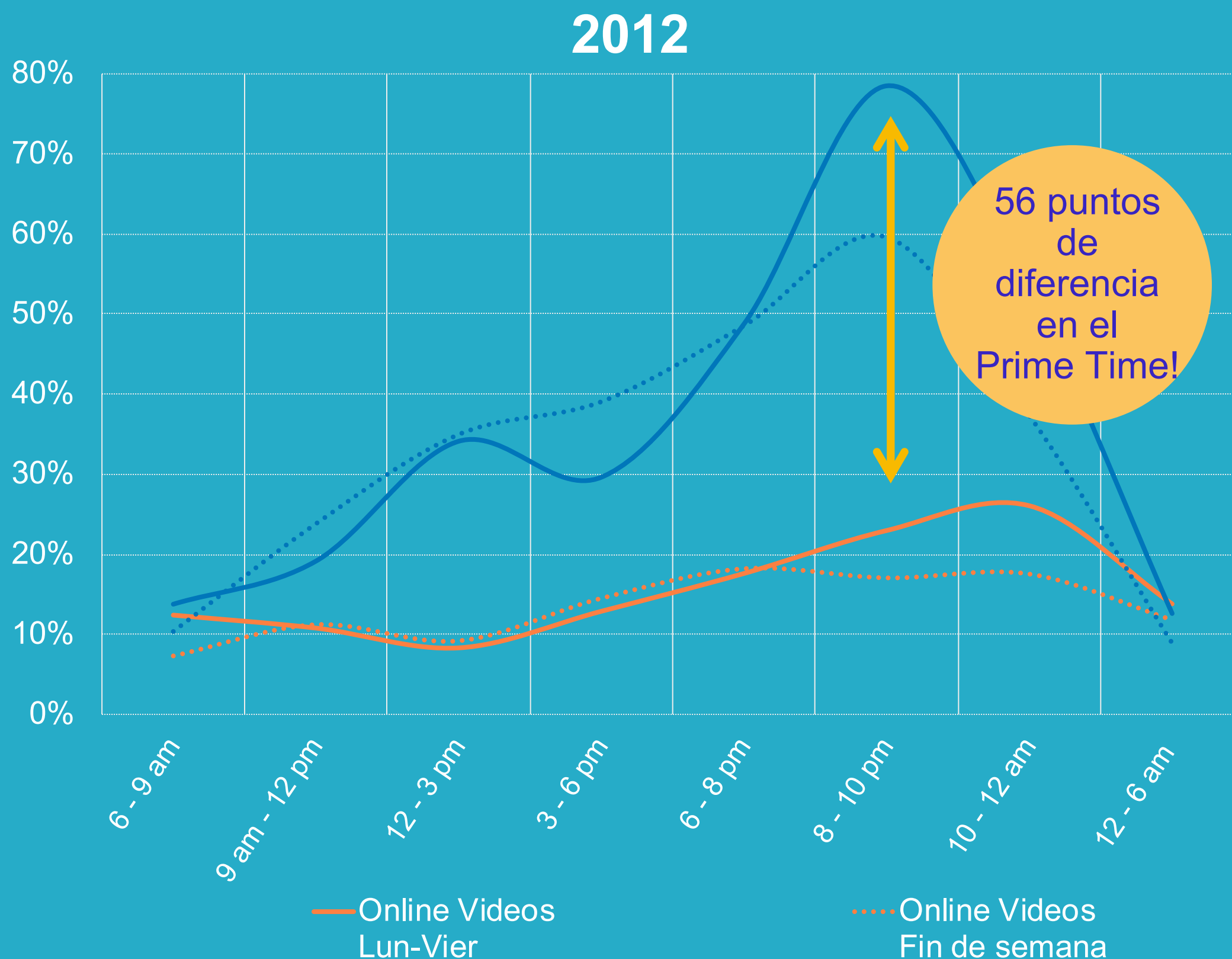
Tiempo promedio diario consumido en medios en LatAm en el 2020 (minutos)



DURANTE EL DÍA, LOS VIDEOS ONLINE SON LOS PREFERIDOS EN EL CONSUMO AUDIOVISUAL.

