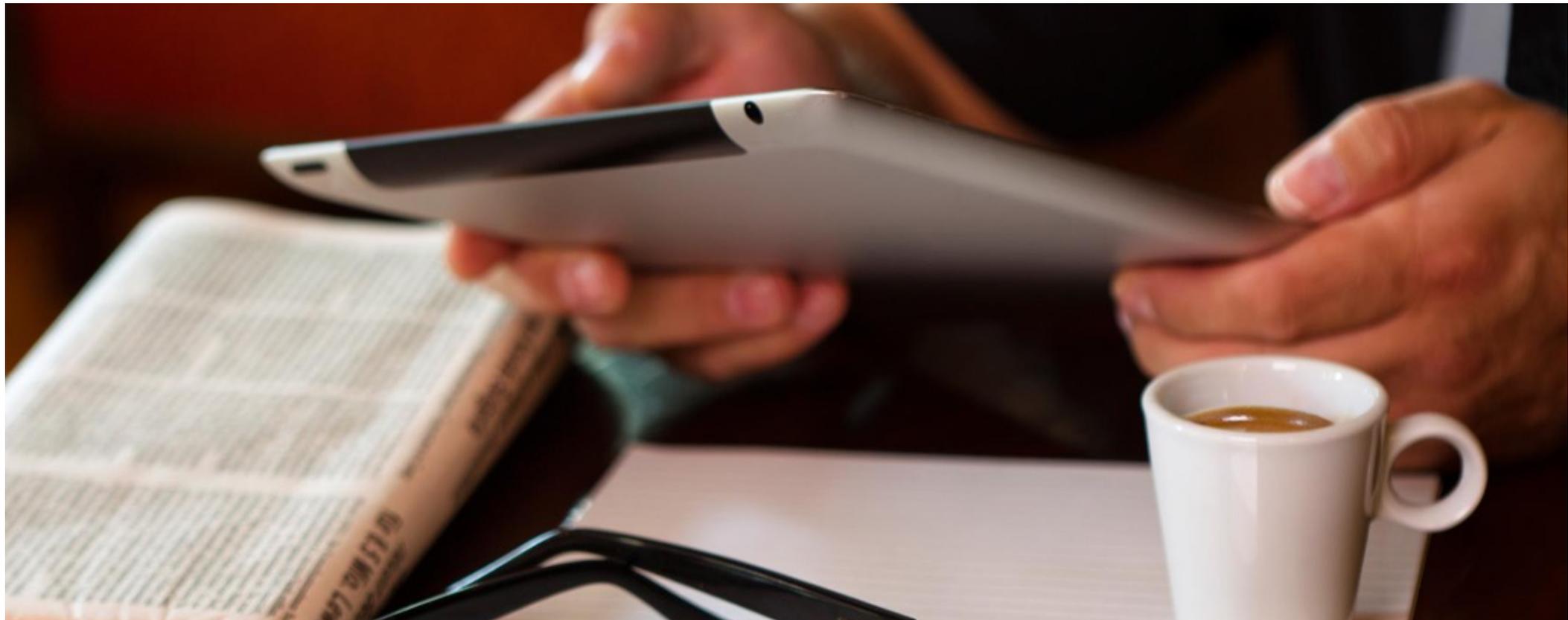


Negocios Digitales

The word "AGENDA" is written in large, white, sans-serif capital letters. It is centered on a dark blue background that features a close-up of computer keyboard keys. Some keys have faint, light blue text on them, including "parameter", "q1 +=", "and p.", "query", and "em.createquery".

AGENDA

1. E-commerce
2. Redes Sociales
3. Video
4. Content Marketing
5. Performance
6. Realidad Aumentada



E-commerce

1. E-commerce



JCPenney has released a list of 138 stores it will close in the next couple of months because of slowing traffic and sales.

The stores represent about 14% of the company's locations, but account for just 5% of its sales.

About 5,000 employees will lose their jobs as a result of the closures.

JCPenney said it would offer impacted employees "separation benefits," including assistance getting other jobs.

"We believe closing stores will... allow us to adjust our business to effectively compete against the growing threat of online retailers," JCPenney CEO Marvin Ellison said in a statement.

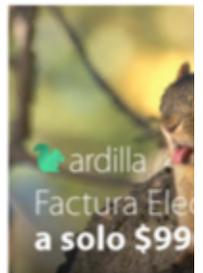


JCPenney is closing stores. AP



Best Buy Slows Closures as Stores Seen Key to Digital Shopping

Brian Sozzi [Follow](#) Aug 31, 2016 12:31 PM EDT



TRENDING

Here's Why There is a Sea of Red in Global Stock Markets Tuesday

'I Am Positioned Aggressive Market Correction,' Says Deutsche Bank

5 Things You Must Know Before the Market Opens Tuesday

1. E-commerce



COBROSYA

MONTEVIDEO COBROS

PAGOS WEB



WOOW
Groupon
Que buena
compra



Shopping
Virtual

1. E-commerce: Cobros Ya

<p><i>Key Partnerships</i></p>  <p>REDES DE COBRANZA</p> <p>TARJETAS DE CRÉDITO</p> <p>BANCOS</p> <p>EMPRESA DE TECNOLOGÍA</p>	<p><i>Key Activities</i></p>  <p>PUBLICIDAD/ COMUNICACIÓN</p> <p>DESARROLLO/ MANTENIMIENTO</p>	<p><i>Value Propositions</i></p>  <p>MEDIO DE PAGO ONLINE (PASARELA DE PAGO)</p> <p>MEDIO DE COBRANZA OFFLINE (TALONERAS)</p> <p>VENTA Y COBRANZA DE EVENTOS</p>	<p><i>Customer Relationships</i></p>  <p>RESOLVER EL PAGO</p>	<p><i>Customer Segments</i></p>  <p>PYMES</p> <p>PARTICULARES</p> <p>UNIVERSIDADES</p> <p>ONGs</p> <p>EMPRESAS</p>
<p><i>Cost Structure</i></p>  <p>DESARROLLO / MANTENIMIENTO DE LA PLATAFORMA</p>		<p><i>Revenue Streams</i></p>  <p>% DE LA COBRANZA</p> <p>FEE POR INTEGRACIÓN</p>		

1. E-commerce: Cobros Ya

cobrosya

☎ 2706 7204

Login >

QUÉ ES COBROS YA

CÓMO FUNCIONA

PREGUNTAS FRECUENTES

CONTACTO

REGISTRATE

“ELEGÍ PLANES
DE CUOTAS PARA
CADA TARJETA
DE CRÉDITO”

OCA
CARD

MasterCard

Diners Club

DISCOVER
NETWORK

lider

redpagos

e|BROU

Santander

BBVA net

MasterCard

VISA

OCA
CARD

Diners Club

DISCOVER
NETWORK

lider

paganza

BANRED

CABAL

CREDITEL

E-commerce: Cobros Ya

¿QUÉ ES COBROS YA?

La forma simple y segura de aceptar pagos

CobrosYa permite a cualquier persona o empresa cobrar sus ventas con las principales tarjetas de crédito y medios de pago en efectivo y online.



Tus clientes podrán pagar su compra con sólo un click, incorporando el proceso de pago en tu sitio o bien enviar solicitudes de pago por e-mail.



Tus clientes podrán pagarte en redes de cobranza, y a través de la web, desde su cuenta bancaria.

¿Quienes lo usan?



Soluciones que ofrecemos



Botón de Pago



Pasarela de Pagos



Pagos por Celular



Pagos por Mail



Pagos en Redes de Cobranza



Web para Eventos

E-commerce: Cobros Ya

Crear nuevo talon

Nombre de tu cliente

Email

Celular

Concepto

Monto en Pesos

Vencimiento

Monto Vencido en Pesos

Cobrador Virtual

Cancelar

Crear

▶ [Importar Talones de un Archivo](#)

▶ [Repetir talones](#)

▶ [Retirar dinero](#)

Talones : (0)

🔍 BUSCAR



Cobrados (0): \$ 0 | Por Cobrar (0): \$ 0 | Total (0): \$ 0

Seleccione talones y presione sobre los iconos

<input type="checkbox"/>	Talón	Creado	Cliente	Email	Celular	Concepto	Monto \$	Vencimiento	Monto Vencido \$	Medio de Pa	Cobrador	Estado
--------------------------	-------	--------	---------	-------	---------	----------	----------	-------------	------------------	-------------	----------	--------

25 talones por página

⏪ | < | Página 1 de 0 | > | ⏩

1. E-commerce: Cobros Ya

cobrosya

Bienvenido Martín González
KEIRETSU Consultancy Services

[Inicio](#) [Mis Talones](#) [Estado de Cuenta](#) [Herramientas](#) [Soporte](#) [Cuenta](#) [Salir](#)

[Inicio](#) » [Mis Páginas de Venta Online e Inscripción a Eventos](#)

Mis Páginas de Venta Online e Inscripción a Eventos

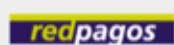
[➔ Nueva](#) [Editar](#) [Activar](#) [Pausar](#) [Generar link y botón de pago](#) [Talones](#) [Exportar](#)

Seleccione ítems y presione sobre los íconos

<input type="checkbox"/>	Título	Creada ↕	Tipo Monto	Moneda	Monto	Template	Status
<input type="checkbox"/>	K360	2016-10-25 15:26:49	Múltiples opciones	Dólares	60.00	Eventos	Activo

25 talones por página ↓

⏪ ⏩ Página 1 de 1 ⏪ ⏩



1. E-commerce: Daily Deals

<p><i>Key Partnerships</i> </p> <p>MARCAS HOTELES RESTAURANTES TECNOLOGÍA BEAUTY PELUQUERÍAS TARJETA DE CRÉDITO (dto adicional)</p>	<p><i>Key Activities</i> </p> <p>Gestión BD Optimización Filtros Análisis Usabilidad Análisis Oferta</p>	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p>Plataforma de Descuentos Diarios en múltiples rubros. Para los particulares, un lugar dónde comprar con descuento.</p>	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <p>Reciben todas las medianoches una newsletter con ofertas Se agregó un punto físico para retirar mercadería</p>	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>B2C (comprador) B2B (oferente)</p>
<p><i>Cost Structure</i> </p>	<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p>% de la transacción Cupones sin redimir</p>			
<p><i>Key Resources</i> </p> <p>Comercial Desarrollo Analytics</p>	<p>Para las empresas, un lugar donde quemar / vender productos.</p>	<p><i>Channels</i> </p> <p>Web RSS Emailmarketing Físico (pickup center)</p>		

1. E-commerce: Daily Deals

The screenshot displays the woow! website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, search bar, and various utility links. Below this is a category menu including 'Ofertas del Día', 'Outlet (Store)', 'Novedades', 'Restaurantes', 'Estética y Bienestar', 'Tiempo Libre y más Servicios', 'Hoteles en Uruguay (Escanadas)', 'Travel (Internacional)', 'Shopping de Productos', and 'Miami YA'. The main content area features a large green banner with the woow! logo and a central promotional box. This box contains a grid of six deal images with discount percentages: a spa treatment (-87% OFF), a beach vacation (-55% OFF), sushi (-63% OFF), a group of people (-74% OFF), shoes (-48% OFF), and potted plants (-39% OFF). To the right of the grid is a section titled 'DESCUENTOS INCREÍBLES' with a sub-headline 'en chivitos, sushi, depilación definitiva, escapadas, viajes, productos y más!'. Below this is a dark blue box with the text 'Accede a las mejores ofertas desde tu email', an email input field, gender selection buttons for 'MUJER' and 'HOMBRE', and a 'Continuar' button. A red tag on the right of this box says 'HASTA -90%'. To the right of the main banner, there is a countdown timer 'Estas Ofertas terminan en: 04:18:53' and a 'MEJOR PRECIO' button. Below the main banner, there is a green bar with the text 'Al hacer click en el botón "Continuar", te estás suscribiendo al mailing de ofertas diarias y estás aceptando nuestra Política de Privacidad y Términos y Condiciones' and 'Podrás desuscribirte de nuestro correo diario cuando quieras'. At the bottom of the page, there is a green bar with the text '780 personas están comprando ahora!'. The background of the website shows various product listings with prices and discount tags.

