Transparencia de la publicidad exterior: verificación y medición

CITY SCREEN

DOOH

deja de ser una caja negra

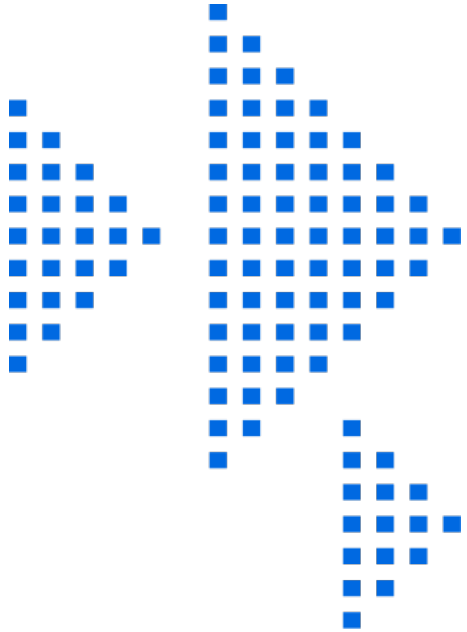
CITY SCREEN

Tendencias que influyen

01 La captación de clientes se digitaliza

02 La lucha por la eficacia publicitaria

03 Tecnología mejor y más accesible



El problema

¿Se emitió...?

Hoy todos los anunciantes quieren pruebas



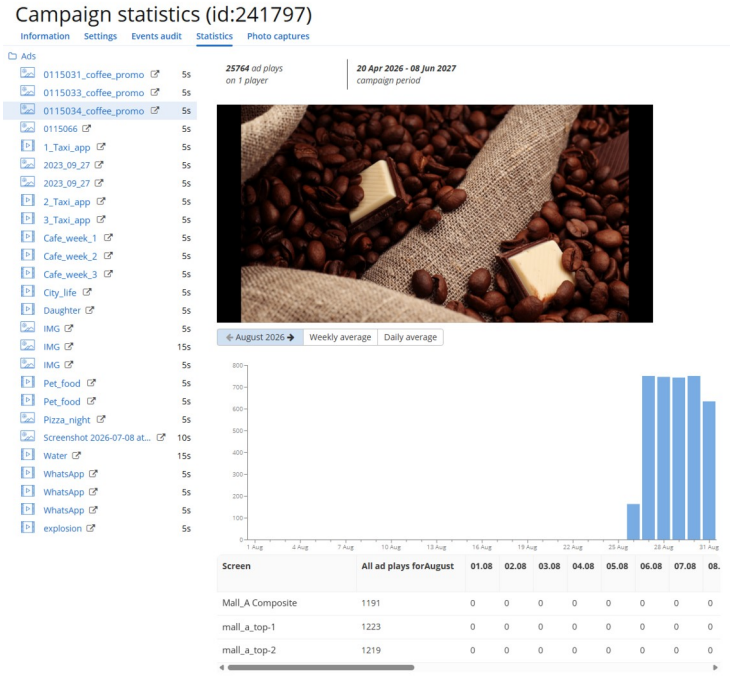
Registro de emisión

Fuentes de datos:

- Registro de reproducciones
- Registro fotográfico (automático)
- Informe final de campaña

Garantía de fiabilidad:

- Datos en una nube protegida
- Software a prueba de manipulación
- Registro de acciones (logs)



CITY SCREEN

Auditoría con servicios externos

Los anunciantes más escépticos pagan a auditores externos

admetrix

seedooh

veridooh

El problema

¿Quién lo vio...?

¿Cómo saber qué tan eficaz es la publicidad DOOH?