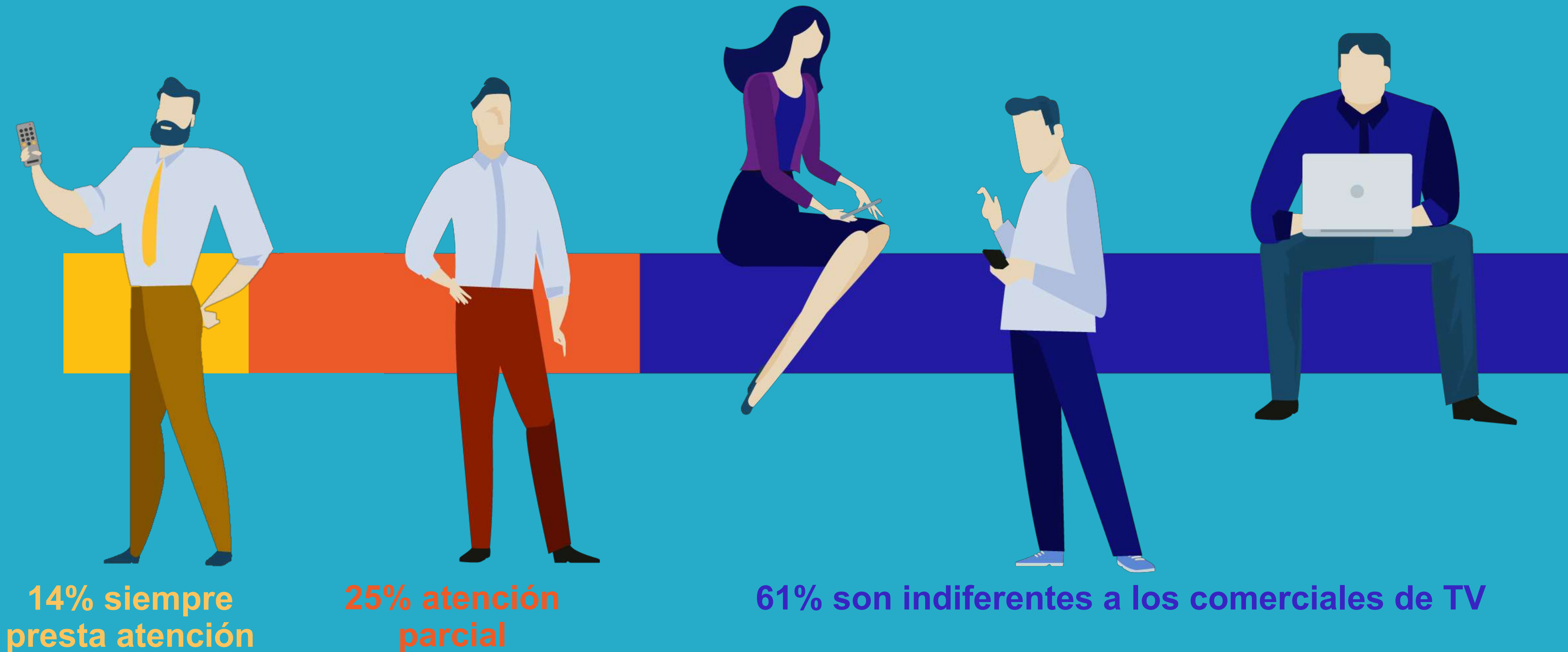
Además, se acorta la brecha en el prime time.

PERIODO DEL DÍA DONDE SUELEN VER **VIDEOS** Y **TV OFFLINE**



LA ATENCIÓN A LOS MEDIOS ESTÁ ATOMIZADA

86% NO PRESTA ATENCIÓN A LOS COMERCIALES DE TV



POR ESO, LOS CONSUMIDORES ESTÁN MÁS INVOLUCRADOS CON MEDIOS DIGITALES

Esta métrica es calculada analizando el consumo del target vs. el uso promedio general.

