

Publicidad Digital

MBA. Miguel Angel Salazar Kovaleff

msalazar@attachmedia.com

17 de agosto de 2016

Lima, Perú



Publicidad Digital

MBA. Miguel Salazar Kovaleff

<http://blog.attachmedia.com>

@attachmedia



Plataformas móviles

PRIMER PUESTO

Anunciante: MAPFRE Perú

Campaña: "eCommerce SOAT MAPFRE"

Agencia de presenta: Multiplica

Agencia involucradas: Attachmedia



SEM

Anunciante: TECSUP

Campaña: "Admisión TECSUP"

Presenta: **Attachmedia**



SEO

Anunciante: BBVA Continental

Campaña: "Estrategia SEO BBVA Banco Continental"

Presenta: **Attachmedia**



<http://premiosdigi.pe/>



Hoy tienes que
correr más rápido
para permanecer
en el mismo lugar.

Philip Kotler
Economista estadounidense

eCommerce

BEAUTIFUL THINGS ON AMAZON UPDATED DAILY

EXPLORE

amazon
Try Prime

All



Father's Day is June 19
Sponsored by DEWALT

Departments Browsing History Miguel's Amazon.com Today's Deals Gift Cards & Registry Sell Help

Hello, Miguel Your Account Try Prime Lists Cart

amazon dash
BUTTON

**\$4.99 CREDIT
AFTER FIRST PRESS**



Hi, Miguel

On Order
0 items

Amazon Prime
Try Prime

1 Audible credit
Shop Audiobooks

Gift Card Balance
Reload \$100, Get \$5

Customer Since
2009

Recommendations for you in Kindle Store

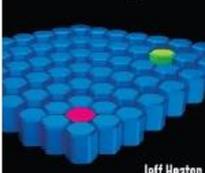
BAYES
Theorem Examples

An Intuitive Guide



SCOTT HARTSHORN

Artificial Intelligence
For Humans
Volume 1:
Fundamental Algorithms



Jeff Heaton

Coding the Matrix
Linear Algebra through
Computer Science Applications

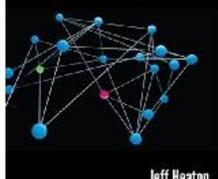


Philip N. Klein

LINK
BUILDING

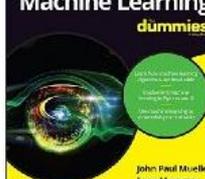
ERIC WARD & GARRETT FRENCH

Artificial Intelligence
For Humans
Volume 3: Deep Learning
and Neural Networks



Jeff Heaton

Machine Learning
dummies



John Paul Mueller
Luca Massaron



— WHEY —
**PROTEIN
AND CARBS**
— TO HELP —
**ATHLETES
RECOVER**

Shop now

Redes Sociales

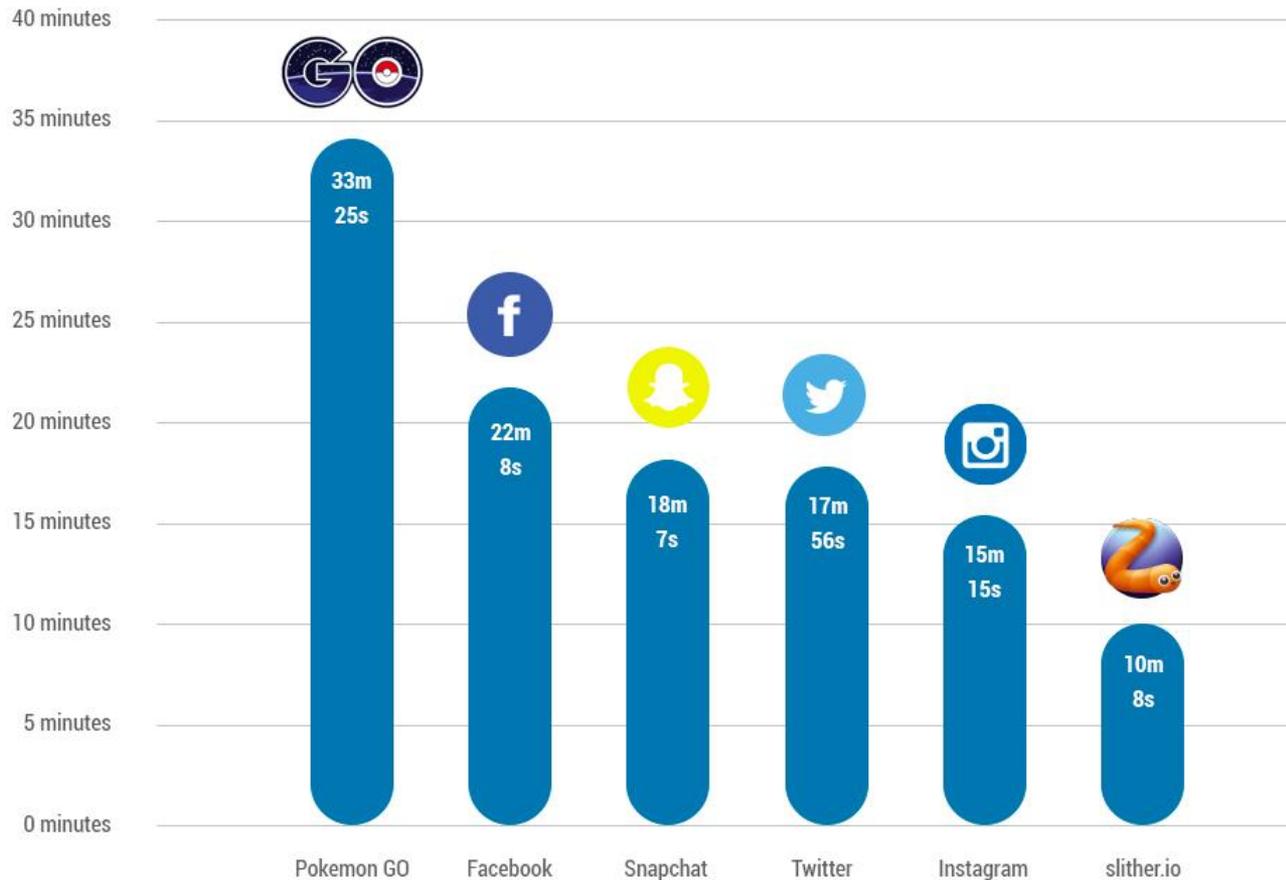
Facebook interface showing the profile of **ThinkGeek** (Juegos/juguetes). The profile picture is a monkey head. The cover photo is a large illustration of a monkey's face. The navigation bar includes **Biografía**, **Información**, **What's New**, **Fotos**, and **Más**.

The main content area displays a post from **ThinkGeek** (6 h · 🌐) with the text: "Earn some Rep while you work. Warcraft Chair Tabards: <http://bit.ly/1Y6UVUR>". Below the text are two images of chairs with red and blue tabards.

The right sidebar contains a **Crear página** button, an advertisement for **JAVASCRIPT** with the text "Se está comiendo el mundo www.platzi.com No dejes que te devore a ti también", and a list of friends including Luis Mora, A Xavier, A Vilma Ramos, A Wende, Ceci Pacheco, Alan Ferrer, and Alvaro Echeverría.

Quiero una App como Pokemon Go

BASED ON U.S. IOS USAGE FOR JULY 11, 2016





VAMO A CALMARNÓ

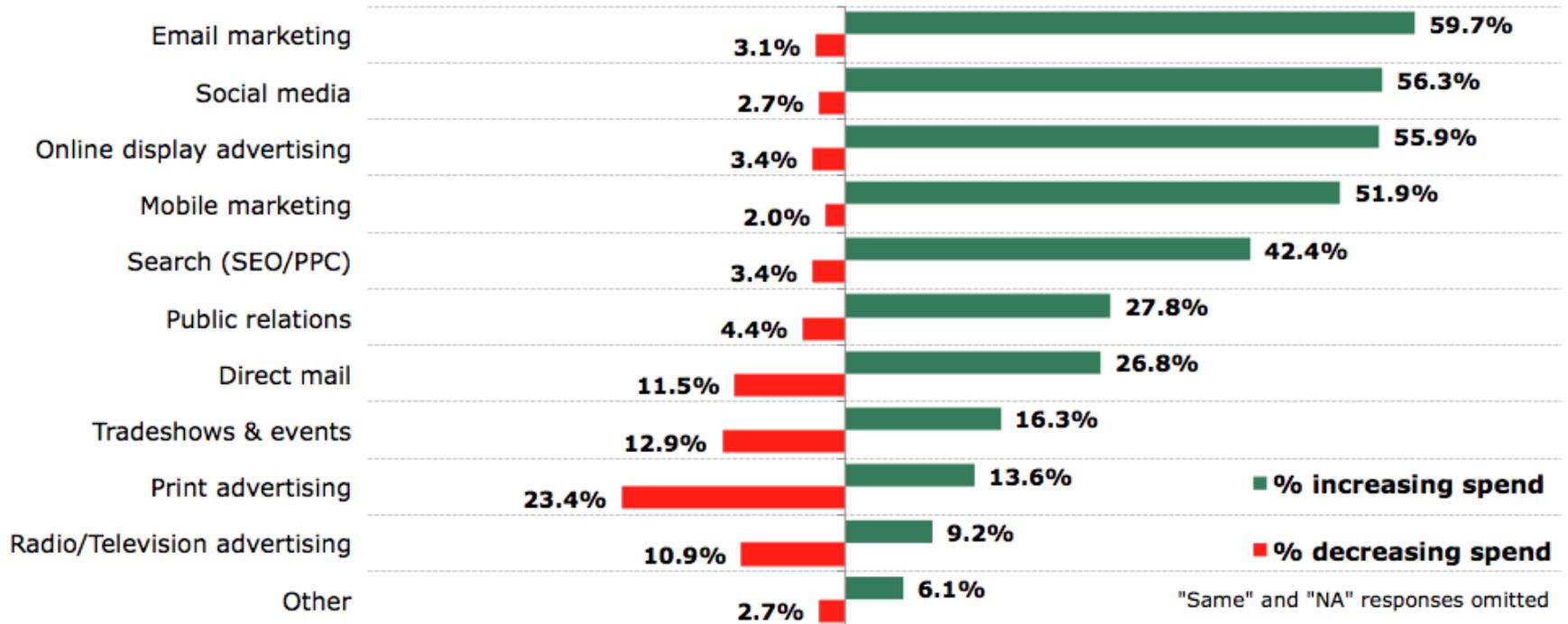
Que está pasando con la publicidad



Marketing Spending Plans for 2016, by Program

based on a survey of 295 global business leaders, 72% of whom are with companies headquartered in North America