1. E-commerce: Daily Deals

The screenshot displays the 'woow!' e-commerce website's 'Ofertas del Día' (Daily Deals) section. The header features the 'woow!' logo, a search bar, and navigation links like 'Recomendá y Ganá', 'Suscribite', 'Ayuda', 'Mi carrito', 'Ingresar', and 'Registrarse'. Below the header, there are category tabs: 'Ofertas del Día', 'Outlet (Store)', 'Novedades', 'Restaurantes', 'Estética y Bienestar', 'Tiempo Libre y más Servicios', 'Hoteles en Uruguay (Escapadas)', 'Travel (Internacional)', 'Shopping de Productos', and 'MiamiYA'.

The main content area is titled 'Ofertas del Día' and includes a countdown timer 'Estas Ofertas terminan en: 04:18:48' and a sorting dropdown 'Ordenar por: woow'. The deals are presented in a grid of cards, each with an image, a discount percentage, and product details.

Ofertas del Día
Descuentos hasta 95% off y mejor precio

Home > Ofertas del Día

Estas Ofertas terminan en: **04:18:48**
Ordenar por: woow

Product	Discount	Price	Additional Info
Aire Acondicionado Philco Inverter Clase "A" 12000 BTU	10% OFF (with OCA)	U\$535 (was U\$585)	32 Vendidos, Sin calificaciones suficientes, Sólo Hoy
Tatami capitoneado Pack x3	54% OFF	Desde \$459	3288 Vendidos, 4.5 rating, Sólo Hoy, Retirá HOY mismo
Revelado y envío de fotos - Foto Fast Delivery	40% OFF	Desde \$479	252 Vendidos, 4.4 rating, Sólo Hoy, Elegir fecha / hora al comprar
Merienda para 2 personas - El Recanto	MEJOR PRECIO	\$398	12 Vendidos, Sin calificaciones suficientes, Sólo Hoy
[Image of peacocks]	MEJOR PRECIO		
[Image of interior lighting]	MEJOR PRECIO		
SAMSUNG [Image of phone]	13% OFF		
[Image of beach]	15% OFF (with OCA)		

Left Sidebar:

- DISFRUTAR LA CIUDAD ES UNA PAPA! ¡NUEVA FORMA DE RESERVAR!
- ¡PROBÁ Y GANÁ 1 AÑO DE CENAS GRATIS!
- VERANO 2018 EN BRASIL
- ÚLTIMOS CUPOS PREVENTA 15% OFF
- OCA -10% ADICIONAL
- Accesos Directos: Escapadas en Uruguay, Restaurantes para Hoy, Buenos Aires en Barco, TV y Video, Celulares sin Contrato, Notebooks, Electrodomésticos, Muebles y Sommier, Hogar y Decoración

1. E-commerce: Urumall

<p><i>Key Partnerships</i></p>  <p>EMPREGAS DE ENTREGA</p> <p>MEDIOS DE PAGO</p> <p>CABLE OPERADORES DEL INTERIOR</p> <p>PROVEEDORES RENDERS</p>	<p><i>Key Activities</i></p>  <p>CONTACTAR COMERCIOS / TIENDAS</p> <p>CAPACITACIÓN PROMOCIÓN MONITOREO</p>	<p><i>Value Propositions</i></p>  <p>Brindar a las empresas una propuesta de e-commerce visualmente atractiva, con publicidad en el interior del país.</p>	<p><i>Customer Relationships</i></p>  <p>Reciben todas las medianoches una newsletter con ofertas</p> <p>Se agregó un punto físico para retirar mercadería</p>	<p><i>Customer Segments</i></p>  <p>B2C (comprador)</p> <p>B2B (oferente)</p>
<p><i>Cost Structure</i></p> 	<p><i>Key Resources</i></p>  <p>COMERCIAL</p> <p>MARKETING</p> <p>PROJECT MANAGER</p>	<p><i>Channels</i></p>  <p>Web</p> <p>RSS</p> <p>Emailmarketing</p> <p>BD</p> <p>Cables</p>	<p><i>Revenue Streams</i></p>  <p>% de la transacción</p> <p>Cupones sin redimir</p>	

