

td tendencias digitales

Publicidad Digital 101

A word cloud of various digital marketing terms including Adwords, Banners, Facebook Ads, and YouTube Ads, with a hand cursor pointing at the center.

Diagrama de flujo de marketing digital:

- Acciones de Marketing Digital (Círculo Verde)
- Medios / Agencias (Círculo Verde)
- Ad Networks (Círculo Verde)
- Ad Exchanges (Círculo Verde)
- Medios de Pago (Círculo Verde)
 - CPM (Círculo Verde)
 - CPC (Círculo Verde)
 - CPL (Círculo Verde)

[illegible]

56%

La spesa pubblica per welfare
crescerà di 56% nel 2016
rispetto al 2015

LAVORO 2015

LAVORO 2015

I consumi che cresceranno più per le imprese

Venditori, nei consumi per le imprese

La publicidad digital es clave para competir en los mercados actuales

```

graph TD
    Contexto[El contexto] --> Entorno[Entorno]
    Contexto --> Sujeto[Sujeto]
    Contexto --> ActDoc[Act. Docente]
    
    Entorno --> EntornoFisico[Entorno físico]
    Entorno --> EntornoSocial[Entorno social]
    
    Sujeto --> SujetoEval[Sujeto a evaluar]
    Sujeto --> SujetoEvalador[Sujeto evaluador]
    
    ActDoc --> ActDiagnostico[Act. de diagnóstico]
    ActDoc --> ActEnseñanza[Act. de enseñanza]
    ActDoc --> ActEvaluacion[Act. de evaluación]
    
    EntornoFisico --> ActEnseñanza
    EntornoSocial --> ActEnseñanza
    SujetoEval --> ActEnseñanza
    SujetoEvalador --> ActEnseñanza
    
    ActEnseñanza --> ActDiagnostico
    ActEvaluacion --> ActDiagnostico
    
    ActDiagnostico --> ActEnseñanza
  
```

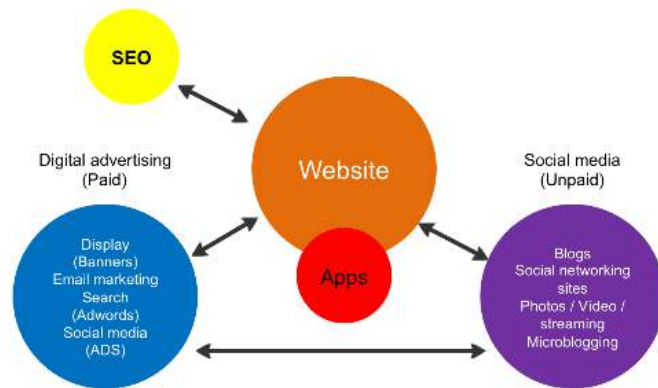
1. **Enunciado** *Enunciado claro y preciso*
2. **Objetivo** *Objetivo claro y preciso*
3. **Procedimiento** *Procedimiento claro y preciso*

www.carlosjimenez.info
@carlosjimenez

www.tendenciasdigitales.com
@tendenciasd

Publicidad Digital 101

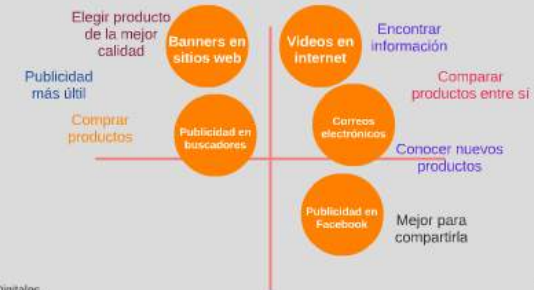
La publicidad en el contexto del marketing digital



Fuente: Carlos Jiménez, Internet y los negocios

td tendencias digitales

Formatos publicitarios asociados a las compras



Fuente: Tendencias Digitales

td tendencias digitales

¿Qué incluye la publicidad digital?



