

HOLA

LA



**Somos una
agencia de
contenidos:
YOROKOBU PLUS**



**Somos un
medio de
comunicación:
YOROKOBU**

VAYAMOS
POR PARTES.
**¿QUÉ ES YOROKOBU
PLUS?**

YOROKOBU PLUS es una
agencia de contenidos que te
ayuda a conectar con tu
audiencia de una forma
diferente.



01

¿QUÉ
HACEMOS?
SERVICIOS



BRANDED CONTENT

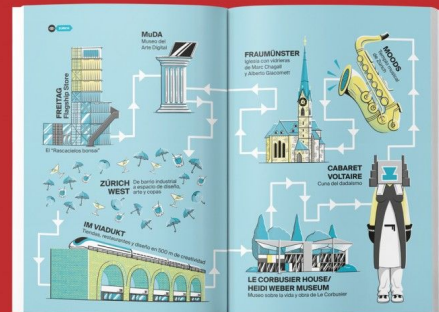
Suiza Turismo

Guía cultural de Suiza

Suiza es conocida por sus chocolates, sus relojes, sus bancos... Pero el país alpino dispone de muchos más atractivos relacionados con el arte, la cultura y también con los grandes genios de la humanidad que buscaron la inspiración en este país.

Turismo de Suiza nos propuso crear una guía destinada a personas interesadas en el diseño gráfico, el arte y la cultura. Además de los museos y centros de interés cultural de muchas de sus ciudades, la guía recogía las grandes obras realizadas por artistas suizos y también algunas de las grandes aportaciones del país relacionadas con el diseño industrial o la arquitectura. Así, mediante infografías, planos ilustrados e imágenes, mostramos el origen de inventos tan geniales como la navaja suiza o la tipografía Helvética, y conocimos mejor la figura de Le Corbusier.





Suiza Turismo

El Tinder de los momentos urbanos Suizos

[Ver momentossuizos.yorokobu.es](https://www.momentossuizos.yorokobu.es)



Suiza Turismo

Relatos de Zúrich

Yorokobu crea *Relatos de Zúrich*, una serie de 4 vídeos que cuentan historias originales sobre la ciudad. Se busca despertar el interés por visitarla sin recurrir a los tópicos turísticos. Cada historia está diseñada para ser consumida en las redes sociales de Yorokobu.

600.000 visualizaciones.

1,5 millones personas alcanzadas.

20.000 likes, compartidos y comentarios.

Disfrutar de la vida sin matar animales:
Seguimos la serie con un reportaje sobre Hiltl, el restaurante vegetariano más antiguo del mundo con un modelo de negocio muy inusual.



Seguimos la serie con un reportaje sobre Hiltl, el vegetariano más antiguo del mundo con un modelo de negocio muy inusual.

[Ver vídeo](#)

Coca-Cola

Zero Listillos

Coca Cola Zero tenía un reto: callar la boca a los listillos, esos que creen saber de todo y que todo el rato te lo quieren hacer saber.

Y nosotros le propusimos una solución: una web, hospedada en Cocacola.es y actualizada a diario, con contenido de lo más interesante con el que dejar en evidencia la sabiduría *fake* de los listillos. Resultado: un completo contenedor de artículos *online* con más de 60 entradas al mes.



*Coca-Cola Zero y el Disco negro son marcas registradas de The Coca-Cola Company™



VOLVER DE VACACIONES CON OPTIMISMO

Está a punto de acabarse las vacaciones y no quieres ni pensar en la idea de volver a la oficina. Vaya, no hay que obsesionarse con el trabajo, pero es bueno afrontar la realidad para evitar al temido síndrome post-vacacional. Te damos algunos consejos para afrontar el regreso con más optimismo:



1. VUELVETE LINDO DÍAS ANTES

Prepara tu ropa para ir al trabajo y al momento de despertarte el día del primer día de trabajo, tendrás con lo que ponerte algo cómodo y práctico para afrontar el regreso con un tanto de optimismo.

2. NO TE INCORPORES UN LUNES

La primera semana de trabajo es la más importante para establecer rutinas y hábitos que te ayuden a afrontar el regreso con un tanto de optimismo.

3. TOMATELO CON FILOSOFÍA

Afronta la vuelta de manera positiva, recuerda que estás de vuelta en casa y que puedes disfrutar de la vida. No te preocupes por el regreso, disfruta de cada momento y vuelve con un tanto de optimismo.

4. HAZ PLANES DE FUTURO

Planifica tu futuro y establece metas que te ayuden a afrontar el regreso con un tanto de optimismo. Recuerda que el futuro es algo que puedes controlar y que puedes disfrutar.

5. DIVIDE LAS VACACIONES

Divide tus vacaciones en etapas y establece metas que te ayuden a afrontar el regreso con un tanto de optimismo. Recuerda que el futuro es algo que puedes controlar y que puedes disfrutar.

6. HAZ VIDA DESPUÉS DEL VERANO

Planifica tu futuro y establece metas que te ayuden a afrontar el regreso con un tanto de optimismo. Recuerda que el futuro es algo que puedes controlar y que puedes disfrutar.

7. MOVIMIENTO ES FELICIDAD

El movimiento es una excelente manera de afrontar el regreso con un tanto de optimismo. Recuerda que el futuro es algo que puedes controlar y que puedes disfrutar.

8. MENTALIDAD POSITIVA

Mantén una mentalidad positiva y establece metas que te ayuden a afrontar el regreso con un tanto de optimismo. Recuerda que el futuro es algo que puedes controlar y que puedes disfrutar.



XOROKOBUPUS

eDreams Odigeo

'Meaningful journeys'

Cada año, millones de personas utilizan eDreams Odigeo para planificar sus viajes. Pero detrás de esa compleja tecnología hay personas. Para humanizar la labor de eDreams, realizamos un documental en el que narramos el primer encuentro entre Sal, un joven estadounidense que había visitado todos los países del mundo, y Enriqueta, quien, a sus 77 años, no había salido nunca de su isla natal, La Graciosa. Una entrañable muestra de los millones de *meaningful journeys* que son posibles gracias a la tecnología de eDreams Odigeo.

[Leer artículo 'Un milenial que ha viajado a todos los países conoce a una mujer que nunca salió de su tierra'](#)

[Leer artículo 'Tiene 27 años y ha viajado a todos los países del mundo'](#)



[Ver aquí](#)

BRAND ART

Arroz Brillante

Arte con brillante

Yorokobu y Arroz Brillante cocinaron un proyecto artístico en Instagram.

Hay 26 obras de 26 artistas elaboradas con arroz, quinoa, legumbres y otros productos de Brillante.