January 2016

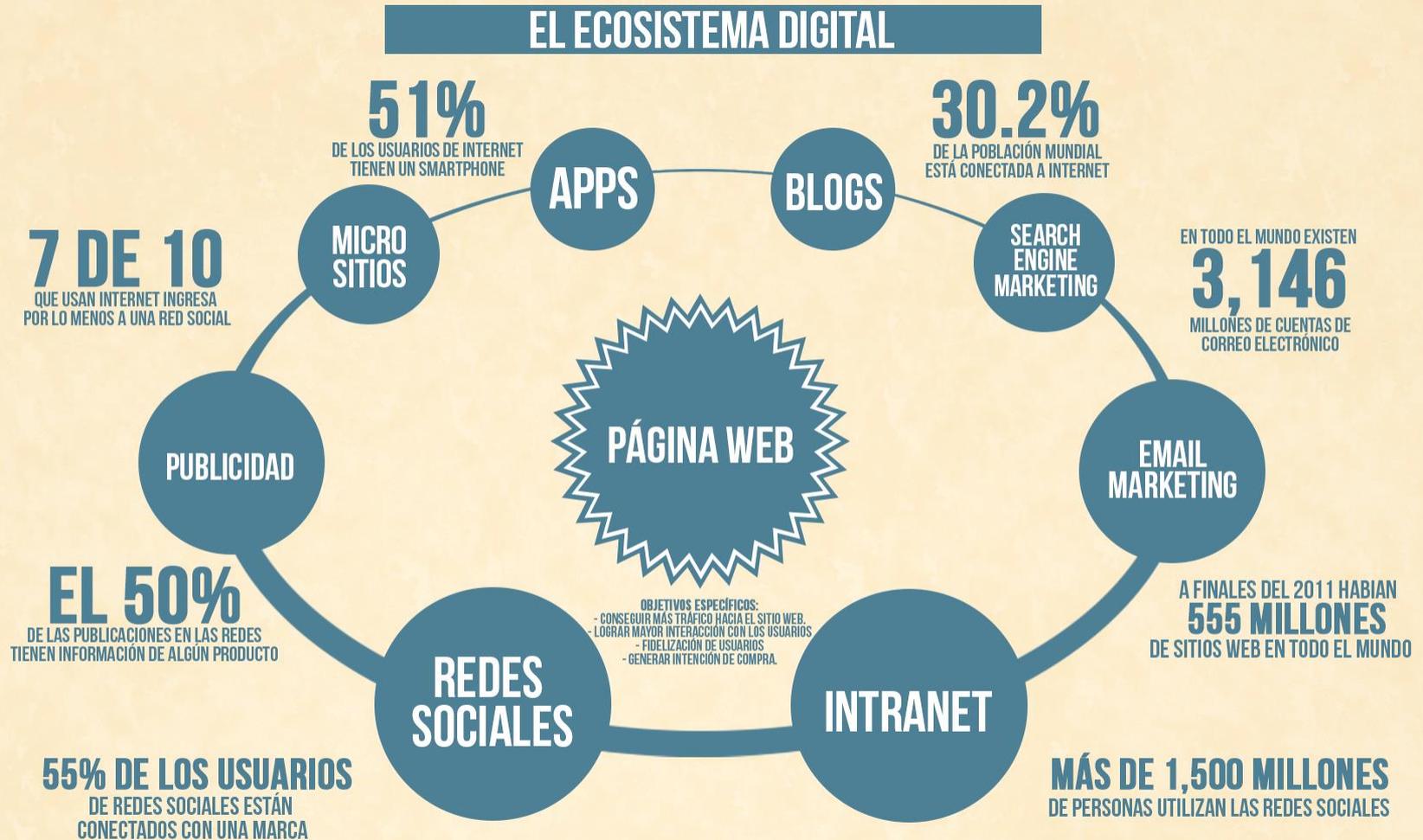


Informe de Inversión Publicitaria en Internet

Creció a S/. 236,85 millones de soles.

- Desde 2012 el crecimiento acumulado de la inversión publicitaria digital es de 136%.
- Durante 2015 la inversión publicitaria digital fue de S/236.85 MM, 27% más que 2014.
- Las proyecciones para el cierre de 2016 no deberían bajar de 20% más respecto a 2015.
- Desde 2012 el crecimiento acumulado de la inversión publicitaria tradicional es de 20%.

