



Kit programático de medios

2018

Tu audiencia está escuchando.
Hagamos que la conexión de tu marca cuente.



Eres lo que escuchas

¿Recuerdas ese momento en que comienza a sonar tu canción favorita y, de repente, manejar se vuelve más fácil, correr se hace más sencillo y la comida adquiere mejor sabor? Esa es la forma en que nos conectamos con tu audiencia: en los momentos que realmente importan.

En Spotify, tenemos una relación personal con más de 180 millones de personas que nos muestran su verdadero yo y sin filtros. Esta es una interacción realmente auténtica con nuestra audiencia: miles de millones de puntos de datos cada día a través de diversos dispositivos. Estos datos alimentan la inteligencia de streaming de Spotify: nuestra arma secreta que brinda a las marcas la ventaja de ser relevantes en tiempo real a través de diferentes momentos.

Aprovechando nuestra presencia premium de plataforma cruzada y potentes insights de audiencia, tu negocio puede llegar a nuestros oyentes en su mayor punto de interacción.

**Tu audiencia está escuchando.
Hagamos que la conexión de tu marca cuente.**

Escucha.

Spotify es el mayor servicio de streaming de música compatible con publicidad en el mundo.

Nuestra comprensión de la gente a través de la música brinda insights de la audiencia para conectar tu marca con la generación del streaming.

180 millones de

USUARIOS ACTIVOS

MEDIDO AL
30/6/2018

83 millones de

SUSCRIPTORES

MEDIDO AL
30/6/2018

Más de 35 millones de

CANCIONES

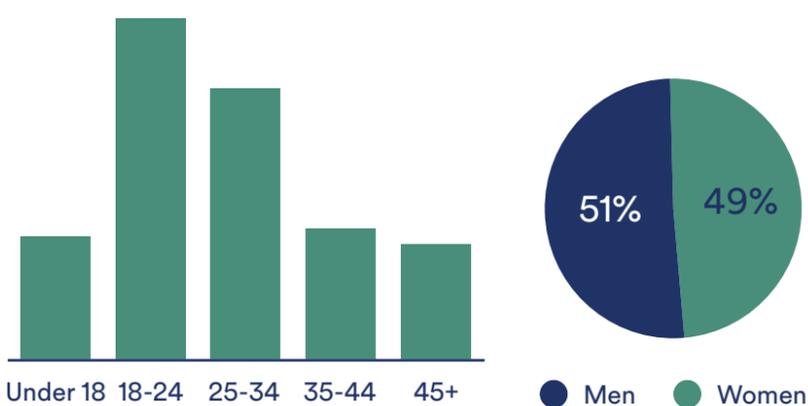
Más de 2 000 millones de

PLAYLISTS

65

PAÍSES

FUENTE | DATOS INTERNOS DE SPOTIFY, 2017



Usuarios apasionados

Los usuarios de Spotify de todas las edades y géneros se ven atraídos por Spotify y lo utilizan con entusiasmo*.

* FUENTE | DATOS INTERNOS, 2017

Eficaz con los millennials

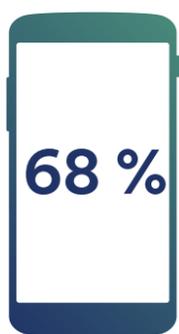
Los millenials, quienes ejercen influencia en la tecnología, el entretenimiento y la música, tienen un 94 % más de probabilidades de estar en Spotify**.

** FUENTE | MEDICIONES CLAVE DE COMSCORE, FEBRERO DEL 2016, PLAN METRIX A18-34, FEBRERO DEL 2016

¿Listo para diseñar un plan programático?

ProgrammaticSales@Spotify.com

Conéctate con tu audiencia.



