El Sastre de la Venta

Lic. Martín González Castro, MBA.

系列 Keiretsu
business solutions

EL OBSERVADOR

Agenda de Talleres

11/9	• Introducción y Nivelación de Marketing Digital
25/9	• Opciones Publicitarias Existentes
2/10	• El Sastre de la Venta (1ª parte)
9/10	• El Sastre de la Venta (2ª parte)

EL OBSERVADOR

系列 KeiretSu business solutions

Agenda Taller I

- Tráfico
- Audiencia
- Plataformas
- Formatos

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Pregunta:

¿Cuál es la diferencia entre internet 1.0 y 2.0?

¿Quién lo dijo?

“DIME Y LO OLVIDARÉ,
ENSÉÑAME
Y LO RECORDARÉ,
INVOLÚCRAME
Y LO APRENDERÉ”.

EL OBSERVADOR

Keiretsu
business solutions

4 Reglas para los Talleres

I. **Participar** para **enriquecer.**

II. **Preguntar** para **aclarecer.**

III. **Aplicar** para **obtener resultados**.

IV. **Confiar** para **dejarse ayudar**.

EL OBSERVADOR

系列 KeiretSu business solutions

3 Objetivos del Taller

1. **Comprender el ecosistema publicitario digital.**

2. **Desarrollar habilidades blandas & duras para el desempeño sobresaliente en el proceso de venta.**

3. **Generar valor para el anunciante.**

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Formato de los Talleres

I. Teoría + Experiencia

II. Práctica + Ejercicios + Role Playing

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

EL OBSERVADOR

系列 KeiretSu
business solutions

Vamos a Conocernos…

I. ¿Qué nos está pasando?

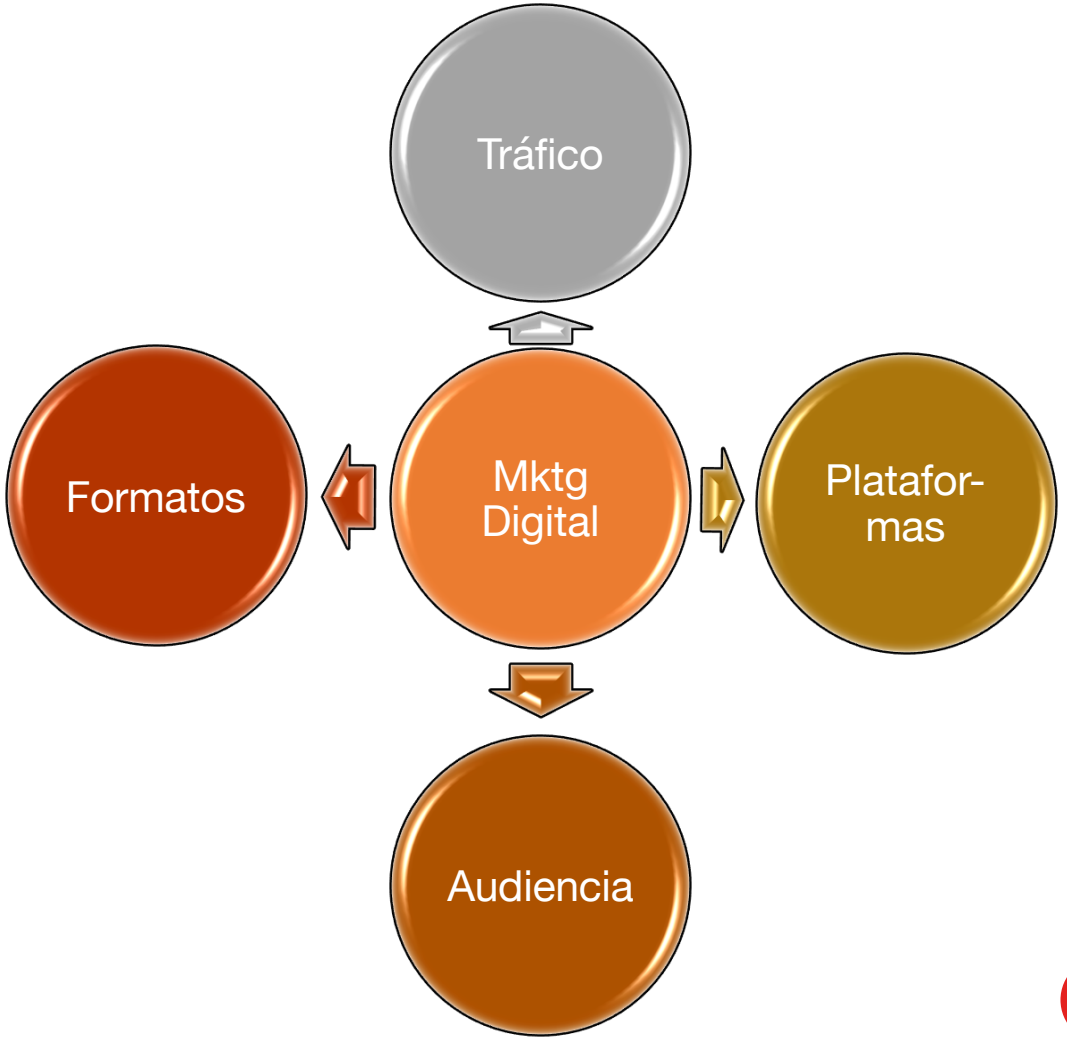
II. Una buena noticia que me gustaría compartir!

III. ¿Cuál es mi hobby / hobbies?

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Introducción al Marketing Digital



EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Tráfico

“La mejor publicidad
es la que hacen los clientes satisfechos”

系列 KeiretSu
business solutions

¿Qué es el Tráfico Web?

El **tráfico web** es la cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio **web**.

El **tráfico web** es determinado por el **número** de **visitantes** y de **páginas** que se **visitan**.

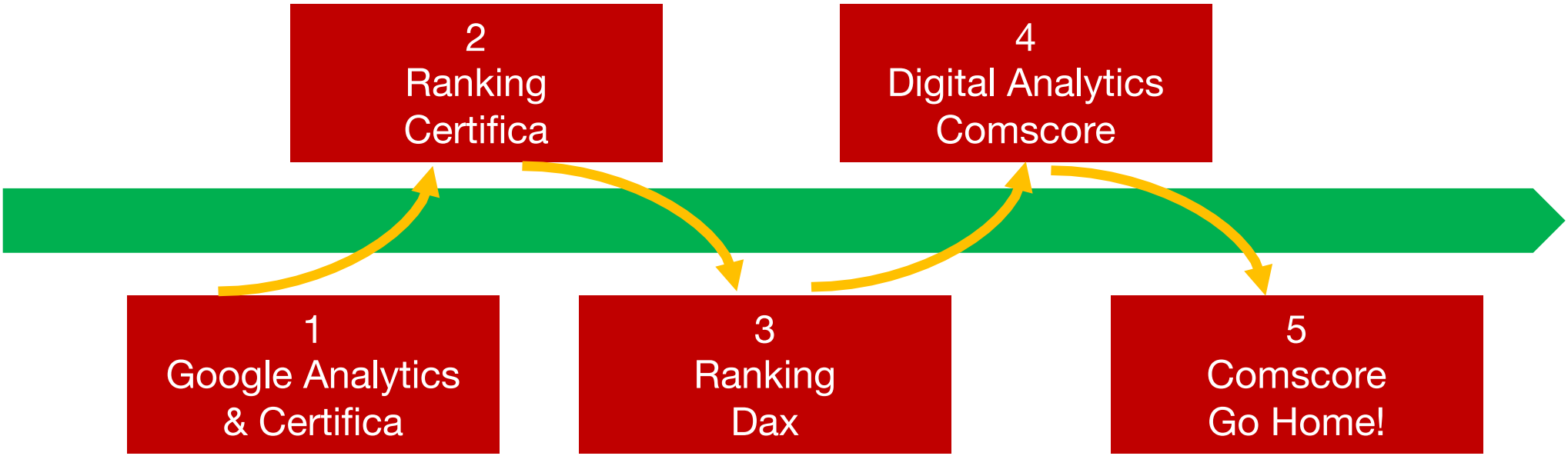
Pregunta:

¿Por qué es importante el tráfico web?