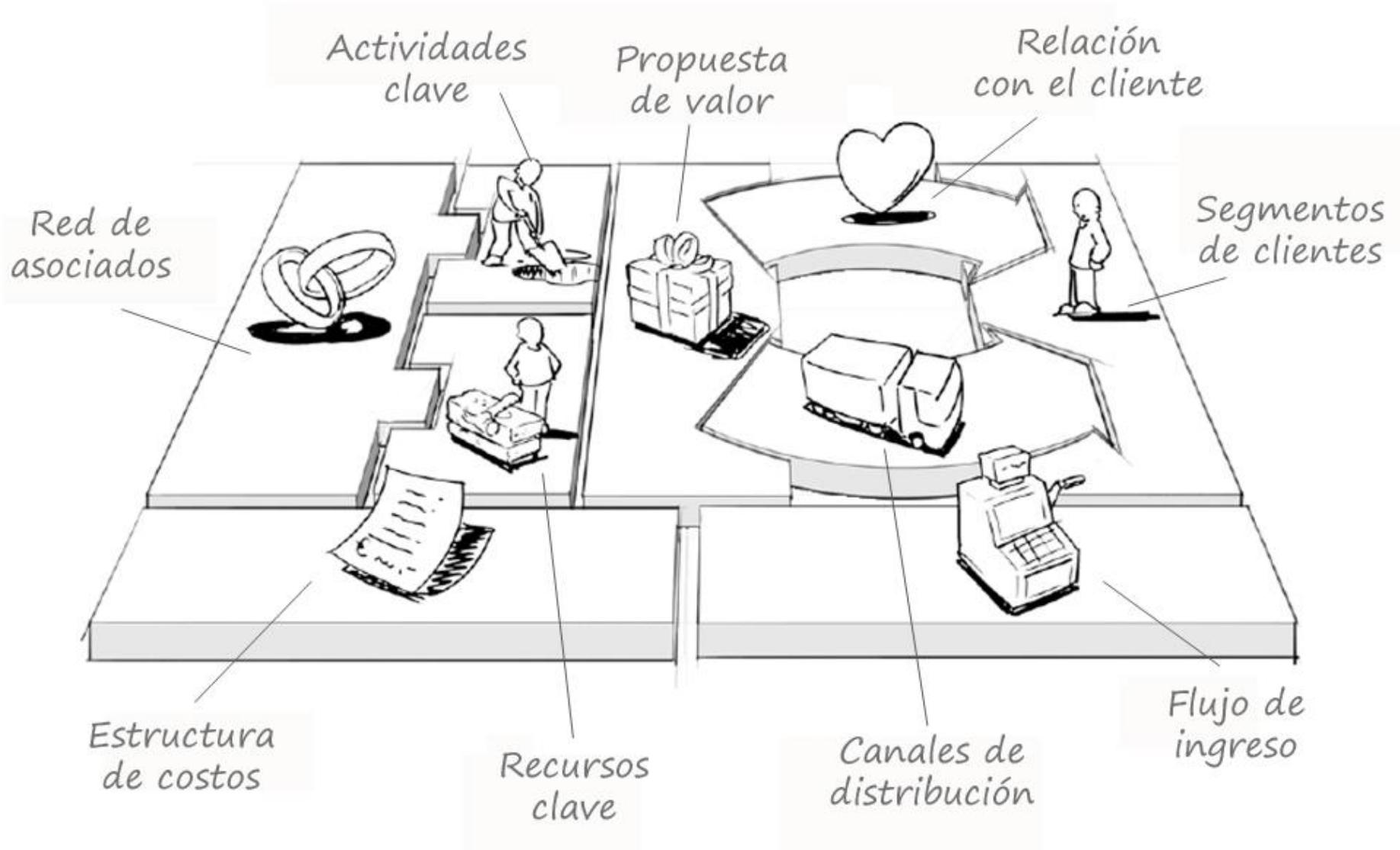
En Digital muchas cosas por hacer

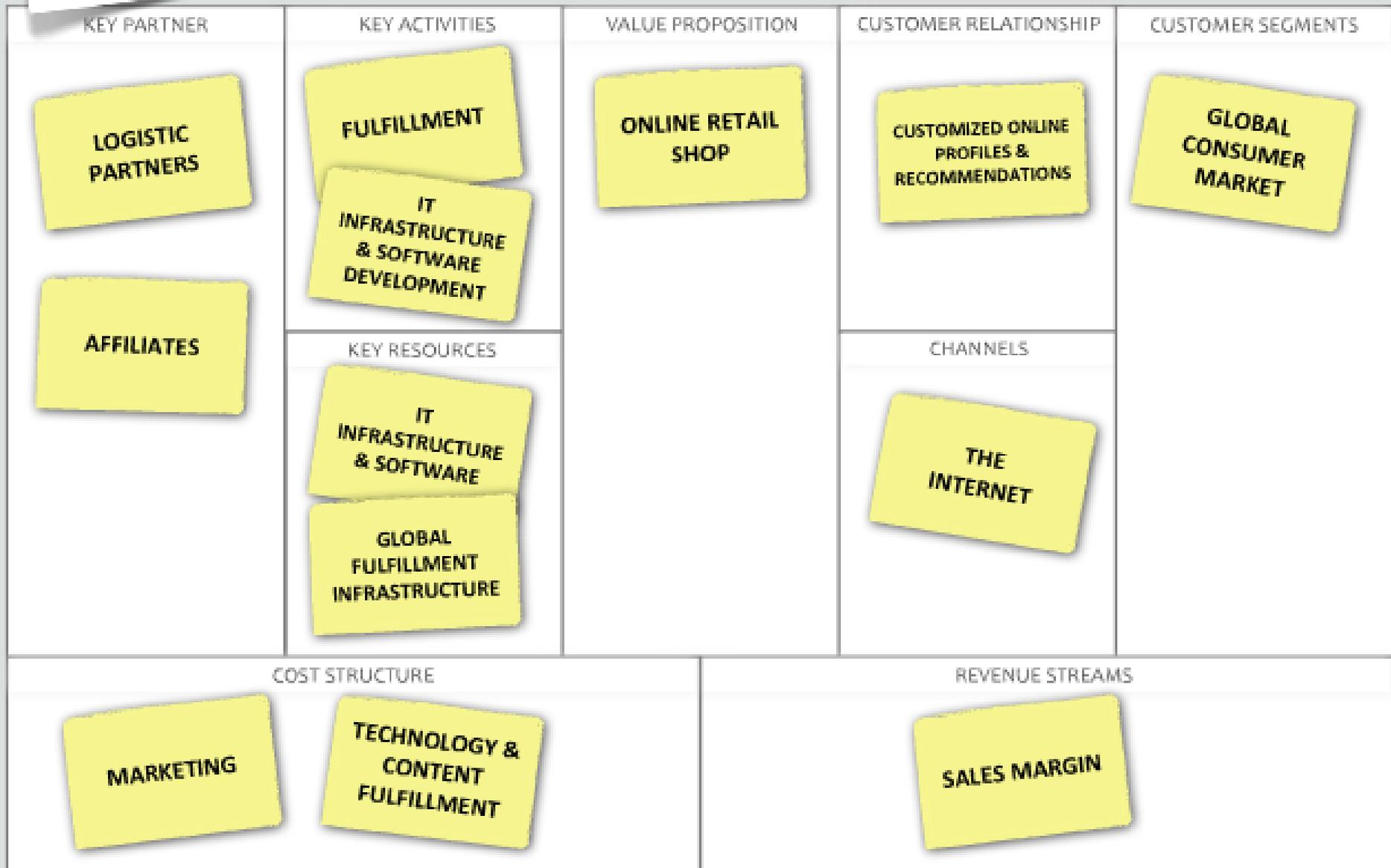


Negocios

1. En Digital hay muchas cosas por hacer

Modelo de negocio

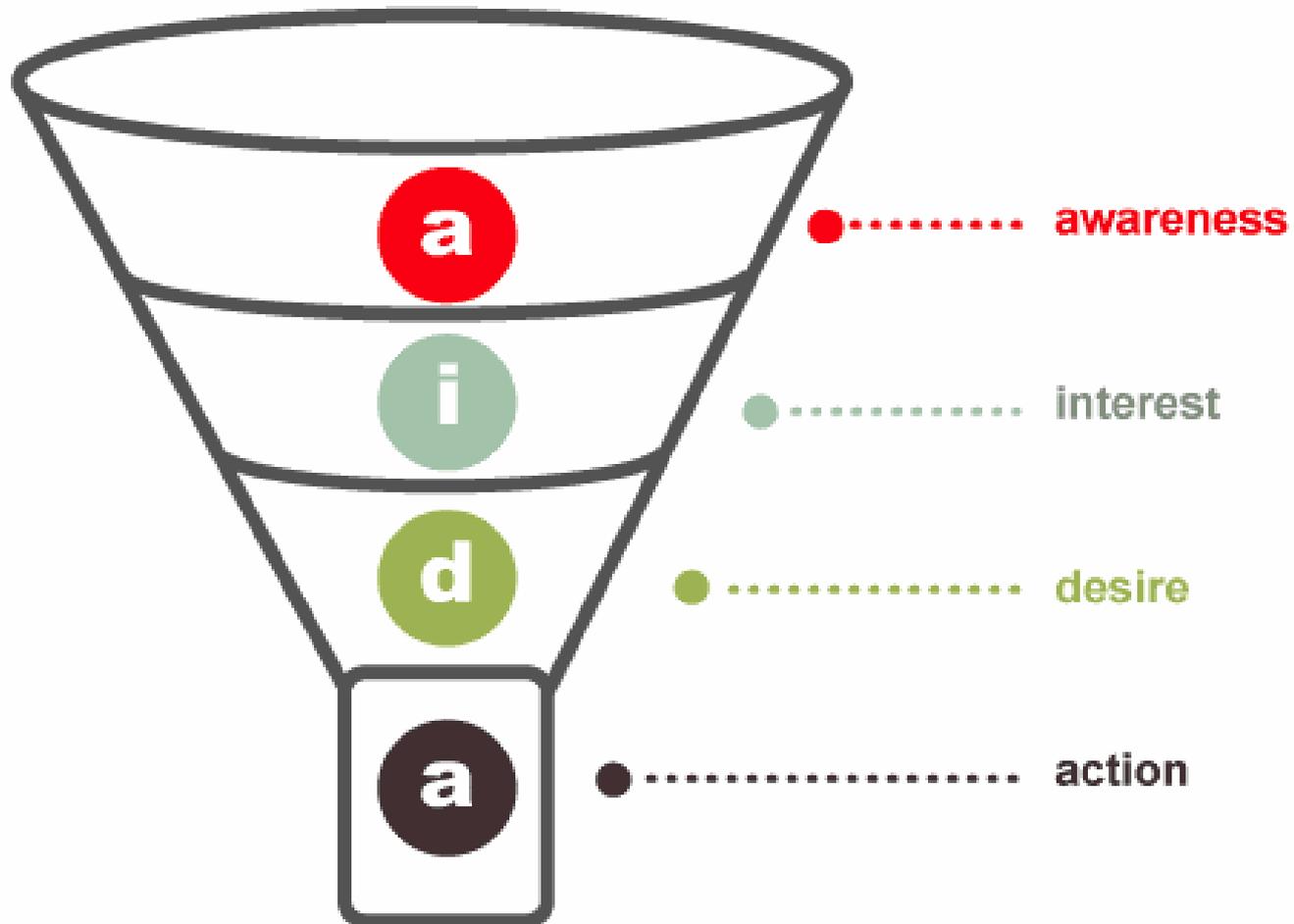




Tenemos que atraerlo!!!!



AIDA : modelo

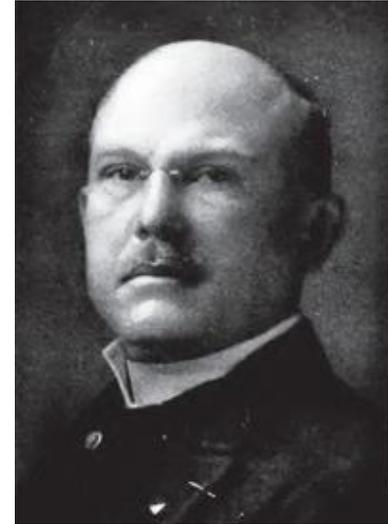


WAIT !



AIDA es del siglo antepasado ...

- Aida fue enunciado en el año 1898, por St. Elias Elmo Lewis
- Ha funcionado, pero ni siquiera Vannevar Bush había visionado algo parecido a Internet



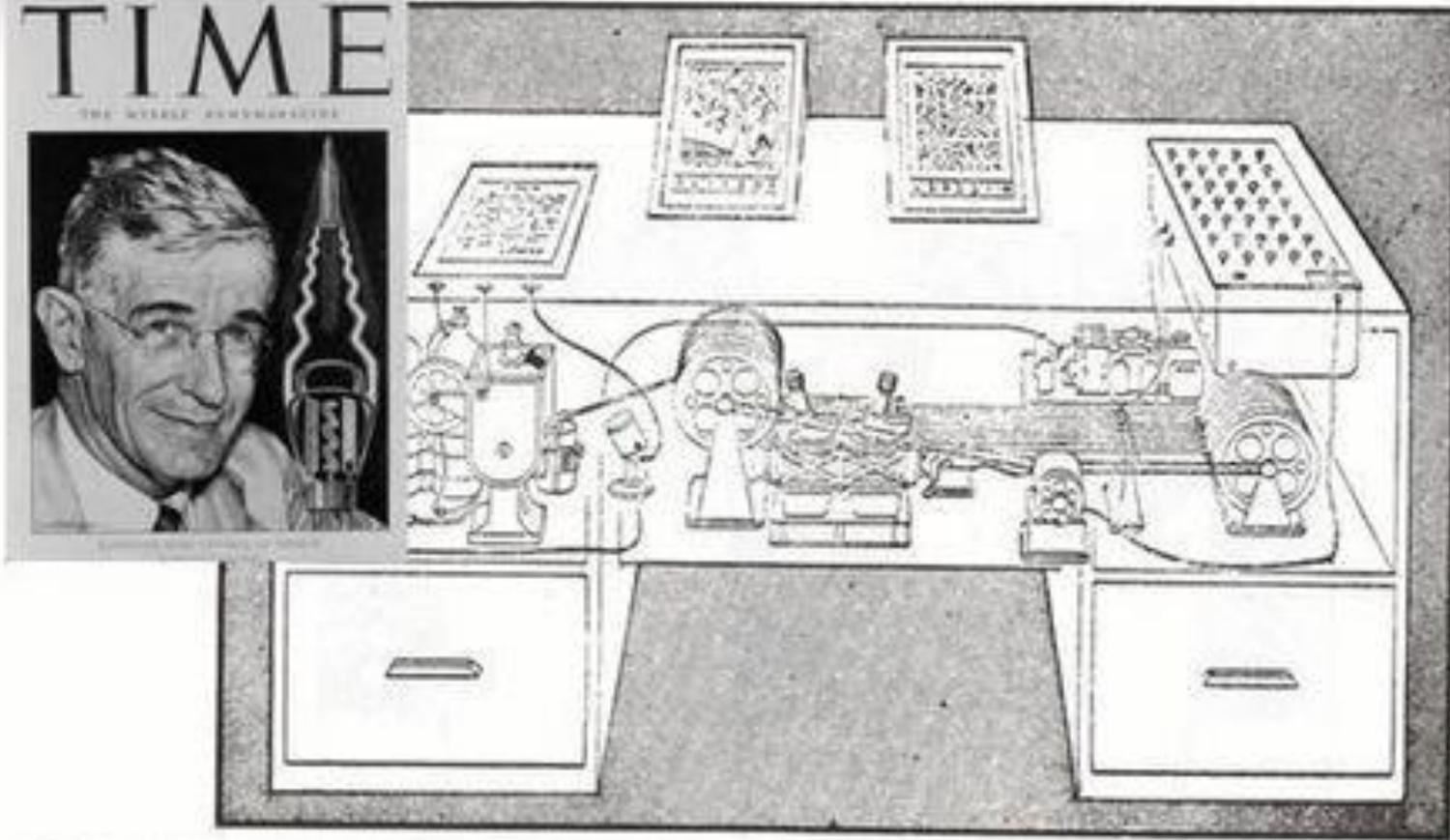
Vanevar Bush y el Memex

Visionario sobre el futuro de la información, en 1945 ideó una máquina revolucionaria que no se desarrolló pero inspiró a los creadores del hipertexto y del internet