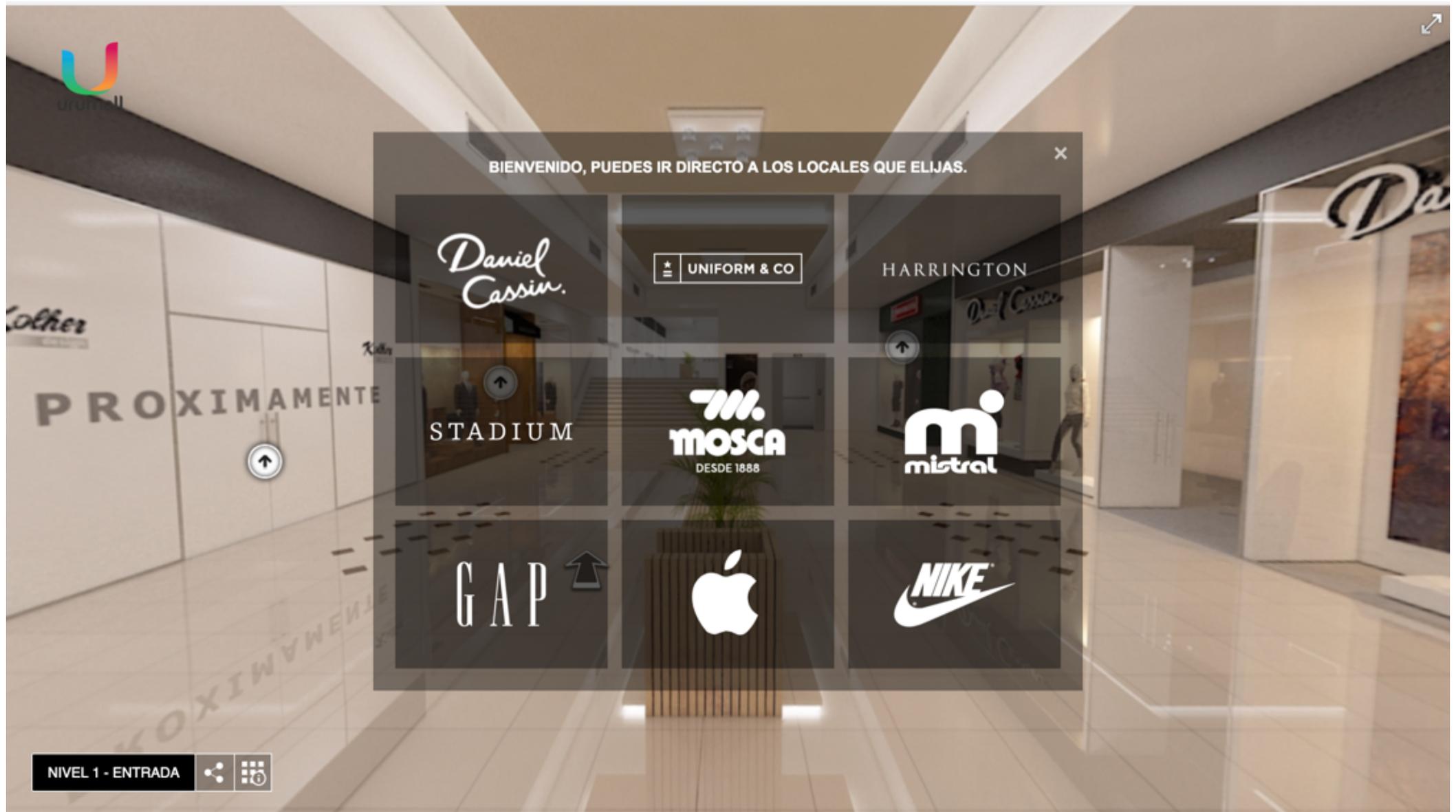
1. E-commerce: Urumall



1. E-commerce: Urumall



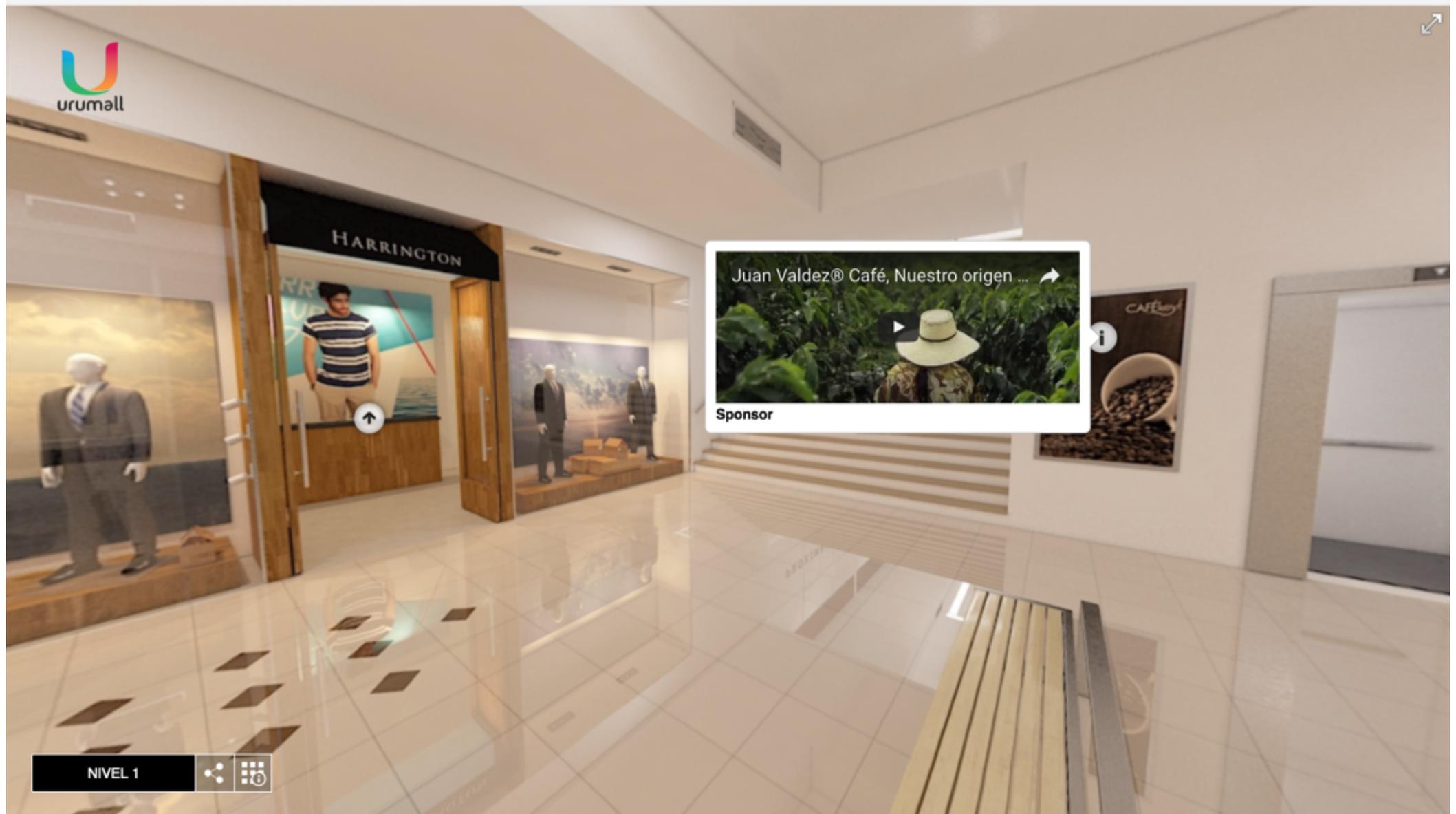
1. E-commerce: Urumall



1. E-commerce: Urumall



1. E-commerce: Urumall



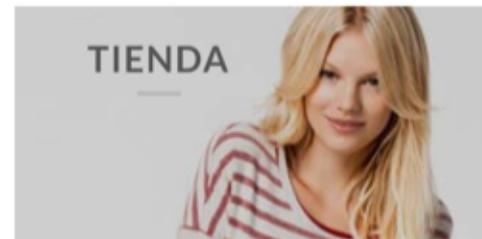
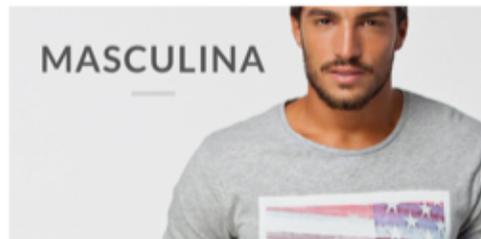
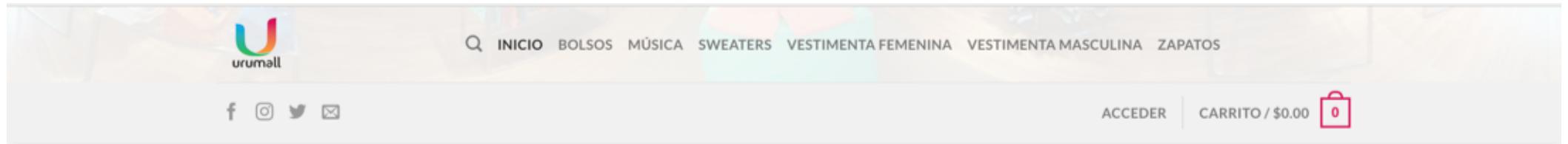
1. E-commerce: Urumall



1. E-commerce: Urumall



1. E-commerce: Urumall



PRODUCTOS DESTACADOS



HOMBRE
[Osaka Entry Tee Superdry](#)
★★★★☆
\$29.00



ZAPATOS
[All Star Canvas Hi Converse](#)
★★★★★
\$29.00

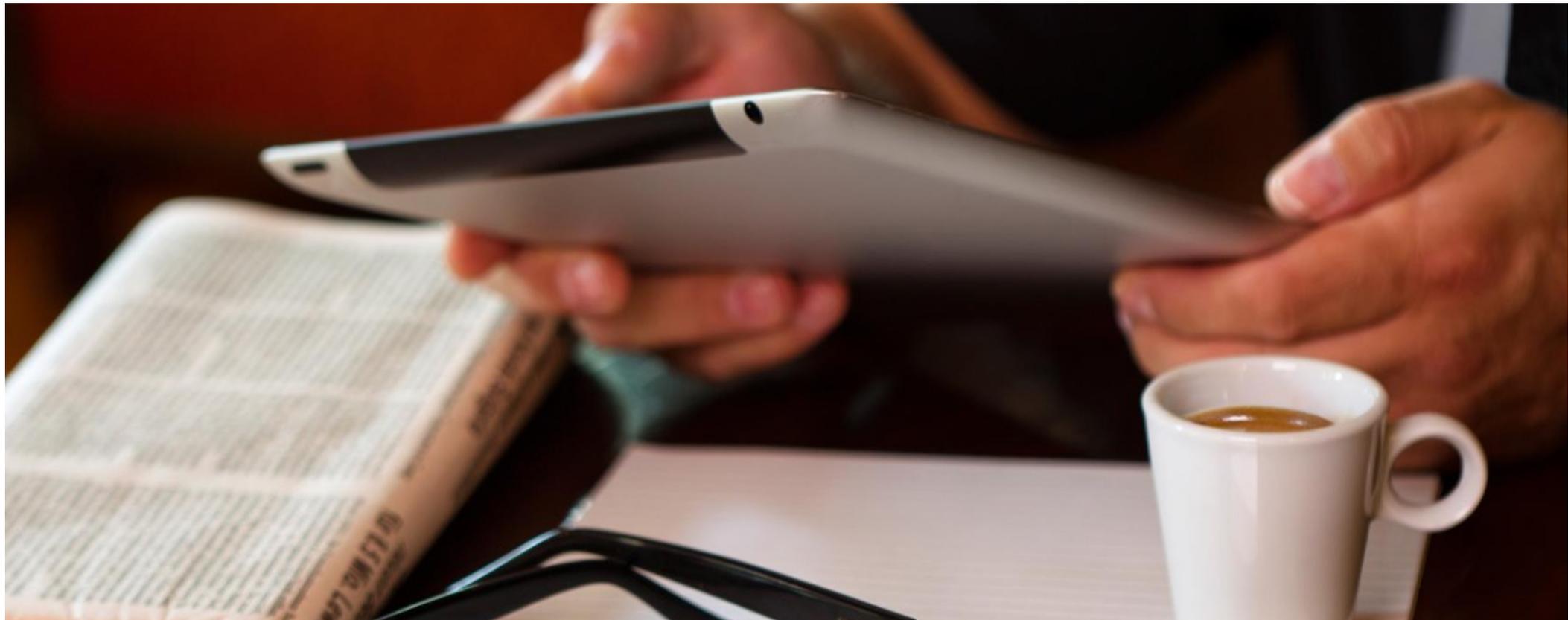


MUJER
[Fluro Big Pullover Designers Remix](#)
\$29.00



JEANS
[Lucy Slim Jeans Noisy May](#)
★★★★☆
\$29.00

PRODUCTOS MÁS VENDIDOS

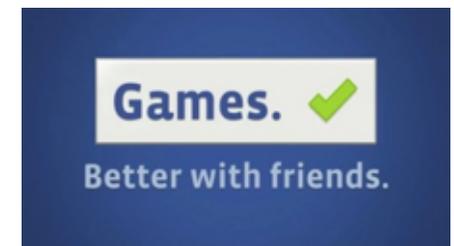


REDES SOCIALES

2. REDES SOCIALES



Tweet Fighter
1 millón de Amigos



[SOCIAL DT](#)

Sabiondo

Penca

2. REDES SOCIALES

<p><i>Key Partnerships</i> </p> <p>DESARROLLADOR SOCIAL APPs</p> <p>WEBMASTER</p> <p>SMM</p> <p>DISEÑO</p> <p>AGENCIA DEL CLIENTE</p>	<p><i>Key Activities</i> </p> <p>Comunicación</p> <p>Promoción (Generación de la demanda)</p>	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p>Brindar a las marcas una propuesta social, a partir de la audiencia del medio en las redes y de la seguridad que existe para gestionar las comunidades, amplificándolo en sus otros medios.</p>	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <p>Ejecutivos de cuentas, proponen la propuesta directo al cliente.</p> <p>La agencia de publicidad, no lo va a ofrecer.</p>	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Empresas que tengan fuerte presencia en RRSS,</p> <p>o que estén por lanzar su marca en las RRSS.</p> <p>Usuarios que están en las RRSS (todos).</p>
<p><i>Cost Structure</i> </p> <p>Costo Hundido (desarrollo de la app)</p>		<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p>Propuesta social</p> <p>Propuesta Multiplataforma</p>		

2. REDES SOCIALES

Concursos / Activaciones



2. REDES SOCIALES

Concursos / Activaciones



- Período de la acción: 20 de noviembre al 20 de diciembre de 2014
 - Utilizando un registro de usuario Facebook los participantes contaron su historia o anécdota de amistad. Esta nueva modalidad permitió una ágil y rápida respuesta ya que implica menor grado de producción por parte del usuario.
 - HISTORIAS COMPARTIDAS: 420
TRÁFICO generado en el sitio: 13.953 visitas
 - ALCANCE REDES SOCIALES:
Facebook (dos posts diarios): 8000 personas vieron cada post de la acción
Twitter : 5500 personas vieron cada tweet en promedio
 - BANNERS Campaña El País.com.uy run of site hasta el 20 de diciembre
- FANS SCOTIABANK Total nuevos fans generados: 1720

2. REDES SOCIALES

Concursos / Activaciones

Sitio Un millón de amigos



¡Celebramos la amistad!

Compartí esa historia o anécdota que tenés con tus amigos y participá por un viaje al Caribe para vos y tres amigos.