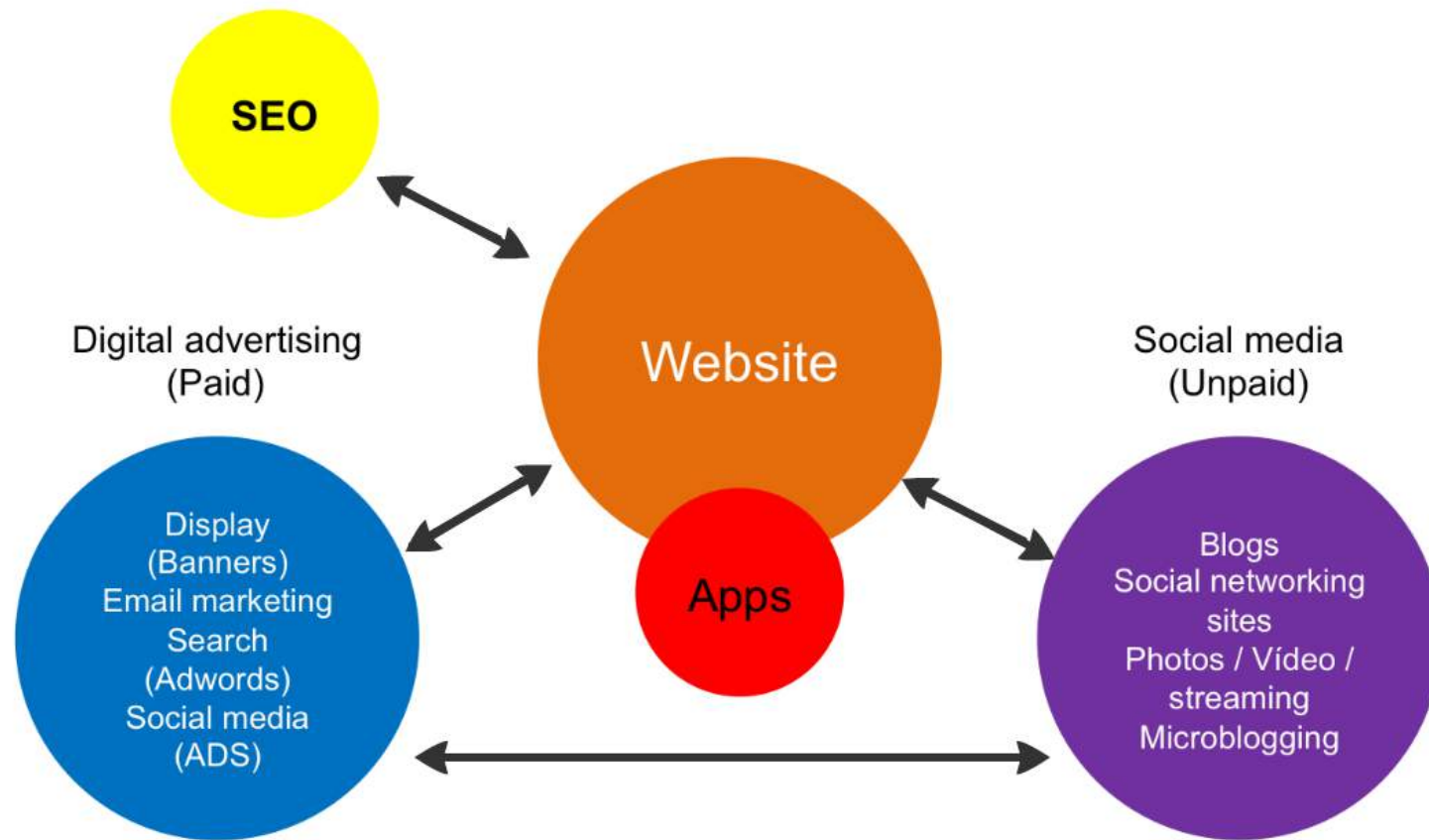
td tendencias digitales

El ecosistema de la publicidad digital



td tendencias digitales

La publicidad en el contexto del marketing digital



