



Media Kit de programática

2018

Tu audiencia está escuchando.
Haz que la conexión con tu marca cuente.



Eres lo que escuchas.

Cuando suena tu canción favorita y, de repente, la carretera se aligera, tus piernas vuelan mientras corres y hasta la comida que estás cocinando sabe mejor. Así es como conectamos con tu audiencia: en los momentos que importan de verdad.

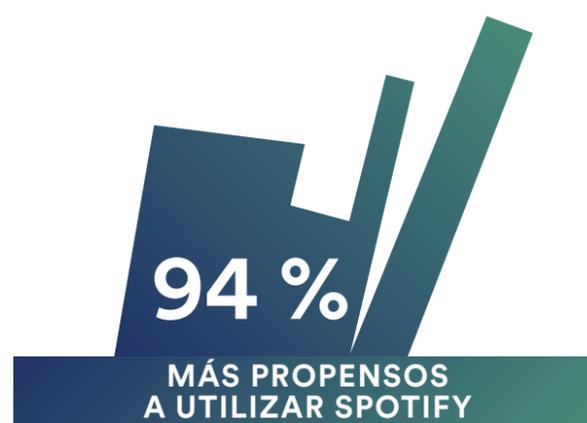
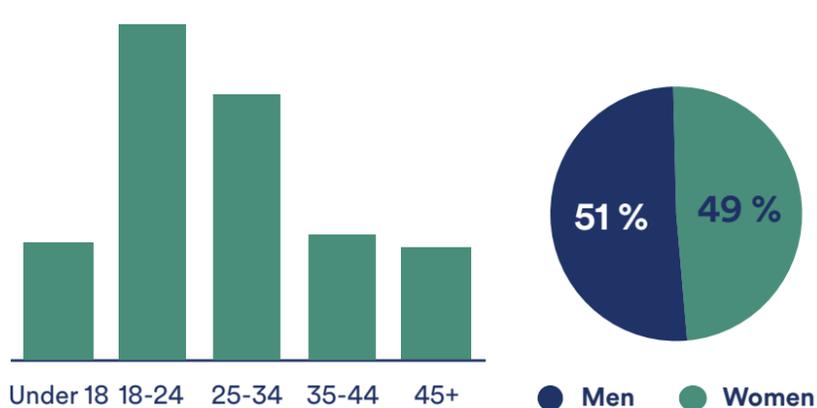
En Spotify mantenemos una relación personal con más de 191 millones de usuarios que nos muestran cómo son de verdad, sin filtros. Se trata de una conexión auténtica con nuestra audiencia: ¡miles de millones de datos diarios en múltiples dispositivos! Estos datos impulsan la inteligencia de streaming de Spotify, nuestra arma secreta que nos permite ofrecer a las marcas la ventaja que necesitan para ser más competitivas en el momento preciso y a tiempo real.

Gracias a nuestra presencia multi-plataforma y nuestros insight premium de la audiencia, tu empresa puede llegar a nuestros oyentes en los momentos en que tienen un mayor engagement.

**Tu audiencia está escuchando.
Haz que la conexión con tu marca cuente.**

Escucha.

Spotify es el servicio de streaming musical con anuncios más grande del mundo. Toda la información y entendimiento de las personas que adquirimos a través de la música nos permite ofrecerte información sobre la audiencia, de modo que puedas conectar tu marca con la generación del streaming.



Usuarios apasionados

Nuestros usuarios de todas las edades y sexos están entusiasmados por Spotify*.

*FUENTE | DATOS INTERNOS DE SPOTIFY, 2017

Eficaz con los Millennials

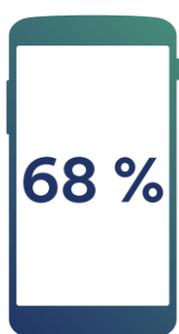
Los millennials son influencers en el ámbito de la tecnología, el entretenimiento y la música siendo un 94 % más propensos a usar Spotify**.

**FUENTE | COMSCORE KEY MEASURES, FEBRERO DE 16, PLAN METRIX A18-34, FEBRERO DE 16

¿Estás listo para crear un plan de programática?

