

Madrid, 13 de junio de 2019

Boing presenta al mercado publicitario el módulo Extended TV 360° para TV y app y nuevas opciones de integración comercial

El canal infantil líder de la televisión comercial ha reunido a anunciantes y agencias de medios para presentar la oferta comercial integrada de sus soportes lineales y digitales para el cuarto trimestre, garantizando a las marcas complementariedad para sus campañas en entornos de absoluta seguridad y confianza.

Mediaset España ha presentado al mercado la **oferta comercial de Boing para el cuarto trimestre** del año. En **tres eventos** celebrados en **Valencia, Madrid y Barcelona**, que han reunido a los principales anunciantes y agencias de medios, **Publiespaña** ha anunciado sus grandes novedades para un periodo de elevado consumo televisivo y demanda comercial, entre las que se encuentran el módulo **Extended TV 360°** y **nuevas opciones de prescripción e integración publicitaria**.

El **canal infantil líder de las televisiones comerciales** por séptima temporada consecutiva ofrece al sector el **módulo exclusivo Extended TV 360°**, que **amplía la cobertura de las campañas** a través de una **planificación ad hoc en televisión** -que consigue las más amplias y rápidas coberturas- **y en la app de Boing**, optimizando el consumo complementario que registran ambos soportes.

Nuevas opciones de integración y prescripción

Boing ha ampliado las posibilidades comerciales en sus soportes con formatos que facilitan la prescripción de los productos, complementando su oferta de publicidad convencional.

En TV lineal:

- Estreno de **telepromociones con nuevos personajes virtuales** que refuerzan la prescripción y la notoriedad de la marca.
- **Ideas Boing**: novedosas piezas patrocinadas en las que los personajes principales del canal ofrecen consejos sobre hábitos de vida saludable.
- **Módulo Niñas**: renovación de este módulo de planificación que optimiza la campaña en términos de cobertura al target 4-9 años femenino.
- **Iniciativas Especiales**: se mantienen productos de éxito como 'Hoy es tu día', 'Boing Palomitas', 'Boing Estreno' y 'Boing Name'.

En soportes digitales:

- **‘Unboxing’**: formato disponible en **Boing.es**, **Telecinco.es** y **Divinity.es** que ofrece cobertura total en el target infantil. En él, las marcas se convierten en protagonistas de vídeos en los que niños llevan a cabo la primera manipulación de algunos de sus productos.
- **Concursos** vinculados a las marcas con presencia editorial en la web y en la *app* y difusión en redes sociales.
- **Advergame**: formato exclusivo para la *app* que garantiza la máxima integración de contenido y marca a través de juegos.
- **Patrocinio** del site Boing.es y de la emisión de la señal en directo del canal en Mitele.

Como es habitual, la oferta de Publiespaña llega bajo el tradicional **sistema de Venta Anticipada a Niños**, con la garantía de adjudicación del espacio publicitario en un periodo (octubre-diciembre) de alta demanda publicitaria.

Nueva app

Estrenada a finales del pasado año, la *app* de Boing acumula casi **800.000 descargas** y un promedio mensual de **2 millones de inicios de vídeo** y **250.000 usuarios únicos**. Todos ellos disfrutan de la señal en directo del canal, de su oferta de ficción a la carta, vídeos cortos y una sección de ‘minijuegos’. Desde el punto de vista comercial, permite personalizar el diseño y sus secciones, insertar un spot único antes de la visualización de cada capítulo y contenidos editoriales nativos, entre otras opciones.

Boing: seguridad, confianza y complementariedad

Esta oferta comercial se caracteriza además de por su elevado alcance y cobertura, por la **seguridad, la confianza y la complementariedad**: tanto la web como la *app* ofrecen un entorno seguro tanto para los niños como para los anunciantes. Además de difundir el mismo contenido que la televisión, desde el punto de vista comercial la publicidad es integrada de una manera respetuosa, con una alta cobertura y una medición fiable, segura, transparente y auditada.