Fuente: Carlos Jiménez, Internet y los negocios

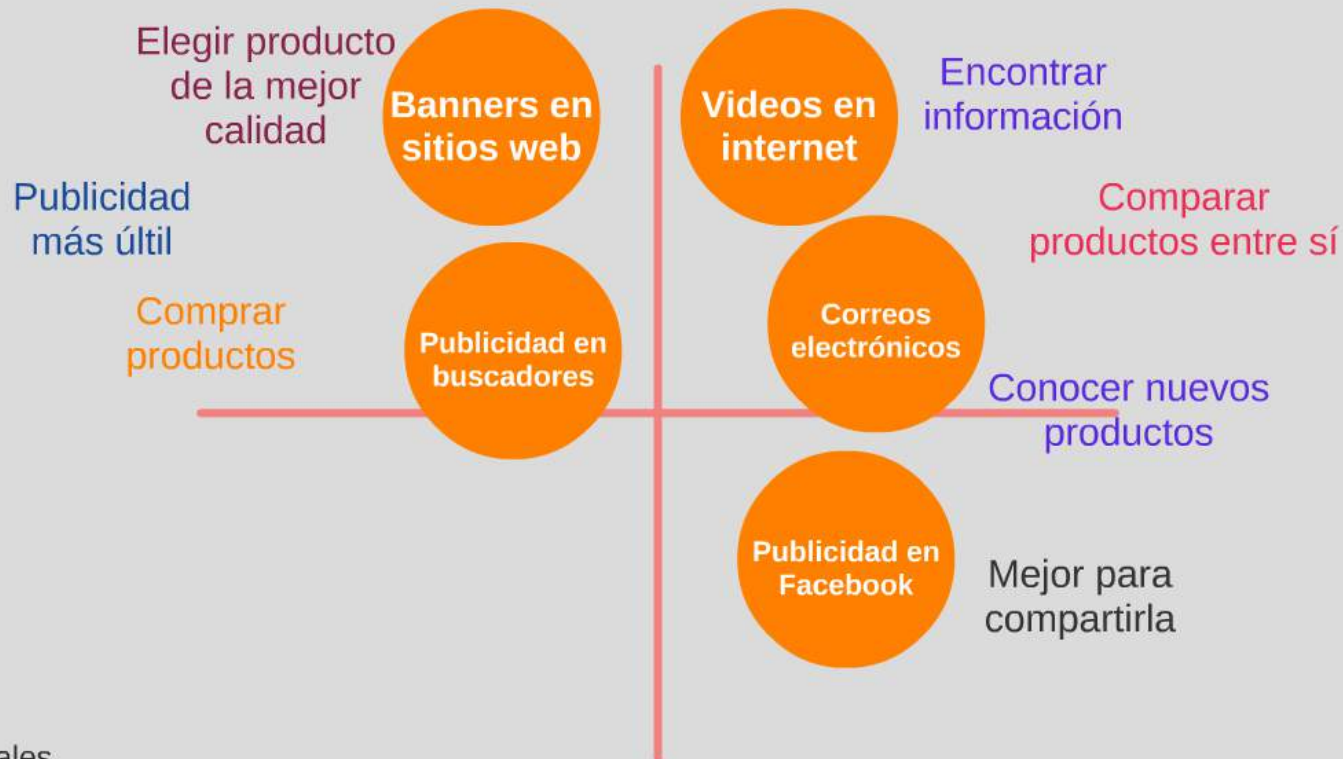
td tendencias digitales

¿Qué incluye la publicidad digital?