Iniciar con Facebook para participar

Pablo García
 en uno de los tantos viajes al sur del peru en un bus de dos pisos en un viaje largo con el baño clausurado suben mujeres en la mitad del viaje con un lechón entero en una bolsa para vender lo apoyan en el pasillo entre los asientos y lo van vendiendo todo, pata, muslo etc., lo cortan en el lugar y los meten en bolsas y lo van vendiendo pronto para comer ,imaginen el bus como queda fue igual estaba rico, luego pasan con un rollo de papel higiénico por los asientos así como cola de cometa sobre las cabezas y la gente tira el papel para limpiar sus manos ha si no te dio... con el tapizado tambien puedes usar en caso de limpieza ... tengo mas pero no me dan los caracteres

Hugo Burdin
 Quisiera viajar y festejar el estar juntos, en estas vacaciones con mi pareja...Que ya llevamos 9 años juntos y felices.

Diego Sebastian Bonica Iglesias
 No hay nada mas lindo que viajar y si es rodeado de buenos amigos es una de las cosas mas lindas en la vida , que la vida no suele dar

[Ver las historias](#)



Cristina Jara
 Por cosas de la vida estoy viviendo lejos de mi familia... Sería un regalo fantástico poder ir al Caribe a disfrutar unos hermosos días con mi madre, mi hermana y mis hijos quienes son mis mejores amigos. Muchas gracias por la oportunidad de participar :)

Felipe Machado
 Por esas cosas de la vida vivo lejos de mis amigos y yo me gustaría viajar en un avión, pasar días increíbles, una vez al año hacemos el esfuerzo de juntarnos pero nunca es suficiente tiempo para pasarlos al día y disfrutar de nuestra amistad. ¡Me encantaría ir a disfrutar al Caribe!

Maria Assandri
 En el verano pasado alojamos una casa en la playa con mis amigos. Cuando llegamos (después de un día y una larga caminata con bolso y carrito) la casa no estaba, era un terreno vacío. Algunos se volvieron y con otras opciones por quedarnos en un camping. Lo que todo empezó como una tragedia terminó siendo una de nuestras mejores vacaciones.

Romi Fortunatto
 Una de las cosas que siempre me acuerdo es cuando estaba con mi amiga Carolina de intercambio en Inglaterra. Teníamos 18 años y uno de los primeros días fuimos que volver a la casa y ella se movió para el otro lado entonces con Carolina discutimos para que todo fuéramos que tomar el autobús. Ella se puso tan pero tan nerviosa porque no llegáramos a un acuerdo que me agotó y me saqué de los hombros discutiendo que era para tal lado. Después de eso, me acordé cuando que para donde ella decía que había que ir era para el centro no para la casa. Si no nos hubiéramos dado cuenta tendríamos del otro lado de la ciudad. Fue un momento tan gracioso que siempre nos acordamos!

Lore Martell
 Juntos y ya somos amigos hace casi 18 años, tengo recuerdos geniales... Uno que recuerdo ahora es que siempre en la noche el la madrugada nos vamos a bailar y yo siempre quedarme cuidando la casa. Justo siempre me hacía el agujerito y organizábamos noches de peli algún juego y buena comida. Siempre terminaba viendo las pelis solo, se era terriblemente divertido.

Andrea Silvera
 El año pasado con unos amigos y mi pareja planificamos irnos a una fiesta electrónica llamada Tomorrowland en Bélgica que se hace desde años, en julio exactamente. Fue un proceso bastante extenso porque había que tener varios requisitos y esperar el reembolso en la compra de las entradas... Por suerte tuvimos la suerte de conseguir 4 entradas a uno de los días de la fiesta... La idea era ir solamente a disfrutar y disfrutar las alrededores del país, pero no fue solamente eso... Esperamos a viajar un poquito más y terminamos yendo a Tampa y otra parajamos se sumo para el también los acompañamos a Londres y París... Fue una experiencia inolvidable para todos!

Graciela Carmen Herou Bentancur
 Ya lo he agradecido a mi amiga y hermana Carolina que siempre está cuando la necesito incondicionalmente la mano cuando he tenido problemas económicos sin ningún otro intento que el de ser solidaria tanto conmigo como con el hijo que me acompaña en un viaje.

Jose Garcia
 Me encantaría recibir con amigos al primer viaje en avión cuando me fui a estudiar a Cuba!! Inolvidable

Recordá que para participar debes ser fan de Scotiabank en Facebook



Página social de Facebook

Compartir

[Participar](#)

2. REDES SOCIALES

Concursos / Activaciones

Campaña: banners www.elpais.com.uy

The screenshot shows the homepage of **EL PAIS.com.uy**. At the top, there is a navigation bar with links like 'Home', 'Información', 'Mundo', 'Vida actual', 'Opinión', 'Economía', 'Ovación', 'TV Show', and 'Divertite'. Below this, there are several news articles and banners. The main article is titled 'Todos los refugiados que llegaron de Guantánamo ya están en la casa del Pit-Cnt'. Other articles include 'Claves para poder comprar online a partir del 2015' and 'Buscan a cuatro prófugos por crimen de taxista'. There are also smaller sections for 'TORTURAS DE LA CIA', 'INVESTIGACIÓN', and 'OPINIONES'. A banner for 'Scotiabank' is visible in the middle right section.

Campaña banners
Sitio www.elpais.com.uy
20/11 al 20/12

2. REDES SOCIALES

Concursos / Activaciones

Campaña: Redes sociales El País digital

The screenshot shows the Facebook interface for the page 'EL PAÍS digital'. At the top, there's a navigation bar with 'Página', 'Actividad', 'Estadísticas', and 'Configuración'. The main content area features a large banner for a contest: '1 MILLÓN DE AMIGOS' with a thumbs-up icon and 'Scotiabank' logo. Below the banner is a photo of five young people smiling. The left sidebar shows 'PERSONAS' with '1 052 921 Me gusta' and a map indicating reach to 910,000 people near Montevideo. The right sidebar shows 'ESTA SEMANA' with statistics: 3,587 likes, 1.4m reach, 99 notifications, and 540 messages. The main feed shows a post from 'EL PAÍS digital' asking '¿Qué has estado haciendo?' and a shared link.

Campaña Redes sociales El País digital

Portada y posteos diarios:
20/11 al 20/12

2. REDES SOCIALES

Concursos / Activaciones

Ejemplos de tweets realizados

 **Diario El Pais UY** @elpaisuy · 20 de dic. 6.876 121 1,8%
¡Últimos días! Participá por un viaje al caribe para vos y tres amigos y celebrá la amistad ▶ bit.ly/1z9H9SN
pic.twitter.com/9GwDb2Q7gu



[Ver detalles del Tweet](#)

 **Diario El Pais UY** @elpaisuy · 16 de dic. 5.021 38 0,8%
¡El caribe te espera! Participá aquí y celebrá con nosotros la amistad bit.ly/1z9H9SN #1millóndeamigos
pic.twitter.com/LWBGnoJHye



[Ver detalles del Tweet](#)

2. REDES SOCIALES

Concursos / Activaciones

Tráfico Facebook – El País digital

EL PAÍS digital
Publicado por Lorena Montesanto [?] · 20 de diciembre de 2014 ·

¡Últimos días! Participá por un viaje al caribe para vos y tres amigos aquí y celebrá la amistad ▶ <http://unmillondeamigos.elpais.com.uy/>

1 MILLÓN DE AMIGOS EL PAÍS Scotiabank™
¡EL PAÍS Y SCOTIABANK TE LLEVAN AL CARIBE!

21 168 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

Me gusta · Comentar · Compartir

👍 A Marisa Fojo, Carmen Señaris, Carmelita Selhay y 64 personas más les gusta esto.

🔄 Se ha compartido 1 vez

EL PAÍS Escribe un comentario...

Esto solo lo pueden ver ahora la persona que lo ha escrito y sus amigos.
[Mostrar](#) · [Eliminar](#) · [Denunciar](#) · [Bloquear a Gabriela Pollak](#)

EL PAÍS digital con Silvia Otero y 8 personas más
Publicado por Lorena Montesanto [?] · 17 de diciembre de 2014 ·

¿Estás participando? Compartí esa historia o anécdota que tenés con tus amigos y participá por un viaje al Caribe para vos y tres amigos.
<http://unmillondeamigos.elpais.com.uy/>

1 MILLÓN DE AMIGOS EL PAÍS Scotiabank™
¡EL PAÍS Y SCOTIABANK TE LLEVAN AL CARIBE!

7736 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

Me gusta · Comentar · Compartir

👍 A Emiliano Grassi, Alma Gonzalez, Berenice Souza y 34 personas más les gusta esto.

🔄 Se ha compartido 1 vez

EL PAÍS Escribe un comentario...

Juan Pereira Me gusta
Me gusta · Responder · 25 de diciembre de 2014 a la(s) 10:28

Claudia Cardoso participo!!
Ver traducción
Me gusta · Responder · 17 de diciembre de 2014 a la(s) 13:06

EL PAÍS digital
Publicado por Lorena Montesanto [?] · 16 de diciembre de 2014 ·

¡El caribe te espera! Participá aquí y celebrá con nosotros la amistad
<http://unmillondeamigos.elpais.com.uy/> #1millondeamigos

1 MILLÓN DE AMIGOS EL PAÍS Scotiabank™
¡EL PAÍS Y SCOTIABANK TE LLEVAN AL CARIBE!

9868 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

Me gusta · Comentar · Compartir

👍 A Dorys Tassara Silva, Rosa Diaz, Karen Padilla y 16 personas más les gusta esto.

EL PAÍS Escribe un comentario...

2. REDES SOCIALES

Posteos Patrocinados

The screenshot shows a Facebook post from 'El País UY' (@elpaisdigital) dated June 4th. The post is a sponsored advertisement for a lottery event. The main text reads: 'El País UY con 5 de Oro revancha - Sitio Oficial. 4 de junio a las 22:01 - Patrocinado'. Below this, it says 'Ya se juega el #5deOro' and provides a link 'http://bit.ly/1xYPuWU' and the hashtag '#EspacioPatrocinado'. The central graphic features a large yellow '5 DE ORO' logo and the text 'MIRÁ EL SORTEO EN VIVO HACÉ CLICK AQUÍ'. Below the graphic, it lists 'POZOS ACUMULADOS' with a total of '\$22.800.000,00'. It also breaks down the prizes: 'POZO DE ORO \$12.400.000,00' and 'POZO REVANCHA \$10.400.000,00'. Social media handles for Twitter (@5deOro-Oficial), Facebook (5 de Oro revancha-Sitio Oficial), and Instagram (5deorooficialuy) are provided. The post has 41 likes and several comments are visible at the bottom.