Me

Este
informa
segu
todos
capa
añad
Por t
pued
artícu
de la
enlaz
Las e
docu
cidad

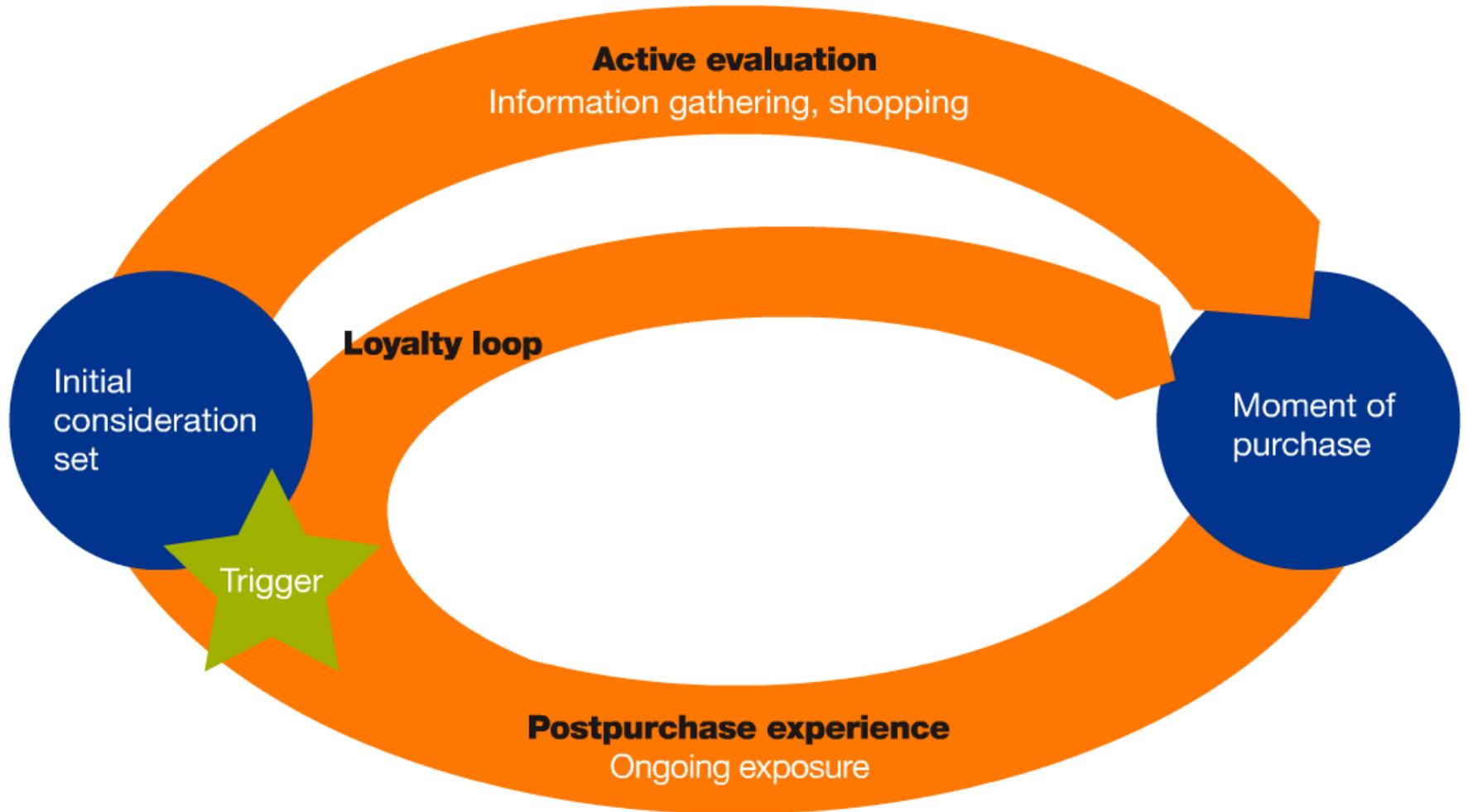


Memex in the form of a desk would instantly bring files and material on any subject to the operator's fingertips. Slanting translucent viewing screens magnify supermicrofilm filed by code numbers. At left is a mechanism which automatically photographs longhand notes, pictures and letters, then files them in the desk for future reference (*LIFE* 19(11), p. 123).

que
n
cipal
á
que
r
es

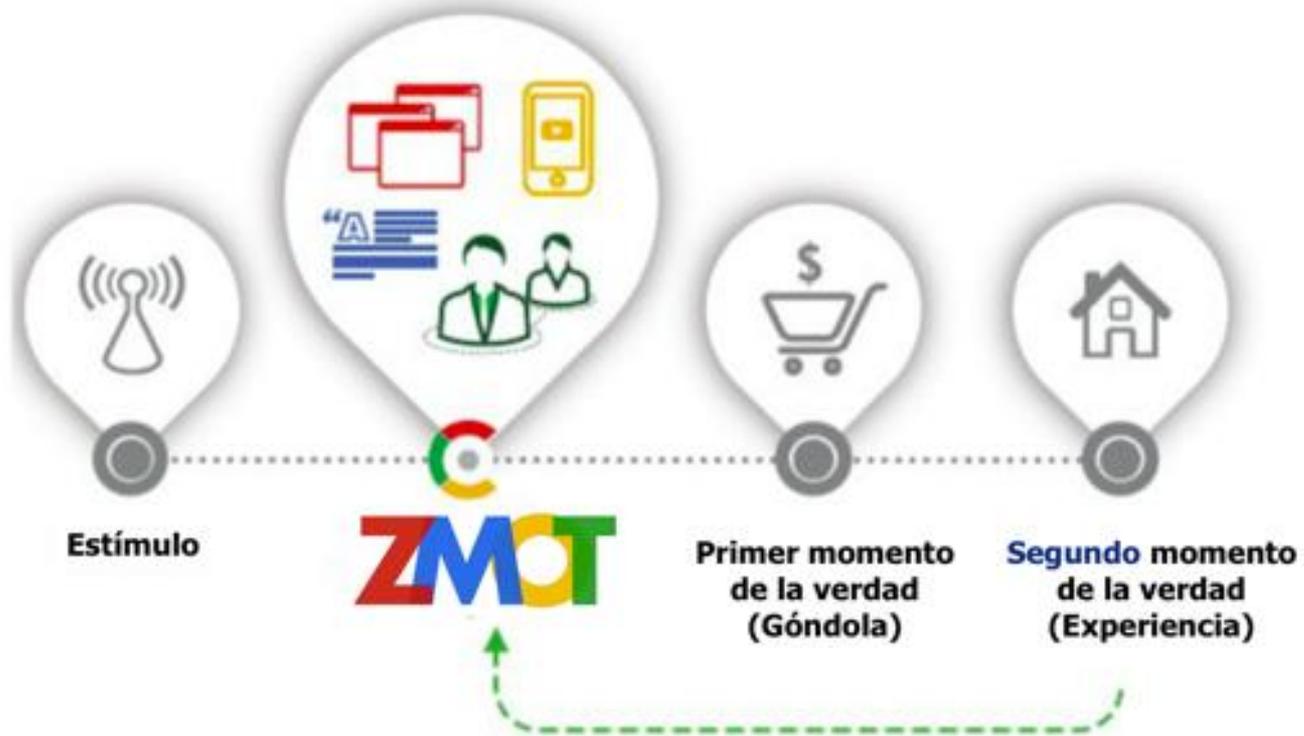
¡ más

Mapa de la decisión de un consumidor según McKinsey



Y el ZMOT de Google

El nuevo modelo



Google y sus Micromomentos



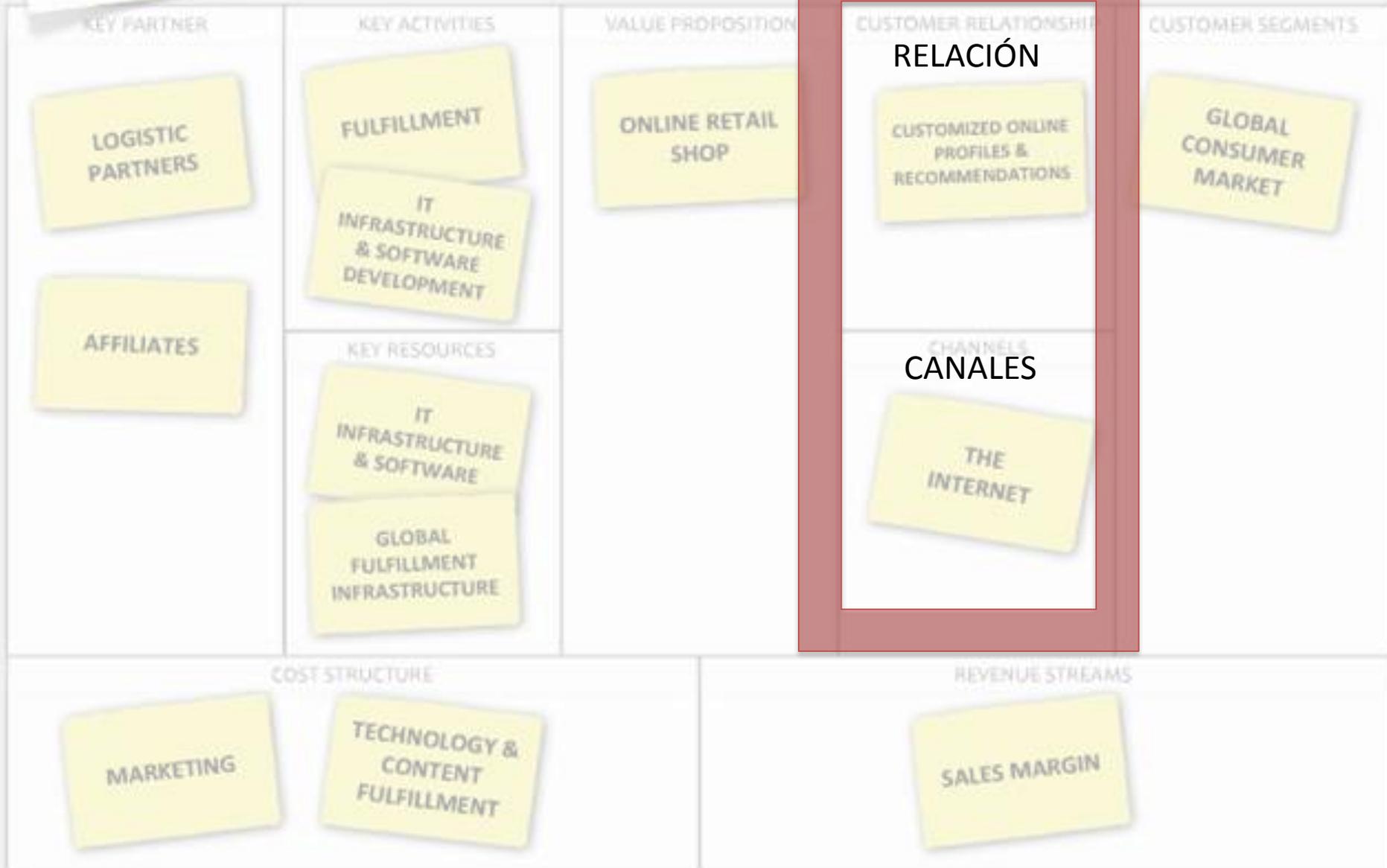
<https://www.youtube.com/watch?v=GG7-VmggxLs>