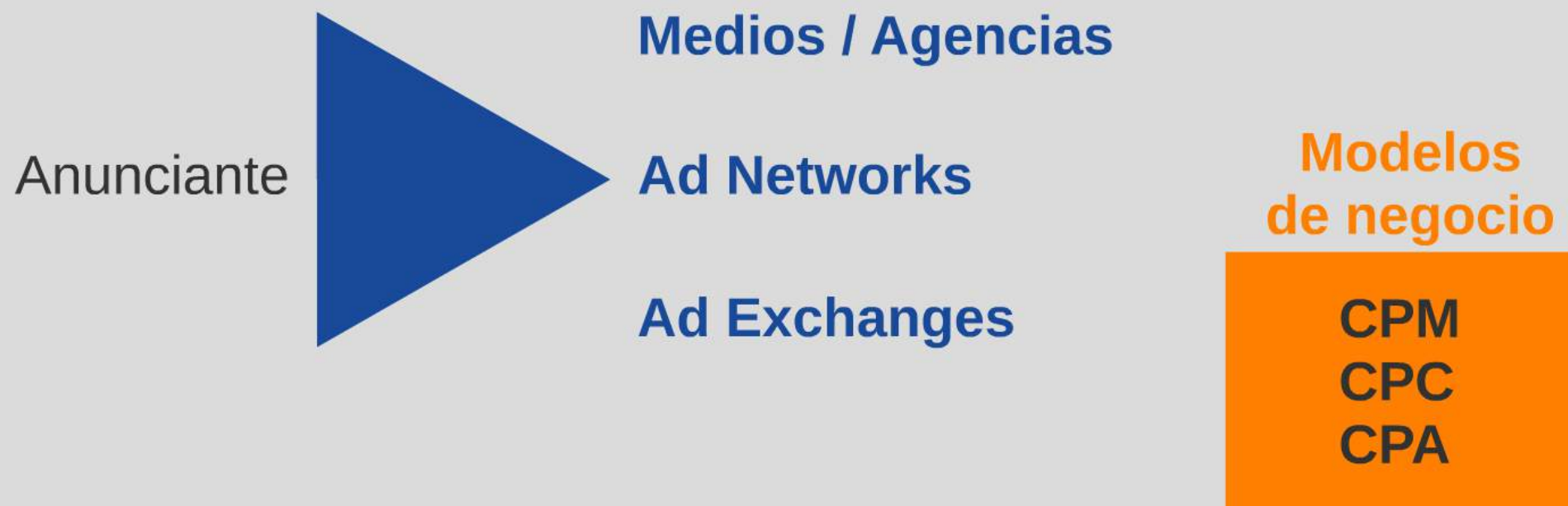
¿Qué incluye la publicidad digital?



Formatos publicitarios asociados a las compras



El ecosistema de la publicidad digital



Estado actual de la publicidad digital

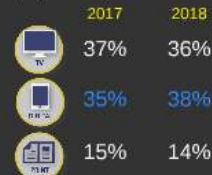
La publicidad digital crece



Fuente: eMarketer

© 2017 eMarketer

Tanto, que superará a la TV



Fuente: Digital Age Network

© 2017 Digital Age Network

Los móviles aportan el mayor crecimiento

	% Global	% Latam
Search	45%	52%
Display	48%	40%
Classificados	6%	8%
Móviles	63%	42%

