

Beintoo, partner dell'Osservatorio Mobile B2c Strategy: gli smartphone, rilevatori geo-comportamentali dei nostri interessi

Al Convegno "Mobile: think out of the box", la presentazione dei risultati della ricerca

Milano, 9 febbraio 2017. [Beintoo](#) - Mobile Data Company che opera su scala globale, con sedi a Milano, Roma, Londra, New York e Shanghai - è partner della ricerca dell'Osservatorio Mobile B2c Strategy del Politecnico di Milano, che viene presentata oggi durante il convegno "Mobile: think out of the box".

Secondo i risultati dello studio, il Mobile Advertising ha vissuto nel 2016 una crescita inarrestabile, raggiungendo un valore di **715milioni di euro (+53% sull'anno precedente)** e rappresenta oggi il 30% dell'Internet Advertising e il 9% sul totale del mercato pubblicitario.

Beintoo si basa su un approccio data-driven che analizza ogni mese i dati provenienti da **7 milioni** di possessori di smartphone italiani - **1 utente su 4** che passa in media da oltre **50 punti di interesse al giorno** (negozi, mezzi pubblici, cinema, ristoranti, palestre, ecc).

Grazie a una Data Management Platform Mobile proprietaria e all'integrazione di un proprio componente tecnologico (SDK) ospitato in App di terze parti, l'azienda è in grado di raccogliere dati di geolocalizzazione degli utenti, per analizzare anonimamente i **comportamenti e interessi offline**, attraverso l'analisi dei luoghi che frequentano (dal cinema, al supermercato, alla palestra, ecc), del tempo speso in quei luoghi, della frequenza di ritorno e molto altro. Queste informazioni, indispensabili per identificare gli interessi reali del consumatore, sono aggregate a dati di terza parte (raccolti da telco, content provider, e-commerce) per generare specifiche Audience di riferimento su cui distribuire innovative campagne Mobile ad alto impatto.

Andrea Campana, CEO di Beintoo, parte della Think Tank del convegno ha dichiarato: "Gli smartphone sono l'unico oggetto che abbiamo davvero sempre con noi e per questo diventano fondamentali in un'ottica geo-comportamentale; partendo da questo presupposto, grazie alla tecnologia che abbiamo sviluppato, siamo in grado di dedurre, ad esempio, che un utente che nell'ultimo mese ha frequentato più concessionarie, sia alla ricerca di un'auto nuova. Un dato di questo tipo permette alla pubblicità di rispondere a un reale bisogno di informazioni nel momento giusto e i risultati delle campagne realizzate ce lo dimostrano".

Nell'ambito della ricerca, Beintoo ha contribuito condividendo con il Politecnico di Milano i principali trend di crescita 2016 rispetto al 2015. In particolare Beintoo ha misurato una crescita del **68%** degli investimenti in campagne mobile tra i suoi clienti italiani, crescita determinata in particolare dalle campagne di branding (rich media, video, ecc) da parte di clienti tradizionali, rispetto alle campagne performance (app install) su cui vertiva solitamente la maggior parte degli investimenti mobile. Data la natura dei prodotti offerti da Beintoo, è stato evidenziato nell'ambito della ricerca come il **53%** degli investimenti siano arrivati da clienti **Retail** e **Automotive**, che puntano sul mobile per attirare clienti al punto vendita, attraverso campagne "**drive to store**".

“Il settore del mobile advertising, che sta crescendo notevolmente sul piano della tecnologia, deve fare un passo ulteriore in avanti sul piano della creatività, portando anche in questo ambito un approccio data driven: sono ancora molte le realtà che non considerano l'importanza di usare formati ad hoc per parlare all'utente mobile, soprattutto quando si tratta di campagne multiplatforma, pensate per smartphone, desktop o TV con lo stesso approccio. Per favorire lo sviluppo di questo mercato e massimizzare l'investimento delle aziende, puntiamo anche ad accrescere la loro consapevolezza in questo senso, proponendo i formati più efficaci e fornendo tutti gli strumenti per misurarne le performance”
Conclude Campana.

About Beintoo

Beintoo è una Mobile Data Company italiana nata nel 2011 che opera oggi su scala globale nel Digital Advertising grazie anche agli uffici di Londra, New York e Shanghai. Ha sviluppato una Data Management Platform Mobile proprietaria, che grazie all'integrazione di un proprio componente (SDK) ospitato in App di terze parti, è in grado di raccogliere dati geocomportamentali degli utenti ed integrarli con dati di terza parte (telco, content provider, e-commerce) per generare specifiche Audience di riferimento su cui distribuire innovative campagne di Mobile Advertising dall'alto engagement con l'utente. Beintoo è in grado inoltre di pianificare campagne di cross device sempre più preziose per le strategie Omnichannel.

www.beintoo.com

Press Info:

Adriana Rava
adriana.rava@gmail.com
3381779474