ProgrammaticSales@Spotify.com

Conecta con tu audiencia.



Móvil/Tablet



Desktop



Dispositivos conectados



Siempre en movimiento

Cada vez son más las personas que nos llevan consigo allá donde van... El 52 % de los streams de Spotify se producen en un dispositivo móvil.*

* FUENTE | DATOS INTERNOS DE SPOTIFY, 2017

Siempre conectados

Nuestra audiencia escucha música de la mañana a la noche, y nuestro usuario medio pasa más de 2 horas al día con nosotros a través de todas las plataformas.*

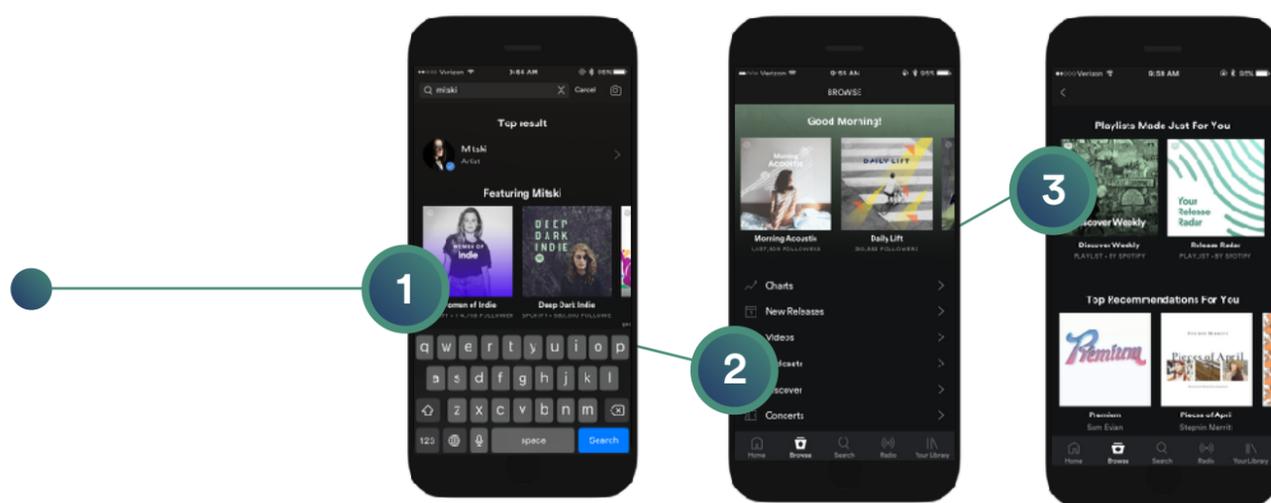
¿CÓMO PUEDEN ESCUCHAR?

Gratis

Streaming con anuncios en todas las plataformas

Premium

Descarga y escucha en modo sin conexión con sonido de gran calidad. Streaming a la carta y sin anuncios.



Busca

Busca tu contenido favorito y reproducélo.

Explora

Explora playlists para cada estado de ánimo y momento, seleccionadas cuidadosamente por nuestros expertos.

Descubre

Descubre recomendaciones, novedades, qué les gusta a tus amigos y mucho más. Echa un vistazo a Descubrimiento semanal y Radar de Novedades.

¿Por qué programática de Spotify?

Eficacia programática. Entorno Premium.



Todo el contenido de Spotify cuenta con la licencia obtenida por nuestros socios o bien lo crea nuestro equipo interno.



Solo ofrecemos vídeos cuando la aplicación está en primer plano, lo que crea una experiencia publicitaria que supera ampliamente todos los estándares del sector en cuanto a viewability.



El 100 % de los usuarios de Spotify están logueados, lo que nos brinda datos únicos sobre su consumo musical. audience data.

Partners líderes del sector

Nos hemos asociado con los SSP líderes del sector para lograr que nuestro inventario esté disponible a través de canales programáticos. También colaboramos estrechamente con los principales DSPs para asegurarnos de que entienden nuestro catálogo y saben cómo trabajar en nuestro entorno de app.