68 %

Móvil/
tablet



27 %

Desktop

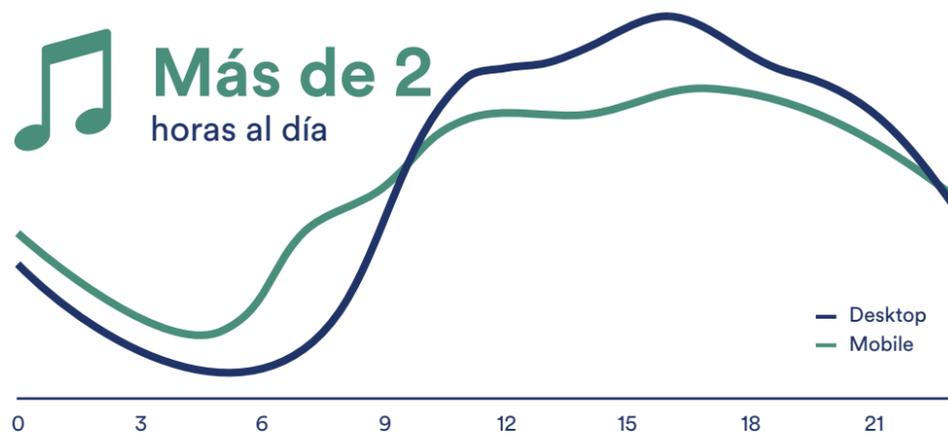


4 %

Dispositivos
conectados



Más de 2
horas al día



Prioridad en dispositivos móviles

Cada vez hay más personas que nos llevan a más lugares como nunca antes... el 52 % del streaming en Spotify proviene de dispositivos móviles*.

Siempre activo

Nuestra audiencia hace streaming de la mañana a la noche y el usuario promedio de plataforma cruzada pasa más de dos horas diarias con nosotros*.

* FUENTE | DATOS INTERNOS DE SPOTIFY, 2017

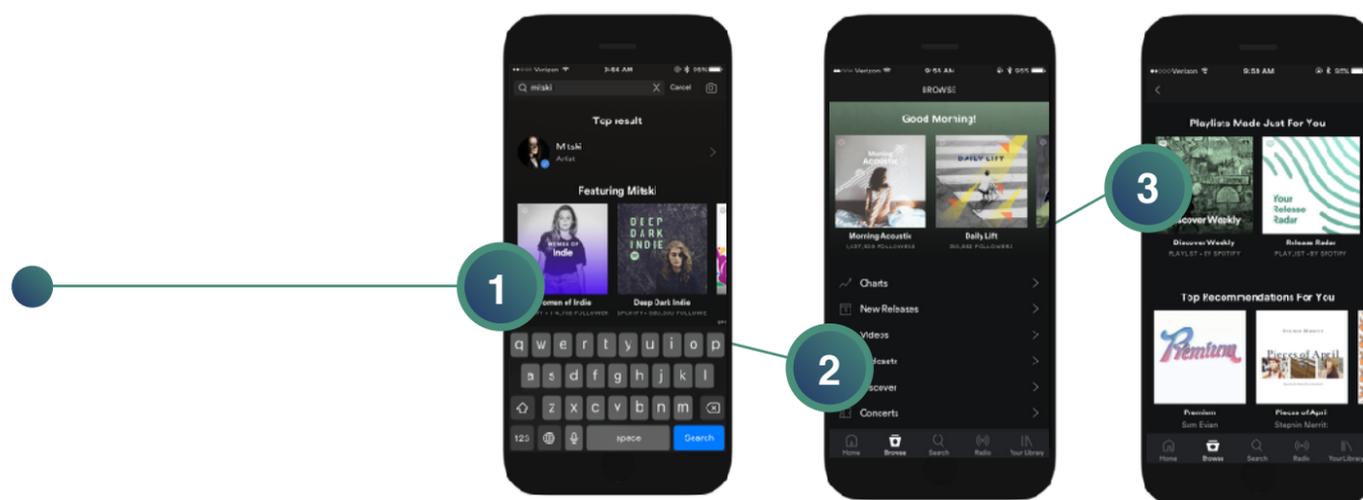
¿CÓMO PUEDEN ESCUCHAR?

Versión gratuita

Escucha instantánea compatible con publicidad en todas las plataformas

Versión premium

Descarga y escucha en modo offline con audio de alta calidad. Reproducción on-demand sin anuncios.



Buscar

Busca y reproduce tu contenido favorito.

Navegar

Navega por playlists instantáneas para cada momento y estado de ánimo, seleccionados por nuestros expertos.

Descubrir

Descubre recomendaciones, nuevos lanzamientos, lo que les gusta a tus amigos y mucho más. Echa un vistazo a tu Descubrimiento Semanal y el Radar de Novedades.

¿Listo para diseñar un plan programático?

ProgrammaticSales@Spotify.com

¿Por qué Spotify Programmatic?

Eficiencia programática. Entorno premium.



Todo el contenido de Spotify tiene licencia de nuestros socios o lo diseñó nuestro equipo interno.



Solo brindamos anuncios de video cuando el usuario interactúa con la aplicación, lo que crea una experiencia publicitaria que constantemente supera los puntos de referencia de la industria en visibilidad.



La totalidad de los usuarios de Spotify están conectados, lo que nos brinda datos de audiencia a nivel detallado.

Socios líderes en la industria

Nos hemos asociado con los SSP líderes en la industria para hacer que nuestro inventario esté disponible a través de canales programáticos. También trabajamos de la mano con los principales DSP para garantizar que conozcan nuestro inventario y sepan cómo trabajar con nuestro exclusivo entorno de Spotify.