Publicidad por todas partes

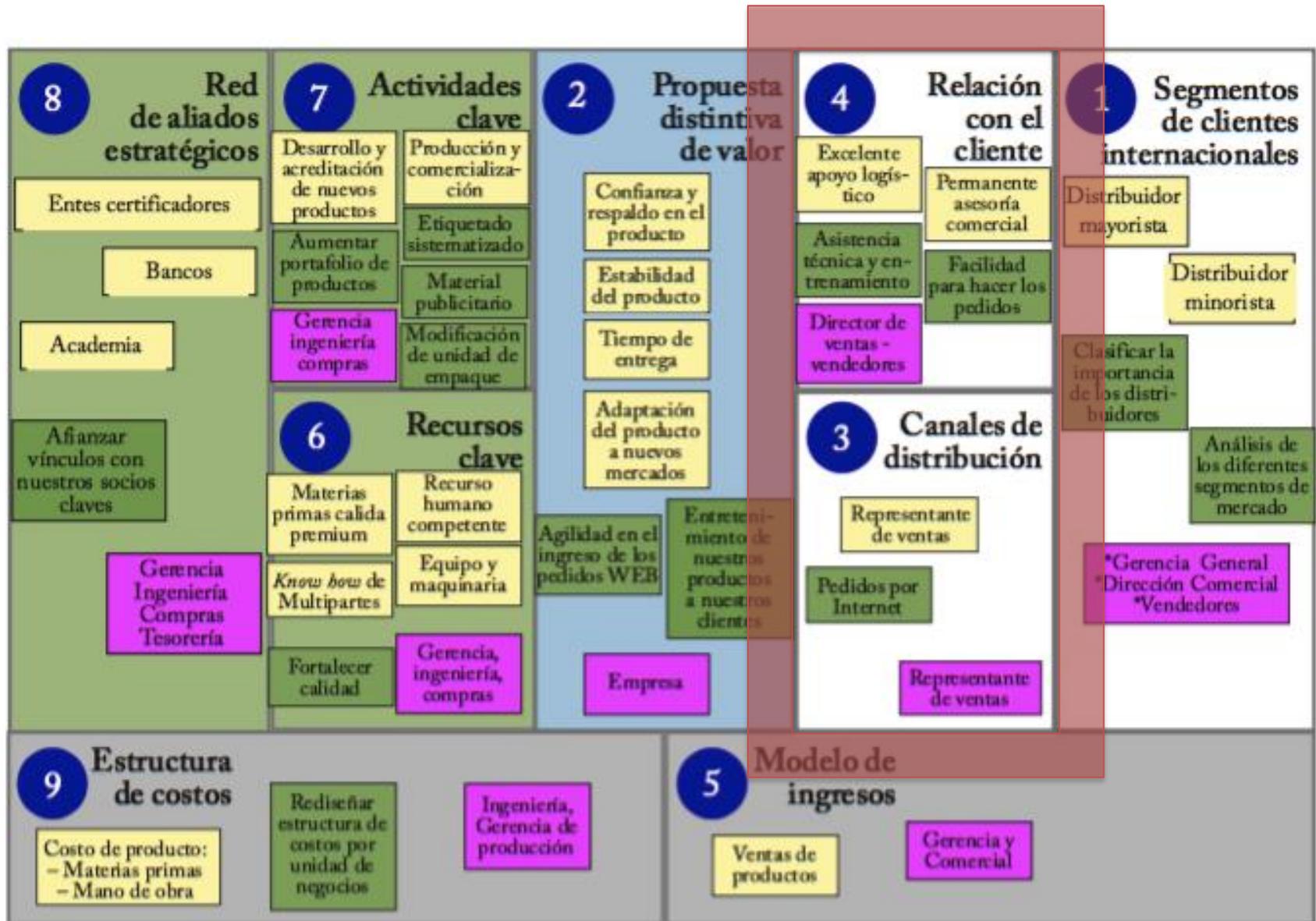
La Publicidad ya no está solo en la puerta del embudo del siglo antepasado, ahora puede estar en todas partes

Negocios

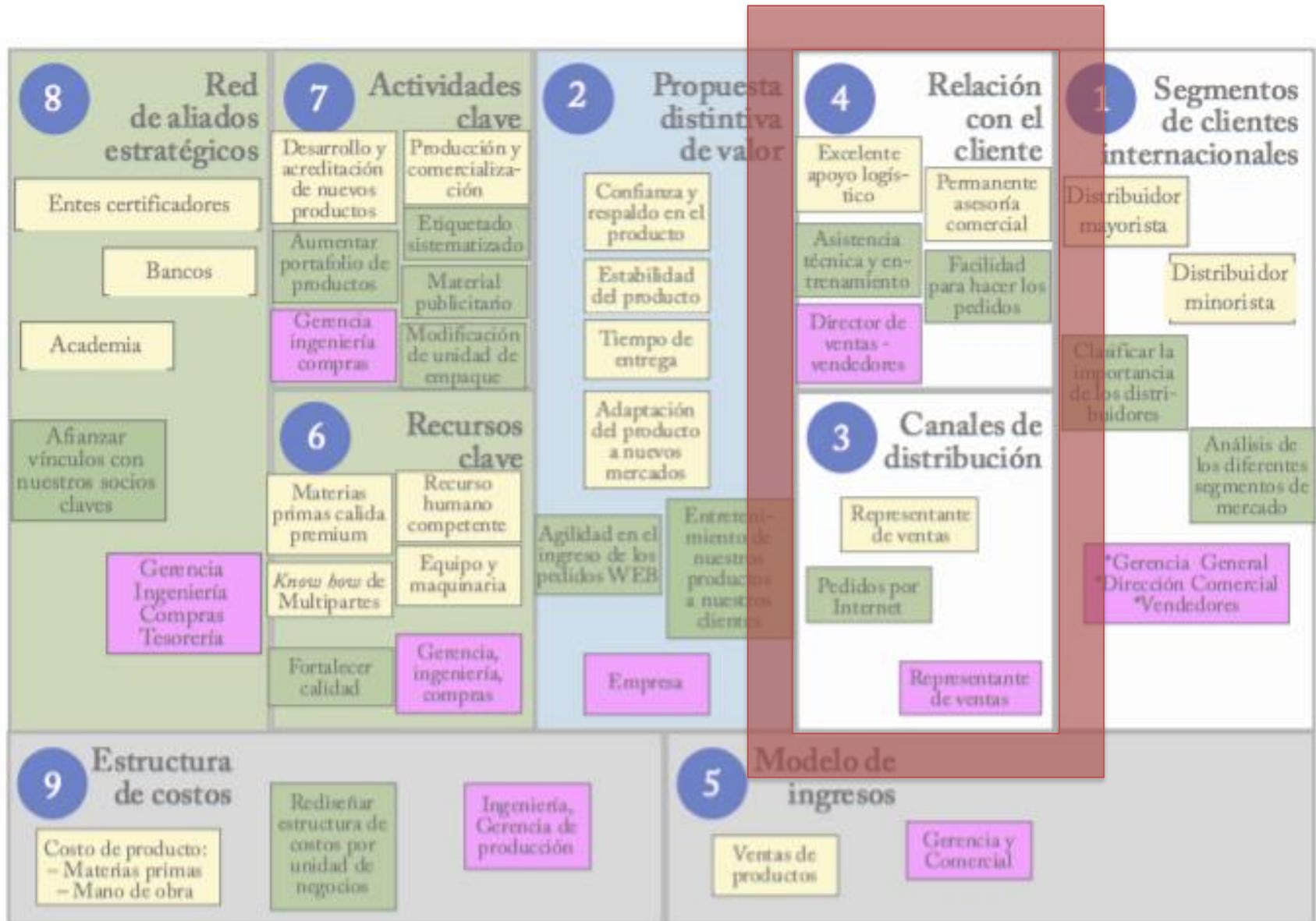
1. En Digital hay muchas cosas por hacer
2. Publicidad en todas partes, en todo momento



Modelo de negocio Exportador

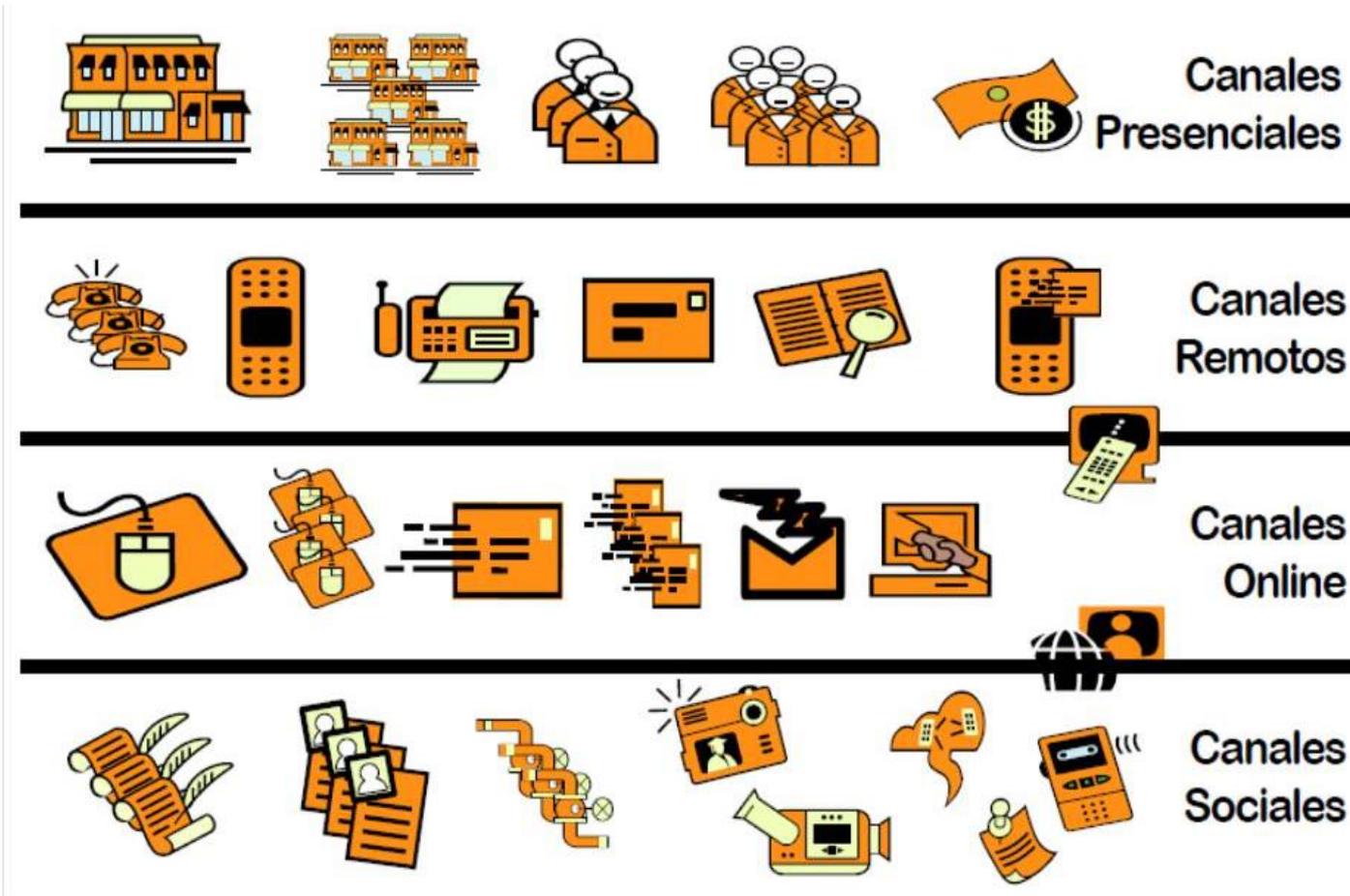


Modelo de negocio Exportador



Los Canales

Debemos llegar a los consumidores a través de diferentes canales. Los Canales Online deben ser entendidos y considerados en el plan de marketing



Negocios

1. En Digital hay muchas cosas por hacer
2. La publicidad en todas partes, en todo momento
3. Reconoce que canales debes usar

Estrategia Digital

Marketing

OUTBOUND
(Interruption)



Cold Calling
Cold Emails (SPAM)
Interruptive Ads
Marketer - Centric



INBOUND
(Permission)



SEO
Blogging
Attraction
Customer - Centric

¿Cómo son los
consumidores digitales?