Google Ad Manager

SPOTX

DoubleClick
by Google

theTradeDesk

rubicon
PROJECT

AppNexus

Adobe Advertising Cloud

MediaMath

Expertise interna



Todo nuestro equipo ha recibido una amplia formación programática, para asegurarnos de que todos los miembros del equipo Spotify saben cómo crear deals, resolver problemas y garantizar el éxito de la campaña.

¿Estás listo para crear un plan de programática?

ProgrammaticSales@Spotify.com

¿Cómo se contrata este plan?

Flexibilidad para elegir el tipo de deal que mejor se adapte a tu estrategia.

Private marketplaces

Los PMPs que están únicamente disponibles a través de invitación de Spotify te permiten escoger un tipo de audiencia específica en nuestra base de datos y, a continuación, pujar por el número de impresiones más adecuado para tu campaña.

¿Por qué contratar este plan?

Flexibilidad

- Ajusta los presupuestos, las impresiones y la duración de la campaña en tiempo real y en función de las necesidades de la campaña.
- Prueba y alterna creatividades en tiempo real mediante sencillas actualizaciones en las etiquetas VAST.

Escoge tu impresión

- Selecciona el targeting por anticipado y recibe únicamente bid requests por las impresiones que elijas.
- Puja solo por el inventario que mejor se adapte a tu campaña.

Device ID matching

- Utiliza datos 1st o 3rd party con nuestros usuarios para aplicarlos en la medición o el targeting de campañas mobile.

Programática garantizada.

Llega a una audiencia muy implicada y accede a experiencias publicitarias premium con la seguridad de un inventario y unos precios fijos garantizados mediante tu DSP.

¿Por qué comprar este plan?

Disponibilidad garantizada

- Reserva el inventario con antelación para garantizar que la campaña cumpla con los objetivos propuestos.
- Prioriza las campañas en las que el factor tiempo sea importante, tales como lanzamientos de productos o promociones de corta duración.

Precio fijo

- Elabora un presupuesto sólido y seguro para tu campaña gracias a un fixed CPM, acordado antes de activar la campaña.

Creación de informes consolidados

- Ejecuta las campañas a través del DSP que elijas (debe disponer de integración con el SSP de Google AdX).
- Gestiona tus campañas garantizadas y no garantizadas en una sola plataforma.