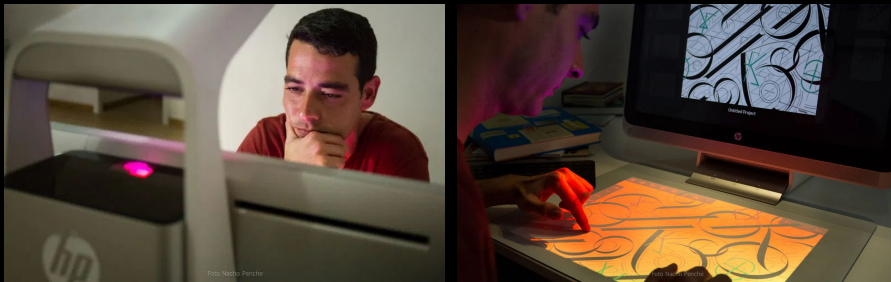
[Ver aquí](#)



Hp Sprout

Cuando HP lanzó el ordenador “*all in one*”, lo presentó como el primero de su categoría diseñado para dar rienda suelta a la creatividad. El tipógrafo WETE quiso comprobarlo. Para ello, realizó los bocetos y las líneas de la portada de Yorokobu usando el ordenador. Y nosotros nos encargamos de explicar todo el proceso con un *making of* que se contó en un artículo en la revista en papel, y a través de un vídeo en nuestra web.

[Leer artículo](#)



Callao Citylights

Durante un año, realizamos una labor de comisariado para promocionar el arte urbano en pleno centro de Madrid. Desde YOROKOBU PLUS, nos encargamos de seleccionar a los mejores talentos emergentes, cuyos trabajos fueron proyectados en las pantallas de Callao Citylights. Una propuesta artística que alcanzó gran notoriedad al destacar entre los clásicos anuncios de la zona. Además, desde las pantallas se animaba a los viandantes a conocer más sobre el artista a través de las entrevistas y reportajes publicados en la web de Yorokobu.



CONTENIDO PATROCINADO

Volkswagen

Concurso Hazlo tú

Para estar en la mente de los diseñadores

Una vez al año, dejamos la portada en blanco y abrimos la posibilidad de diseñarla a creativos de todo el mundo, en colaboración con Volkswagen, que ocupaba la contraportada.

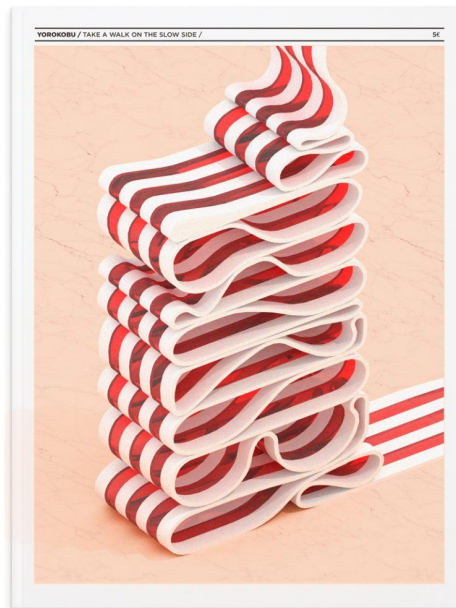
Vídeo finalistas 7ª edición

+9 años

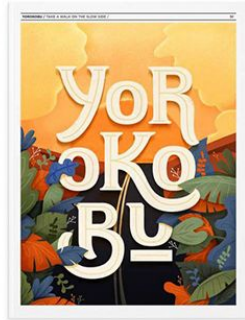
+3.000 trabajos presentados

3 millones de impresiones

Plataforma de lanzamiento de talento



2018
PORTADA GANADORA



2017



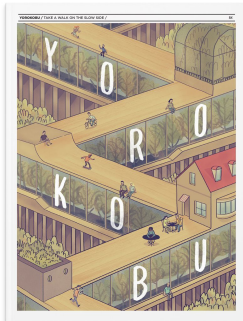
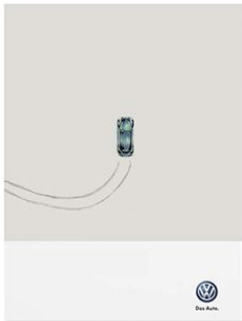
2016



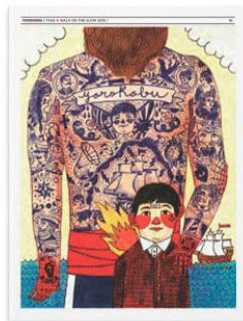
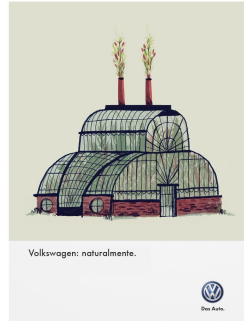
2015



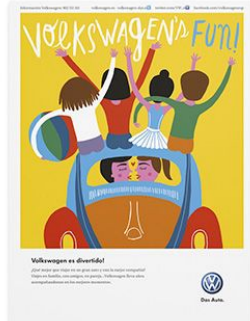
2014



2013



2012

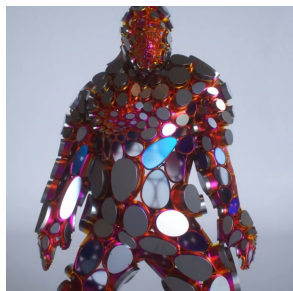


Trabajamos estrategias de amplificación con otros medios con cinco ilustradores en Instagram



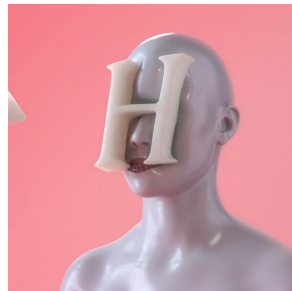
1 Octubre
FEDERICO LEGGIO

[Ver aquí](#)



15 Octubre
ESTEBAN DIÁCONO

[Ver aquí](#)



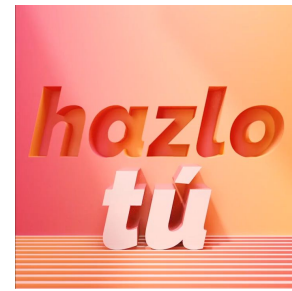
6 Noviembre
EXTRAWEG (Oliver Latta)

[Ver aquí](#)



17 Noviembre
ALESSIO DE VECCHI

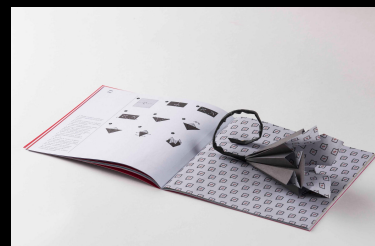
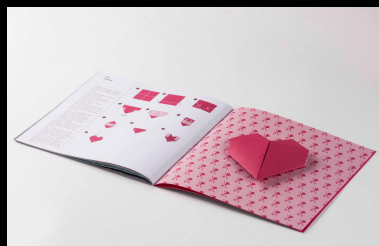
[Ver aquí](#)



29 Noviembre
FRANK J GUZZONE

[Ver aquí](#)

Calendario origami



José Cuervo

Be Random

Leer artículo 'El tequila, paso a paso'
Leer en revista: 'El origen del tequila'

YOROKOBU+ JOSÉ CUERVO

EL ORIGEN DEL TEQUILA

José Cuervo te lleva a infinidad de lugares. Te invita a vivir el momento y a crear nuevas experiencias. **Be Random** es un reto que propone vivir sin etiquetas, prejuicios y planes cerrados. Queremos que abras la mente y te asombres al descubrir esos lugares y situaciones donde nunca imaginaste que José Cuervo podría acompañarte. Por ejemplo, a su origen, a donde empezó todo.