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

¿Cómo medimos el tráfico?
Un poco de historia…



EL OBSERVADOR

KeiretSu
business solutions

Herramientas Disponibles

Google Analytics

Alexa

Google Trends

SimilarWeb

CXENSE

EL OBSERVADOR

KeiretSu business solutions

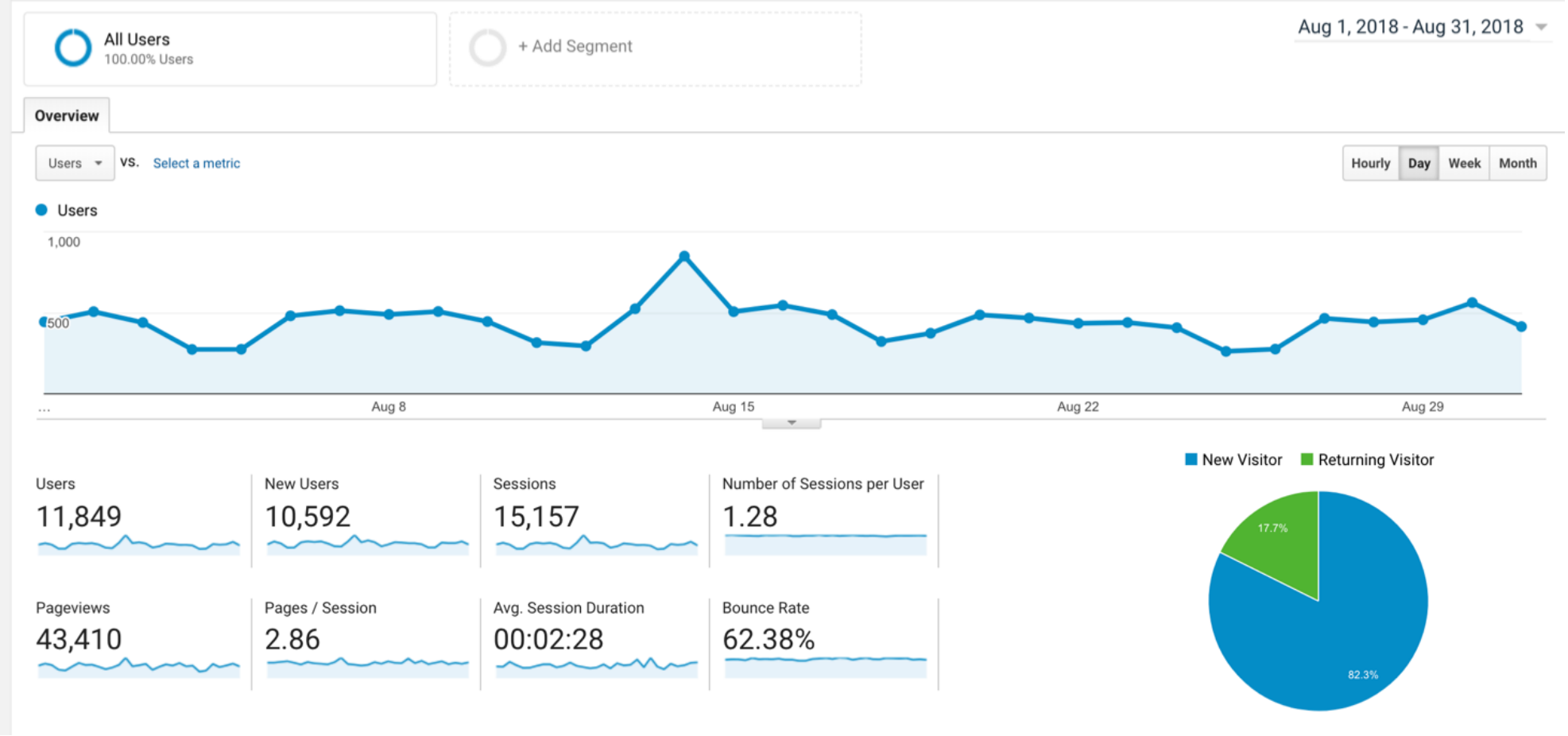
Herramientas Disponibles: Google Analytics

- A partir de un código que se pega en el sitio (gratuito), se puede empezar a medir el tráfico que llega a un Sitio Web.

- La información de Google Analytics no es pública, es propietaria de cada sitio.

- Permite medir varias variables: fuentes de tráfico, localización, dispositivos, contenido, info demográfica, etc.

Herramientas Disponibles: Google Analytics



EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Herramientas Disponibles: Google Trends

Google Trends

- Es una herramienta gratuita de Google que permite identificar las “tendencias” a partir de cuáles son los términos de búsqueda o keywords más consultados en la web.

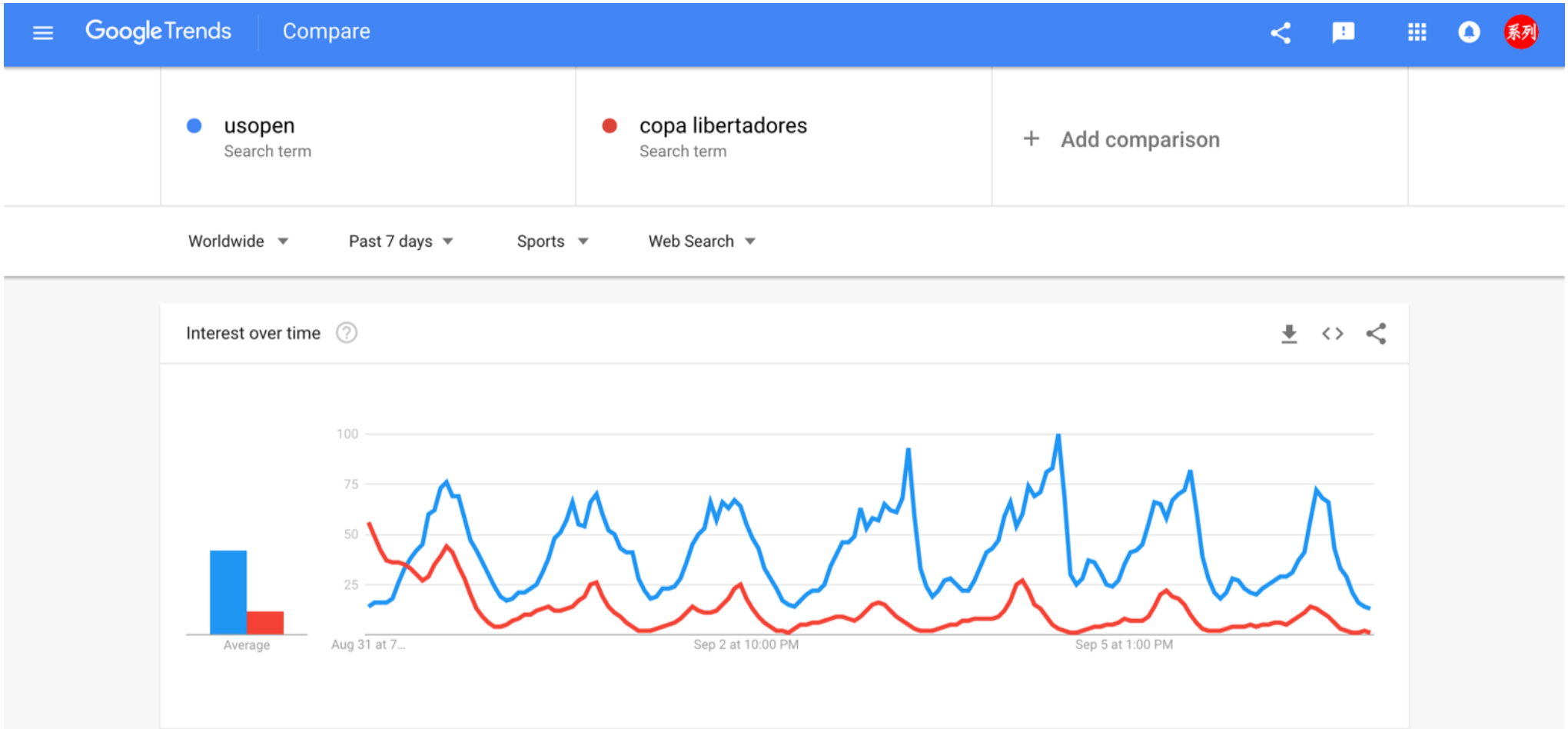
- Sirve para entender qué y cómo busca la gente, sirve para hacer correlaciones, sirve para comparar tráfico de sitios.