Fuente: eMarketer

© 2017 eMarketer

La publicidad digital está altamente concentrada



Fuente: eMarketer

© 2017 eMarketer

La publicidad digital crece

18%

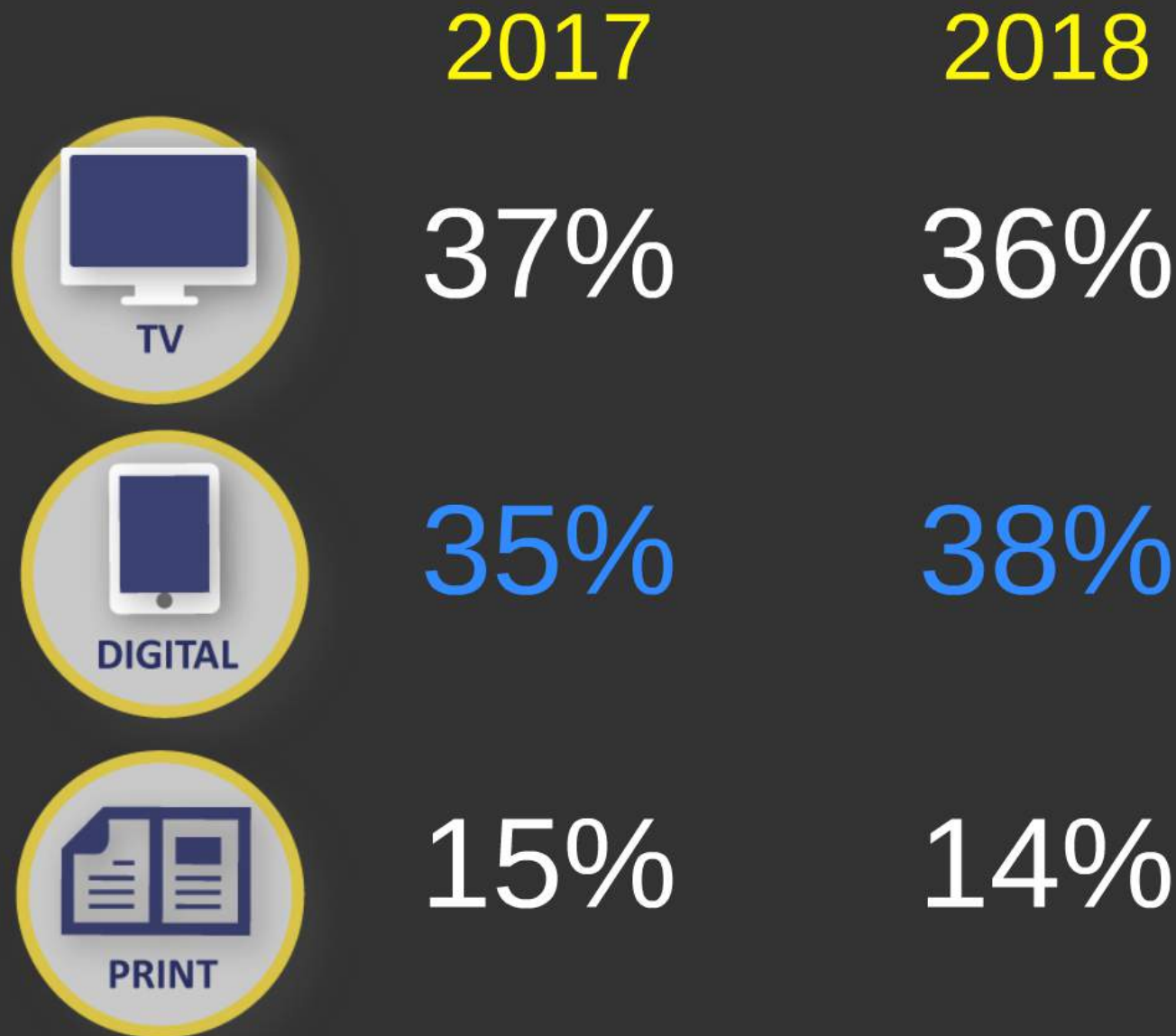
crecimiento global en el 2017

(se espera que crezca dos dígitos hasta el año 2021)

19%

Crecimiento en Latinoamérica

Tanto, que superará a la TV

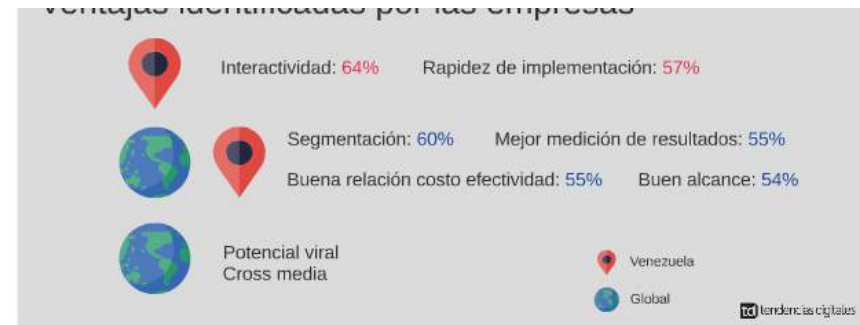
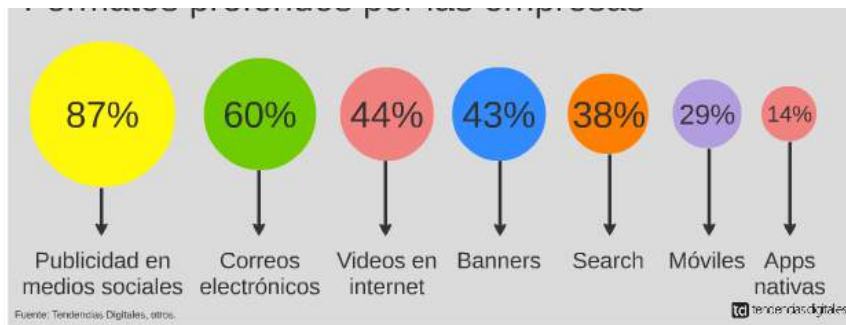


Los móviles aportan el mayor crecimiento

	% Global	% Latam
Search	45%	52%
Display	48%	40%
Clasificados	6%	8%
Móviles	63%	42%

La publicidad digital está altamente concentrada

	%
	32%
	15%
	8%
	5%
	3%
 Microsoft	2%
	1%
	1%



“La publicidad digital es clave para competir en los mercados actuales”

Si quieres seguir esta conversación...