Google Ad Manager

SPOTX

DoubleClick
by Google

theTradeDesk

rubicon
PROJECT

AppNexus

Adobe Advertising Cloud

MediaMath

Experiencia interna



Hemos capacitado a todo nuestro equipo en el área de programación para asegurar que todos los miembros del equipo de Spotify sepan cómo crear propuestas, solucionar problemas y asegurar que tu campaña sea un éxito.

¿Listo para diseñar un plan programático?

ProgrammaticSales@Spotify.com

Cómo comprar

Flexibilidad para elegir el método de transacción que mejor se adapte a tu estrategia.

Mercados privados.

Los mercados privados (PMP) solo por invitación de Spotify te ofrecen la posibilidad de seleccionar una audiencia elegida desde nuestra base de usuarios de calidad y, luego, hacer ofertas en las impresiones que sean adecuadas para tu campaña.

¿Por qué comprar?

Flexibilidad

- Ajusta presupuestos, metas de impresión y tiempos de período programado de publicidad en tiempo real, según las necesidades de la empresa.
- Prueba y alterna soluciones creativas en tiempo real mediante actualizaciones simples a etiquetas VAST creativas.

Elige tu impresión

- Selecciona previamente tu segmentación y recibe solo peticiones de oferta para las impresiones que elijas.
- Invierte solo en el inventario que se ajuste a tu campaña.

Vinculación de ID de dispositivo

- Vincula datos privados o de terceros con usuarios de Spotify para una segmentación o medición en entornos móviles.

Programación garantizada.

Accede a audiencia altamente comprometida y experiencias publicitarias premium de Spotify con la confianza de una entrega garantizada y tarifas fijas: ejecutadas mediante tu DSP programático.

¿Por qué comprar?

Entrega garantizada

- Reserva inventario por adelantado para garantizar que las campañas escalen para cumplir con tus objetivos.
- Prioriza campañas urgentes, como lanzamientos de productos o promociones de poca duración.

Precio fijo

- Prepara el presupuesto de tu campaña con confianza mediante un CPM de precio fijo, acordado antes de activar tu campaña.

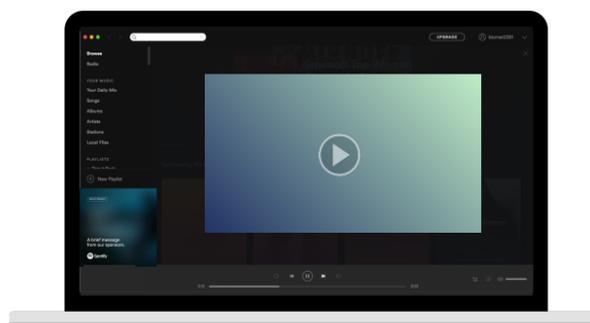
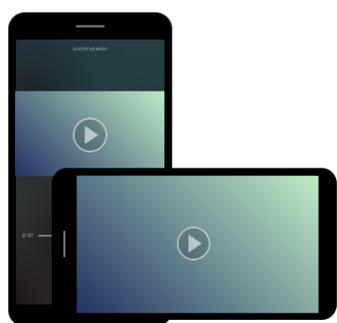
Informes consolidados

- Ejecuta campañas mediante tu socio DSP elegido (debe tener integración en Google AdX SSP).
- Administra en paralelo y en una única plataforma tus campañas tanto en subasta como campañas garantizadas.

Formatos programáticos

Cuenta la historia de tu marca e impulsa resultados con imagen, sonido y movimiento.

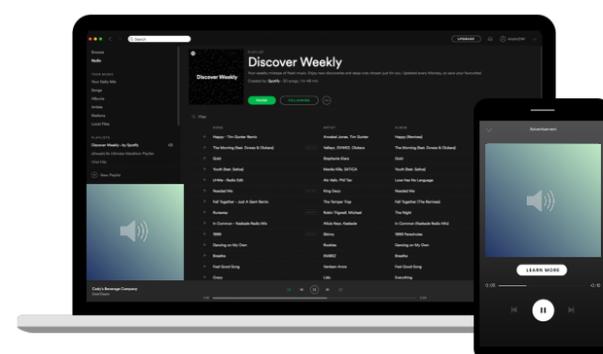
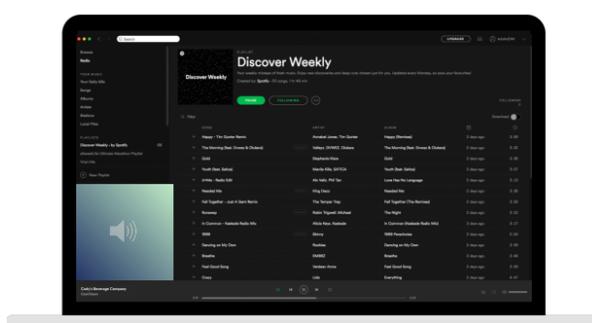
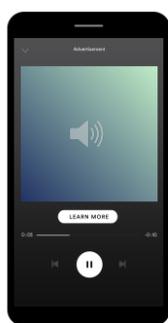
Video