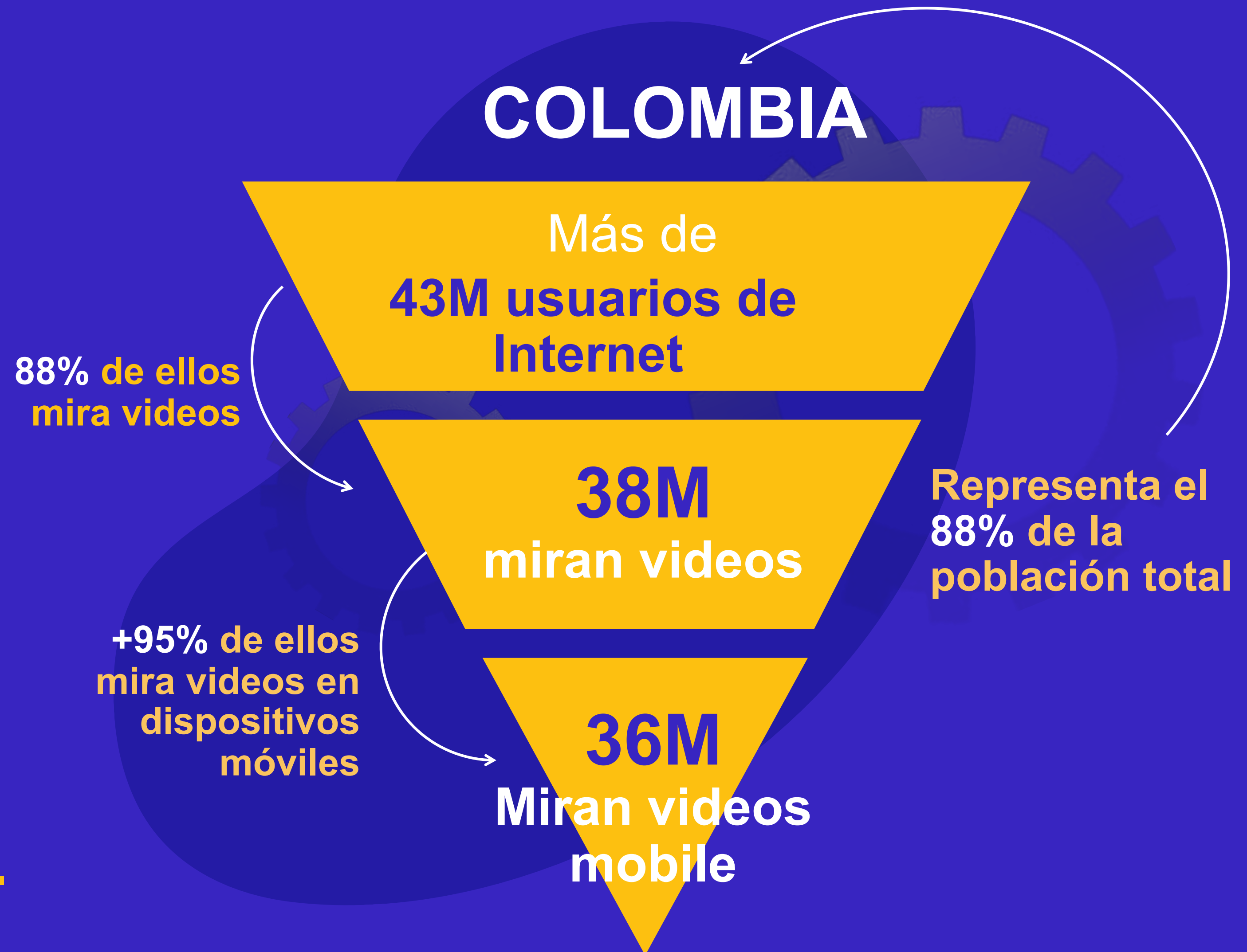


VIDEO ONLINE: TODO ES MOBILE



95%

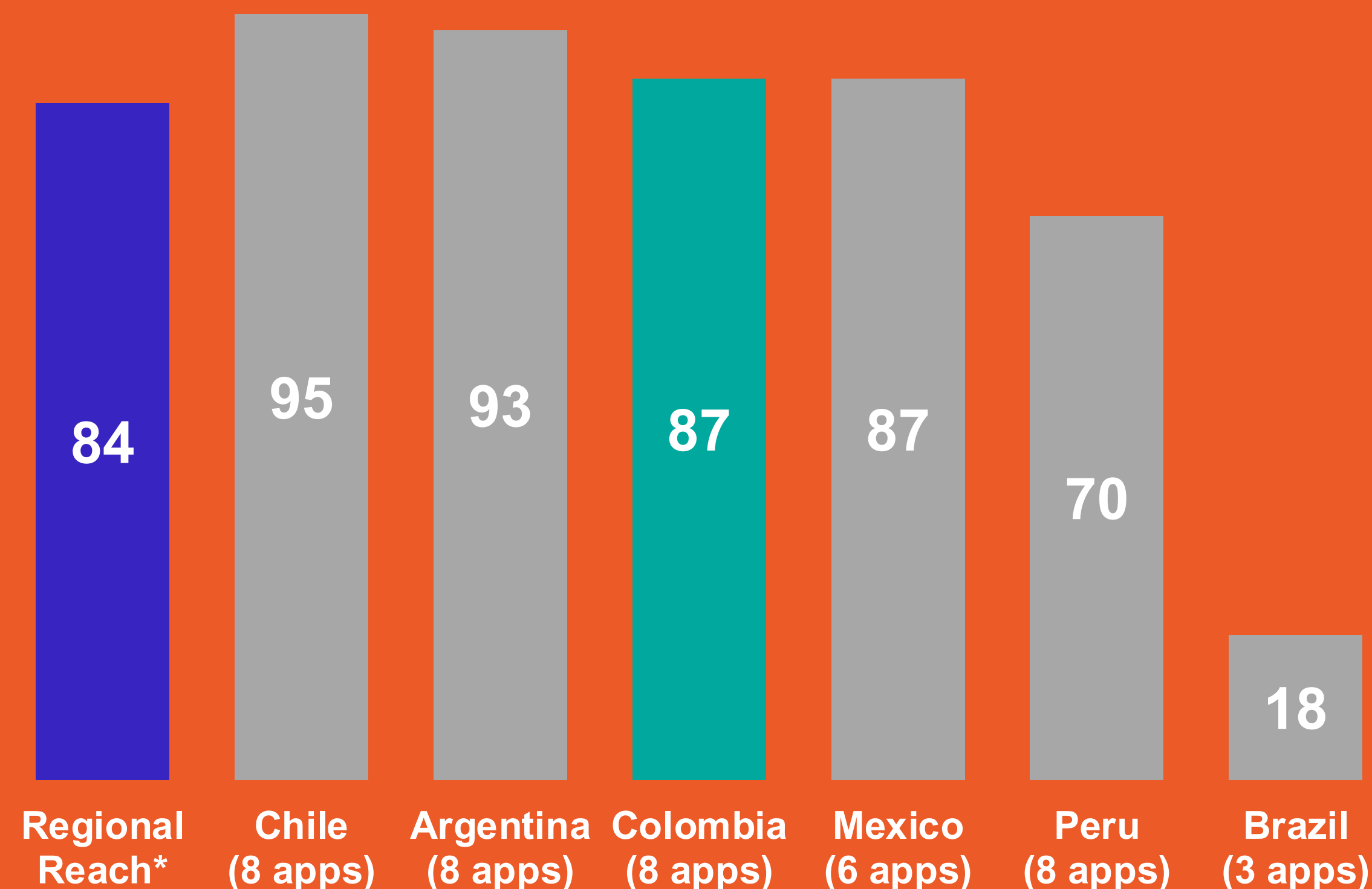
DE LOS QUE MIRAN VIDEO LO HACEN A TRAVÉS DE SU MÓVIL.