The screenshot shows a Facebook post from 'El País UY' (@elpaisdigital) dated June 3rd. The post is a sponsored advertisement for a job opening. The main text reads: 'El País UY compartió la publicación de Gallito Luis. 3 de junio a las 12:10'. Below this, it says 'Gallito Luis 3 de junio a las 12:02' and 'Me gusta esta página'. The job advertisement text is: 'TRABAJO | ¡Parisien selecciona personal para incorporarse a su equipo de trabajo con su vacante para Administrador de Sistemas! ¡No te lo pierdas! POSTULATE ► bit.ly/ParisienGL'. Below the text is a large image of the 'PARISIEN.' logo. At the bottom, the text reads: 'Administrador de Sistemas - Gallito.com.uy', 'Oferta de trabajo: ADMINISTRADOR DE SISTEMAS - Gallito.com.uy - TRES CRUCES, MONTEVIDEO. El lugar donde las empresas buscan al mejor talento', and 'TRABAJO.GALLITO.COM.UY'. The post has 3 likes and several comments are visible at the bottom.

2. REDES SOCIALES SOCIAL GAMES



2. REDES SOCIALES *SOCIAL GAMES*



The image shows a promotional graphic for a contest. At the top, the word "sabiendo" is written in a stylized, colorful font with two small character icons above it. Below this, on the left, is a white PlayStation 3 console box with a DualShock 3 controller. To the right of the box, the text "COMPLETÁ EL NIVEL" is written in yellow, followed by a red button with a white number "8", and then "Y PARTICIPÁ POR UN" in yellow. Below this, the text "PLAYSTATION 3" is written in white. At the bottom, the text "TENÉS TIEMPO HASTA EL 24 DE DICIEMBRE" is written in white.

sabiendo

COMPLETÁ
EL NIVEL

8

Y PARTICIPÁ
POR UN

PLAYSTATION 3

TENÉS TIEMPO HASTA EL
24 DE DICIEMBRE

2. REDES SOCIALES SOCIAL GAMES



2. REDES SOCIALES SOCIAL GAMES

EL PAIS GALLITO INMUEBLES AUTOS TRABAJO CLUB EL PAIS ARCHIVO FOTOS RURALES EL PAIS

DEPORTIVO **ovacion** Montevideo 19° H76% Lunes 05.00 20:25 HS

Fútbol Selección Basquetbol Tenis Rugby Automovilismo Turf Multidisciplinario

PENCA MOVISTAR

Movistar te invita a ganar jugando

Este fin de semana continúa el Torneo Apertura y Movistar te propone participar de su penca. ¿Cuánto sabes de fútbol? ¿Quién será el campeón? ¿Qué equipo será la revelación del torneo? En Ovación Digital te invitamos a jugar la PENCA MOVISTAR y demostrará cuánto sabes de fútbol Ingresá ahora y subi tus pronósticos.

FOTO



En la foto de Izquierda a Derecha: Diego Pescetto, Walter Vargas, Virginia Rico y César Caggiano.

Vota por esta noticia: mar ago 20 2013 18:51
★★★★★ 0 votos

Me gusta 2

TEMAS
Ovación - Movistar - Penca

Habrá un NOKIA Lumia 900 para el participante ganador en el formato individual y para el grupo ganador 4 Nokia 620.

En Ovación Digital te invitamos a jugar la PENCA MOVISTAR y demostrará cuánto sabes de fútbol [Ingresá ahora, registrate y subi tus pronósticos](#)

EL PAIS GALLITO INMUEBLES AUTOS TRABAJO CLUB EL PAIS ARCHIVO FOTOS RURALES EL PAIS

DEPORTIVO **ovacion** Montevideo 19° H76% Lunes 05.00 20:25 HS

Fútbol Selección Basquetbol Tenis Rugby Automovilismo Turf Multidisciplinario

PENCA MOVISTAR

El ganador recibió su premio

Walter Vargas fue el ganador de la Penca Movistar del Torneo Apertura 2013 del fútbol uruguayo y recibió su premio en las oficinas de El País. El vencedor se hizo acreedor de un Smartphone Nokia Lumia 900.

FOTO



En la foto de Izquierda a Derecha: Diego Pescetto, Walter Vargas, Virginia Rico y César Caggiano.

Vota por esta noticia: mar dic 24 2013 15:16
★★★★★ 0 votos

Me gusta 2

TEMAS
fútbol - premio - El País - ganador - Torneo Apertura 2013 - Penca Movistar

Vargas fue quien acumuló más puntos en la penca on line a lo largo del Torneo Apertura 2013.

Movistar también premiará al grupo de afinidad ganador de la PENCA MOVISTAR integrado por Manuel Elgue, Valeria Osorio, Mauricio Rodríguez y José Ferreira. En este caso, cada integrante del grupo se hará acreedor de un Smartphone Nokia Lumia 620.

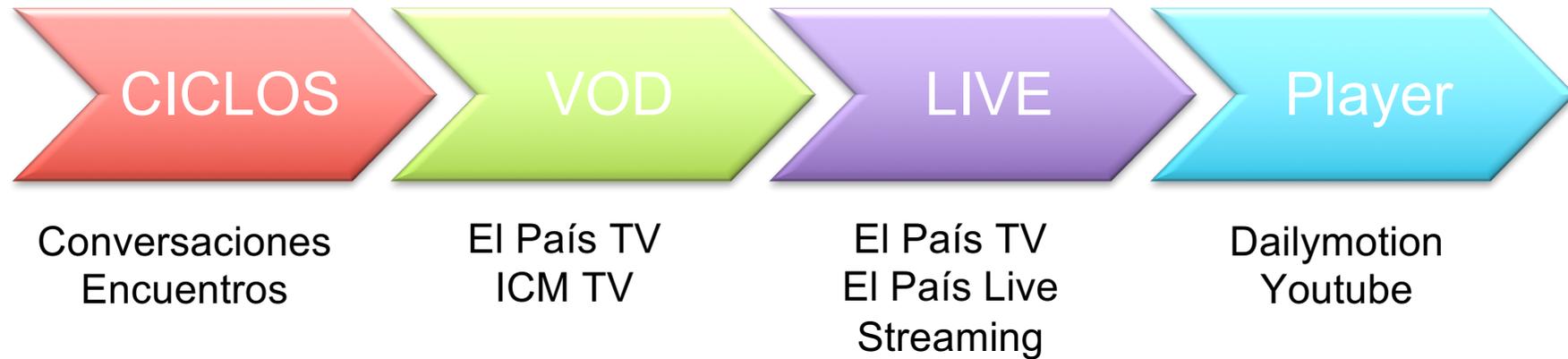
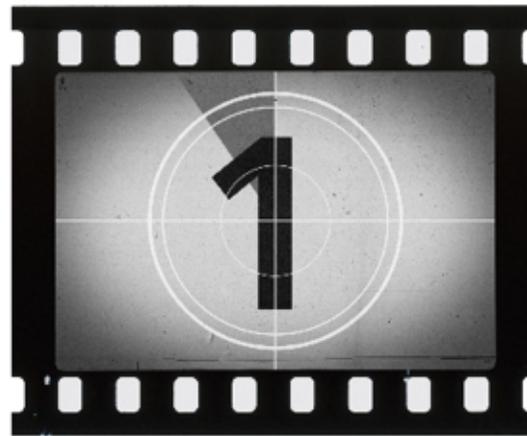
Algunos datos estadísticos de la Penca del Torneo Apertura Movistar: la misma contó con más de 2.700 participantes y con más de 60 grupos de afinidad. El 80% de los participantes fueron del sexo masculino.