EL OBSERVADOR

系列 KeiretSu business solutions

Herramientas Disponibles: Google Trends

Google Trends



KeiretSu business solutions

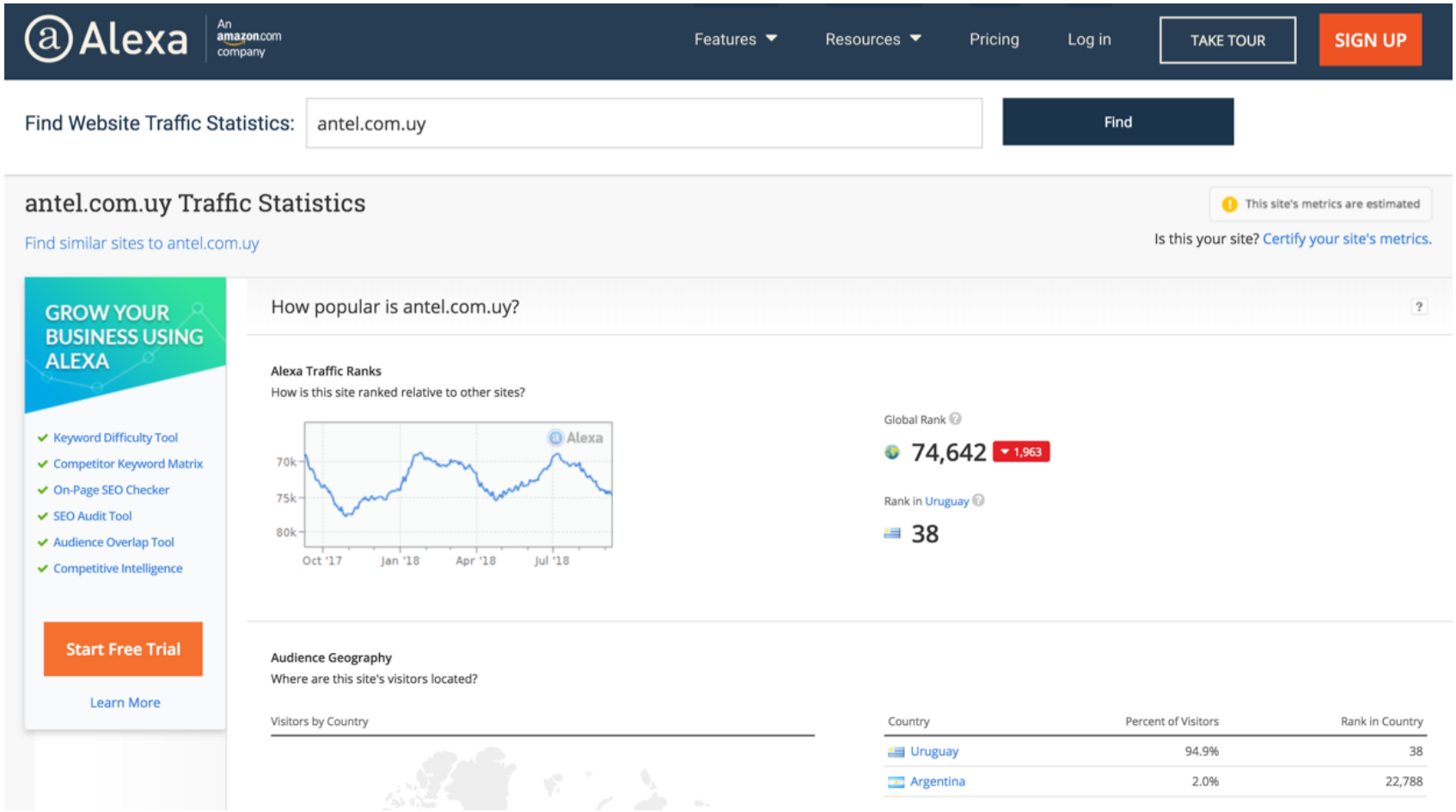
Herramientas Disponibles: Alexa

- Es una herramienta “FREEMIUM” de Amazon. Sirve para analizar el tráfico de sitios por categoría y por países.

- Alexa genera un “ranking” en función del tráfico del sitio, que se puede segmentar tanto por país, como por categoría.

- Para mejorar la precisión, al igual que Google Analytics, requiere pegar un código o tag al Sitio.

Herramientas Disponibles: Alexa



EL OBSERVADOR

KeiretSu business solutions

Herramientas Disponibles: Similar Web

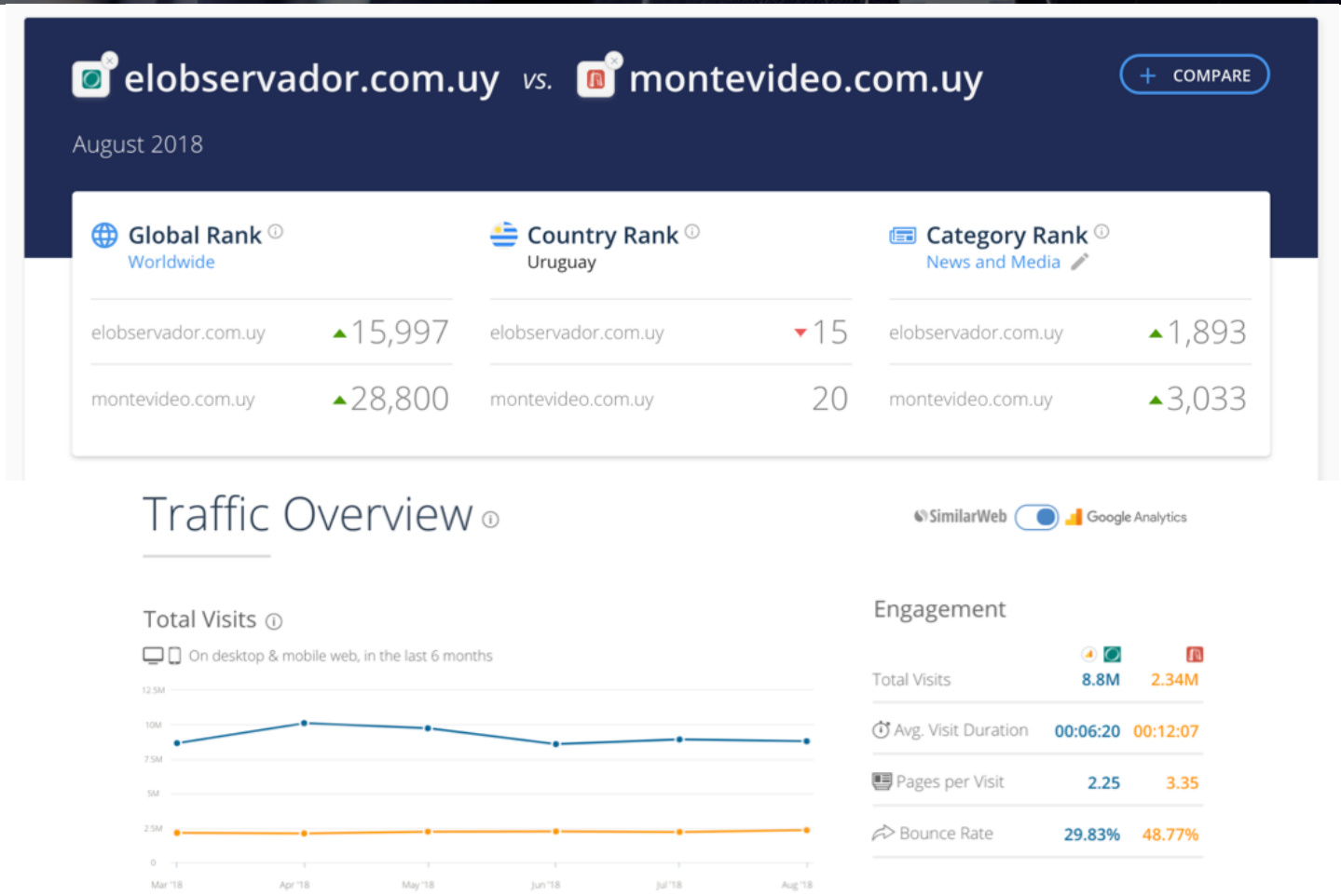
- Es una herramienta “FREEMIUM” Israelí que brinda información de tráfico de sitios webs, como de APPs.