EXPERTOS EN TEQUILA

EL TEQUILA, EN CIFRAS
 El tequila es una bebida alcohólica destilada hecha de agave azul.
 40-50 grados.
 100% de agave azul.
 625 millones de litros de agave azul se cosechan cada año en México.

1. CRECIMIENTO Y COSECHA
 El jineter corta las pencas y da forma a la pila. La pila (20-30 kilos) no tiene líquido. Solo fibra. Sale cuando se cocina. Hay que esperar entre 6 y 8 meses para poder hacer la pila.

2. COCINADO Y EXTRACCIÓN DEL AZÚCAR
 La **Roqueta** cuenta con 16 hornos con una capacidad de 300 kg hornados.

3. FERMENTACIÓN
 Duración: 50/60 horas
 El jugo resultante se envía los tiempos de fermentación donde se mezcla con levadura natural que consume el azúcar y lo transforma en alcohol.

4. DESTILACIÓN
 Muestra líquida resultante tras la fermentación.
2 Destilaciones:
De 1 a 3 horas: Alambique de cobre - tequila ordinario.
De 2 a 4 horas: Alambique de cobre - tequila blanco.

5. MADURACIÓN
 Proceso de reposo y envejecimiento: **Barricas de roble francés y americano.**

6. MEZCLA Y ACABADO

HAZE MÁS DE 200 AÑOS...
 D.M.E. - José Antonio de Cuervo creó una marca en Tequila Ciudad para celebrar y celebrar Agave Azul.
 D.M.E. - La familia recibe la primera carta del rey Carlos IV de España para producir y distribuir exclusivamente su tipo de producción: "La Taberna de Cuervo".
 D.M.E. - Primer premio en la feria de 1876 del agua que muestra.
 La **Roqueta** - La destilería más antigua del D.O.M.
 Ubicada a unos pasos de la plaza principal de la Ciudad de Tequila.

LEAS HERRAMIENTAS VISTEN ROPAS TRADICIONALES PARA PROTEGERSE DEL CONTACTO CON LAS PILAS, QUE IRRITAN LA PIEL.
 Usan cinturones para transportar las pilas en la espalda.
 Su herramienta principal es un hacha.

DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN
 Requiere una zona climática muy específica.
 • Producción en el estado de Jalisco.
 • 100% de agave azul.
 • Destilado en destilerías que cumplen con las normas de la NOM-005-SCFI-2013.
 • Que en 2006, según el artículo 169 de la Ley Federal del Derecho de Autor.

IMPROVISA PLANES, NO TU COPA. BE RANDOM

Jose Cuervo

Marca copas reutilizable. Disfruta de un consumo responsable. 38°.



[Ver completo aquí](#)



SPOILER

NO DEJES
PARA MAÑANA
LOS MARGARITAS
QUE PUEDES
BEBER HOY

LA MANDANGA X JOSE CUERVO

SPOILER

AÚN NO
HAS CONOCIDO
A VARIAS
PERSONAS
IMPORTANTES
DE TU VIDA

LA MANDANGA X JOSE CUERVO

SPOILER

LAS COSAS
RANDOM MOLAN,
MENOS
LAS OPINIONES

LA MANDANGA X JOSE CUERVO

Mandanga Mondays



CAPÍTULO 185 HÁBITOS RANDOM

No podemos tenerlo todo bajo control, lo aceptamos. Así que te proponemos dejarte llevar con este capítulo especial de @la_mandanga x @josecuervo_es

Porque ser random te puede transportar hasta personas y sitios brutales

Mandanga Mondays

x @josecuervo_es



¿Un año escuchando la música favorita de la gente de tu curro, sin poder elegir, o escuchar solo un grupo que tú elijas?



Mandanga Mondays

x @josecuervo_es



¿No poder repetir de bar ni de bebida en un año o no poder repetir outfit?



¡UN BRINDIS POR ESAS NOCHES DE SOFÁ Y MANTA QUE ACABAN EN CHARLAS INTENSAS CON COLEGAS DE LAVABO!

Porque ser random no es elegir entre noche o día, sino todo a la vez. Incluso el tequila @josecuervo_es es random: el primer chupito de la noche, un margarita clásico con unos buenos totopos, un cóctel squeeze después de cenar o un margarita sour frozen mientras tomas el sol.

🔗 BE RANDOM CON JOSE CUERVO

Samsung Galaxy Note 10.1

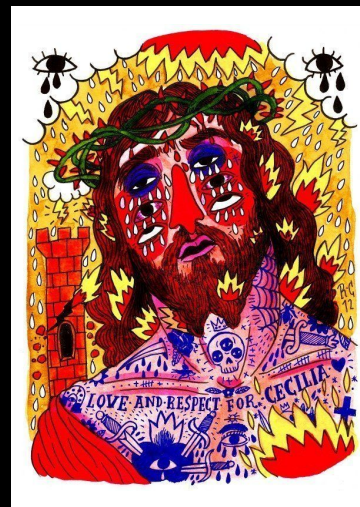
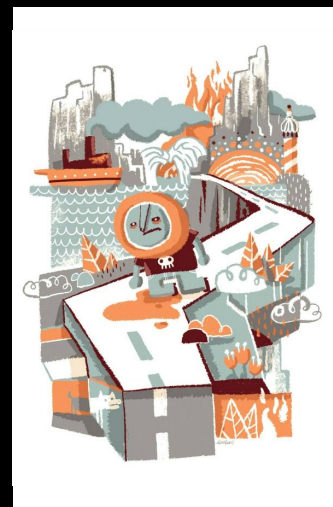
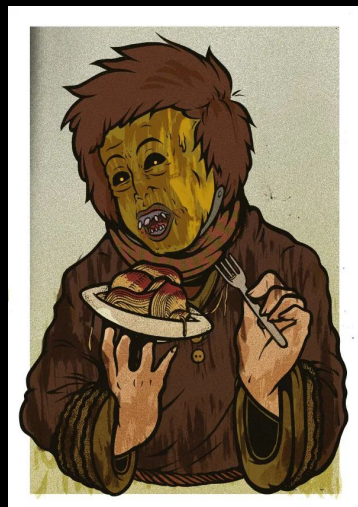
Ecce Homo

Cecilia Giménez, vecina de Borja (Zaragoza), se hizo famosa tras tratar de restaurar, con su mejor intención, el fresco de un *ecce homo* en la iglesia de su pueblo. Su trabajo acabó siendo una reinterpretación. Y eso es lo que hicimos para Samsung: interpretar el *ecce hommo* de Cecilia. Para ello, seleccionamos a 6 ilustradores que, pertrechados con un Galaxy Note 10.1, dieron rienda suelta a su creatividad.