IMS tiene el potencial
de alcanzar al

87%

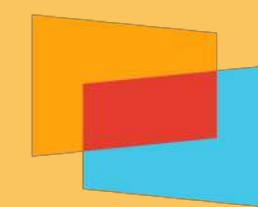
De la población
conectada en Colombia
con la combinación de
sus plataformas



Eso hace a IMS

El 2do jugador
más importante
en publicidad de
video en Latam

Based on



comscore

EL CONSUMO DE DISPOSITIVOS MÓVILES ES PRINCIPALMENTE EN APPS

El 97% del tráfico mobile es a
través de aplicaciones.

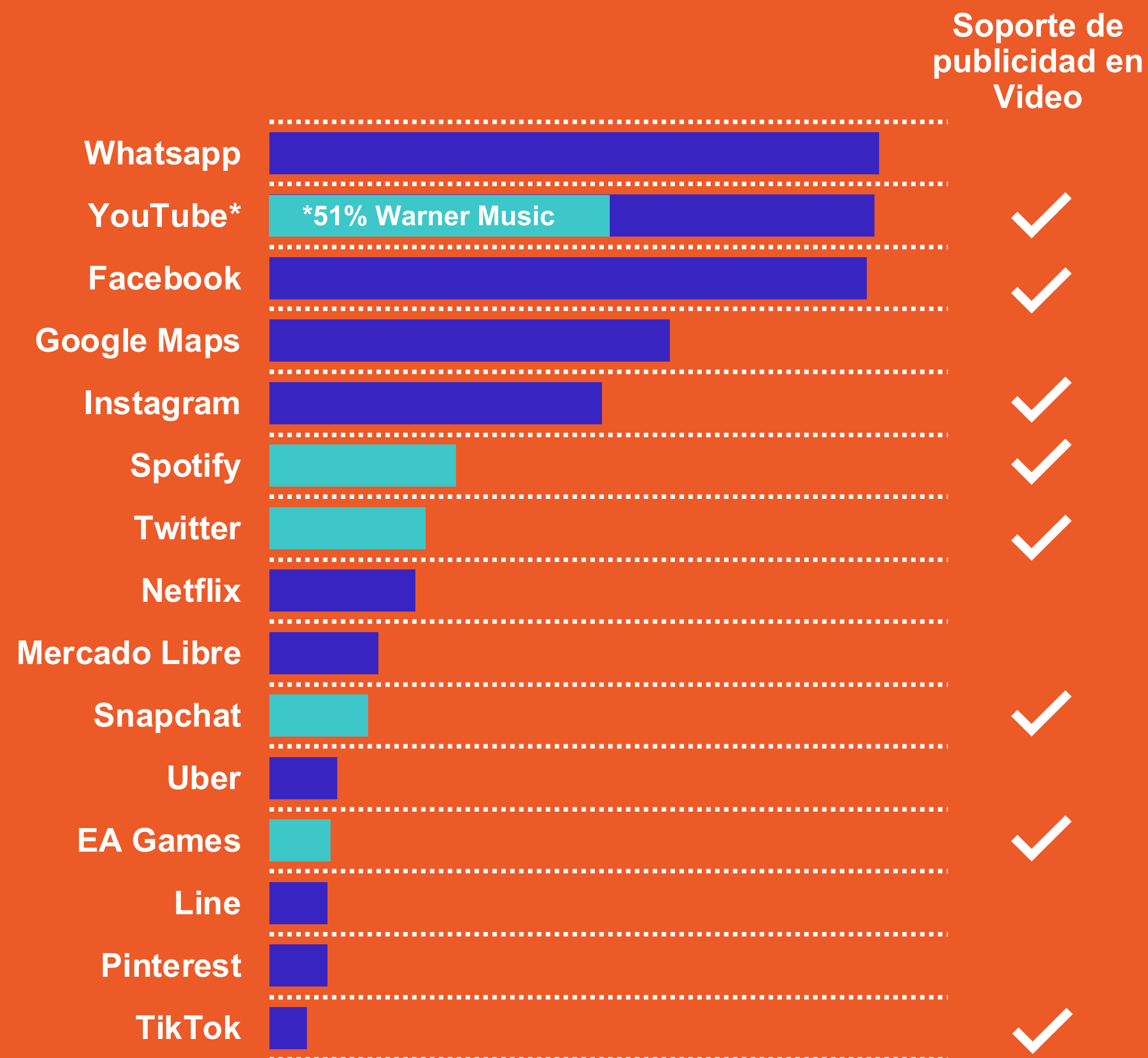




REACH DEL TOP 15 EN APPS

5 de 8 apps con
soporte de video son
partnes de IMS

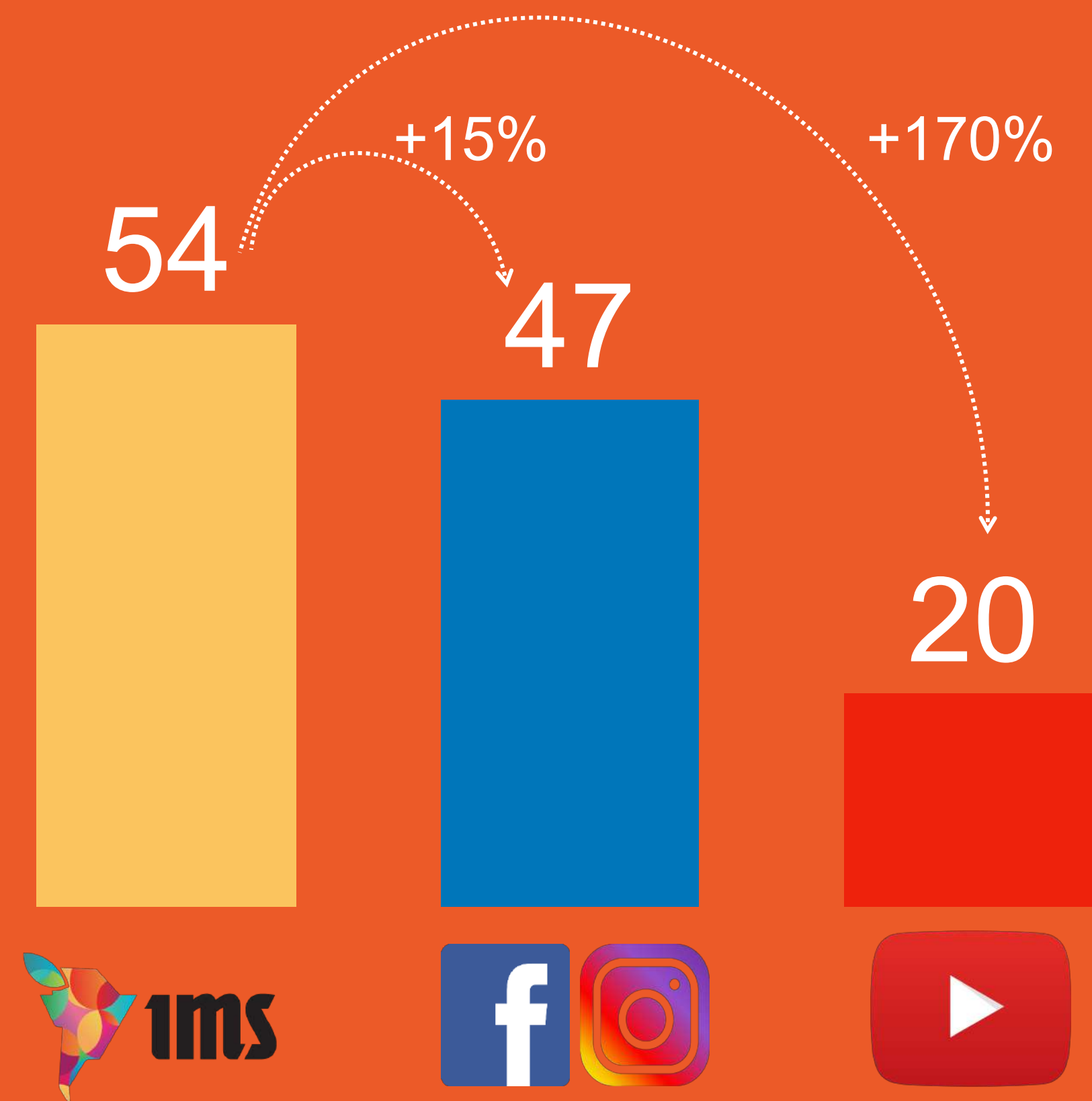
**IMS es jugador #1 en
oferta de video mobile**



30%

de los minutos
totales que se pasan
en mobile son de
plataformas de IMS

**IMS es el jugador #1 en tiempo
de consumido en mobile (con
plataformas de video)**



MINUTOS POR DÍA EN MOBILE

Con un GRAN EXTRA



Alto estándar:
Viewability



Alto estándar:
Brand Safety



Mejores resultados
Tráfico válido
(human traffic)



Contenido
Premium



Rápida
construcción
de Reach





ALTO ESTANDAR: VIEWABILITY

Aunque el 60% de la pauta online **no es “viewable” en Latam**, IMS excede esta métrica en 47%.
90% de nuestros avisos son “viewable”.