7 Tendencias de la publicidad digital

El contexto



Fraude

Pérdidas anuales
estimadas en 6
millardos USD
(JP MorganChase)



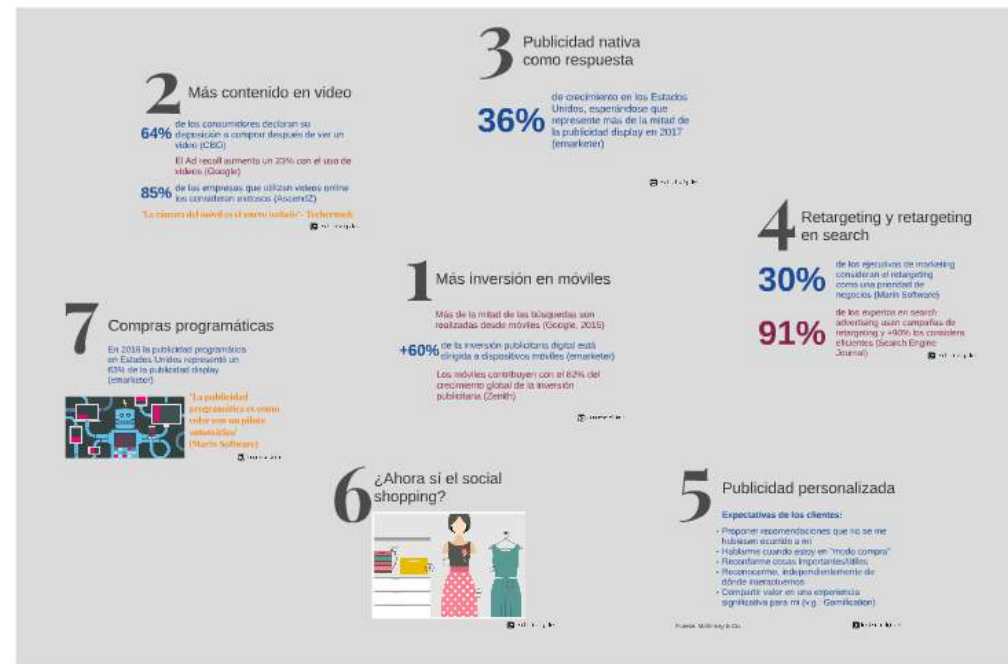
Big Data

+ 40 millardos USD
en pérdidas
anuales globales
(On Audience.com)



Ad-Blockers

td tendencias digitales



El contexto



Fraude

Pérdidas anuales
estimadas en 6
millardos USD
(JP MorganChase)



Big Data



Ad-Blockers

+ 40 millardos USD
en pérdidas
anuales globales
(On Audience.com)

1 Más inversión en móviles

Más de la mitad de las búsquedas son realizadas desde móviles (Google, 2015)

+60% de la inversión publicitaria digital está dirigida a dispositivos móviles (emarketer)

Los móviles contribuyen con el 82% del crecimiento global de la inversión publicitaria (Zenith)

2

Más contenido en video

64% de los consumidores declaran su disposición a comprar después de ver un video (CBO)

El Ad recall aumenta un 23% con el uso de videos (Google)

85% de las empresas que utilizan videos online los consideran exitosos (AscendZ)

"La cámara del móvil es el nuevo teclado"- Techcrunch

3

Publicidad nativa como respuesta

36%

de crecimiento en los Estados Unidos, esperándose que represente más de la mitad de la publicidad display en 2017 (emarketer)

4 Retargeting y retargeting en search

30%

de los ejecutivos de marketing consideran el retargeting como una prioridad de negocios (Marin Software)

91%

de los expertos en search advertising usan campañas de retargeting y +90% los considera eficientes (Search Engine Journal)