- La información la toma tanto de Google Analytics, como de información censal a partir de un plug in que se incorpora en los navegadores (Chrome).

- La versión gratuita permite sólo comparar 2 sitios.

- Para que la información sea más precisa, se debe pegar los tags, al igual que Google Analytics y Alexa.

Herramientas Disponibles: Similar Web



EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Herramientas Disponibles: Cxense

CXENSE

- Es un DMP (plataforma de gestión de datos), que permite a partir de comportamientos de los usuarios, inferir y generar clusters o segmentos de interés.

- Sirve tanto a nivel publicitario, como a nivel editorial.

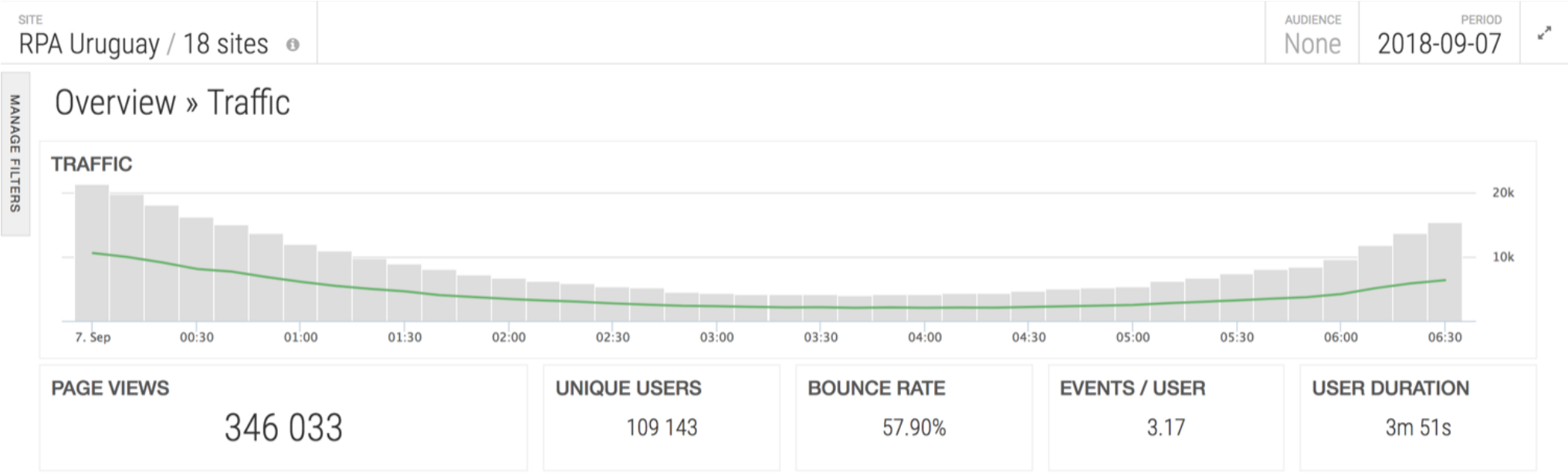
- Es el DMP que utiliza RPA, dado que lo utilizan también los otros medios.

EL OBSERVADOR

KeiretSu business solutions

Herramientas Disponibles: Cxense

CXENSE



EL OBSERVADOR

KeiretSu business solutions

5 Términos de Tráfico Web

1. **Usuarios** (usuarios únicos o browsers únicos): “personas” que ingresan al sitio.

2. **Sesiones** (visitas): Una sesión es el período de tiempo que un usuario participa activamente en su sitio web, aplicación, etc.

3. **PVs** (Páginas Vistas): Es una instancia de una página cargada (o recargada) en un navegador.

4. **Tiempo Promedio de Sesión**: Cuánto dura una visita al sitio.

5. **Bounce Rate** (tasa de rebote): Se origina un rebote cuando en un sitio web se produce una sesión de una sola página.
El porcentaje de rebote se calcula dividiendo las sesiones de una sola página por todas las sesiones.

Ejercicio:

¿En qué posición aparece
El Observador según
Alexa en Uruguay?

Comparen El Observador
y El País en SIMILAR WEB,
qué conclusiones pueden sacar?

Comparen en Google Trends,
todos los sitios que integran RPA,
tanto en Argentina,
como en Uruguay.

EL OBSERVADOR

Keiretsu
business solutions

Audiencia

“No vigile el ciclo de vida del producto, vigile el ciclo de vida del mercado.”

Definición de Audiencia:

Conjunto de personas que a través del acceso a un medio de comunicación se le dirige un mensaje y este a su vez reacciona ante el mensaje.

Las diferentes tipologías de audiencias dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo "participativo" de dicha audiencia: edad, sexo, NSE, hábitos individuales, horarios, aficiones, signos de identidad, rol social, etc.

Audiencias

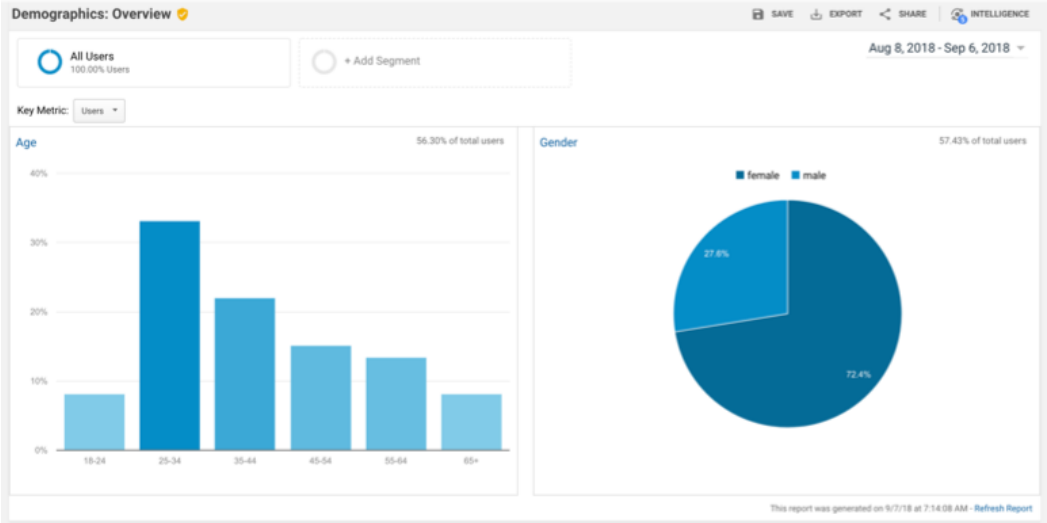
1. Demográficas (sexo, edad)
2. Geográficas (localización, IP)
3. Dispositivo (desktop y móviles)
4. Intereses
5. Contenido

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Audiencias (Google)

País	Tus seguidores	Ciudad	Tus seguidores	Idioma	Tus seguidores
Uruguay	12.160	Montevideo, Departam...	7.415	Español	22.254
Paraguay	11.829	Asunción, Paraguay	2.661	Español (España)	10.010
Venezuela	6.303	Ciudad del Este, Depar...	857	Portugués (Brasil)	172



Key Metric: Users

Affinity Category (reach)

67.46% of total users

5.14%	Shoppers/Value Shoppers
4.91%	Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts
4.81%	Media & Entertainment/Movie Lovers
4.55%	Lifestyles & Hobbies/Family-Focused
3.54%	Food & Dining/Cooking Enthusiasts/30 Minute Chefs
3.36%	Lifestyles & Hobbies/Shutterbugs
3.25%	News & Politics/Avid News Readers
2.83%	Sports & Fitness/Health & Fitness Buffs
2.76%	Lifestyles & Hobbies/Nightlife Enthusiasts
2.56%	Lifestyles & Hobbies/Business Professionals