ALTO ESTÁNDAR: BRAND SAFETY

La mayoría de nuestras plataformas **require registro inicial**. Además, el contenido está clasificado como “explicito” en las apps de música, pudiendo derivarlos a una blacklist si lo deseas)



MEJORES RESULTADOS EN TRÁFICO VÁLIDO

Solo el 0,12% del tráfico de IMS es inválido. Mejoramos la métrica regional en más de un +1.000%.



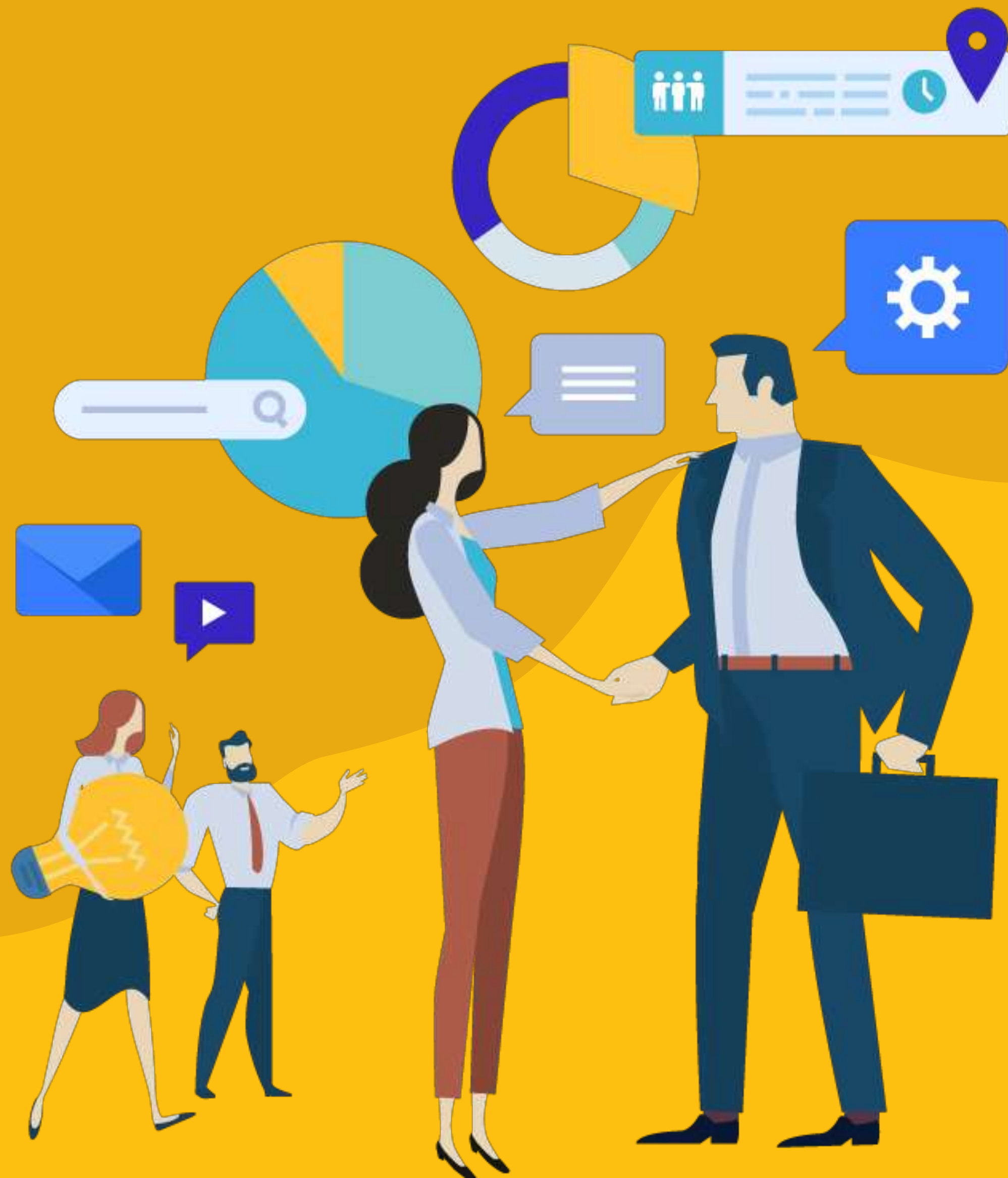
CONTENIDO PREMIUM

Podemos ser **asertivos en los intereses de un determinado target**.
Nuestras plataformas cuentan con contenido de artistas top, juegos, ejecutivos de empresas, etc.



CONSTRUCCIÓN RÁPIDA

88% de nuestra audiencia potencial es alcanzada en una semana.