VIDEO

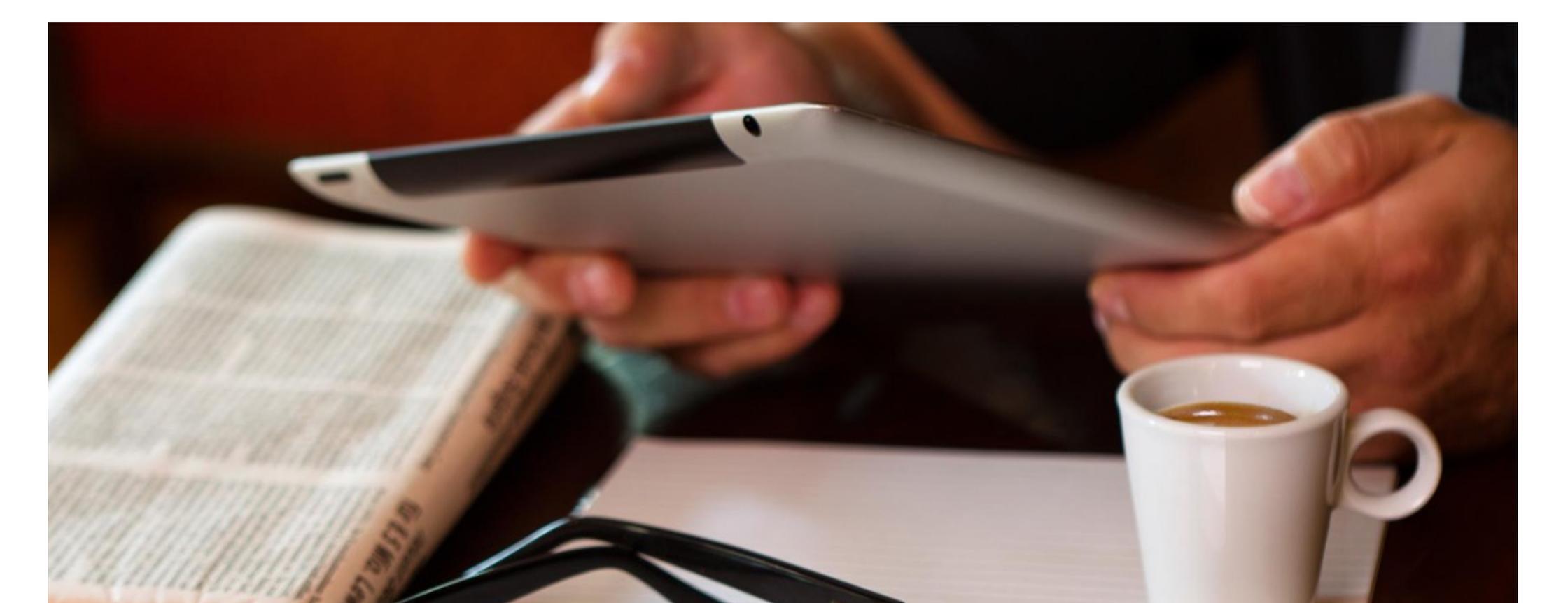


3. VIDEO



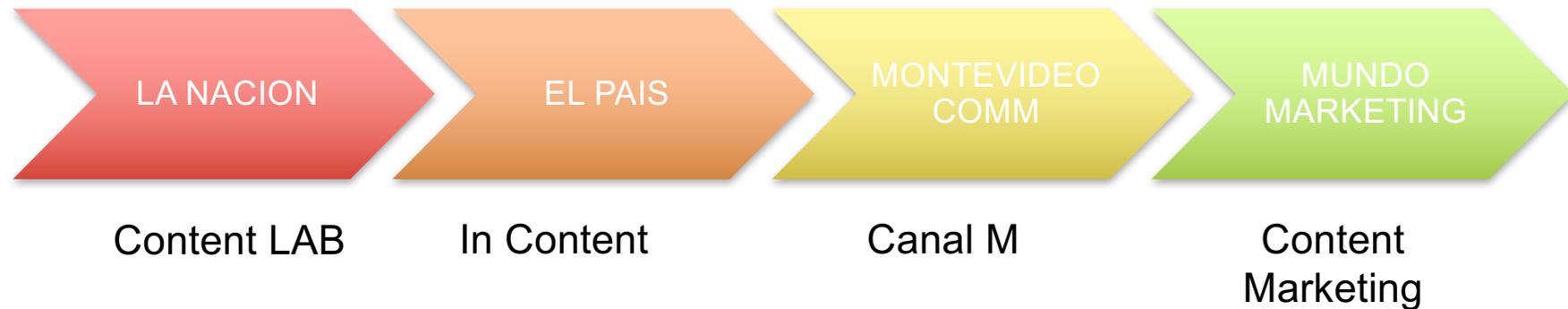
3. VIDEO

<p><i>Key Partnerships</i> </p> <p>PRODUCTORA AUDIOVISUAL</p> <p>Productores / Sellos</p> <p>PLAYER</p> <p>CDN</p> <p>TELCO</p>	<p><i>Key Activities</i> </p> <p>Conseguir derechos de transmisión Venta Transmisión / filmación Difusión / Distribución</p>	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p>Brindar distintas propuestas de contenido audiovisual para que las marcas auspicien.</p> <p>Brindar la cobertura de eventos a las marcas, amplificándolos en las distintas plataformas del medio.</p> <p>Monetizar un player de tercero de video.</p>	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <p>Gerente Digital, con Gerencia Comercial le ofrecen al cliente final.</p>	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Grandes Anunciantes</p> <p>Candidatos Políticos</p> <p>Empresas que hacen publicidad en video</p> <p>Consumo masivo</p>
<p><i>Cost Structure</i> </p> <p>CDN (a mayor tráfico, más hay que pagar) FIGURAS EQUIPAMIENTO (compra o arrendamiento)</p>		<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p>Venta paquete / ciclo Venta cuota período (semetral, anual)</p>		



CONTENT MARKETING

4. CONTENT MARKETING



4. CONTENT MARKETING

<p><i>Key Partnerships</i> </p> <p>REDACCIÓN</p> <p>CLIENTE (GG o GM)</p> <p>PLANIFICACION COMERCIAL</p> <p>AGENCIAS DE PR</p>	<p><i>Key Activities</i> </p> <p>Desarrollar propuestas a medida y vendérselas directamente al cliente.</p>	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p>Darle a las marcas contenido editorial para que puedan asociarse a alguna temática, o puedan hablar de ellas, con el prestigio y la curaduría de un medio.</p>	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <p>Desarrollar un vínculo con el cliente que va más allá de una simple pauta publicitaria.</p>	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Marcas de consumo masivo</p> <p>Marcas o proyectos nuevos</p>
<p><i>Cost Structure</i> </p> <p>Fijo: equipo multimedia</p>	<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p>Venta Propuesta Content Marketing</p>			
<p><i>Key Resources</i> </p> <p>PERIODISTA COMERCIAL</p> <p>EQUIPO MULTIMEDIA</p> <p>DISEÑO</p>	<p><i>Channels</i> </p> <p>WEB</p> <p>RRSS</p> <p>VIDEO</p> <p>PRINT</p>			

4. CONTENT MARKETING



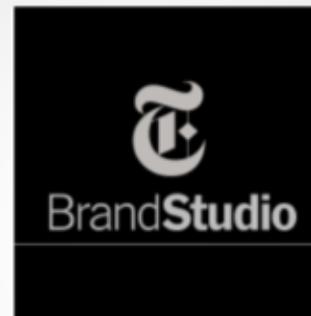
Marketing de Contenidos



EL PAIS

4. CONTENT MARKETING

Tendencias de la industria



4. CONTENT MARKETING

¿Qué es  ?



Innovación



Contenidos



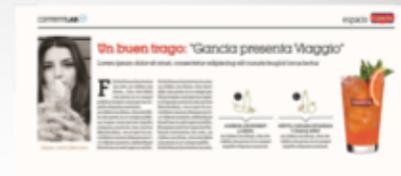
Experiencias

Somos la **unidad** generadora de **nuevas oportunidades de negocio**, a través de la creación de **comunicación, contenidos** y **experiencias** innovadoras, para los **anunciantes**, basadas en un profundo conocimiento de nuestras **audiencias**, **amplificando** su alcance a través de los soportes y productos de EL PAÍS S.A..



4. CONTENT MARKETING

¿Qué ofreceremos cuando hablamos de contenido?



Publicidad Contextual Experiencias
Especiales Branded Content RRSS
E-Mail Marketing Multimedia EX
Tutoriales Enlaces Patrocinados
Publicidad Nativa Infografías
IDEAS. Y más...

4. CONTENT MARKETING



REFERENTES DE DISTINTAS ÁREAS PROTAGONIZAN UN CICLO DE ENTREVISTAS DESDE NUESTRA REDACCIÓN. POLÍTICA, SOCIEDAD, DEPORTE, ECONOMÍA Y CULTURA DARÁN VIDA A ENCUENTROS EN EL PAIS.

4. CONTENT MARKETING

PROPUESTA COMERCIAL

4 ciclos de Encuentros

Duración: 8 entrevistas por ciclo.

Ciclo 1: Septiembre - Octubre 2016
Ciclo 2: Marzo - Abril 2017
Ciclo 3: Mayo - Junio 2017
Ciclo 4: Julio - Agosto 2017

- ★ La redacción de El País elaborará una nueva propuesta de formato del ciclo (ej. Entrevista a duplas) y nuevas locaciones (ej. Planta de El País). A su vez, se realizará un cambio en la estética y gráfica de Encuentros.

CAMPAÑA PREVIA

Presencia exclusiva de logo en la campaña que El País realizará para la difusión de cada uno de los ciclos 10 días antes del lanzamiento del mismo:

- 1 aviso de página entera en cuerpo del diario (lunes a sábado)
- 1 aviso de 1/2 página en cuerpo diario (lunes a sábado)
- 1 aviso de 1/2 página en cuerpo diario (domingo)
- 1 aviso de 1/4 de página en El Empresario (viernes anterior al lanzamiento sujeto a disponibilidad)
- 1.000.000 de impresiones de banners en home de El País Digital y ROS
- 3 posteos en redes sociales de El País
- 1 mailing a la base de usuarios de El País Digital
- 1 nota previa a cada ciclo con un avance del mismo (pie de página de Scotiabank). Además, al comienzo del primer ciclo de Encuentros se realizará 1 nota en cuerpo de diario de lunes a sábado recorriendo lo mejor de Encuentros 2015-2016, preparando la próxima edición (pie de página Scotiabank)
- Cuenta regresiva previa al lanzamiento del ciclo en cintillo de Encuentros en home de El País Digital
- 3 posteos multimedia en RRSS de lo mejor del ciclo 2015 - 2016

PRESENCIA EN HOME

Presencia exclusiva de logo en widget de cada uno de los ciclos de Encuentros en EL PAIS durante 4 semanas:

- Dos entrevistas por semana, durante cuatro semanas
- Cada entrevista estará dos días destacada en home y luego se destacará el ciclo con logo del cliente en un cintillo hasta que suba la siguiente entrevista

GENERACIÓN VOO

Presencia exclusiva de marca en espacios destacados en cada uno de los ciclos:

- Banner fijo en micrositio de 970x90 durante el ciclo completo
- Pre roll de 7 segundos en las 8 entrevistas que se realizarán por ciclo
- Logo en marca de agua en cada una de las entrevistas conjuntamente con el de EL PAIS

PROPUESTA COMERCIAL

AMPLIFICACIÓN

Presencia exclusiva de logo en la campaña que El País realizará para amplificar cada uno de los ciclos:

- 1 aviso de 1/2 página en cuerpo diario (domingo)
- 500.000 impresiones de banners en home de El País Digital y ROS
- 2 posteos por semana en redes sociales de El País
- 1 pie de página para cada entrevistado, con destaque de frase. El aviso se publicará en suplemento según el perfil del entrevistado. Ej.: Deportista = Ovación, Actor/Actriz = Sábado Show

ESPACIOS PARA USO EXCLUSIVO DE SCOTIABANK

- Banner fijo en micrositio de 970x90 durante el ciclo completo
 - Pre roll de hasta 7 segundos en 4 videos de Facebook de El País Digital: "Noticia en un minuto" (15.000 reproducciones aproximadamente).
- *No se podrán seleccionar los videos y las noticias se publicarán una vez por semana, dependiendo de la agenda del momento.

INN Content - Canal El País Negocios - Ciclo Multimedia

Videos explicativos de productos para Pymes. Ej.: Beneficios de usar cheques, Por qué y para qué tomar líneas de crédito, Cómo manejar menos efectivo en la calle?

El ciclo está compuesto de:

- 3 notas web con producción de un material audiovisual de 1,5 minutos para cada tema
- 3 enlaces patrocinados
- 3 posteos en Facebook
- 3 posteos en Twitter
- 6 avisos de lunes a sábado en sección economía de 1 columna x 4 módulos para promocionar al ciclo
- 6 columnas de lunes a sábado en sección economía con algún adelanto e invitando a ingresar al ciclo de El País Digital

4. CONTENT MARKETING

PROPUESTA COMERCIAL

Mini ciclo especial

Lanzamiento: diciembre 2016 o verano 2017.
Duración: cuatro entrevistas.

- ★ La redacción de El País elaborará una nueva propuesta de formato del ciclo (ej. Entrevista a duplas) y nuevas locaciones (ej. Planta de El País). A su vez, se realizará un cambio en la estética y gráfica de Encuentros.

