

3Cat impulsa las descargas de app en Smart TV con una estrategia full funnel basada en Connected TV



3Cat es la plataforma digital de contenidos de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), que ofrece acceso a una amplia variedad de programas de 3Cat y Catalunya Ràdio, así como a contenido original en catalán.



El reto

En un contexto marcado por la fragmentación de la audiencia y el auge de plataformas de streaming, 3Cat, a través de la UTE formada por Overon (GRUP MEDIAPRO) + Inetum, se enfrentaba al desafío de destacar en el ecosistema digital actual, especialmente en el entorno de la televisión conectada (Smart TV). La necesidad era clara: incrementar significativamente las descargas en televisores conectados, sin descuidar la captación en otros dispositivos. Además, buscaban aumentar el uso continuado de la app y dar visibilidad a su amplio catálogo de contenidos en un entorno cada vez más saturado por plataformas OTT globales.

El enfoque

Se diseñó una estrategia digital 360° centrada en la activación simultánea de campañas multicanal y multidispositivo, cubriendo todas las etapas del funnel. Google Ads jugó un papel clave en la generación de tráfico y descargas móviles, con campañas de búsqueda, instalación de apps y vídeo. A esto se sumó una potente estrategia de publicidad programática a través de DV360, donde formatos como Connected TV (CTV) y Rich Media permitieron impactar a audiencias altamente cualificadas en momentos clave de consumo audiovisual. Todo ello permitió maximizar la cobertura y el rendimiento, posicionando a 3Cat como un referente en digitalización dentro del sector de producción de contenidos audiovisuales.

Los resultados

3Cat incrementó más del 70% del volumen de descargas en comparación al trimestre anterior. Se consiguieron más de 60.000 descargas en el primer mes de activación de campañas de CTV, incluyendo 10.000 descargas en Smart TV y 47.000 desde Google. Además, se registraron más de 13 millones de visualizaciones de contenidos, posicionando a 3Cat como una de las pocas empresas de contenidos audiovisuales con presencia destacada en este entorno. En paralelo, Google Ads fue el canal más eficiente impulsado por un rendimiento sobresaliente en Android.

“ Como plataforma digital, nuestro foco es acercar los contenidos a los usuarios desde todos los ámbitos y por eso apostamos por una estrategia digital 360° que nos ha permitido potenciar las descargas e incrementar el consumo audiovisual.

— Judith de Argila, Directora de Desenvolupament d'Audiències Digitals, IRIED, 3Cat

“ Explorar una estrategia multiplataforma fue una gran oportunidad, especialmente al incluir publicidad en smart TV, un canal muy importante para el cliente por su capacidad de impactar en un momento estratégico dentro del proceso de consumo de contenido.

— Laura Verdejo - Service Manager en Adsmurai.

10K

Descargas de app en Smart TV

47K

Descargas de app en Google

13M

Visualizaciones de contenidos