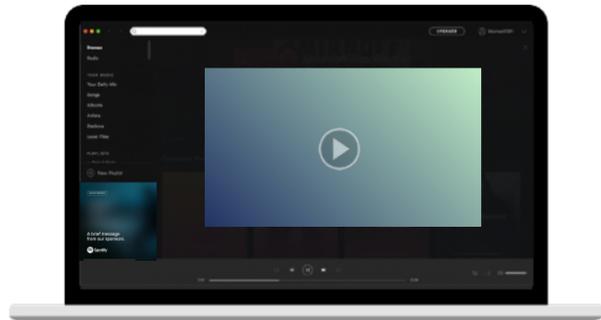
Formatos de programática

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

Vídeo



VÍDEO MÓVIL

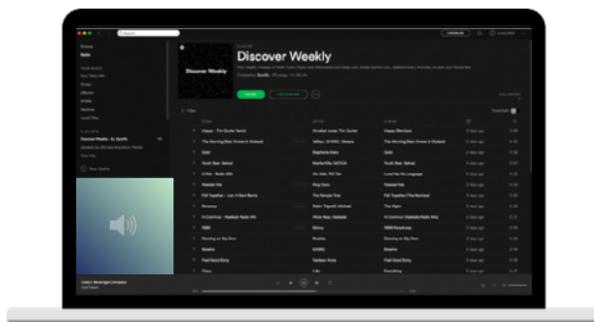


VÍDEO DESKTOP

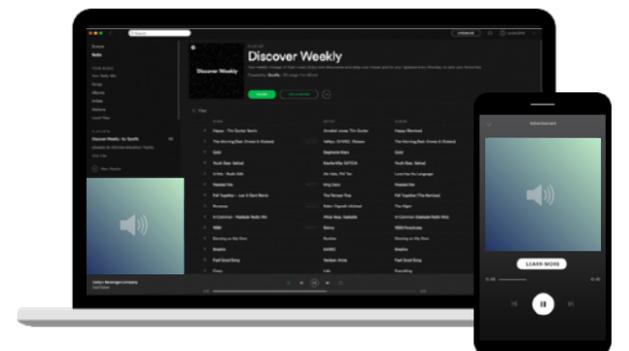
Audio



AUDIO MÓVIL

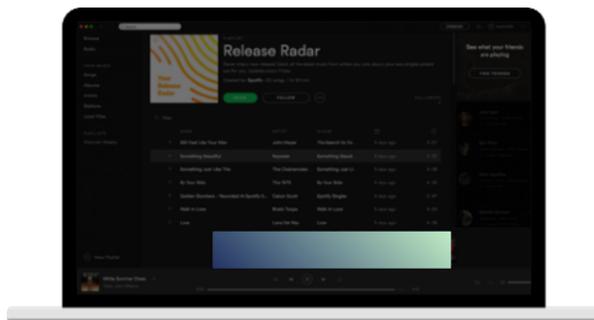


AUDIO DE ESCRITORIO



AUDIO ROS
(ROTACIÓN POR TODO EL SITIO)

Imagen fija



MEGABANNER

¿Estás listo para crear un plan de programática?

ProgrammaticSales@Spotify.com

Especificaciones de audio programático

	Desktop	Móvil	ROS
Tamaño del display	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) La imagen debe estar en formato JPEG estático	.ogg (hasta 30 segundos) La imagen debe estar en formato JPEG estático	.ogg (hasta 30 segundos) La imagen debe estar en formato JPEG estático
Targeting disponible	Edad/Sexo/Idioma/ Género/Playlist	Edad/Sexo/Idioma	Edad/Sexo/Idioma
Dispositivo	Aplicación para escritorio	Móvil (teléfonos iOS y Android)	Aplicación para escritorio y móvil (teléfonos iOS y Android)
Mercados disponibles	Todos los mercados	Todos los mercados	Todos los mercados

¿Dónde comprar?

PMP



PG



Open Marketplace

N/A

Especificaciones de vídeo programático

	Desktop	Móvil
Relación de aspecto	16:9	16:9
Calidad HD	HD (como 1280 × 720)	HD (como 1280 × 720)
Tipo de archivo	WebM (hasta 30 segundos)	.MP4 o .MOV (hasta 30 segundos)
Tamaño máximo del archivo	500 MB	500 MB
Targeting disponible	Edad/Sexo/Género/Playlist (*pendiente de disponibilidad)	Edad/Sexo (*pendiente de disponibilidad)
Cumplimiento	Solo VAST 2.0	Solo VAST 2.0
Mercados disponibles	Todos los mercados	Habla con tu contacto local para conocer los mercados disponibles

(Oferta de ROS no disponible por diferencias de formato de archivo de vídeo)

¿Dónde comprar?

PMP

SPOTX

Google Ad Manager

rubicon PROJECT

PG

Google Ad Manager

Open Marketplace

N/A

Megabanner programático

Especificaciones de formato

Desktop

Tamaño del display

728x90

Tipo de archivo

Todos los tipos excepto Flash

Targeting disponible

Edad/Sexo/Género/Playlist/Idioma

Dispositivo

Aplicación para escritorio

Mercados disponibles

Todos los mercados

¿Dónde comprar?

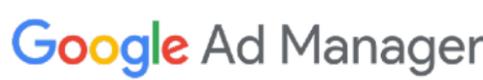
PMP

PG



Open Marketplace

Segmentos de audiencia para PMPs de desktop

Utiliza nuestra inteligencia del streaming de first-party data como una nueva fuente de datos de calidad en tus mercados privados de programática para el catálogo para escritorio de Spotify mediante Google AdX.

NUEVO

Segmentos de audiencia first-party de Spotify, disponibles mediante Google AdX

Alcanza a tu audiencia a través de segmentos de first-party data creados a partir del análisis del comportamiento de streaming, los gustos musicales y los datos demográficos por registro de los usuarios de Spotify.