CAMPAÑA PREVIA

Presencia exclusiva de logo en la campaña que El País realizará para la difusión del ciclo 10 días antes del lanzamiento del mismo:

- 1 aviso de página entera en cuerpo del diario (lunes a sábado)
- 1 aviso de 1/2 página en cuerpo diario (lunes a sábado)
- 1 aviso de 1/2 página en cuerpo diario (domingo)
- 1 aviso de 1/4 de página en El Empresario (viernes anterior al lanzamiento sujeto a disponibilidad)
- 1.000.000 de impresiones de banners en home de El País Digital y ROS
- 3 posteos en redes sociales de El País
- 1 mailing a la base de usuarios de El País Digital
- Cuenta regresiva previa al lanzamiento del ciclo en cintillo de Encuentros en home de El País Digital

PRESENCIA EN HOME

Presencia exclusiva de logo en widget del ciclo Encuentros en EL PAIS durante 2 semanas:

- Una entrevista por semana, durante 4 semanas
- Cada entrevista estará dos días destacada en home y luego se destacará el ciclo con logo del cliente en un cintillo hasta que suba la siguiente entrevista

GENERACIÓN VOD

Presencia exclusiva de marca en espacios destacados:

- Banner fijo en micrositio de 970x90 durante el ciclo completo
- Pre roll en las 4 entrevistas que se realizarán
- Logo en marca de agua en cada una de las entrevistas conjuntamente con el de EL PAIS

AMPLIFICACIÓN

Presencia exclusiva de logo en la campaña que El País realizará para amplificar el ciclo:

- 1 aviso de 1/2 página en cuerpo diario (domingo)
- 500.000 impresiones de banners en home de El País Digital y ROS
- 2 posteos por semana en redes sociales de El País
- 1 pie de página para cada entrevistado, con destaque de frase. El aviso se publicará en suplemento según el perfil del entrevistado. Ej.: Deportista = Ovación, Actor/Actriz = Sábado Show

INVERSIÓN PUBLICITARIA: US\$ 150.000 + IVA (exclusividad)
1 MINI CICLO Y 4 CICLOS

ALCANCE | ENTREVISTAS



TOTAL REPRODUCCIONES: 3.745
PÁGINAS VISTAS: 15.192



Diego Masola

TOTAL REPRODUCCIONES: 4.773
PÁGINAS VISTAS: 8.667



Gustavo Zubía

TOTAL REPRODUCCIONES: 9.336
PÁGINAS VISTAS: 12.551



Giannina Silva

TOTAL REPRODUCCIONES: 10.784
PÁGINAS VISTAS: 22.256



Alberto Volonté

TOTAL REPRODUCCIONES: 5.745
PÁGINAS VISTAS: 9.870



Mario Bergara

TOTAL REPRODUCCIONES: 3.022
PÁGINAS VISTAS: 6.891



Fata Delgado

TOTAL REPRODUCCIONES: 6.978
PÁGINAS VISTAS: 17.145

4. CONTENT MARKETING

ALCANCE | ENTREVISTAS



Carolina Cosse
TOTAL REPRODUCCIONES: 3.454
PÁGINAS VISTAS: 8.321



Ricardo Alarcón
TOTAL REPRODUCCIONES: 11.181
PÁGINAS VISTAS: 20.932



Roberto Canessa
TOTAL REPRODUCCIONES: 10.348
PÁGINAS VISTAS: 49.903



Eduardo Zaidensztat
TOTAL REPRODUCCIONES: 8.607
PÁGINAS VISTAS: 15.946



Carmelo Vidalín
TOTAL REPRODUCCIONES: 4.041
PÁGINAS VISTAS: 8.463



Marisa Dellepiane
TOTAL REPRODUCCIONES: 5.892
PÁGINAS VISTAS: 11.144



Gustaf
TOTAL REPRODUCCIONES: 4.498
PÁGINAS VISTAS: 10.365



Diego Ruete
TOTAL REPRODUCCIONES: 3.846
PÁGINAS VISTAS: 8.846



Sergio Gorzy
TOTAL REPRODUCCIONES: 5.249
PÁGINAS VISTAS: 15.762

ALCANCE | ENTREVISTAS



Fabiana Goyeneche
TOTAL REPRODUCCIONES: 8.002
PÁGINAS VISTAS: 22.777



Gabriel Rozman
TOTAL REPRODUCCIONES: 8.569
PÁGINAS VISTAS: 22.606



Alberto Kesman
TOTAL REPRODUCCIONES: 6.859
PÁGINAS VISTAS: 15.608



Alejandro Atchugarry
TOTAL REPRODUCCIONES: 18.328
PÁGINAS VISTAS: 4.205



Claudia Fernández
TOTAL REPRODUCCIONES: 20.118
PÁGINAS VISTAS: 3.404



Diego Forlán
TOTAL REPRODUCCIONES: 17.908
PÁGINAS VISTAS: 14.333



Hugo De León
TOTAL REPRODUCCIONES: 14.236
PÁGINAS VISTAS: 2.711



Rubén Rada
TOTAL REPRODUCCIONES: 9.170
PÁGINAS VISTAS: 1.892



María Julia Muñoz
TOTAL REPRODUCCIONES: 7.932
PÁGINAS VISTAS: 954

4. CONTENT MARKETING

Encuentros
en EL PAÍS

Scotiabank®

AUDIENCIA ALCANZADA

ENTREVISTAS

 + de 278.000 reproducciones

 + de 435.000 páginas vistas

HOME EL PAÍS

 + de 31.900.000 visitas

 + de 120.200.000 páginas vistas

PRINT

 + de 2.180.000 personas alcanzadas

REDES SOCIALES



Alcance: + de 5.600.000 | Me gusta: + de 14.500 | Rep. video: + de 106.000
Comentarios: + de 3.000 | Compartidos: + de 3.700



Impresiones: + de 1.300.000 | Interacciones: + de 13.400



Me Gusta: + de 980 | Comentarios: + de 19

EL PAÍS

4. CONTENT MARKETING

Lucía Soria

- ¿Cómo vivís el éxito de Master Chef?
- ¿Cómo comen los uruguayos?
- ¿Qué enseñanza te dejó Francis Mallmann?
- **Entrevista completa con Lucía Soria**



Es cocinera y jurado en el exitoso programa Master Chef. Trabajó con Francis Mallmann y hace 10 años se instaló en Uruguay.
Entrevista con Lucía Soria.

fibra óptica + entretenimiento
Incluye **NETFLIX** por 3 meses  lo quiero



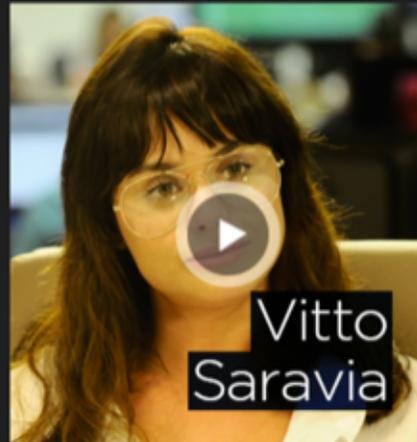
4. CONTENT MARKETING



Serrano
Abella

Hace 49 años que su voz despierta a través de "La hora de campo" al interior del país. Mano a mano con Walter Serrano Abella, figura emblemática del dial.

[ENTREVISTA COMPLETA](#)



Vitto
Saravia

Actriz, modelo, conductora de televisión. Victoria Saravia habla de Cerro Largo, su pasaje por Argentina y los recuerdos de su padre y la política.

[ENTREVISTA COMPLETA](#)



Oscar
Bottinelli

Es uno de los expertos en opinión pública más respetados del país y la cara que se espera cada cinco años para saber quién será el próximo presidente. Entrevista a Oscar Bottinelli, director general de Factum.

[ENTREVISTA COMPLETA](#)



Cacho de
la Cruz

Hace 55 años que salió al aire por primera vez en la televisión. Ha hecho programas y personajes que hicieron historia. Sobre la televisión, la música, su hijo y Las Vegas mano a mano con Cacho de la Cruz.

[ENTREVISTA COMPLETA](#)



Pipe
Stein



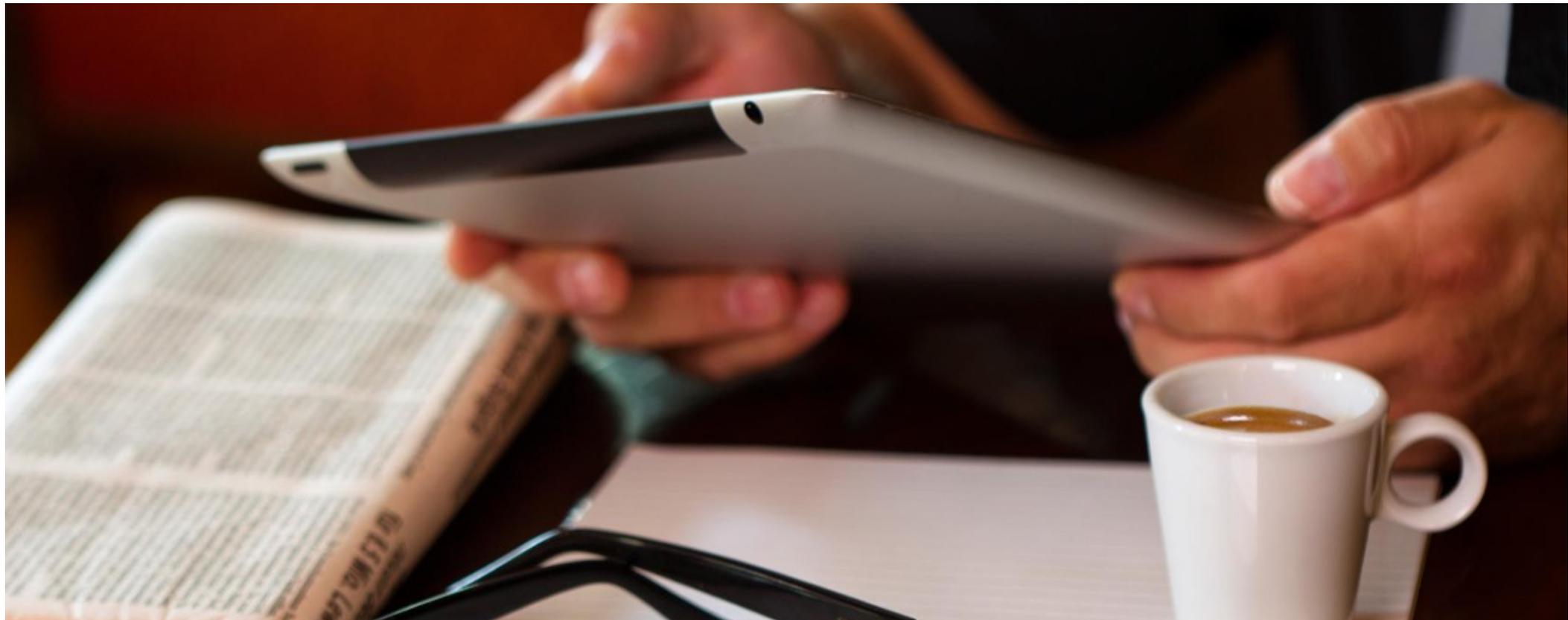
Victoria
Rodríguez



Juan Ramón
Carrasco



Esteban
Valenti



PERFORMANCE



5. PERFORMANCE

<p><i>Key Partnerships</i> </p> <p>GOOGLE GOOGLE PARTNER DIRECCION G.COMERCIAL</p>	<p><i>Key Activities</i> </p> <p>Capacitación FFVV Desarrollo propuesta comercial</p>	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p>Ofrecerle a los clientes del diario, una opción de Performance (CPC) en Google, a través del vínculo y la confianza que tiene el medio.</p> <p>Nota: si se lo ofrece el medio, se tiene control de cuál es la inversión y además se logra un revenue adicional por campaña y por bonos que se fija con Google.</p>	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <p>Gerente Digital con Ejecutivo de Ventas le ofrecen la propuesta a los clientes.</p>	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>PYMES</p> <p>Nota: los grandes anunciantes ya cuentan con agencias que le hacen las campañas.</p>
<p><i>Key Resources</i> </p> <p>Comercial Webmaster Editor Audiovisual</p>	<p><i>Channels</i> </p> <p>WEB</p>			
<p><i>Cost Structure</i> </p>		<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p>+40% de la inversión por gestión de la campaña.</p> <p>Bono Anual por cumplimiento de metas</p>		

5. PERFORMANCE

PREMIER

Google
Partner

- Antes de que Google venda en forma directa publicidad a los anunciantes, el medio, que tiene el contacto con el cliente, podrá asesorarlo sobre cómo implementar una campaña de Google, indicando que dicho medio es Google Partner.
- El medio cobrará un plus por gestionar la campaña, y además fijará con Google un bono anual, por el objetivo de la venta realizada.
- Google asignará un ejecutivo para hacer el acuerdo con el medio, capacitará a la fuerza de ventas y generará un certificado de venta de publicidad de Google.