VIDEO PARA VERSIÓN MÓVIL

VIDEO PARA VERSIÓN DE ESCRITORIO

Audio



AUDIO PARA
VERSIÓN MÓVIL

AUDIO PARA VERSIÓN
DE ESCRITORIO

AUDIO PARA ROS
(ROTACIÓN EN SITIO)

Imagen

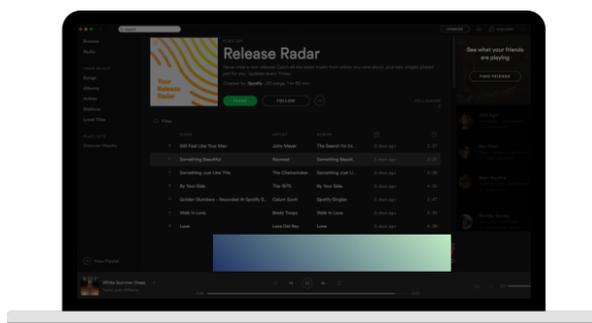


TABLA DE ANUNCIOS

Especificaciones de formato de audio programático

	Desktop	Móvil	ROS (rotación en sitio)
Tamaño de pantalla	640 × 640 o 300 × 250	640 × 640 o 300 × 250	640 × 640 o 300 × 250
Cumplimiento	Solo VAST 2.0	Solo VAST 2.0	Solo VAST 2.0
Tipo de archivo	.ogg (hasta 30 segundos) Imagen debe ser JPEG estático	.ogg (hasta 30 segundos) Imagen debe ser JPEG estático	.ogg (hasta 30 segundos) Imagen debe ser JPEG estático
Segmentación disponible	Edad/género/idioma/ Género/playlist	Edad/género/idioma	Edad/género/idioma
Plataforma	Aplicación de escritorio	Móvil (teléfono iOS y teléfono Android)	Aplicación de escritorio + Móvil (teléfono iOS y teléfono Android)
Mercados disponibles	Todos los mercados	Todos los mercados	Todos los mercados

¿Dónde comprar?

PMP (Mercado privado)



AppNexus

PG

Google Ad Manager

Mercado abierto

N/A

Especificaciones de formato de video programático

	Desktop	Móvil
Relación de aspecto	16:9	16:9
Calidad en HD	HD (como 1280 × 720)	HD (como 1280 × 720)
Tipo de archivo	WebM (hasta 30 segundos)	.MP4 (hasta 30 segundos)
Tamaño máximo de archivo	500 MB	500 MB
Segmentación disponible	Edad/sexo/género/playlist (* Usos pendientes)	Edad/sexo (* Usos pendientes)
Cumplimiento	Solo VAST 2.0	Solo VAST 2.0
Mercados disponibles	Todos los mercados	Habla con tu representante local para ver mercados disponibles

(Oferta ROS no disponible debido a diferencias de formato de archivo de video)

¿Dónde comprar?

PMP (Mercado privado)

SPOTX

Google Ad Manager

rubicon
PROJECT

PG

Google Ad Manager

Mercado abierto

N/A

Programmatic Leaderboard Especificaciones

Desktop

Tamaño de pantalla

728 × 90

Tipo de archivo

Todos los tipos, excepto Flash

Segmentación
disponible

Edad/sexo/género/playlist/idioma

Plataforma

Aplicación de escritorio

Mercados disponibles

Todos los mercados

¿Dónde comprar?

PMP (Mercado privado)

 Google Ad Manager  rubicon
PROJECT

PG

 Google Ad Manager

Mercado abierto

 Google Ad Manager  rubicon
PROJECT  OpenX  INDEX EXCHANGE

Segmentos de audiencia para PMP de versión de escritorio

Utiliza la inteligencia privada de streaming de Spotify como una nueva fuente de datos premium en tus mercados privados de programación para el inventario de escritorio de Spotify mediante Google AdX.

NUEVO

Segmentos privados de audiencia de Spotify, disponibles a través de Google AdX

Contacta a tu audiencia mediante segmentos privados diseñados tras analizar las conductas de streaming de los oyentes de Spotify, sus gustos musicales y sus datos demográficos registrados.