In-Market Segment

49.99% of total users

2.93%	Employment
2.92%	Travel/Hotels & Accommodations
2.29%	Travel/Trips by Destination/Trips to Latin America
2.09%	Financial Services/Banking Services
2.03%	Business Services/Advertising & Marketing Services
1.97%	Travel/Air Travel
1.80%	Consumer Electronics/Mobile Phones
1.68%	Financial Services/Investment Services
1.43%	Employment/Sales & Marketing Jobs
1.42%	Autos & Vehicles/Motor Vehicles/Motor Vehicles (Used)

Audiencias (Facebook)

(Nuevo público)
Entre 2 mill. y 2,5 mill. de personas activas por mes

Personas en Facebook
País: Uruguay

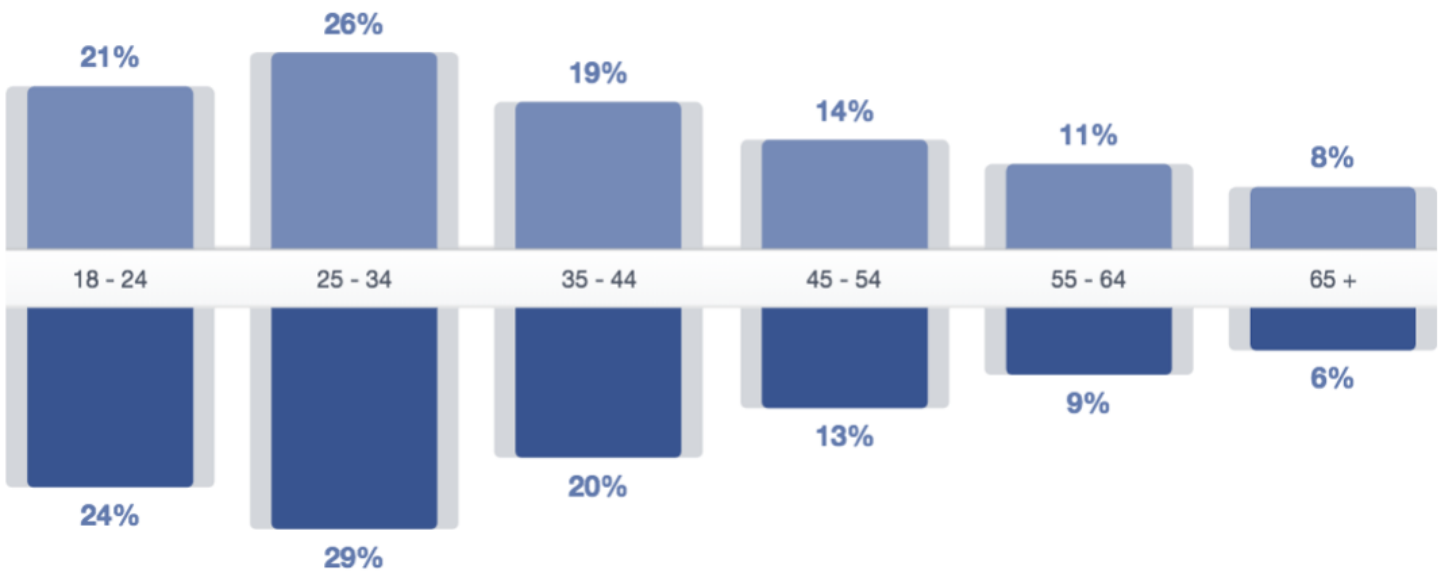
Datos demográficos | Me gusta de la página | Lugar | Actividad

Edad y sexo

Información facilitada por las propias personas en sus perfiles de Facebook. Datos disponibles solo para mayores de 18 años.

53% Mujeres
53% Todo Facebook

47% Hombres
47% Todo Facebook



Audiencias (Cxense)

INTEREST TAXONOMY	PAGE VIEWS	UNIQUE USERS	WEIGHT
business	14 922 421	249 725	2 497 787
careers	78 727	1 833	6 727
community	18 697 404	306 734	5 441 394
entertainment	16 654 521	264 903	3 813 036
finance	719 776	13 069	90 862
fitness and health	12 805 955	222 946	1 761 342
food	3 375 499	55 393	361 090
home	385 173	6 475	40 158
lifestyle	12 450 538	212 868	1 571 358
motor	3 220 529	55 657	371 054
news	15 959 609	259 240	2 824 319
parenting	9 812 012	151 189	1 198 466
pets	753 248	14 030	61 682
sport	8 901 845	151 854	1 129 115
style and fashion	7 259 844	115 173	882 997
technology	3 863 738	60 195	323 552
travel	14 325 540	218 771	2 353 035

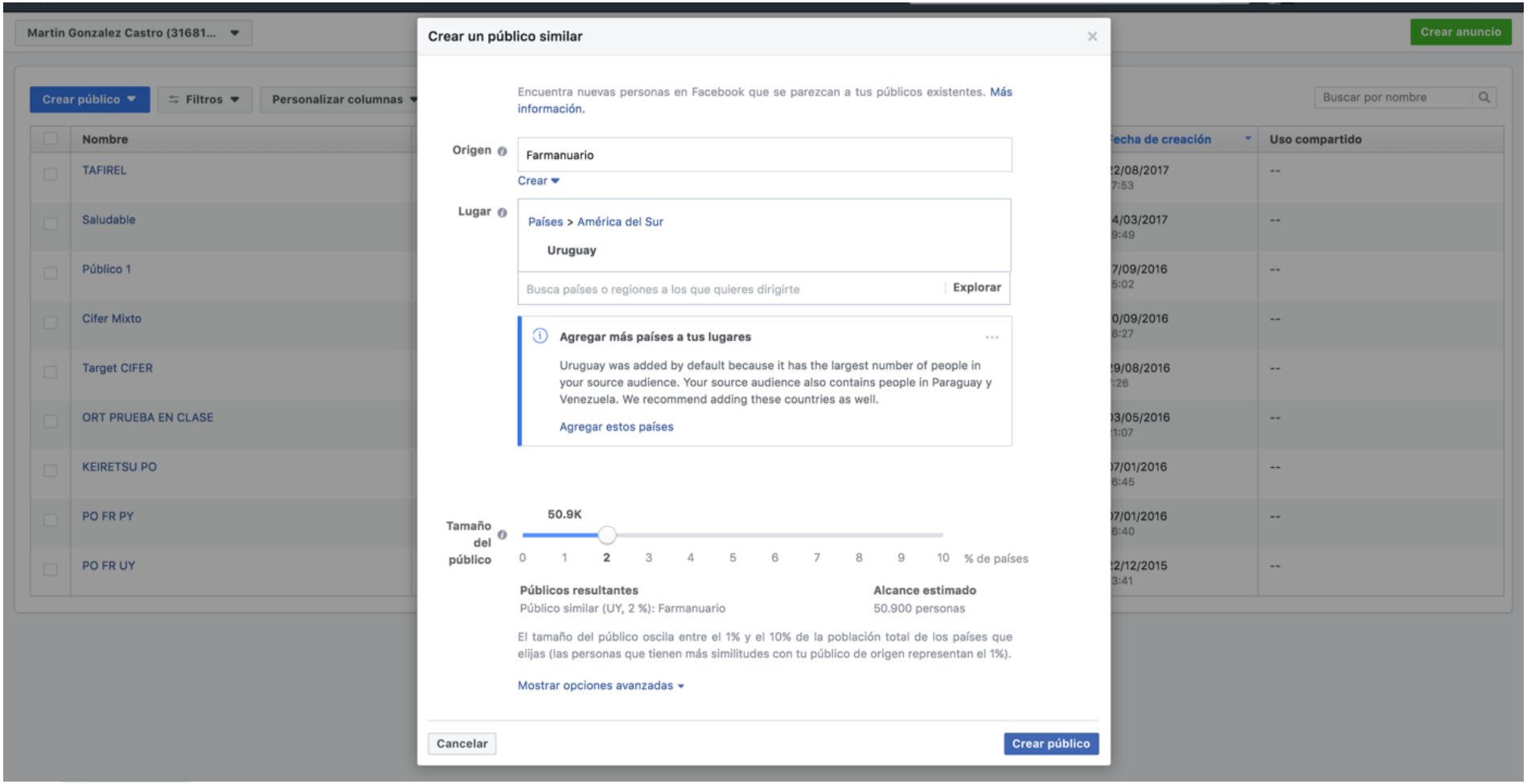
EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Audiencias (P.O. Similar) “Lookalike”

- Una audiencia similar es una forma de llegar a nuevas personas que probablemente estén interesadas en su negocio porque son similares a su público objetivo inicial.