ENTRETENIMIENTO

Entretención en directo/
Asistentes a conciertos •
Asistentes a festivales •
Sociables/Fiesteros

SALUD Y FITNESS

Entusiastas del fitness •
Salud y bienestar/
Vida sana

ESTILO DE VIDA

Viajeros • Amantes de
la buena comida

ESTADO FAMILIAR

Madres • Padres • Padres con hijos viviendo en
casa • Parejas comprometidas/que van a casarse

TECH & TELCO

Pioneros de la tecnología • Gamers •
Usuarios de PlayStation • TV conectada •
Usuarios de Apple iOS • Usuarios de Android •
Usuarios de Smartphone

Dispositivo/formatos disponibles

Megabanner Desktop, video desktop

Mercados disponibles

US, BR, MX, UK, DE, ES, IT, FR, AU

Demand Side Platforms

Puedes acceder a este conjunto de datos mediante cualquier DSP que tenga acceso a Google AdX y la capacidad de crear un PMP. Spotify construirá los datos en el deal ID para poder usarlos.

Resolución de problemas de PMP

Checklist para deals que no estén sirviendo:

01

Elimina el capping de frecuencia para desktop de tu DSP:

- El límite de frecuencia en la IO y/o línea de campaña podría afectar al cumplimiento en campañas de desktop.
- Prácticamente todo el tráfico de Spotify es app-based, lo que significa que en nuestras bid request no usamos web cookies.
- Si tu DSP limita la frecuencia en equipos de escritorio, lo más probable es que lo hagan mediante cookies, por lo que no funcionará.
- El capping de frecuencia en móviles puede realizarse mediante Device ID, aunque te recomendamos consultarlo con tu DSP.

02

Elimina de tu DSP las capas de datos basadas en cookies:

- Todas aquellas capas de datos que requieran información del usuario a través de una cookie podrían hacer que el deal no responda correctamente a la llamada de la puja.
- Los datos basados en Device ID funcionan en nuestro inventario de móvil.

03

Asegúrate de que usas etiquetas VAST:

- Spotify no admite etiquetas VPAID ni etiquetas VAST implementadas dentro de una llamada VPAID.
- Por favor, asegúrate de que solo utilizas etiquetas VAST para las creatividades.

04

Comprueba los ajustes del entorno:

- Algunos DSPs son sensibles a los entornos mobile app. Puesto que Spotify no ofrece tráfico "web", deberías confirmar que tu DSP está configurado para realizar una puja para este tipo de inventario.

05

Comprueba el formato de creatividad:

- Comprueba las especificaciones en la siguiente página para asegurarte de que tienes las creatividades adecuadas.

06

Comprueba el precio:

Modelo de subasta:

- Los PMP de Spotify se ejecutan en un modelo de subasta.
- Asegúrate de pujar por encima del floor rate.
- Si aún así no consigues ganar, aumenta el precio de la puja para ser más competitivo.

Divisa:

- Si deseas pujar en una divisa distinta al dólar estadounidense, comprueba primero con tu DSP si es posible.
- Si empleas otra divisa, asegúrate de que el precio del deal es ligeramente superior al floor price del formato, para así poder compensar cualquier fluctuación en el tipo de cambio.

07

Tags con protocolo de seguridad en móvil:

- Nuestra plataforma mobile requiere que todas las creatividades y trackings se realicen mediante una conexión segura (https).
- La falta de tags con protocolo de seguridad podría afectar al cumplimiento de la campaña y causar discrepancias.

08

Tags bloqueados:

- Asegúrate de que no has incluido ningún tracking o medición no compatible.

09

Deal ID:

- Comprueba el Deal Token o el Deal ID en el DSP para asegurarte de que coincide con el Deal Token o Deal ID en el SSP para ese mismo deal.

¿Sigues teniendo problemas?
Habla con tu contacto de Spotify para recibir asistencia adicional.

¿Estás listo para crear un plan de programática?

ProgrammaticSales@Spotify.com

 **Spotify** for Brands

Gracias.

ProgrammaticSales@spotify.com