[Leer artículo Los discípulos de Cecilia](#)

[El making of del ecce homo \(I\)](#)

[El making of del ecce homo \(II\)](#)



ACCIONES ESPECIALES

Pikolinos

Caminamos

Pikolinos nos escogió para dotar de más actualidad a sus #SmilingStories y conseguir mayor interacción con su audiencia a través de ellas.

Bajo el claim «Get Comfy and Smile» y sus valores (autenticidad, originalidad y naturalidad), nutrimos de contenido sus redes sociales, web y tiendas a través de fotografías, vídeos e ilustraciones. La campaña se difundió a escala internacional en 4 idiomas.

[Ver Smiling Stories](#)



Evo Banco

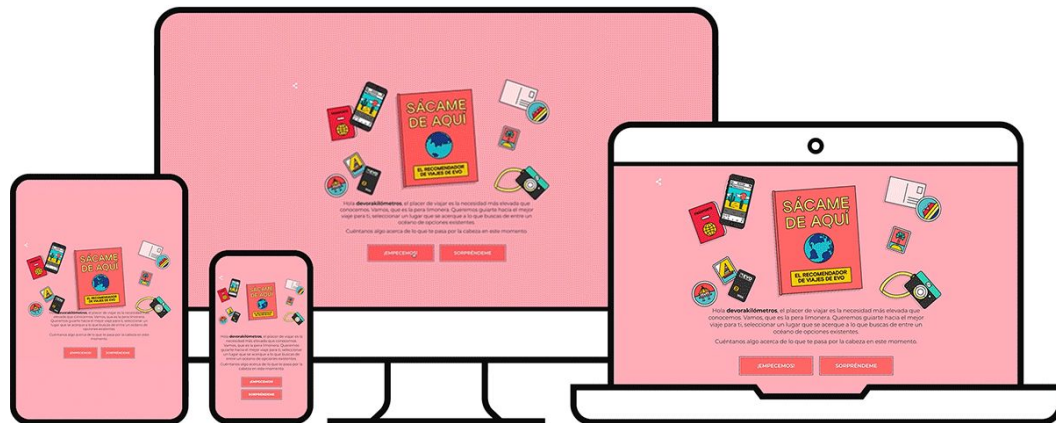
Recomendador de viajes 'Sácame de aquí'

EVO nos pidió una acción notoria para potenciar uno de sus productos más valorados: su tarjeta para perfiles de clientes con ganas de viajar.

Esta tarjeta no cobra comisiones para sacar dinero, además de ofrecer otros beneficios.

Decidimos diseñar una acción a través de la gamificación del contenido.

[Ver aplicación web](#)



Jägermeister

Concept56

850 inscritos, 5 ganadores, un proyecto de innovación durante 6 meses.

«El talento creativo ya no quiere estar atado a una oficina durante el resto de su vida. Busca nuevas formas de trabajar y proyectos que estimulen su forma de pensar».

A partir de esta reflexión, Jägermeister creó un proyecto con la intención de cocrear su gran evento del año con cinco jóvenes creativos.

YOROKOBU PLUS fue elegida para llevar a cabo este proyecto. El primer paso fue buscar cinco mentes inquietas para formar el laboratorio creativo, formarlos durante los cinco meses siguientes y preparar la mejor fiesta de la historia.

[Ver proyecto al completo](#)



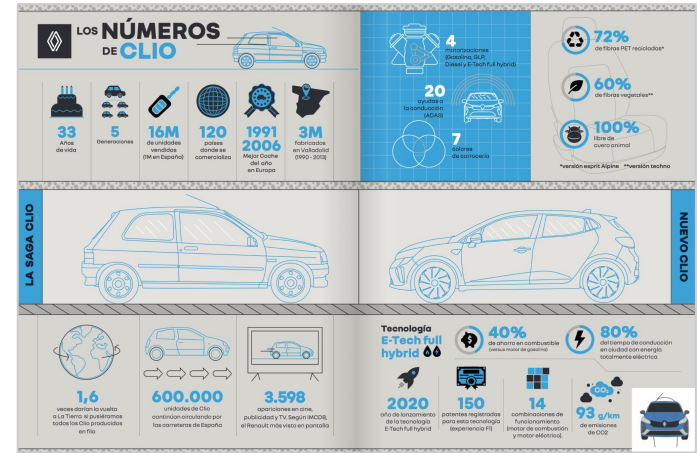
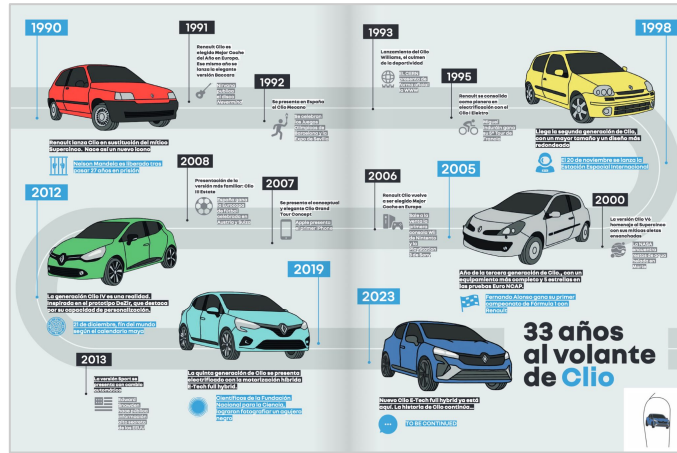
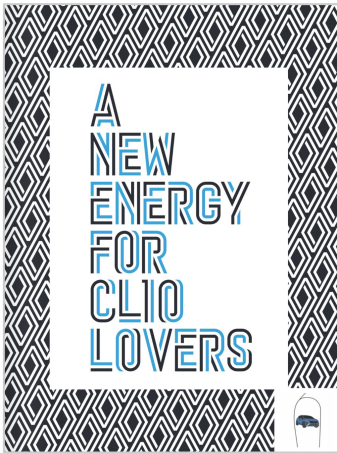
CONTENIDO DE MARCA