**IMS TIENE
UNA SOLUCIÓN
PARA CADA
NECESIDAD**



MÁXIMO ALCANCE

El *consumer journey* completo en tus manos



REACH INCREMENTAL

Alto reach, bajo costo, con rápida construcción



PREMIUMNESS EN TARGET:

Calidad donde consumidores están realmente conectados



 	- Rich Media Interstitial - In App Rewards Video
	- Pre-Roll (10-30") - Native Video
	Sponsored Video
	Snap Ads
	- Video Sponsored Session - Video Takeover Everywhere
	Pre-Mid Roll
	Video Card
	- Sponsorship-Skippable - Rotational-Skippable - Sponsorship-Non Skippable - Rotational-Non Skippable

18-44

Total Reach
49%

Total TRPs
381

10.7M
de uniques viewers

Reach Digital
76%

TRPs Digitales
593

18-34

	• Pre-Roll (10-30") • Native Video
	• Sponsorship-Skippable • Rotational-Skippable • Sponsorship-Non Skippable • Rotational-Non Skippable
	Video Card

Total Reach
41%

Total TRPs
278

7.01M
de uniques viewers

Reach Digital
69%

TRPs Digitales
458



Si las **3**
plataformas de **IMS**
fueran un canal de
TV, lideraría el
ranking de **TVC**.

1	“Canal IMS”	69%
2	TNT	43%
3	Fox	38%
4	Animal Planet	35%
5	Discovery Channel	32%
6	National Geographic	29%
7	ESPN	26%
8	History	23%
9	Discovery Home & Health	22%
10	Space	20%
11	Win Sports	20%
12	Cinemax	19%
13	Fox Sports	18%
14	ESPN 2	16%
15	ID Investigation Discovery	15%
16	Disney Channel	14%
17	ESPN 3	14%
18	Cartoon Network	13%
19	ESPN+	12%
20	AXN	12%



	GAMING	ENTERTAINMENT
	✓	✓
	✓	
		✓
		✓
	✓	✓
		✓
		✓

Combinando una plataforma que logre Reach rápido + comportamentales específicos:

Millennials +

- Gamers: 52% - 4,3 frec.= 229 TRPs
- Entretenimiento: 51% - 7,6 frec.= 387 TRPs

IMS es #1 en Afinidad en Teens & Millennials.

Si ponderamos los TRPs por afinidad

Los TRPs en IMS valen:

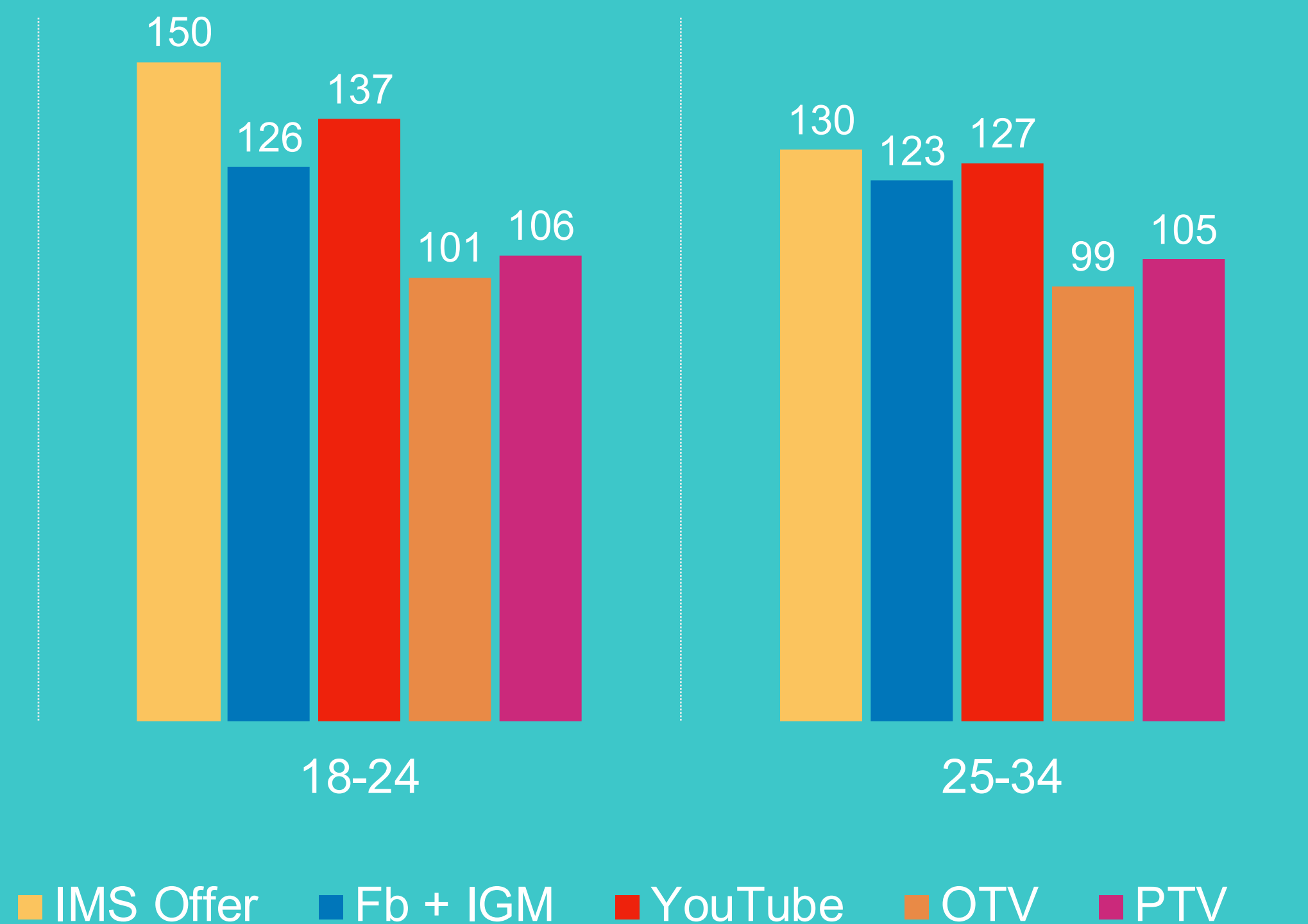


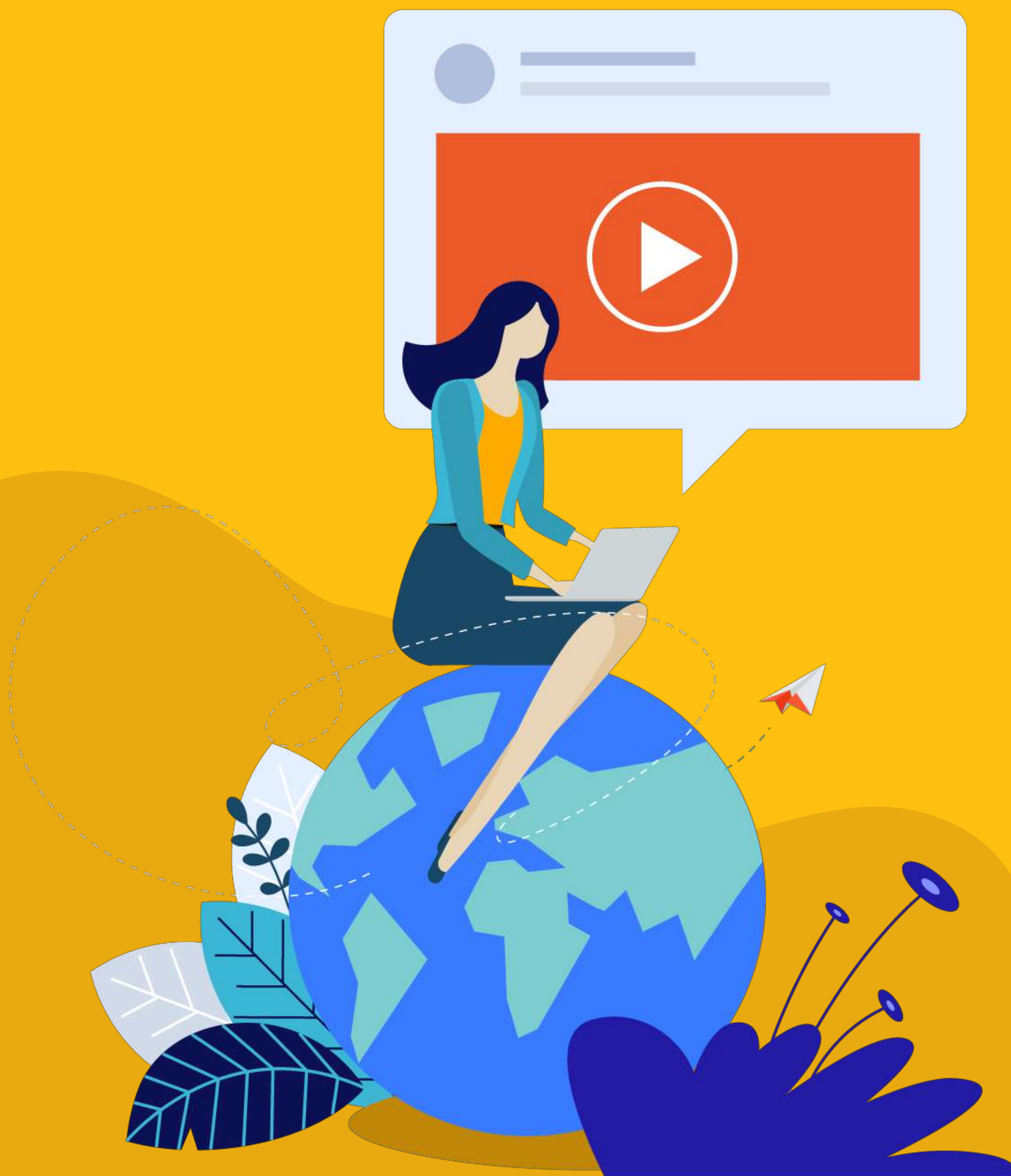
+50% 18-24



+30% 25-34

MEDIA AFFINITY IN LATAM





**Si estás interesado en recibir
nuestro asesoramiento para
maximizar tu estrategia de
medios de la forma más
innovadora y efectiva,
escribenos a:**

marketing@imscorporate.com