5

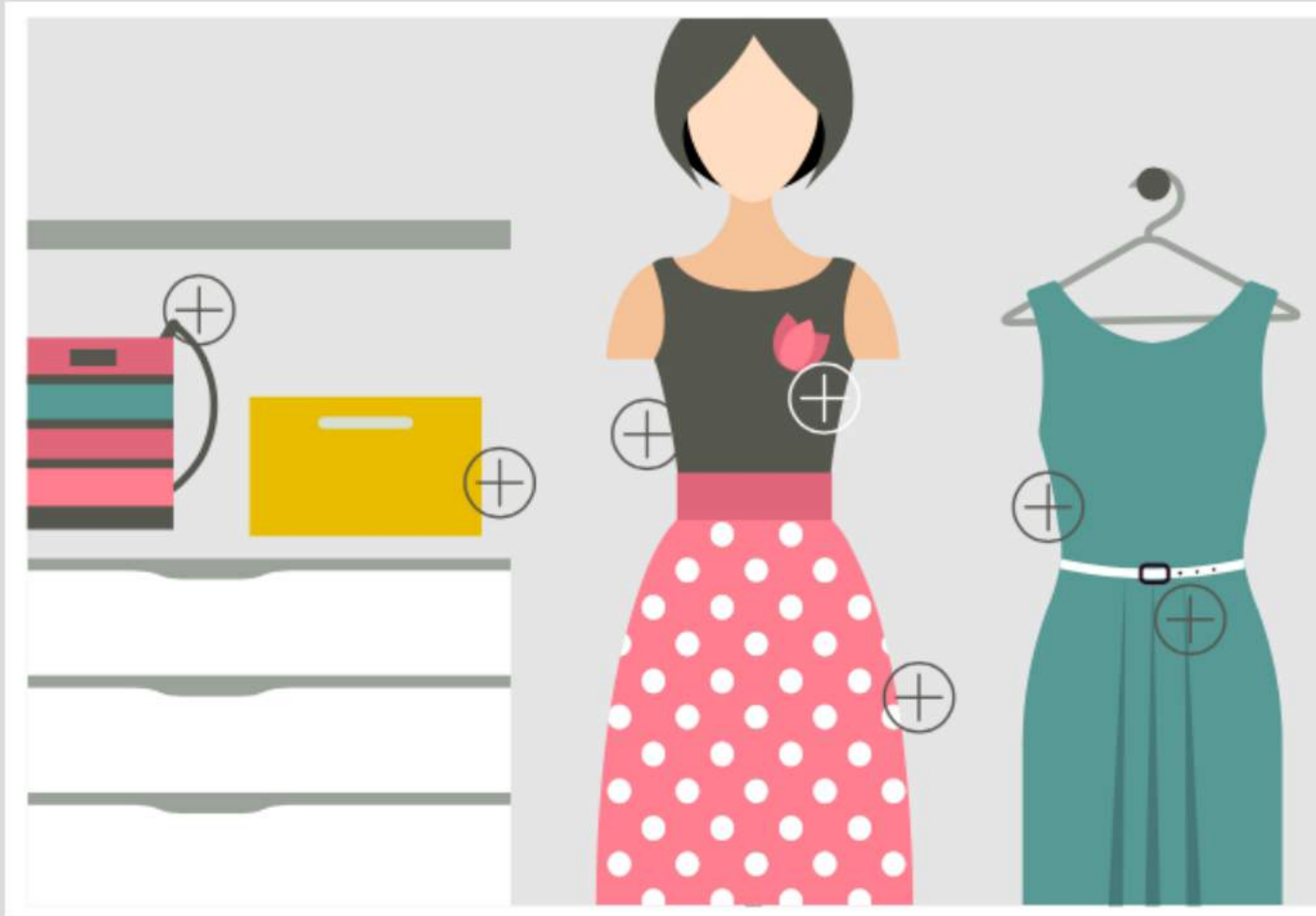
Publicidad personalizada

Expectativas de los clientes:

- Proponer recomendaciones que no se me hubiesen ocurrido a mi
- Hablarme cuando estoy en "modo compra"
- Recordarme cosas importantes/útiles
- Reconocerme, independientemente de dónde interactuemos
- Compartir valor en una experiencia significativa para mi (v.g.: Gamification)