Métodos de medición

Método	✅Ventajas	❌Desventajas
Analítica hiperlocal (wifi y cámaras) Seguimiento real de personas cerca de las pantallas	+ Vínculo con el lugar y el contexto + Alto nivel de detalle + Anonimato total	– Cobertura limitada al alcance de los sensores
Datos de operadores móviles Desplazamientos de abonados entre antenas	+ Cobertura masiva por ciudad o distrito + Desplazamientos entre grandes zonas	– Sin vínculo con la pantalla – Datos promediados en una zona amplia – Gran retraso de los datos
Datos de SDK de apps móviles Desplazamientos de usuarios de apps concretas (con consentimiento)	+ Perfiles de comportamiento (intereses, compras) + Posibilidad de retargeting	– La muestra limitada dificulta la representatividad

Pilares de la analítica hiperlocal

📶 Sensores wifi	🎥 Cámaras
+ Medición de indicadores cuantitativos + Conteo de usuarios únicos + Listas de direcciones MAC	+ Indicadores cualitativos + Seguimiento de rostros y miradas a las pantallas
– No capta rasgos cualitativos del tráfico – Hay que «limpiar» los dispositivos fijos – Hay que aproximar las MAC aleatorias	– No cuenta usuarios únicos – Los modelos de reconocimiento requieren reentrenarse para cada entorno

Conversiones offline y retargeting

	mac	totalHits
2	0000000000FF	6
3	000822020CFC	2
4	000822041BF5	2
5	000822046BC5	2
6	000822057B29	2
7	000822057B8D	3
8	0008220893FB	2
9	000822121FFC	2
10	0008221823FC	2
11	0008222A16FC	2

Export unique MAC addresses

Export unique MAC addresses in hashed form

Plataforma publicitaria: retargeting



Valor para el propietario de la red

Informes transparentes y analítica convierten la red de pantallas de «caja negra» en un activo gestionable y valioso

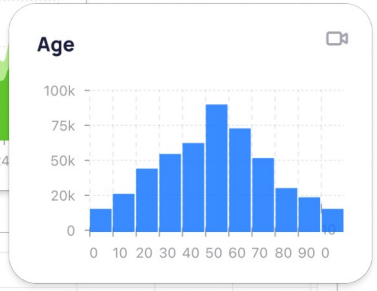
- Precios justificados y mayor ticket promedio gracias a la evaluación objetiva de cada pantalla.
- Control de la rentabilidad de la red. Detección de soportes poco eficaces.
- Ventaja competitiva y nuevos anunciantes: la analítica detallada es un argumento de venta clave.



Valor para los anunciantes

- Transparencia y justificación de la inversión (ROI): informe detallado de resultados.
- Optimización en tiempo real: el anunciante puede pasar presupuesto de las pantallas «débiles» a las «fuertes» antes de que termine la campaña.
- Planificación estratégica: el análisis por ubicación muestra qué pantallas comprar la próxima vez.



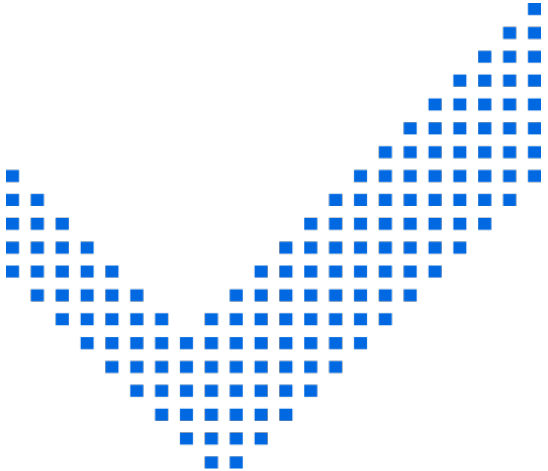


Screen	OTS	Unique OTS				
4 side template(HACIOSMAN main full)	20.73k	20.73k	60%	4	20.73k	20.73k
saturn SE2	25.64k	25.64k	62%	5	25.64k	25.64k
currys PC World SW3	31.21k	31.21k	65%	6	31.21k	31.21k
best buy NE4	37.89k	37.89k	67%	7	37.89k	37.89k
fnac E5	42.47k	42.47k	70%	8	42.47k	42.47k
boulanger W6	48.13k	48.13k	72%	9	48.13k	48.13k

Conclusiones

La publicidad exterior digital se convierte en una industria data-driven

- Las exigencias del mercado y la tecnología hicieron de la analítica una necesidad.
- Las empresas de publicidad exterior obtienen herramientas para gestionar el rendimiento de sus activos y ofrecen a sus clientes resultados transparentes, medibles y lo más cercanos posible a la realidad.



¡Gracias!

Ilyas
Salikhov

@ILYAS_SALIHOV

CITY
SCREEN