

VIDEO

Cross Platform MOAT

VIEWABILITY REPORT Q4 2019-LATAM

¿Qué es viewability?

2"/50%
píxeles "in view"

Una impresión de video es considerada **VIEWABLE**.

Según el Media Rating Council (MRC) y avalado por IAB y MMA

CONTEXTO

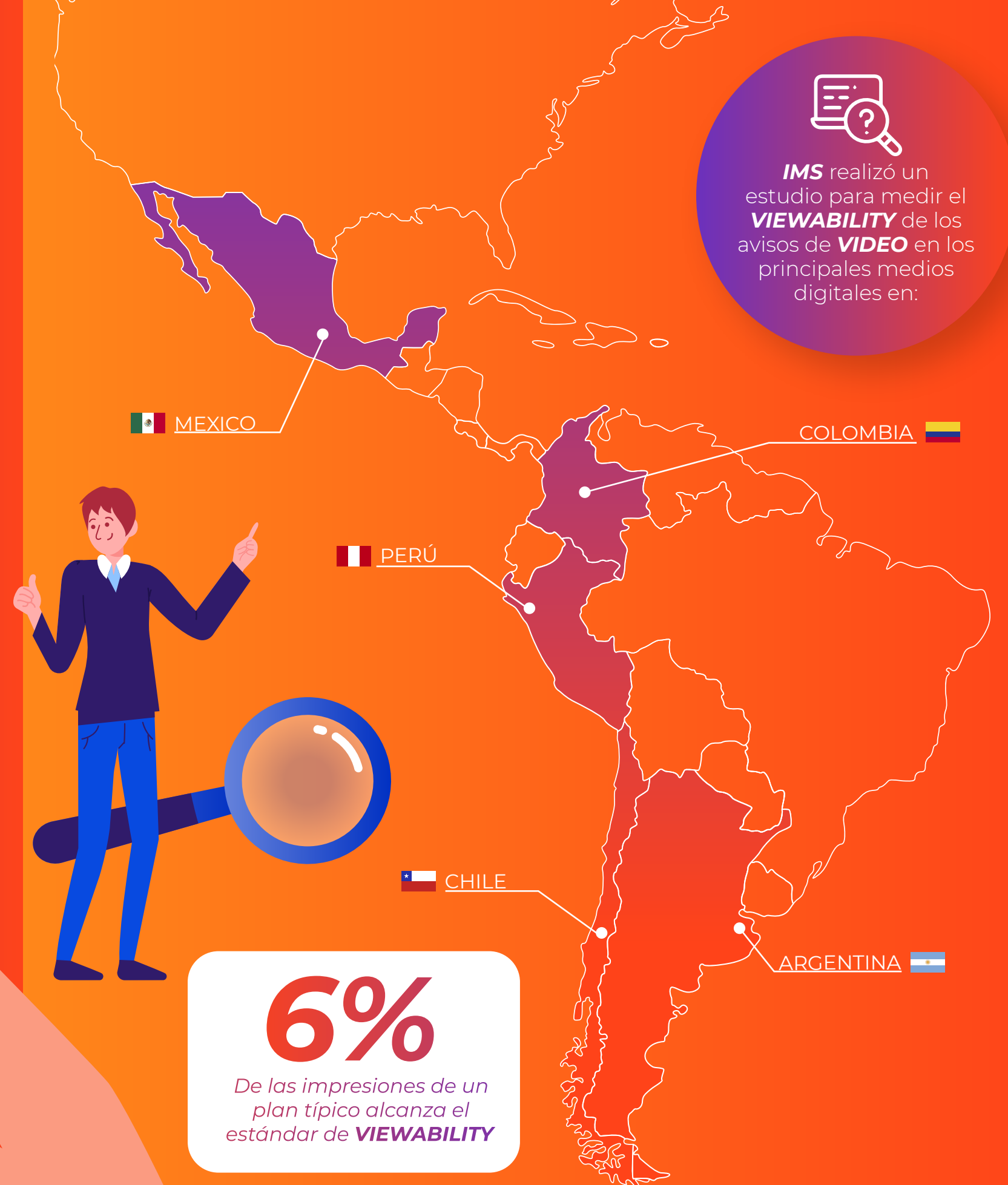


De la inversión del plan digital son campañas de video *



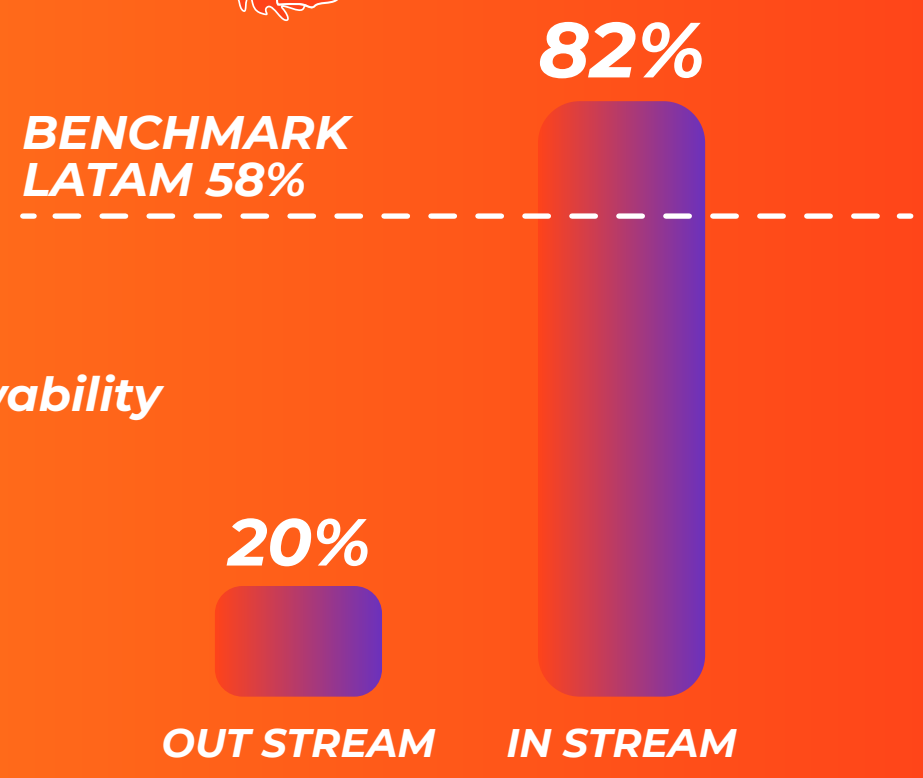
De los medios digitales de Latam en mobile alcanza la métrica.

IMS realizó un estudio para medir el **VIEWABILITY** de los avisos de **VIDEO** en los principales medios digitales en:



6%

De las impresiones de un plan típico alcanza el estándar de **VIEWABILITY**



Si el plan típico de video estuviese pensado para generar vistas...

12x +Viewability

-10% \$ mejorando la inversión del plan digital

Priorizando plataformas **In-Stream** sobre **Out-Stream**

La mayoría de los profesionales de **MKT** consideran que **2"** no es suficiente para comunicar un mensaje.

9/10 Prefieren más de 6"

+50% Prefieren comunicar avisos con duración mayor a los 11"



Entonces, el estudio analizó las eficiencias de avisos con 15"

porque creemos que puede ser una duración ideal para que un concepto sea **EXPRESADO**,

logre **MAYOR ENGAGEMENT** y la marca sea **CONSIDERADA**.

Las plataformas de video de **IMS** resultaron **8x + efectivas vs. las de la competencia**

En vistas efectivas a 15"

