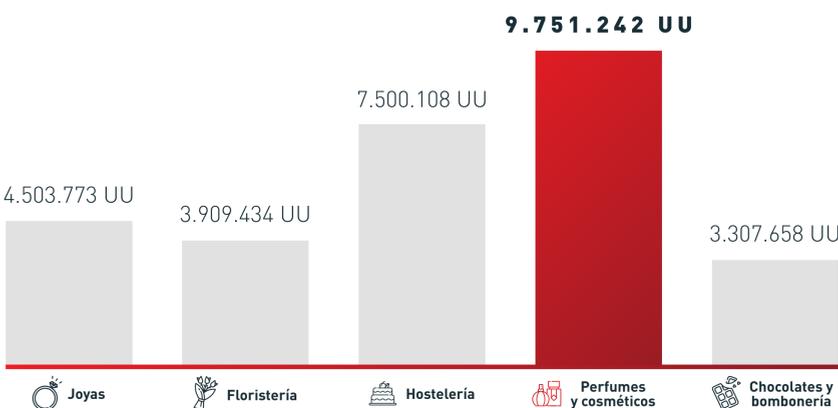


SAN VALENTÍN

¡AUMENTA TU IMPACTO CON LAS AUDIENCIAS DE INFINIA!

En San Valentín se exalta el amor romántico, los detalles y obsequios, pero también supone una **exaltación en las ventas, siendo los negocios los principales beneficiados de este día**. Durante toda la campaña previa y, sobre todo, el 14 de febrero, los usuarios se sienten especialmente empáticos, un estado de ánimo que nos vuelve más **abiertos e interactivos con la publicidad que nos impacta**.

¿QUÉ SECTORES SON LOS MÁS BENEFICIADOS DE ESTE DÍA?



Usuarios Únicos (UU) conocidos en el DMP de Infinia en España (30 millones de usuarios perfilados) interesados en el sector

SABÍAS? QUE...

La venta de flores durante el día de San Valentín supone el 15% de la venta anual del sector, suponiendo **la festividad con más facturación del año para las floristerías**, superado por el día de la madre o el de todos los santos

ENTIENDE SU PERFIL Y COMPORTAMIENTO

Conocer al usuario es fundamental para diseñar tu estrategia: saber quiénes son y cómo se comportan son algunos de los identificadores que harán que tu campaña para San Valentín sea un verdadero éxito.

En Infinia, gracias a nuestro DMP, auditado por PwC, y el perfilado de nuestra audiencia por geolocalización y Mobile Data Analysis, hemos analizado 3 clusters potenciales para este día



SOLTEROS



Este perfil de audiencia está compuesto por usuarios de la **generación millennial, caracterizados por el uso de redes sociales**: se trata del target perfecto para impactar durante el día de San Valentín, al ser el canal más utilizado en publicidad para este día.

Están muy interesados en **ofertas y promociones**, factor principal que incentiva sus compras digitales.

El 60% de este clúster de audiencia está dispuesto a **encontrar el amor, con apps** descargadas como Tinder o Badoo.

Son usuarios con mucha afinidad por la categoría de Food&Drink, asiduos a utilizar **apps de comida rápida a domicilio** como Uber Eats o Deliveroo.

Muestran también mucha afinidad por los **viajes low cost**, con apps descargadas como Ryanair, EasyJet o ALSA.



PAREJAS



Este perfil se muestra muy interesado en sites relacionados con **planes de bodas**, como www.bodas.net o www.celebrents.es.

Mucha afinidad también por la categoría Food&Drink, pero no tanto con la comida a domicilio, sino con apps relacionadas con **cocinar recetas en casa**, como CookPad o MyRealFood.

Su **consumo digital representa el 40%** de sus transacciones mensuales: viajes y ropa representan el 70% de su cesta online.

Usuarios preocupados por su **apariencia física**, tienen mucha afinidad en intereses deportivos. Utilizan apps como Runtastic, 8fit o Running Tracker.

Disfrutan su tiempo libre en pareja haciendo muchas **actividades culturales**. Apps como Fever les ayudan a descubrir nuevos planes.



PAREJAS CON HIJOS



Consumen en sus dispositivos móviles **apps de vídeos** bajo demanda para los más pequeños de la casa, como Clan RTVE o Youtube Kids.

Uso de aplicaciones móviles para la **gestión de las finanzas** de toda la unidad familiar: Fintech o Toshi Finanzas.

Este perfil suele comprar de forma online con el objetivo de que puedan disfrutar del producto o servicio toda la familia al completo, por lo que los **packs de experiencia** son uno de los detalles más destacados para este día.

Su ritmo acelerado de vida hace que este perfil de audiencia **compre a través del canal online** durante los descansos del trabajo.

Muestra una gran afinidad por las **aplicaciones de supermercados**, como Eroski o Carrefour.

ACTIVA TUS CLUSTERS DE AUDIENCIAS PARA ESTE SAN VALENTÍN 2021

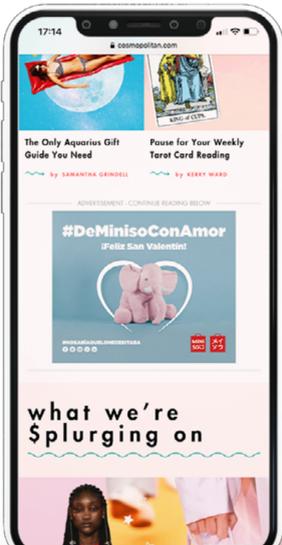
Infinia consigue componer sus clusters de audiencia gracias a la data gestionada en su DMP mobile, auditada por la consultora PwC, junto a acuerdos con grandes publishers, y sumado al gran volumen de datos generados por sus campañas de publicidad.

De esta forma, se han analizado varios formatos publicitarios que mejoran los insights de las campañas publicitarias para San Valentín, y que pueden ser clave para lograr una buena estrategia

Display 300x600px



Display 300x250px



Richmedia

