

La familia Ad Format de Videoplaza ofrece una nueva flexibilidad al mercado del vídeo online

Aborda la creciente necesidad de diferenciación entre editores

Madrid, 14 de diciembre de 2011: Videoplaza, la plataforma líder de gestión de publicidad en vídeo para editores, ha anunciado el lanzamiento de dos nuevos formatos de publicidad interactiva, VP Takeover y VP Ad Selector, con los que amplía su familia de productos Ad Format. Estos nuevos formatos responden a la creciente demanda de formatos publicitarios Premium que van más allá de las ofertas estándar de pre-roll y overlay. Además la compañía ha establecido una asociación estratégica con el especialista en formatos publicitarios Innovid, para incorporar una nueva gama de formatos publicitarios interactivos a la oferta de Partner Format de Videoplaza. La familia de formatos de Videoplaza -que incluye VP Standard Formats, VP Premium Formats, VP Custom Formats y Format Partners- ha sido diseñada para cubrir todos los aspectos de las necesidades de formatos publicitarios de los editores y ayudar a maximizar las oportunidades de ingresos.

Hoy en día, la mayoría del gasto publicitario en vídeo se destina a formatos conocidos como pre-rolls, overlays o companion banners. Sin embargo, los formatos interactivos están teniendo últimamente mucho éxito y se están convirtiendo en una opción cada vez más interesante para los anunciantes, que necesitan diferenciarse en un mercado cada vez más maduro y competitivo.

Videoplaza Format Family™ está compuesta por:

- VP Standard Formats, incluye pre-rolls, mid-rolls, post-rolls, overlays y companion banners.
- VP Premium Formats, crea una experiencia interactiva y participativa para el espectador. VP Takeover es similar a un spot tradicional de TV en el sentido de que se desarrolla en pantalla completa durante el visionado del anuncio, mientras que el VP Ad Selector permite al espectador seleccionar qué anuncio quiere ver, con un abanico de 2 a 6 anuncios entre los que elegir. Ambos formatos pueden generar un alto rendimiento y ofrecer al anunciante una posición premium.
- VP Custom Formats, un servicio que permite a los editores ofrecer y distribuir formatos publicitarios únicos sin que ello afecte a sus proyectos prioritarios de desarrollo interno.
- Format Partners, ofrece a los clientes de Videoplaza la flexibilidad de trabajar con los mejores especialistas en formatos publicitarios, como Innovid.

“Es comprensible que los formatos estándar dominen el mercado, sin embargo cada vez son más los editores que quieren diferenciarse”, comenta Sorosh Tavakoli, CEO de Videoplaza. “Como proveedores de una plataforma queremos ofrecer a nuestros clientes una solución integral que les permita diseñar a medida la mejor oferta para sus anunciantes, sea en formatos estándar o

premium. Si nos fijamos en nuestra base de clientes y en el mercado, creemos que las posibilidades de los formatos premium serán más del doble el año que viene. La entrada de Innovid en el mercado europeo continuará impulsando el crecimiento”.

Videoplaza Format Family™ cumple con los estándares de la industria de vídeo publicitario, y sus soluciones respetan las normas Video Ad Serving Template (VAST) y Video Player-Ad Interface Definition (VPAID), para garantizar una integración perfecta entre diferentes tecnologías de ad server y reproductores de vídeo. El soporte para estos estándares mantiene abiertas las opciones de los clientes, permitiéndoles trabajar con terceros y evitar verse atrapados en tecnología patentada.

“Al trabajar con las mejores marcas del mundo, estamos notando un cambio definitivo en la forma en que se percibe el vídeo online. Ya no se ve sólo como una forma de lograr alcance y concienciar sino para crear una experiencia de marca mucho más completa y atractiva para la audiencia objetiva. Nuestra alianza estratégica con Videoplaza nos ayudará a llegar a muchos más editores y permitirá a nuestros usuarios ser mucho más efectivos a la hora de incorporar interactividad en el mix de publicidad en vídeo. Estamos muy emocionados con el crecimiento conjunto en las posibilidades del vídeo inmersivo”, dijo Zvika Netter, CEO de Innovid

Hoy por hoy los formatos interactivos ofrecen niveles de participación significativamente superiores a la tasa de clic de los pre-roll, lo que supone un cambio en la forma en que los usuarios interactúan con los videos publicitarios en el sector de la TV por IP. Por ejemplo, el inRoll interactivo de Innovid ofrece una tasa de interacción del 2,25%, comparado con la tasa de clic del 0,61% generado por un pre-roll tradicional, lo que representa un incremento del 368% en la interacción con el anunciante .

AdVideum, la principal red de vídeo publicitario en Francia, trabaja con Videoplaza para satisfacer sus necesidades de formato. “Como socio exclusivo de más de 200 editores de medios premium con 80 millones de vídeo contenido al mes, AdVideum está constantemente innovando para ofrecer formatos de vídeo interactivos y originales de cara a mejorar la monetización del inventario de los editores y responder de la mejor forma a las necesidades de los anunciantes”, dijo Julien Leroy, fundador y presidente de AdVideum. “La familia de formatos de Videoplaza nos permite sacar el máximo partido de los formatos de vídeo estándar, además de permitirnos diferenciarnos de la competencia con formatos Premium como el VP Takeover”.