Audiencias (P.O. Similar) “Lookalike”



Keiretsu business solutions

PREGUNTA:

¿Qué conocen de la/s audiencia/s de El Observador?

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Audiencia en Facebook

Largest Audience

El País UY

Total fans
1 366 931

Subrayado HD

Total fans
784 672

El Observador

Total fans
623 240

Audiencia en Twitter

Largest Audience

El Observador

Total followers

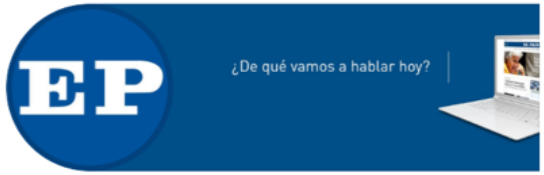
641 918

Subrayado

Total followers

626 345

EL PAÍS - Uruguay



Total followers

624 049

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Audiencia en Youtube

YouTube Channels Stats in Uruguay

		Subscribers	Total uploaded video views
1	El Observador	20 251	**12 450 025**
2	Teledoce	24 853	**6 239 617**
3	El Observador TV	7 511	**2 560 118**
4	Diario El País	4 480	**2 481 521**
5	ttvnews	0	**1 727 304**
6	JuventudKehila	4	**571**

Keiretsu business solutions

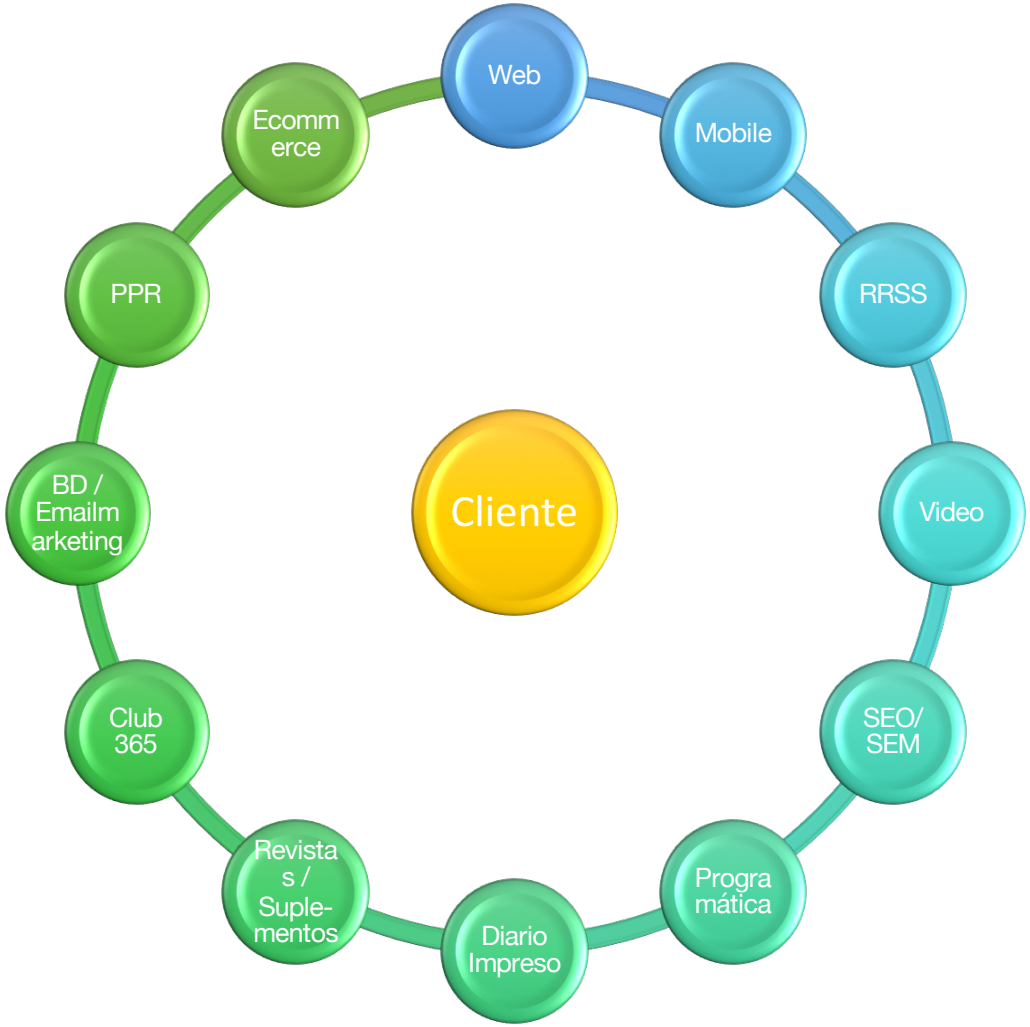
MULTI Plataformas

“El cliente es el eje central,
sus necesidades determinan el negocio.”
” Usarás muchos canales pero brindarás
una sola experiencia.”

Keiretsu business solutions

Múltiples Plataformas.
Un solo cliente, una sola billetera.

ST



SOW

EL OBSERVADOR

KeiretSu business solutions

Omnicanalidad

- La **omnicanalidad** es la integración de todos los canales existentes en el mercado, de manera tal de generar caminos que se interrelacionen para que un cliente que inició una comunicación por una vía de interacción pueda continuarla por otra.

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Web

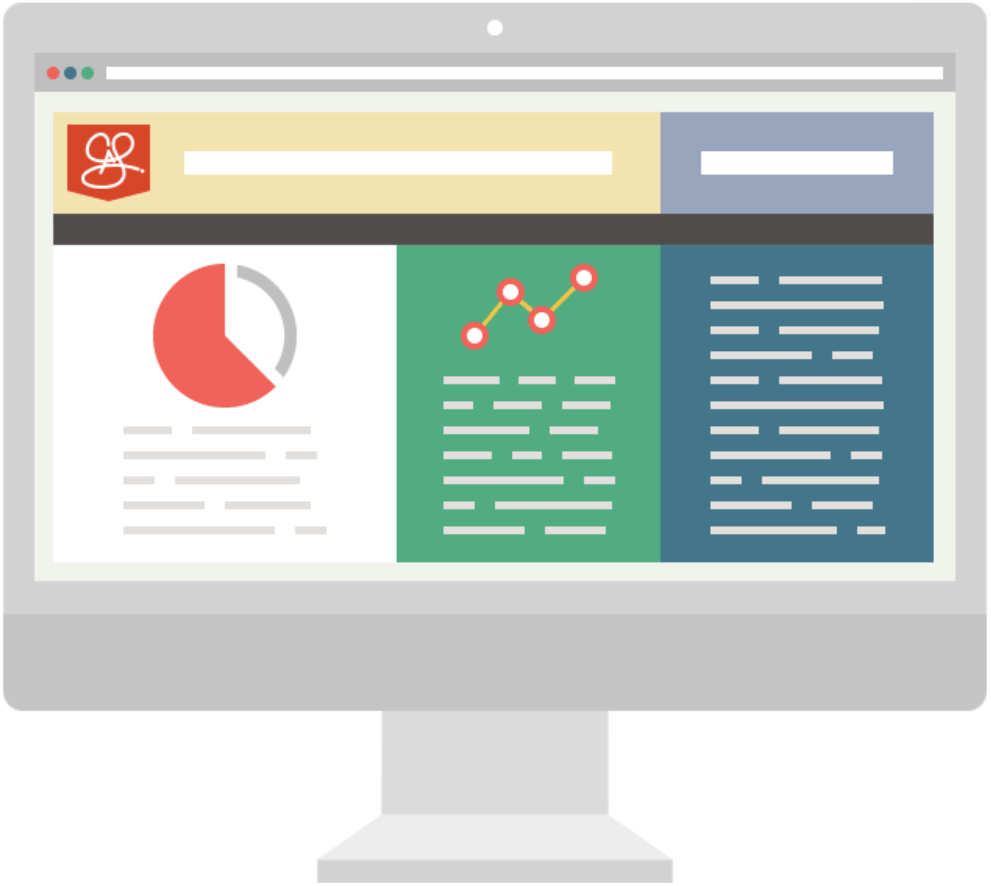
1. Diseño web responsivo

2. Usabilidad o Experiencia de Usuario

3. Contenidos o Gestión de Contenidos.

4. Los usos en la web son distintos que los usos en los móviles.

Web
Diseño Web Responsivo



El diseño web responsive o adaptativo es una **técnica de diseño web que busca la correcta visualización de una misma página en distintos dispositivos.** Desde PCs de escritorio a tablets y móviles.