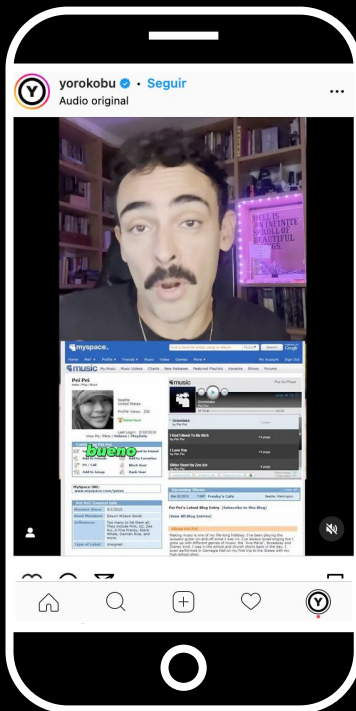
Renault Clio

Cuadernillo monográfico

Visitar vertical Clio

Ver vídeo





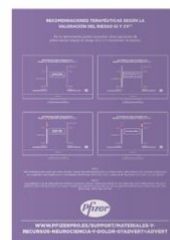
Pfizer

AINE

Pfizer quería dar a conocer los informes de expertos nacionales e internacionales sobre la prescripción segura de los AINE. Había que trasladar esa información médica a los profesionales que acceden a su plataforma de manera sencilla y visual.

Además, se realizó un tríptico para repartir en centros médicos y dar a conocer esta herramienta entre los profesionales del sector.

[Ver vídeo](#)



Adif

Contenidos audio- visuales

Adif contó con Yorokobu Plus para nutrir de contenidos audiovisuales sus espacios Adif. Planoplanes, quiz de entretenimiento, vídeos de marca, etc.

Así como para el rediseño de sus monitores, teleindicadores y app móvil, dentro de su proyecto de modernización y actualización de las estaciones españolas.

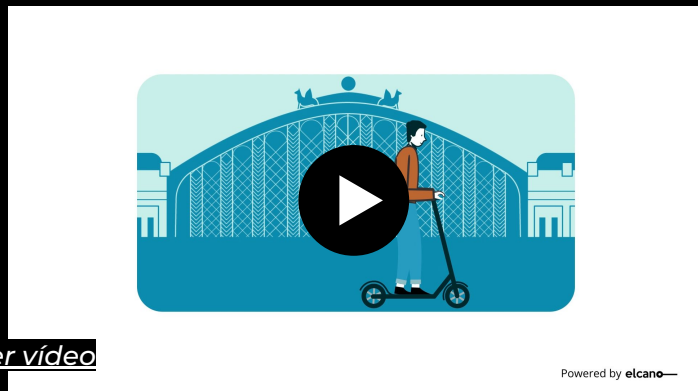




Ver vídeo



Ver vídeo



Ver vídeo

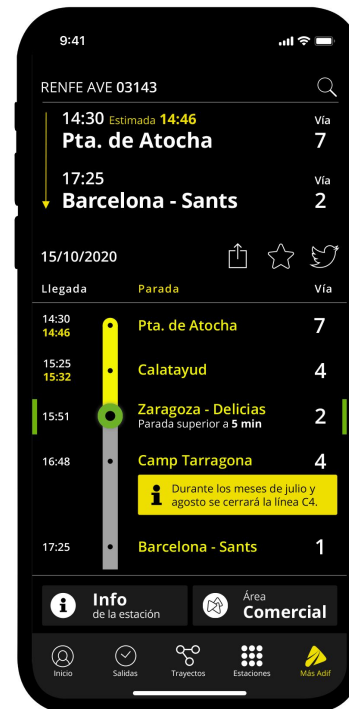
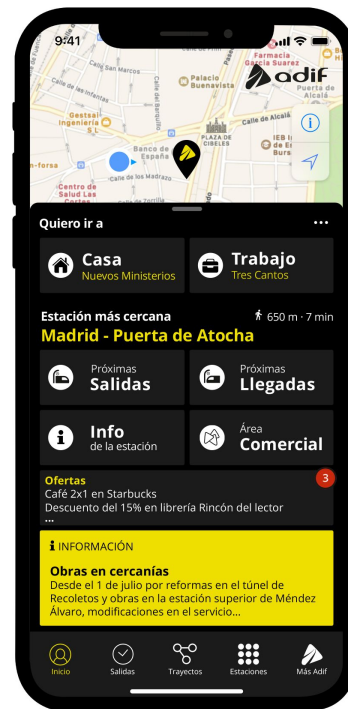


Ver vídeo

Adif

Definición de la imagen y el estilo para el canal de aplicaciones móviles

Salidas		Llegadas	Pta. de Atocha		Cercanías	AV LD MD
Hora	Destino	Tren	Vía			
14:35 Embarque	Granada	RENFE AVE 02446	7	Planta 1		
15:05	Logroño	RENFE ALVIA 00701	4			
15:08	Algeciras	RENFE ALTARIA 09330	4			
15:30	Figueras - Vilafant	RENFE AVE 03153	12B	Planta baja		
17:05	Málaga - María Zambrano	RENFE ALVIA 11912				



Bombay Sapphire

Gertrude Jekyll

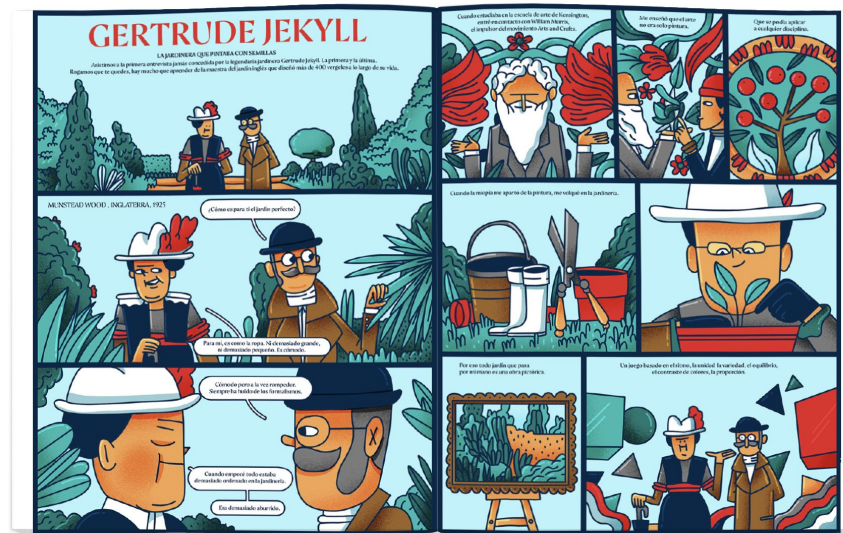
OMD se puso en contacto con YOROKOBU PLUS con el fin de difundir este lanzamiento a través de una campaña 360: papel, web y redes sociales

Aprovechamos el lanzamiento de 'English Estate' para conmemorar la vida y obra de Gertrude Jekyll. Para ello, asociamos su legado con el producto.