Los consumidores tienen 3 fases básicas

Consideration Stage

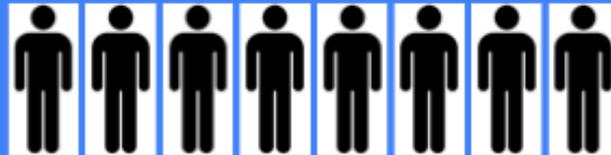
Audience

See



People who buy and service cars.

Think



People who buy/
service cars &
are thinking they
need to.

Do



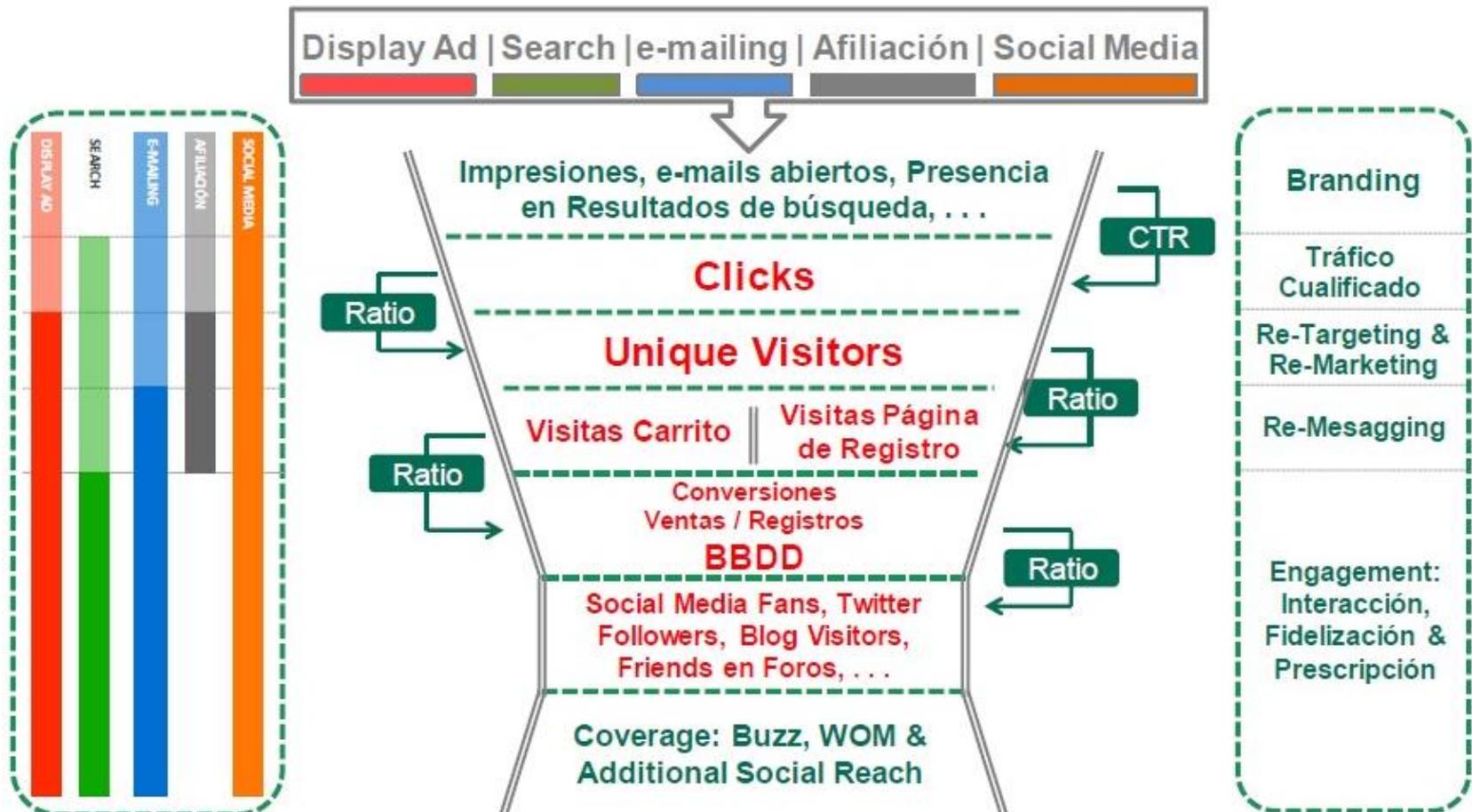
People who buy/service cars,
think they need to & are ready to
buy right now.

¿Cómo los enfocamos en Marketing Digital?

The See-Think-Do Framework

Consideration Stage	Psychographics	Marketing Activity	Measurement
<u>See</u>	People who use [product]		# or % Interactions Conversation or Amplification Indexed Increase Brand Awareness % New Visits
<u>Think</u>	People who use [product] who are thinking they need some		Click Through Rate Page Depth Per Visit Goal Value % Assisted
<u>Do</u>	People who use [product] who are thinking they need some, and want to buy right now		Visitor Loyalty Checkout Abandonment Rate Conversion Rate Profit (Minus Marketing Costs)
<u>Coddle</u>	People who have purchased more than twice		

Mezclando un poco de conceptos



The Ultimate Sales Funnel



Steps to Build the Machine

Negocios

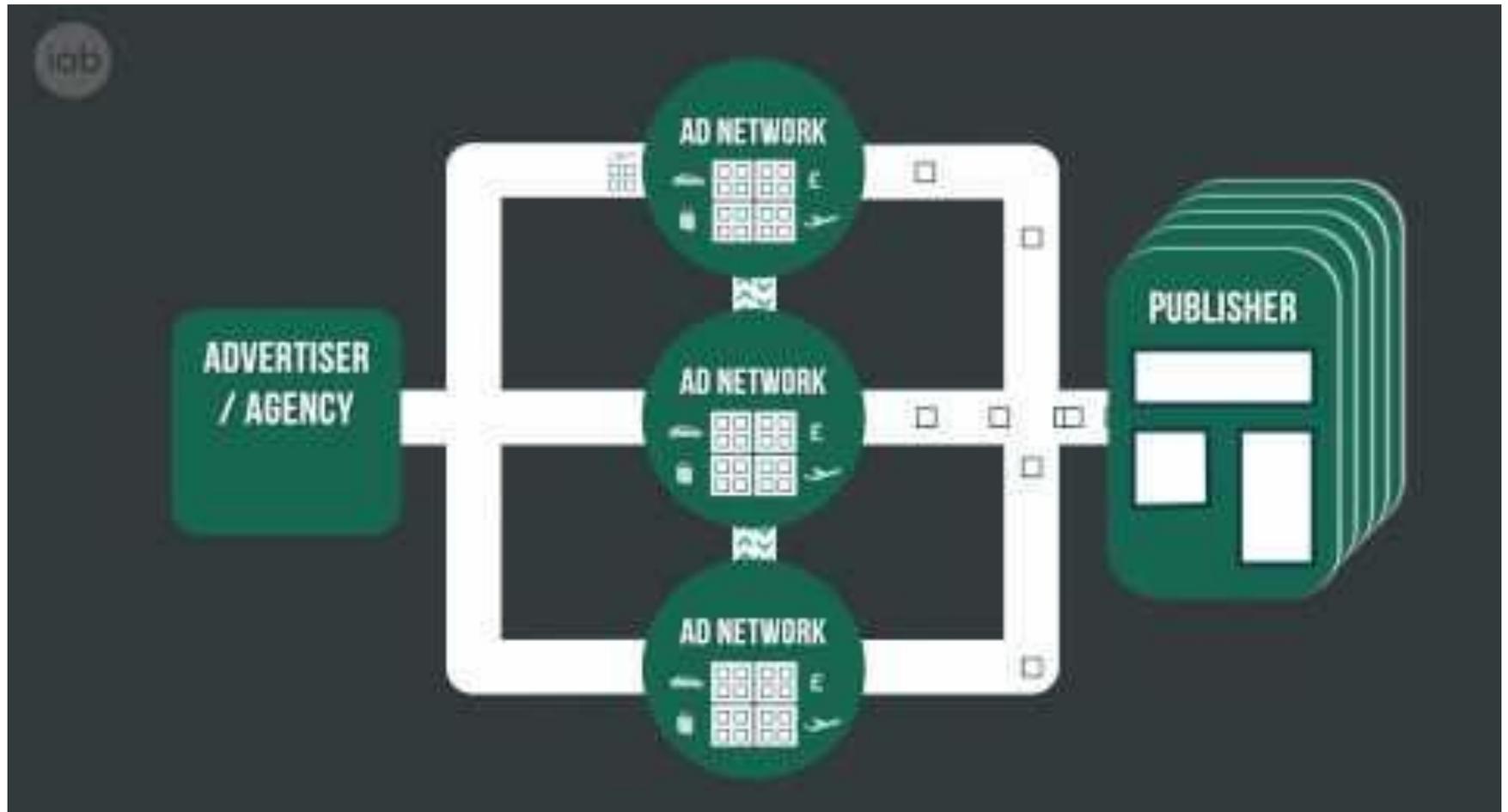
1. En Digital hay muchas cosas por hacer
2. La Publicidad en todas partes, en todo momento
3. Reconoce los canales que debes usar
4. Ten una estrategia

Publicidad Digital

Los Banners



Ecosistema simple



Standard IAB

	Medium Rectangle	Rectangle	Wide Skyscraper	Leaderboard
Initial Dimensions: (WxH in pixels)	300x250 view sample	180x150 view sample	160x600 view sample	728x90 view sample
Maximum Expanded Dimensions: (WxH in pixels)	Expansion not allowed for this unit			
Max Initial File Load Size:	200 KB	80 KB	200 KB	200 KB
Host-initiated SubLoad: (See note 3 below)	Not allowed for this unit			
Animation/Video Guidelines: (See video notes below)	15 sec max animation length Video not allowed for this unit (See "In-Banner Video" in Rich Media Guidance)	15 sec max animation length Video not allowed for this unit (See "In-Banner Video" in Rich Media Guidance)	15 sec max animation length Video not allowed for this unit (See "In-Banner Video" in Rich Media Guidance)	15 sec max animation length Video not allowed for this unit (See "In-Banner Video" in Rich Media Guidance)
Z-Index Range:	0 - 4,999	0 - 4,999	0 - 4,999	0 - 4,999

Modelos de Pago



Indicadores principales

Impresiones /
Alcance

Cantidad de veces que un mismo anuncio, banner, post o tweet fue visto por un usuario

Frecuencia

Cantidad de veces en promedio que un mismo banner se le presentó a un mismo usuario

Clicks / Hits

Cantidad de veces que un usuario hace click en un banner o botón o cualquier elemento web.