Keiretsu business solutions

Web Usabilidad

Usabilidad es la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico.

“La usabilidad es como el oxígeno, nunca la notas hasta que te falta”.

EL OBSERVADOR

KeiretSu business solutions

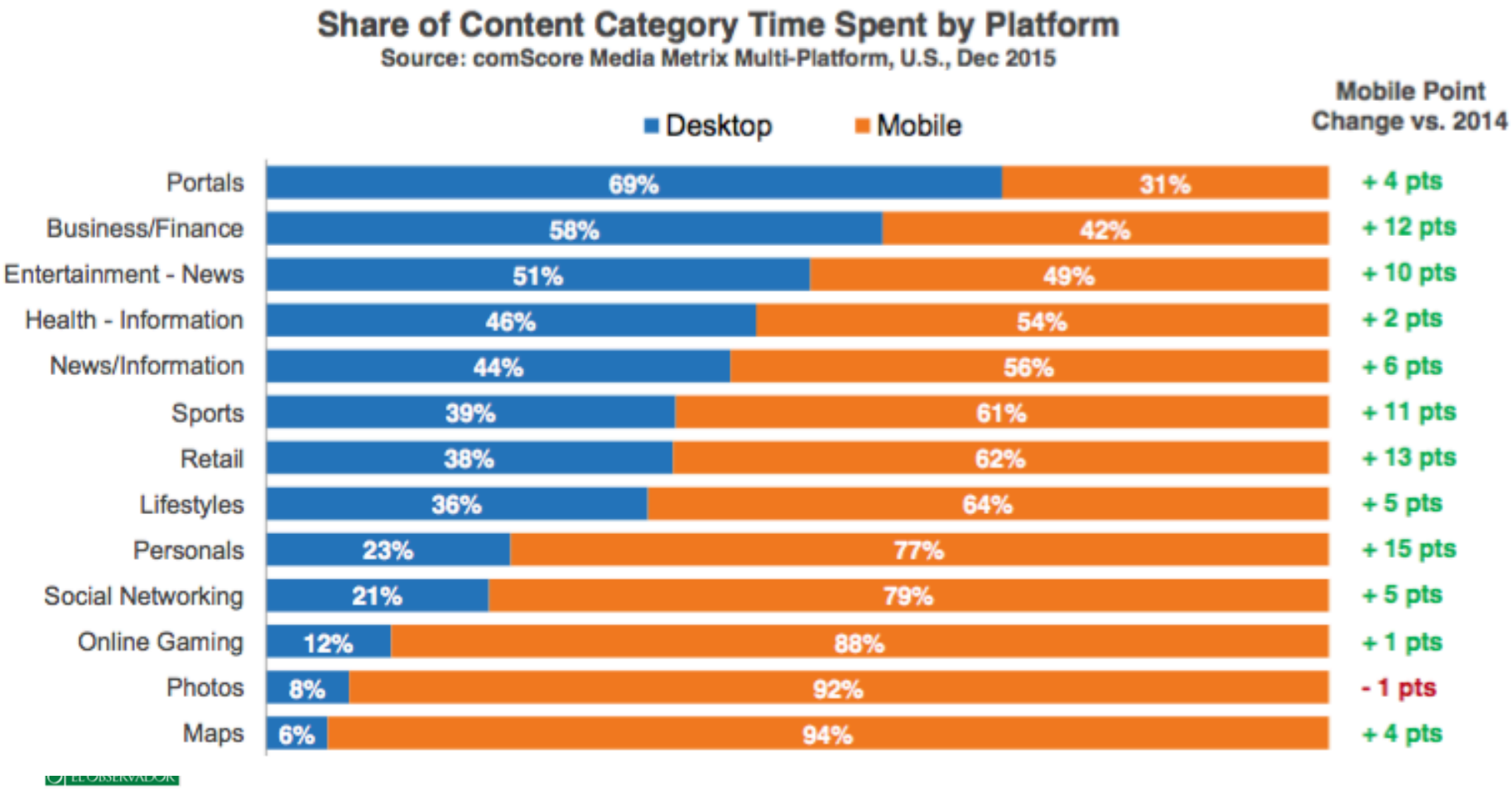
Web Contenidos

Marketing de contenidos: atrae a clientes potenciales y transforma prospectos en clientes al crear y compartir valioso contenido gratuito. El marketing de contenido ayuda a las empresas a crear lealtad de marca sostenible, proporciona información valiosa a los consumidores y genera intención de compra de los productos o servicios en el futuro. Esta forma relativamente nueva de comercialización no implica ventas directas. En cambio, crea confianza y buena relación con la audiencia.

Curación de contenidos: es una técnica que consiste en realizar una búsqueda, recopilación, filtración y selección de la información más relevante que encontramos en Internet (redes sociales, blogs, páginas webs, etc), para difundirla más adelante con nuestra audiencia.

RSS: es un tipo de fuente feed web que permite a los usuarios acceder a las actualizaciones de contenido en línea en un formato estandarizado y legible por computadora.

Web Usos



KeiretSu business solutions

Móviles

- La navegación en móviles supera a la de desktop y es distinta.
- 2 tipos de navegación: browser o App.
- 2 sistemas operativos mayoritarios (Android vs IOS)
- Los móviles tienen prestaciones específicas (geolocalización, push notifications).

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Móviles
Navegación

La navegación en pc o desktop se hace de izquierda a derecha.

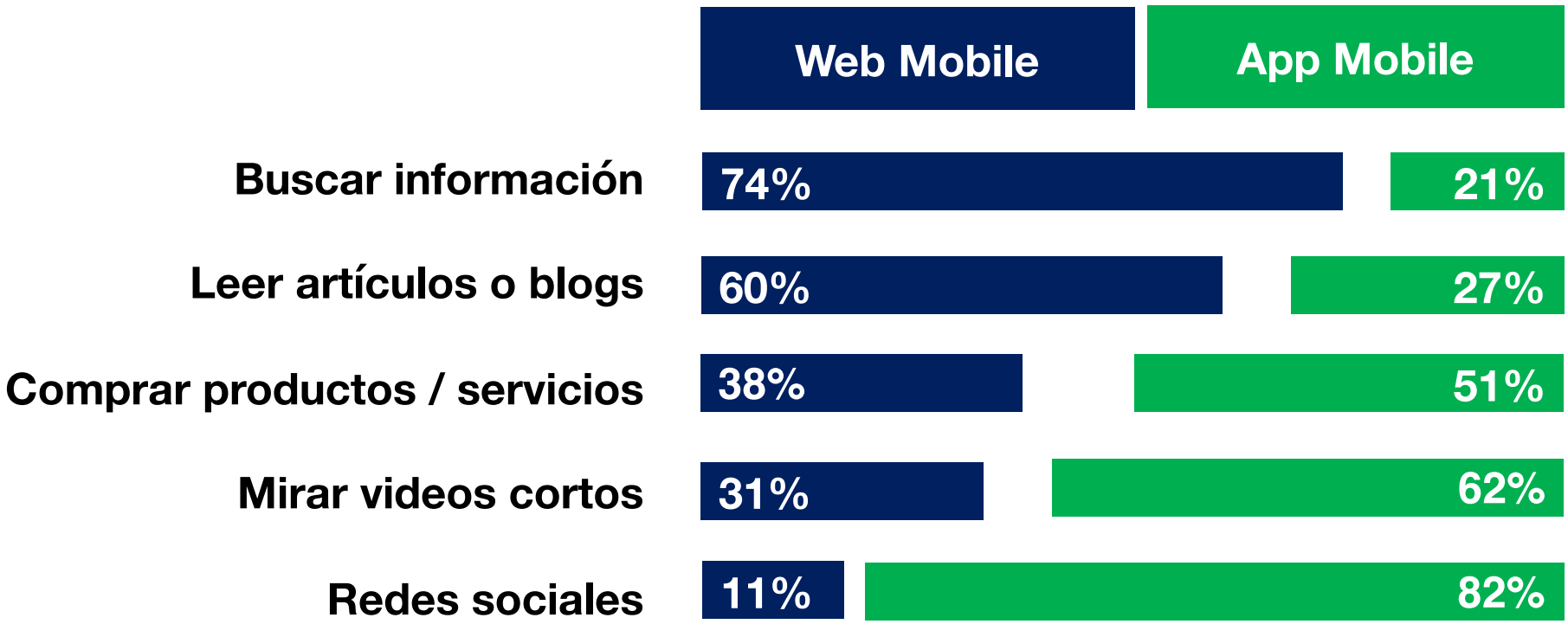
En móviles de arriba abajo.

