

Vídeo Reminder, el nuevo formato de SunMedia para que la publicidad online sea 100% visible

Gracias a Vídeo Reminder, el nuevo formato publicitario desarrollado por SunMedia con tecnología propia, los anuncios siguen la navegación del usuario y permanecen siempre visibles. Multiópticas, una de las primeras compañías en incluir el nuevo formato en sus planificaciones publicitarias, ha aumentado su visibilidad hasta un 87,71%, más de 35 puntos por encima de la media española

La publicidad es un sector en continuo cambio en el que la capacidad de innovación es vital para conseguir un impacto certero en la audiencia. SunMedia, la empresa española especializada en publicidad en vídeo y mobile perteneciente al grupo Fibonad, lo tiene claro y por eso acaba de implementar un novedoso y efectivo formato: el Vídeo Reminder.

Gracias a esta tecnología propia desarrollada por SunMedia, las campañas de publicidad en vídeo online aumentan notablemente su visibilidad, superando con creces la viewability media en España que, según el último estudio de la IAB sobre los estándares de medición, es de un 52%.

De hecho, los primeros anunciantes que han apostado por el Vídeo Reminder han visto cómo sus métricas de viewability han alcanzado cifras de casi un 90%.

¿Cómo es posible?

Porque este nuevo formato de SunMedia hace que el anuncio esté siempre visible en pantalla al combinar el vídeo con el formato display. Una vez finalizado el spot, en el espacio del contenido permanece una impresión adicional con un recordatorio gráfico que sigue la navegación del usuario. El recordatorio gráfico se ubica en la parte inferior derecha de la pantalla y siempre está presente.

Este novedoso formato no sólo es innovador, también da rienda suelta a la creatividad. Todo aquel anunciante que decida incorporarlo a su estrategia publicitaria podrá adaptarlo a la creatividad de su campaña. Así, se puede destacar el elemento que se desee para conseguir la atención e interacción del usuario.

“Con este formato hemos dado un paso más y hemos conseguido que la marca esté siempre presente en la navegación del usuario; de esta manera, incrementamos la notoriedad y la interactividad con el usuario”, explica el CEO de SunMedia, Fernando García, quien asegura que, “además, a nivel creativo, tiene infinitas posibilidades para atraer la atención del usuario y conseguir un mayor impacto”.

Multiópticas, un caso de éxito

La firma española Multiópticas, de la mano de la agencia de medios Wink, ha sido la primera empresa en incluir el formato Vídeo Reminder en el lanzamiento de su nueva colección de gafas de sol

Fullmetal, con resultados muy positivos. Su viewability alcanzó un 87,71%, es decir, más de 35 puntos respecto a la media española.

Igualmente, el CTR de la campaña se incrementó en un 200%, pasando de un 0,87% en una campaña de in text tradicional a un 2,54% con el Vídeo Reminder.

En el siguiente enlace se puede consultar una demo del formato en la campaña de Multiópticas:
<http://static.addevweb.com/SMVpaidCreatives/demos/1127/test.html>

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>