Click-Through
Rate (CTR)

Es la tasa de clicks del anuncio u objeto web. Se calcula dividiendo las impresiones totales por el total de clicks recibidos.

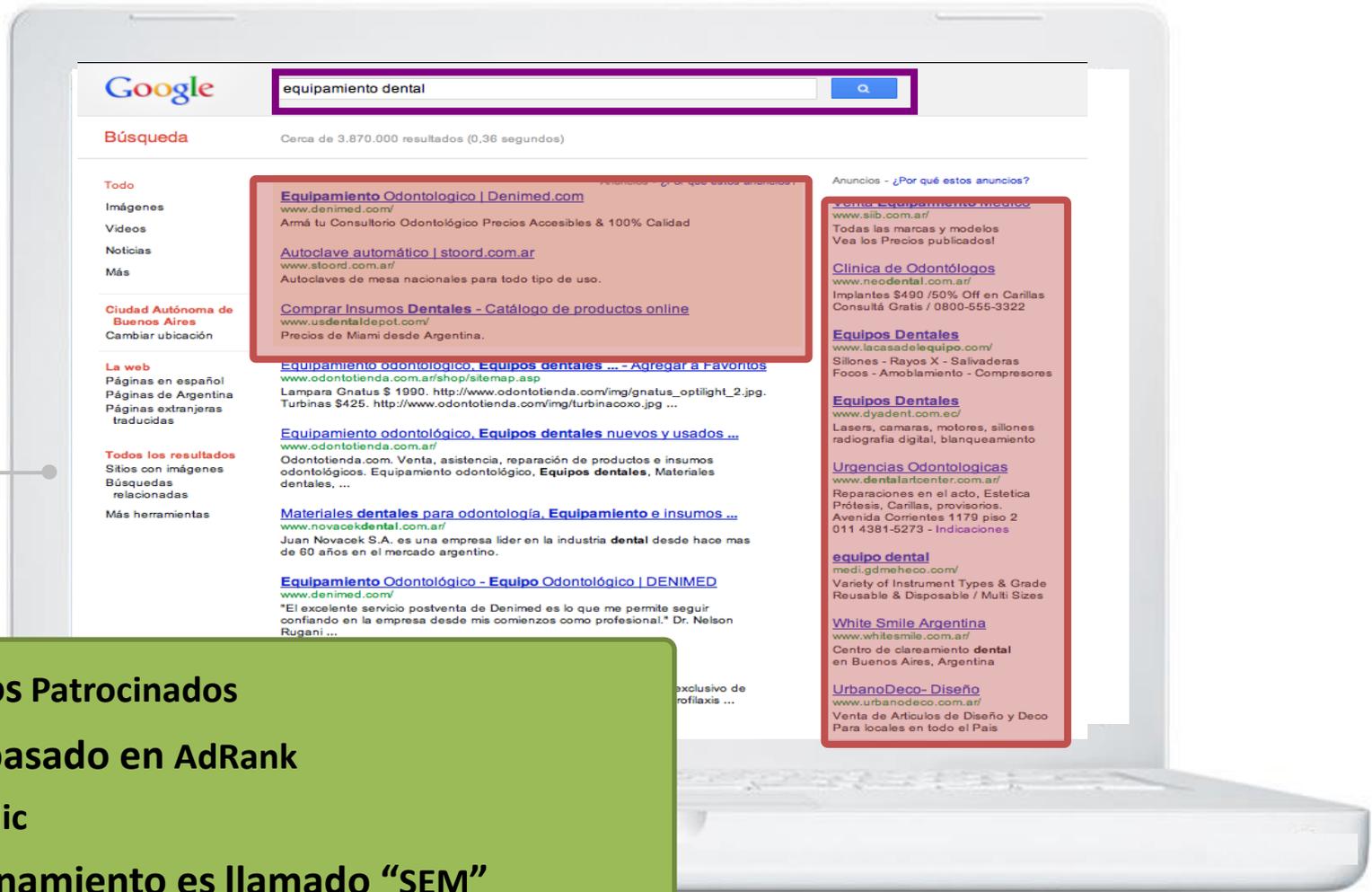
Costo por Click
(CPC)

Es el costo que pagas por cada click. Se calcula tomando el costo total invertido por el total de clicks.

Costo por Mil
Impresiones (CPM)

Costo por Acción
(CPA)

Adwords: Resultados de búsqueda patrocinados

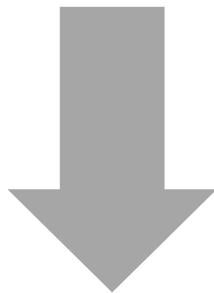
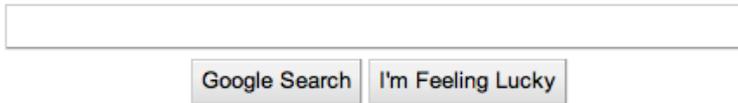


Resultados Naturales

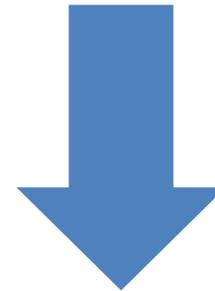
- Resultados Patrocinados
- Ranking basado en AdRank
- Pago por clic
- El posicionamiento es llamado "SEM"

Note: Selected sites and products are used for illustrative purposes only

Redes de Google



- AdRank
- Nivel de calidad
- CPC



Red de Display de Google (GDN)



<https://www.youtube.com/watch?v=Rpvw9oAriFs>

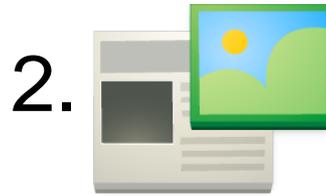
La red de Display tiene 3 componentes



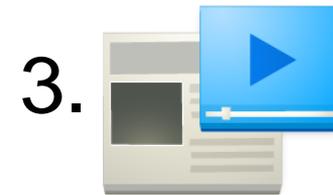
Anuncios de texto



Anuncios de texto para sitios web
Sitios seleccionados por Google o el
anunciante



Anuncios de Imagen



Anuncios de video



Anuncios TrueView



Encuentre los usuarios cuando ellos asisten videos, hacen búsquedas o navegan

Pague cuando el usuario elige ver el video.

Determine presupuesto y ofertas utilizando el sistema dinámico de AdWords y una nueva familia de **formatos que permiten libertad de elección para el usuario.**



TrueView in-stream



TrueView en la búsqueda



TrueView en display



TrueView en listado de opciones

¿Cómo funciona remarketing?

Alcanzando a gente que estuvo en el sitio web



1

Un usuario de internet hace una búsqueda



Cookie
1357

2

El usuario visita una página que tiene el código de remarketing

```
Remarketing code
Add the remarketing code to all your pages visited by users whom you'd like to add to this list. Insertion tag:
Page security level: [LTP]
URL: Google Code for Campaigns Remarketing List ->
Insertion Type: [JavaScript]
<script>
var google_conversion_id = 102173709;
var google_conversion_page = "/";
var google_conversion_color = "000000";
var google_conversion_label = "102173709";
var google_conversion_max_value = 0;
</script>
```



User List

- Cookie 1357
- Cookie 2468
- Cookie 9753
- ...

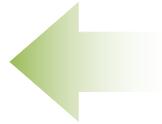
3

El servidor de Google arma una lista de usuarios en base a las cookies



6

El usuario puede volver a visitar la página web inicial



Cookie 1357

5

... visite una página de la red de Didsplay. El servidor de Google reconoce la cookie y le muestra el anuncio deseado



4

La próxima vez que el usuario navegue y...



Caso Google: Cuidame Mucho



<https://www.youtube.com/watch?v=ja8DrNkhZ5U>

Negocios

1. En Digital hay muchas cosas por hacer
2. La Publicidad en todas partes, en todo momento
3. Reconoce los canales que debes usar
4. Ten una estrategia
5. Prioriza tipo de publicidad

Nuevas formas de publicidad

Remarketing AdRoll

- Web, Facebook, Twitter, Mobile



PUBLICIDAD [Crear un anuncio](#)



Baratas España €35.98
www.nrinshop.com
Todos los sitios de España los zapatos más barato un minimo de 65% de descuento.



Imprime desde 0,39€ el revelado
#cheerz
¡Porque tus recuerdos del verano merecen ser impresos! □

 **Coco y Lola Moda, Zapatos y Complementos**
Publicidad · [Me gusta esta página](#)

Tienes algún evento pronto ? o mejor como fondo de armario ?
✗ 50% DTO ✗ Vestidos de fiesta
📦 Entrega en 48 📦
👉 Cambios de talla y devs GRATIS 👈



Ahora 50% DTO - Tallas desde XS hasta XXXL Entrega en 48H

CLICK VER CATALOGO
ENTREGA EN 48H - EMPRESA ESPAÑOLA - PRODUCTOS EN STOCK
WWW.COCOYLOLA.COM [Comprar](#)

Publicidad en Gmail



- **Keywords:** elección de las keywords con mayor volumen de conversión en Adwords, pudiendo hacer tantas campañas como quieres para diferenciar grupos de keywords.
- **Intereses:** llega a aquellos usuarios que reciben contenidos relacionado con los temas seleccionados.
- **Compradores:** selecciona a usuarios que ya han comprado anteriormente, ya que éstos tienen mayor probabilidad de comprar de nuevo. Además podrás segmentar según el tipo de compra realizada.
- **Dominios:** esta definición nos permitirá elegir a usuarios que reciben emails de nuestros competidores, convirtiéndolos en relevantes para nuestro negocio.
- **Profesión:** según las firmas de emails podrán llegar los anuncios a usuarios con determinados puestos y sectores.

Publicidad en Instagram



Anuncios de Facebook y de Instagram combinados

Ahora puedes crear anuncios de Instagram en Power Editor.



Nuevas formas de llegar a tus clientes

Conéctate con la gente en una de las plataformas para celulares más populares del mundo.

Resultados publicitarios reales

Anima a las personas a realizar las interacciones que te interesan en tus anuncios, ya sea reproducir un video o instalar la aplicación para celulares.

Fácil y simple

Crea y administra tus anuncios de Instagram y de Facebook en Power Editor.