ENTRETENIMIENTO

Entretención en vivo/
Conciertos • Festivales
• Socialites/fiesteros

SALUD Y BIENESTAR

Amantes del acondicionamiento físico • Salud y bienestar/Vida sana

ESTILO DE VIDA

Viajeros • Amantes de la comida

ESTADO FAMILIAR

Mamás • Papás • Padres con hijos en casa
• Comprometidos/recién casados

TECNOLOGÍA Y TELECOMUNICACIONES

Vanguardistas tecnológicos • Gamers • Usuarios de PlayStation • Usuarios de smart TV • Usuarios de Apple iOS • Usuarios de Android • Usuarios de smartphone

Dispositivos/formatos disponibles

Tabla de anuncios para versión de escritorio, video para versión de escritorio

Mercados disponibles

EE. UU., BR, MX, UK, DE, ES, IT, FR, AU

Plataformas de demanda lateral

Puedes acceder a este conjunto de datos a través de cualquier plataforma de demanda lateral con acceso a Google AdX y la capacidad de dirigir un mercado privado (PMP). Spotify generará los datos en la ID del acuerdo para su uso.

¿Listo para diseñar un plan programático?

ProgrammaticSales@Spotify.com

Solución de problemas de PMP

Lista de comprobación para acuerdos sin gastos:

- 01 Elimina el límite de frecuencia de escritorio de tu DSP:**
 - El límite de frecuencia en el elemento "E/S" o de línea podría afectar la entrega en campañas de escritorio.
 - El tráfico de Spotify se basa casi exclusivamente en la aplicación, lo que significa que no aprobamos una cookie web en nuestras peticiones de oferta.
 - Si el DSP ejerce limitación de frecuencia en plataformas de escritorio, entonces es probable que lo haga mediante cookies, lo cual no funcionará.
 - La limitación de frecuencia en entornos móviles generalmente se puede realizar mediante ID de dispositivo; sin embargo, esto se debe confirmar con el DSP.
- 02 Elimina la superposición de datos basados en cookies desde tu DSP:**
 - Cualquier superposición de datos que requiera información de usuario desde una cookie puede hacer que el acuerdo no responda adecuadamente a nuestra solicitud de oferta.
 - Los datos basados en ID de dispositivo funcionarán en nuestro inventario móvil.
- 03 Asegúrate de que estás utilizando etiquetas VAST:**
 - Spotify no acepta etiquetas VPAID o etiquetas VAST rodeadas de etiquetas VPAID.
 - Asegúrate de que solo utilizas etiquetas VAST para las unidades creativas.
- 04 Comprueba la configuración del entorno:**
 - Algunos DSP son sensibles a los entornos de aplicación móvil. Debido a que Spotify no proporciona tráfico "web" en entornos móviles, debes confirmar que tu DSP está configurado para hacer ofertas en este inventario.
- 05 Comprueba el formato de archivo creativo:**
 - Comprueba minuciosamente las especificaciones en la siguiente página para asegurarte de que compartes los formatos creativos correctos.
- 06 Comprueba minuciosamente los precios:**

Modelo de subasta:

 - Los PMP de Spotify operan en un modelo de subasta.
 - Asegúrate de hacer ofertas por sobre la tasa mínima.
 - Si todavía no ganas nada, considera la posibilidad de elevar el precio de oferta para ser más competitivo.

Moneda:

 - Si deseas hacer ofertas en una moneda que no sea en dólares (USD), comprueba con tu DSP para ver si es compatible.
 - Si haces esto, asegúrate de que el precio de oferta de acuerdo sea ligeramente superior al precio mínimo establecido del formato para cubrir cualquier fluctuación en la tasa de cambio.
- 07 Asegura las etiquetas en entorno móvil:**
 - Nuestro entorno móvil exige que todas las unidades creativas y de seguimiento sean seguras (https).
 - No asegurar las etiquetas será perjudicial para la entrega y generará discrepancias de seguimiento.
- 08 Etiquetas bloqueadas:**
 - Asegúrate de no haber agregado alguna etiqueta de medición o rastreo no compatible en tu inventario.
- 09 ID del acuerdo:**
 - Verifica el token de acuerdo o la ID de acuerdo en el DSP para asegurarte de que coincide con el token de acuerdo o la ID de acuerdo que el publicista tiene en el SSP para ese acuerdo en particular.

¿Sigues teniendo problemas?
Comunícate con tu representante de Spotify para recibir asistencia adicional.

¿Listo para diseñar un plan programático?

ProgrammaticSales@Spotify.com



Gracias.

ProgrammaticSales@spotify.com