¿Cómo? A través de un cómic que contaba su historia.

[Ver cómic completo](#)

[Leer artículo](#)



Bombay Sapphire

El 'countryside' inglés en un sorbo de ginebra

Hablamos también del producto:

Para ello, cubrimos el evento de presentación 'English State' llevando al ilustrador Juan Díaz Faes a que viviera la experiencia y la contara dibujando.

[Leer artículo](#)



El countryside inglés en un sorbo de Ginebra



Imagina que tomar un sorbo de Ginebra pudiera trasladarte a la campiña



AVELLANA TOSTADA



ROSA MOSQUETA

Bombay Sapphire Jardines ilustrados

Colaboramos con **4 influencers creativos** para diseñar un jardín británico que se desplegaba a lo largo de 10 imágenes en un carrusel de Instagram.

Cada jardín estaba inspirado en la historia de Gertrude Jekyll y los jardines ingleses.

Publicamos los carruseles en Yorokobu y cada ilustrador influencer también lo hizo en su perfil para aumentar al alcance.

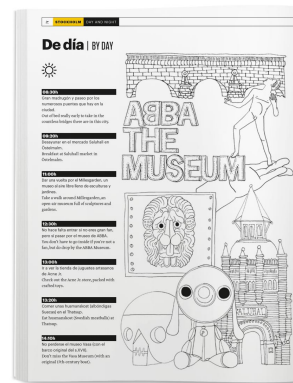
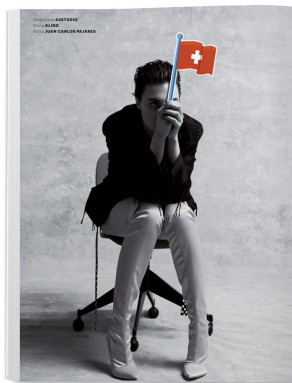


**PAPEL, PAPEL,
PAPEL**

Vueling Ling Magazine

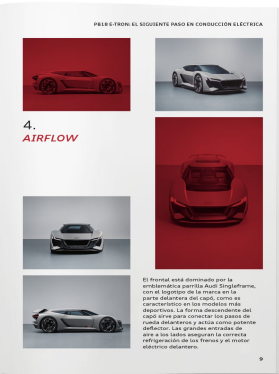
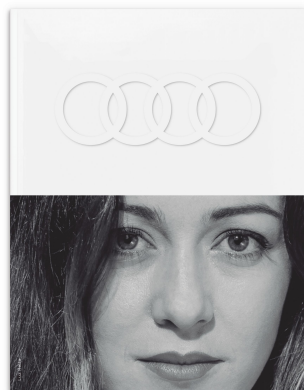
Revista 'inflight'

Vueling quería ofrecer a sus pasajeros una revista de avión que no pareciera una revista de avión. No le interesaba un discurso turístico manido. En respuesta a ese *brief*, creamos un medio que hablaba de las ciudades Vueling a través de cosas interesantes que ocurren en ellas. Una revista, *Ling*, que cuidaba el diseño tanto como las historias que contamos en cada número.



Audi

Para el rediseño de *Audi Magazine*, YOROKOBU PLUS tuvo muy presente la máxima de la firma alemana: «A la vanguardia de la técnica». El resultado, más que una revista, fue una verdadera fuente de inspiración.



TALLERES

Ambar IPA

Taller de creatividad

Junto con Ambar y OmnicomPRgroup, organizamos dos talleres creativos con el fin de que la marca ofreciera un contenido de valor a personas interesadas en el mundo del **diseño, el dibujo, la ilustración, el storytelling y la innovación creativa.**

Unas 30 personas acudieron a cada uno de estos dos talleres gratuitos, impartidos por el tipógrafo y letrista Iván Campo. Durante una 2 horas y media, los asistentes tuvieron la oportunidad de aprender y crear en un ambiente inspirador y distendido.

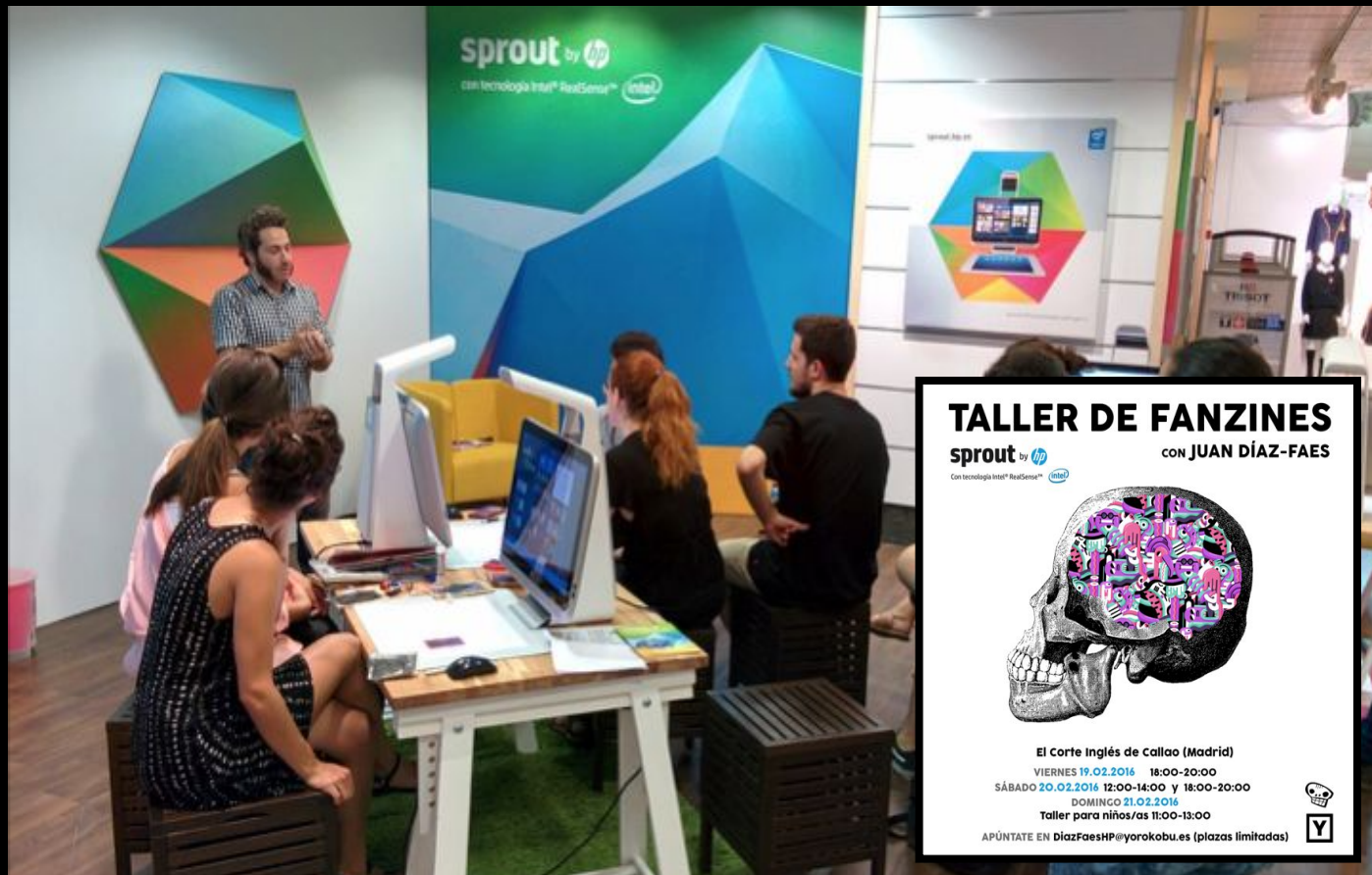
[Leer artículo 'un taller gratuito de lettering de Yorokobu y Ambar IPA impartido por Iván Castro'](#)