Facebook Leads

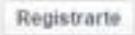
Publicación sugerida

 **Pulpower** Publicidad · 

¡Hoy es el último día para convertirte en tecedor de la Cámara Instax Mini! ¡Date Prisa!



Cámara Instax Mini Gratis
Necesitamos tecedores que analicen y valoren la (entrega, embalaje) de la Cámara Instax Mini. Regístrate en la web para ser tecedor y en recompensa te regalamos el producto testado.

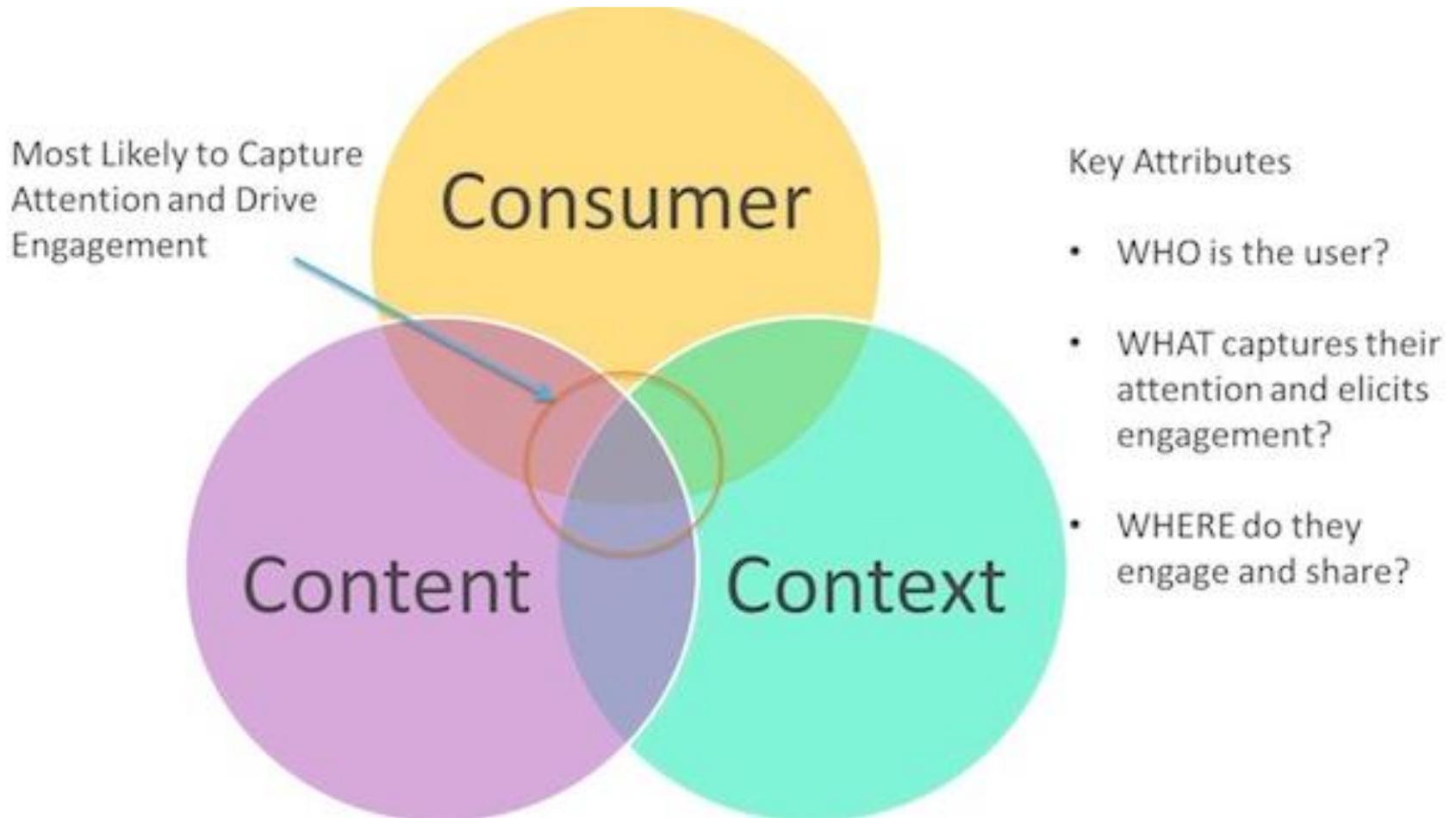
ES.PULPOWER.COM 

 565  1  15  28 

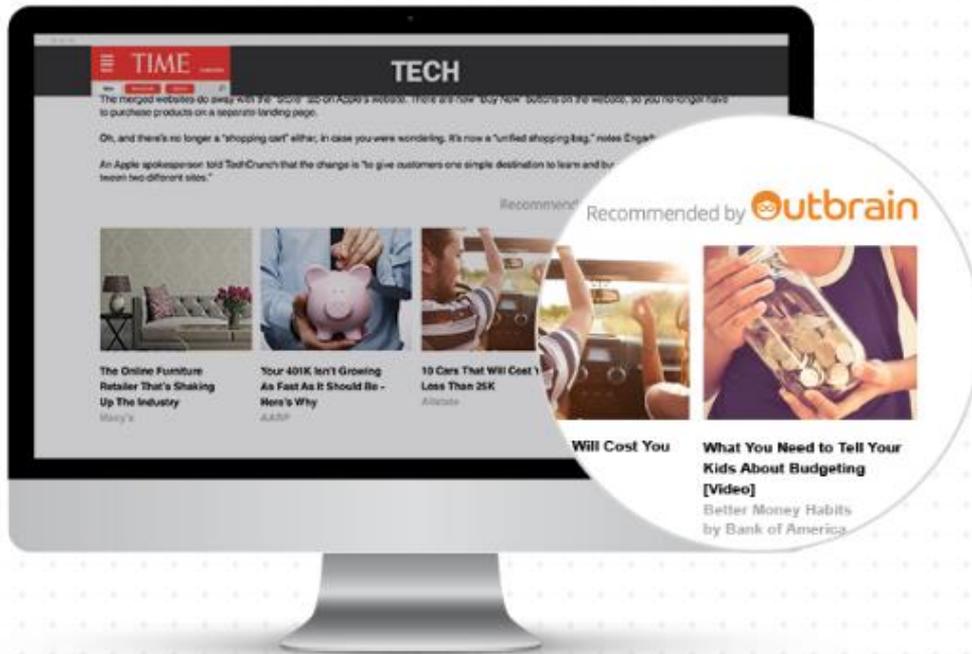
  

Facebook es la reducción de tiempo y proceso de solicitud de información para el usuario, evitando un mayor escape en el embudo de conversión y, dando a la empresa una Landing donde buscar conversiones. Es un gran ahorro en tiempo y costes también para el negocio.

Publicidad Contextual



outbrain

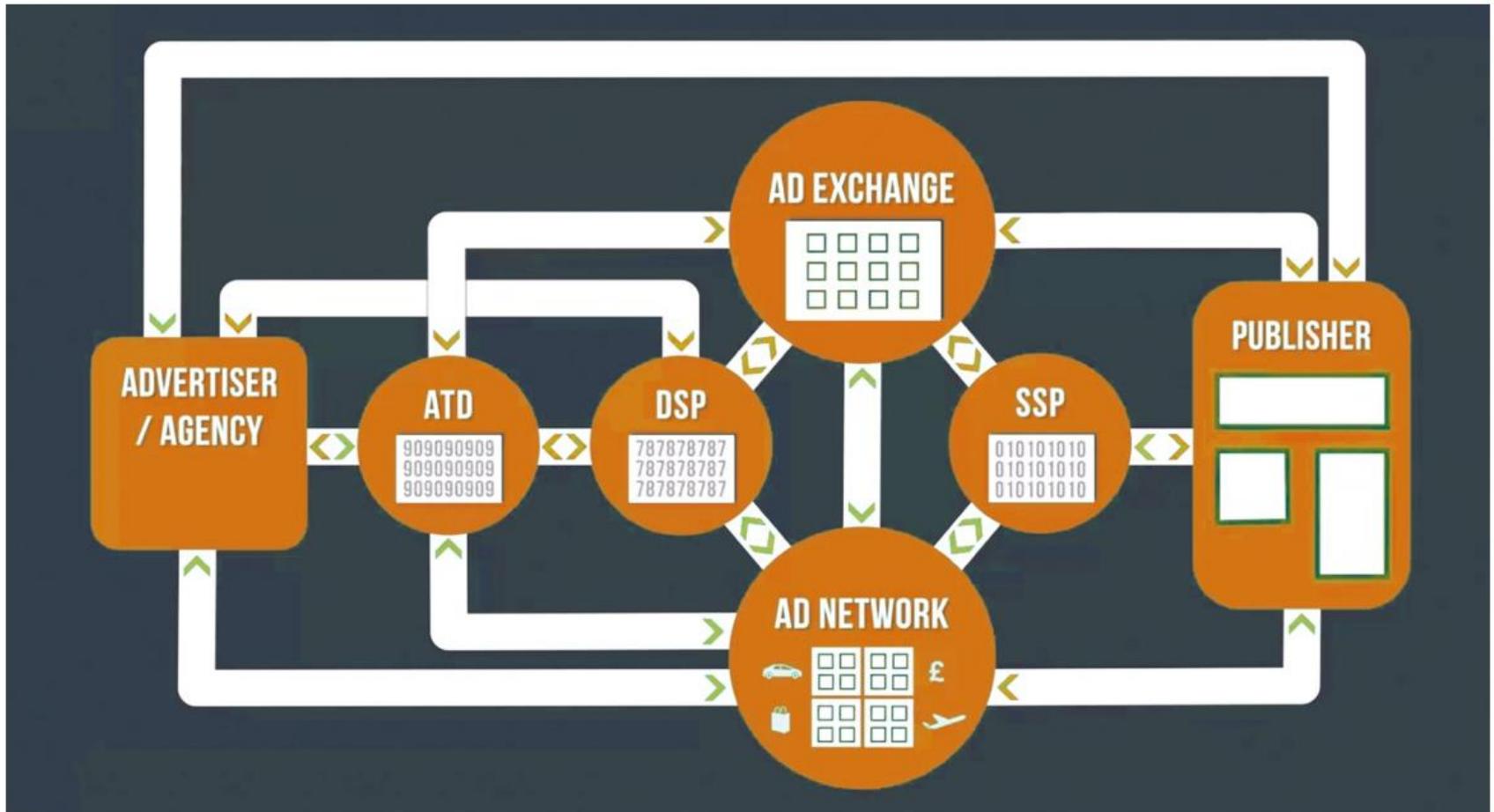


Outbrain Amplify:
Alcanza nuevas audiencias
y multiplica tus resultados
habituales

Recomendamos tu contenido en las webs de los principales medios, incluyendo El País, El Mundo, Marca, La Vanguardia y ABC. Atraemos a tu audiencia para lograr los mejores resultados para tu negocio.

Más información

Programmatic Advertising







¿Preguntas?





¡Gracias totales!