En móviles no se escribe, se toca o se habla.

EL OBSERVADOR

系列 KeiretSu business solutions

Móviles
Navegación: Browser o App



Fuente: Estudio Móviles IAB 2017

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Móviles
Navegación: Browser o App

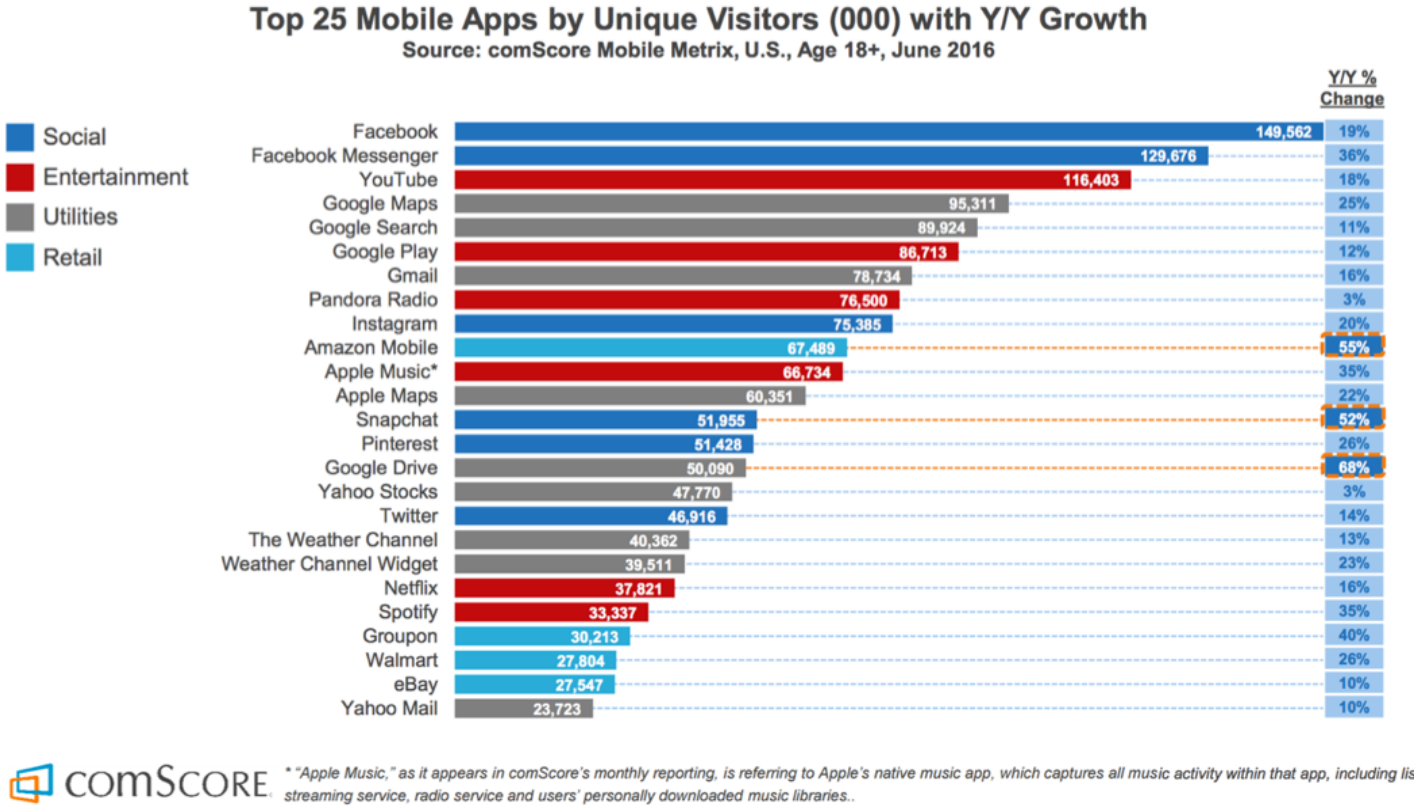
Pregunta:

¿Cuál es la APP con más audiencia en el mundo?
¿ Y la segunda?

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Móviles
Navegación: Browser o App



De las principales 9 aplicaciones,
8 son propiedad de Google y Facebook.

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Móviles
Navegación: Browser o App

Pregunta:

¿Cuál es la APP a nivel mundial en la actualidad en que la gente invierte más tiempo?

¿Y la segunda?

EL OBSERVADOR

KeiretSu business solutions

Móviles
Navegación: Browser o App

NETFLIX

tinder™

Fuente:
Estudio App ANNIE 2017

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Redes Sociales

- Es la forma en la que sociabilizamos.
- Cada red social tiene una lógica particular y apunta a una audiencia específica.
- En promedio los usuarios utilizan 2 redes.
- Es un medio publicitario muy potente, con gran audiencia, varias opciones de segmentación pero muchas “fake news”.

Redes Sociales

Cada red funciona con una dinámica diferente, y por lo tanto, los mensajes deben ser diferentes.

Keiretsu business solutions

Redes Sociales

1. El principal uso se da desde las APPs de los móviles

2. En promedio las personas están en 2 redes sociales

3. Hay redes para los adultos:

4. Hay redes para los Millenials:

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

SEO & SEM

- SEO es el posicionamiento orgánico en los buscadores.
- Para mejorar el SEO hay que trabajar en estrategias “on page” (en el sitio) y off page (fuera del sitio).
- SEM es posicionamiento pago en buscadores.
- Google ADS tiene básicamente 3 formatos publicitarios: adwords, display, video.

Bases de Datos

- Newsletters (son fuente de tráfico al Sitio Web)
- Emailmarketings (son un soporte publicitario)
- SMSs (sigue siendo un modelo vigente)
- Existen plataformas de envío masivos de correos, que tienen diferentes prestaciones.

Programática

- Compra de audiencias en un contexto determinado.
- Posiciones secundarias.
- Remates de inventarios en tiempo real.
- Tecnología para la compra y la venta.

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Video

- 2 formatos: LIVE y On Demand
- Videos cortos para distribuirlos en las RRSS.
- Facebook está compitiendo por el SOW y ST con Youtube.

Discusión

- ¿Cómo se integra y alinea la omnicanalidad en El Observador?

- ¿Cuáles son los desafíos actuales?

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Introducción
Formatos Publicitarios

Keiretsu
business solutions

Web

- Display Banners
- Rich Media
- Resultados de Búsqueda
- Content Marketing
- Auspicio o Sponsorship

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

RRSS

- Publicación Patrocinada
- Videos Patrocinados
- Content Marketing
- Fans / Seguidores
- Descargas

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Video
Formatos Publicitarios

- Sponsorship Ciclo Temático
- Pre, mid o post roll
- PNT
- Sobreimpreso o zócalo
- In read

Base de Datos

- Banner en Newsletter Informativa
- Emailmarketing
- Campañas SMSs

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Resumen
¿Qué aprendí hoy?

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions

Taller 2: Martes 25/9
Opciones Publicitarias Existentes

- Cómo se vende la competencia
- Cómo se vende El Observador
- Terminología publicitaria y KPIs

EL OBSERVADOR

Keiretsu business solutions