6

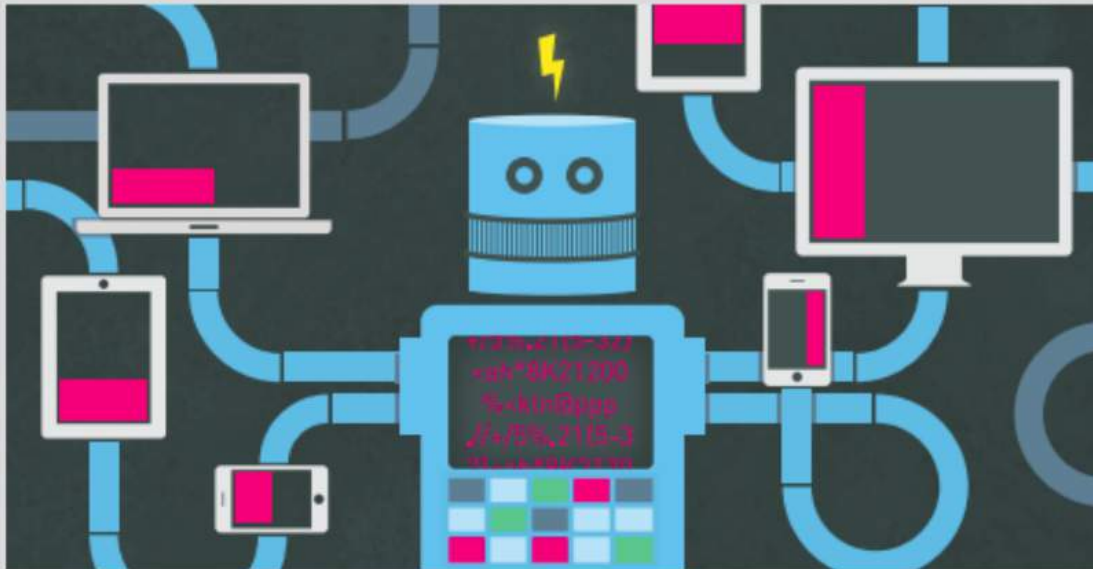
¿Ahora sí el social shopping?



7

Compras programáticas

En 2016 la publicidad programática en Estados Unidos representó un 63% de la publicidad display (emarketer)



"La publicidad programática es como volar con un piloto automático"
(Marin Software)

3 Mensajes finales

1

No toda publicidad
en internet es exitosa

td tendencias digitales

3

Piensa fuera de la caja:

**"combina lo digital
con lo analógico"**

td tendencias digitales

2

Factores clave para una
publicidad digital exitosa



td tendencias digitales

1

No toda publicidad
en internet es exitosa

2

Factores clave para una publicidad digital exitosa

1



Objetivo:
Branding vs.
Respuesta
directa

2



Características
de la audiencia
y segmentación

3



Landing
page y
metas de
conversión

4



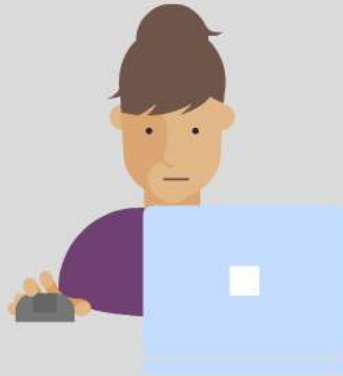
Anuncio
publicitario

1



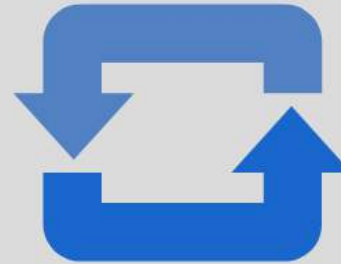
Objetivo:
Branding vs.
Respuesta
directa

2



Características
de la audiencia
y segmentación

3



Landing
page y
metas de
conversión

4



Anuncio
publicitario

3

Piensa fuera de la caja:

**"combina lo digital
con lo analógico"**

Si quieres seguir esta conversación...

www.carlosjimenez.info
[@carlosjimenez](https://twitter.com/carlosjimenez)

www.tendenciasdigitales.com
[@tendenciasd](https://twitter.com/tendenciasd)