hp Sprout Taller de fanzines

Realizamos un total de 13 talleres para un máximo de 10 personas. 75% para adultos y 25% para niños.

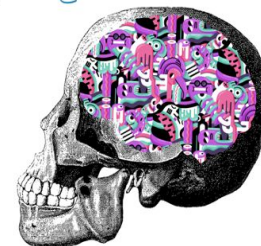
[Leer artículo 'Masterclass de fanzines by Díaz-Faes'](#)



TALLER DE FANZINES

sprout by hp
con tecnología Intel® RealSense™

CON JUAN DÍAZ-FAES



El Corte Inglés de callao (Madrid)

VIERNES 19.02.2016 18:00-20:00

SÁBADO 20.02.2016 12:00-14:00 Y 18:00-20:00

DOMINGO 21.02.2016

Taller para niños/as 11:00-13:00

APÚNTATE EN DiazFaesHP@yorokobu.es (plazas limitadas)



Lenovo Yoga Book

Taller de ilustración

Más de **395.900** personas alcanzadas.

Más de **10.700** reacciones en redes sociales.

En **2 horas**, talleres llenos.

Más de **250** veces compartido.

Más de **6.200** clics en redes sociales.

Más de **400 leads** conseguidos.

No faltó nadie: **32** asistentes.

Más de **350** personas en lista de espera.

[Leer artículo 'Cómo dibujar la felicidad serena'](#)

[Leer artículo 'Taller gratuito de ilustración con tableta y regalo de un Yoga Book de Lenovo'](#)



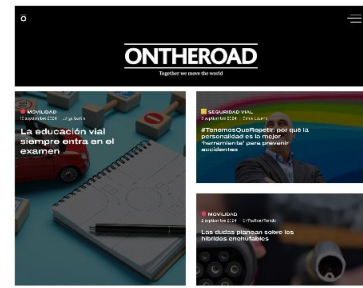
ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

Abertis

On The Road

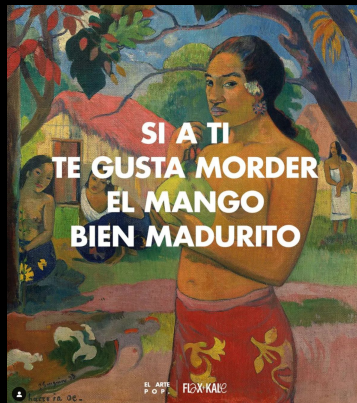
Abertis tenía una publicación impresa obsoleta dirigida a socios y accionistas y basada en una comunicación corporativa. Han dado un giro muy importante en su comunicación, aportando contenidos interesantes para los accionistas y socios. Además, han abierto la comunicación a las personas interesadas en el sector. Este proyecto tiene su versión *offline* y *online*.

Visitar página web



Flax & Kale

La marca flexitariana quería enriquecer sus redes sociales con diferentes secciones entretenidas, bonitas y con *storytelling* relacionadas con la cultura y filosofía de la compañía. Con una frecuencia semanal, la marca subía contenidos de distinto formato, creados por microinfluencers de la casa: novelas gráficas, animaciones, juegos interactivos, obras de arte, música, sorteos, etc. Todo estaba vinculado a los territorios y a los productos que quería comunicar Flax & Kale. Además, las publicaciones más afines se publicaban en nuestros perfiles de Yorokobu.



Spoiler:
estamos aún
más buenas
si nos bebes
leyendo
la Yorokobu



KOMBUCHA FLAX & KALE

La alternativa a los refrescos. Con probióticos, baja en azúcares y calorías.

flaxandkale.com

*La kombucha es una bebida de té fermentada.



02

CÓMO PODEMOS
COLABORAR
JUNTOS

Opción A

Creando una estrategia de contenidos desde cero que trabaje vuestro territorio y *buyer* persona.

Opción B

Complementando vuestra campaña con más estrategia de contenidos que ayude a amplificar mensajes.

La bajada de **los contenidos** puede ser en forma de:



Revistas y libros corporativos



Guías



Infografías / Planoplanes



Acciones especiales



Vídeos



Reportajes fotográficos



Podcasts



Newsletter



Contenidos para redes sociales



Digital: web, landing, portales...



Eventos



Juegos



Entrevistas



y un largo etc.



03

TENEMOS UN
**AS EN LA
MANGA**

Ese **AS EN LA MANGA** se llama **Smartclip**, una empresa del grupo Atresmedia con la que hemos llegado a una alianza estratégica que nos va a permitir incrementar nuestra capacidad para crear y distribuir contenidos transmedia de alta calidad.

¿Que cómo se come eso? Espera, que te contamos...





Ahora somos expertos en: **cobertura**, **tráfico** y **afinidad** de contenidos. Podemos amplificar los contenidos a través de plataformas multimedios.

CROSS DEVICE
VIDEO & RICH MEDIA



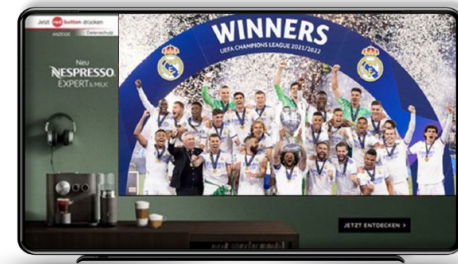
PC TABLET & MOBILE

CONNECTED TV
VIDEO IN STREAM

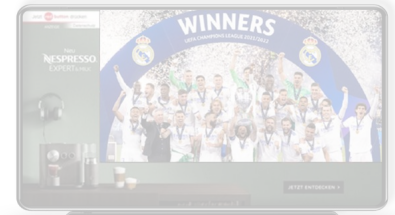


SMART TV

TV LINEAL
DIGITAL SKIN TV



TELEVISIÓN LINEAL



REACH

BENCHMARK | PREMIUM PUBLISHERS

89% REACH

+70% VIEWBILITY

+100% BRAND SAFETY

+200 PUBLISHER PREMIUM

+32M INTERNAUTAS REACH

+80% VTR IN STREAM

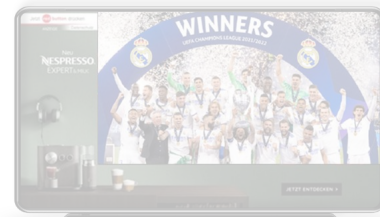
+75% VTR OUT STREAM

Comscore marzo 2024

IAS

MOAT





smartx

+5 M
Smart TV

+500 M
Impresiones mensuales

FAST CHANNELS

pluto tv

Plataforma de Paramount con más de 100 canales.



1.000 títulos distribuidos en 10 canales temáticos



OTT DE BROADCASTERS Y CONTENIDOS TEMÁTICOS



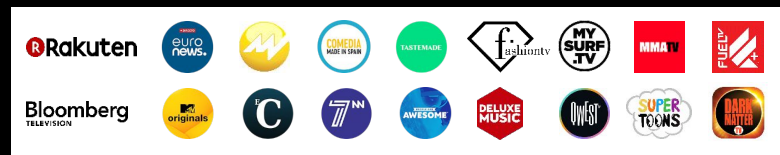
VOD BROADCASTERS

Tivify
POWERED BY TVUP

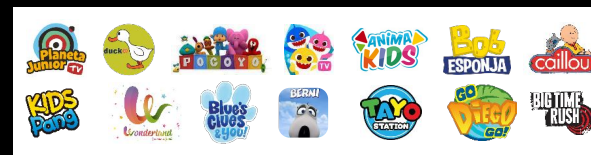
OTT que integra más de 80 canales TDT con consumo digital bajo demanda



MANUFACTURES FAST CHANNELS
Más de 70 canales de contenidos integrados en el hub de navegación del fabricante

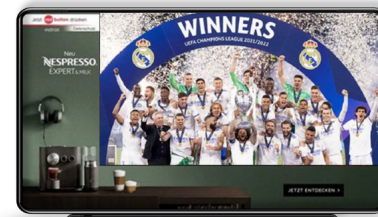


AMPLIA AGREGACIÓN DE OTT DE CONTENIDO INFANTIL



dailymotion **veWD**

Y+ **YOROKOBUPUS**



**El Real Madrid es la
marca de fútbol más
valiosa y la más
fuerte del mundo**

VALORADA EN 1.525
MILLONES DE €

TERRITORIOS

Excelencia, compromiso
y espíritu ganador

2 MILLONES TELEVISIONES CON OPT-IN

PERFIL DIGITAL HBBTV
PERFILADO NETQUEST HBBTV

70%
HOMBRES
(KANTAR)

73% 25 – 54 AÑOS

52%
CLASE
SOCIAL
MEDIA ALTA
Y ALTA

EMISIÓN LINEAL



Realmadrid.tv



AA+

Amplificador de audiencias

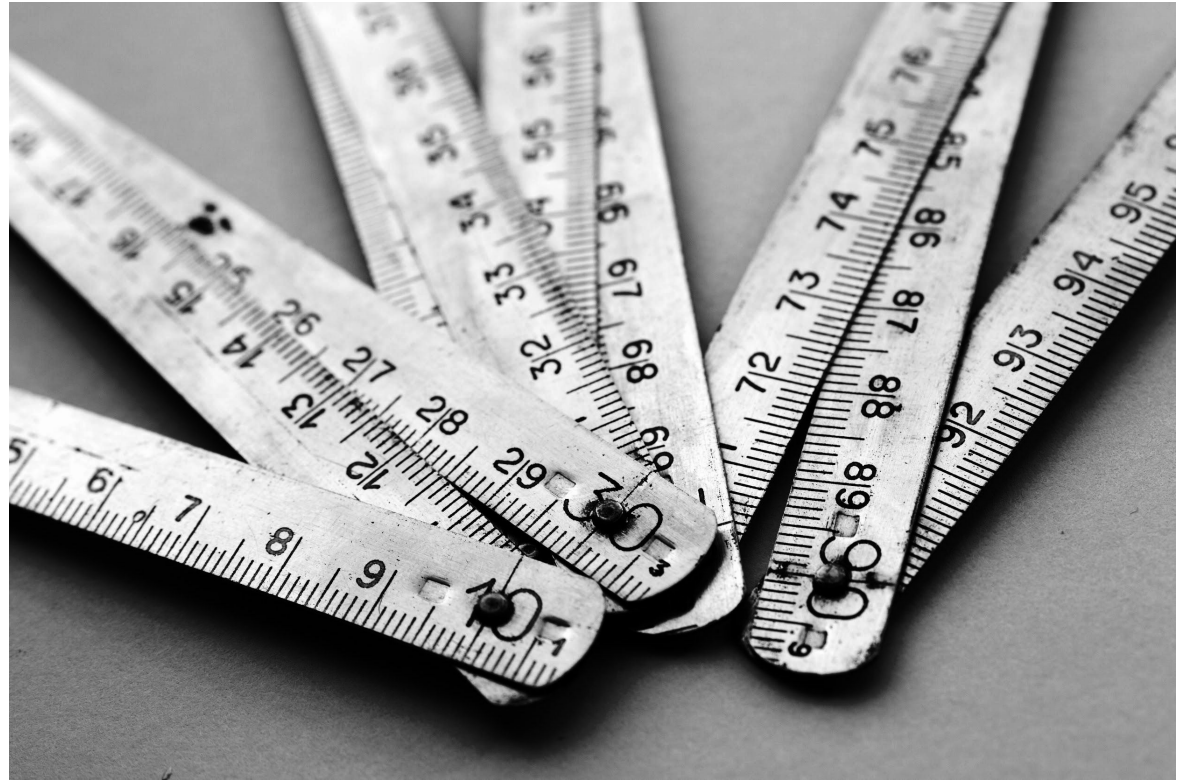
Podemos utilizar **el contenido** en rotación general, de forma que puede aparecer en cualquier *site* de la red o puede ir contextualizada por perfil de audiencia.

Esto lo hacemos a través de *contextual targeting*. Gracias a la tecnología, podemos identificar los contenidos dentro del *pool* de medios que son afines al territorio de la marca o campaña, como por ejemplo, arte, diseño, cultura, motor, belleza...

Con esto, lo que buscamos es impactar a usuarios interesados en dichos territorios y que decidan consumir el contenido.



Ahora que ya sabes lo que hacemos y cómo lo hacemos, cuéntanos lo que necesitas y buscaremos contigo la mejor forma de conseguirlo.



FIN