5. PERFORMANCE



Hágase conocido a través de Google

Los clientes utilizan este medio para buscar lo que necesitan



Publicite su empresa a través de Google para celulares Google le ofrece algo más que la búsqueda en computadoras de escritorio

Beneficios de Google Adwords

Si aún no conoce el marketing en línea, puede que se pregunte por qué debería elegir Google AdWords.

Alcance:

En Google, se realizan más de tres mil millones de búsquedas al día. Al buscar su producto o servicio, los usuarios verán su anuncio junto a los resultados de la búsqueda.

Relevancia:

Google AdWords le permite orientar sus anuncios según la ubicación geográfica para llegar a clientes locales.

ROI:

Podrá ver la eficacia de sus anuncios en un panel de control para obtener información valiosa sobre sus clientes y sobre cómo lo encuentran.



Algunos datos sobre Google AdWords

Sus competidores y clientes potenciales utilizan Google a diario. Hágalo usted también.

TARJETA DE NEGOCIOS

¡Comience hoy mismo!

Más de un millón de anunciantes

utiliza Google para publicar sus negocios.

(Fuente: métricas internas de Google)

Se realizan 100 mil millones de búsquedas mensuales en Google.

(Fuente: métricas internas de Google, 8/2012)



Google AdWords

Beneficios de Google AdWords para celulares

Permita que los clientes encuentren su empresa cuando realicen búsquedas en dispositivos móviles

Llegue a sus clientes a través de sus teléfonos inteligentes y tabletas:

En 2013, la cantidad de personas que accedan a la web mediante teléfonos inteligentes y tabletas será mayor que la cantidad de personas que accedan mediante computadoras de escritorio. Por eso, asegúrese de que los usuarios vean sus anuncios dondequiera que estén.

Publique anuncios adaptados para dispositivos móviles:

Aproveche las ventajas de los celulares; utilice las funciones de orientación geográfica hiperlocal y click-to-call. Su anuncio aparecerá en los resultados de la búsqueda para celulares, en aplicaciones y en sitios web de contenido.



Algunos datos sobre los dispositivos móviles

La telefonía móvil es la nueva forma de comunicación del futuro. Publicite a través de este medio antes que sus competidores.

TARJETA DE NEGOCIOS

¡Comience hoy mismo!

La búsqueda en celulares

aumentó cinco veces en los últimos dos años.

(Fuente: métrica interna de Google, primer trimestre de 2012)

Se descargaron

20 mil millones de aplicaciones en Google Play.

(Fuente: métrica interna de Google, 6/2012)



Google AdWords

5. PERFORMANCE



Haga que sus clientes regresen
Llegue a las personas que ya visitaron su sitio y complete una venta.

Beneficios del remarketing de Google AdWords

Al llegar a las personas que ya mostraron interés en su sitio, el remarketing hace que estas regresen a su sitio web a través del tiempo. Esto representa el retorno óptimo de su inversión.

Llegue a los clientes que desean comprar:

Haga que su empresa sea la primera opción al mostrar anuncios relevantes a quienes visitaron su sitio. Estos son los clientes que están interesados. Ahora, puede hacer que regresen para que realicen una compra.



Publique anuncios adaptados para productos específicos:

Google AdWords le permite etiquetar páginas en su sitio. Por ejemplo, un fotógrafo puede etiquetar una página con la palabra "boda" y crear una campaña de anuncios especializada en torno a una fotografía de bodas. El anuncio se mostrará a las personas que visitaron la página etiquetada mientras navegan por alguno de los millones de sitios en la Red de Display de Google.

Algunos datos sobre la Red de Display de Google

Con más de dos millones de sitios, la Red de Display de Google puede hacer que los usuarios regresen mediante sus anuncios de remarketing.

TARJETA DE NEGOCIOS

¡Comience hoy mismo!

La Red de Display de Google contiene más de dos millones de sitios populares y especializados.

(Fuente: "Watch this Space" (Abierta a este espacio) en la Red de Display de Google)

La Red de Display de Google llega al 80% de los usuarios de Internet en todo el mundo.

(Fuente: mediciones clave de comScore)



Google AdWords



En el lugar indicado, en el momento preciso
Publique sus anuncios en sitios web relevantes

Beneficios de la Red de Display de Google AdWords

La Red de Display de Google tiene más alcance que cualquier otra red publicitaria. Permita que los clientes encuentren su empresa mientras visitan sitios web y blogs. (Fuente: ComScore 11/11)

Elija su público:

Muestre su banner publicitario a posibles interesados en periódicos en línea, blogs y sitios especializados relevantes relacionados con lo que vende.

Destaque su empresa:

Agregue imágenes relevantes y diseños personalizados a sus anuncios, y haga que su empresa se destaque.



Algunos datos sobre la Red de Display de Google

Con más de dos millones de sitios, la Red de Display de Google es el lugar adecuado para publicar su anuncio con imágenes.

TARJETA DE NEGOCIOS

¡Comience hoy mismo!

La Red de Display de Google contiene más de dos millones de sitios populares y especializados.

(Fuente: "Watch this Space" (Abierta a este espacio) en la Red de Display de Google)

La Red de Display de Google llega al 80% de los usuarios de Internet en todo el mundo.

(Fuente: mediciones clave de comScore)



Google AdWords

5. PERFORMANCE

系列 Keiretsu
consultancy services

aEP¹ admOTION
E-COMMERCE PLATFORM

admOTION 

aEP¹ admOTION
E-COMMERCE PLATFORM

5. PERFORMANCE

¿Cómo funciona?

AEP dispondrá una Plataforma para que los Anunciantes administren sus Anuncios a través de un modelo de **Bidding** donde oferten el valor del **CPC** y fijen límites de inversión para gestionar su presupuesto.

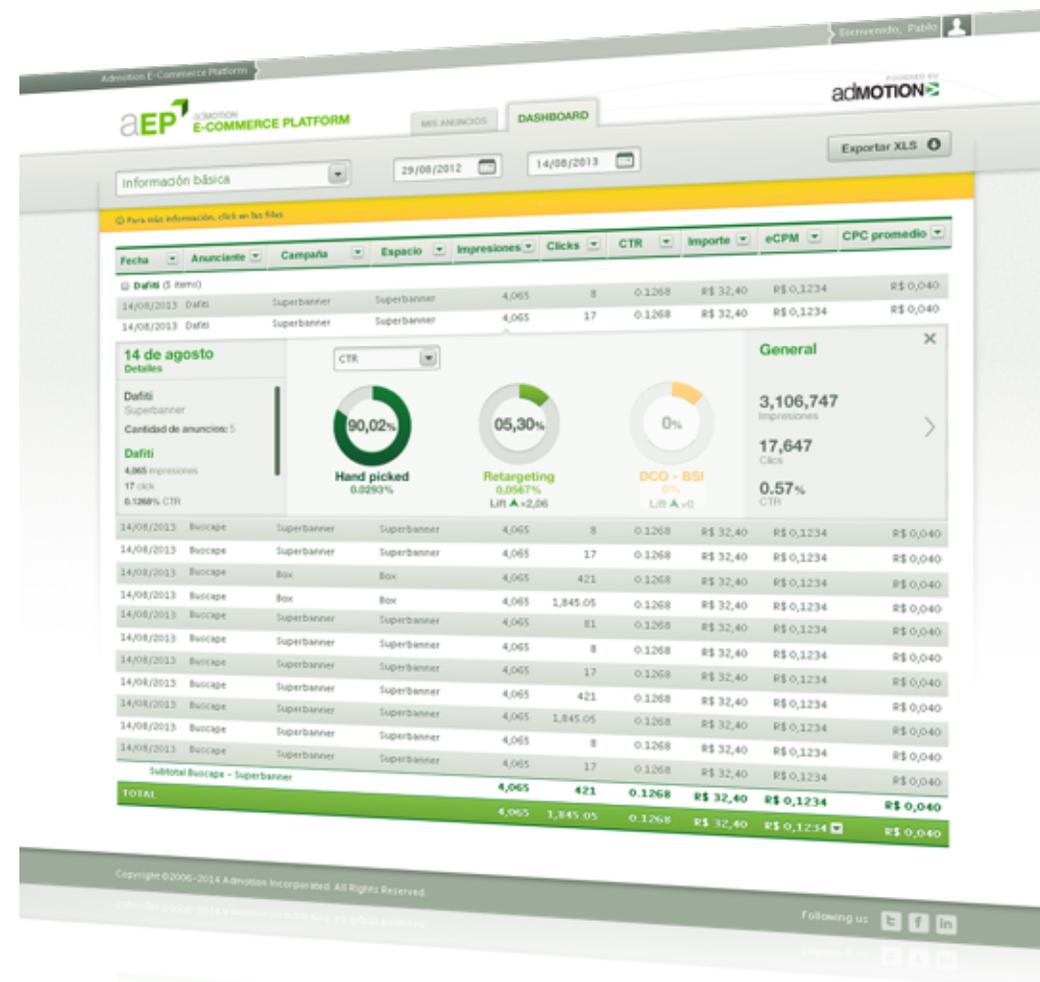
The screenshot displays the aEP dashboard with the following elements:

- Account Balance:** Saldo de cuenta \$12.123,50
- Search:** Buscar...
- Navigation:** MIS ANUNCIOS, DASHBOARD, Agregar anuncio
- Campaign Overview:** Dafici (Programada y aprobada), Clikos per dia 15, Precio (CPC): \$
- Settings:** Dinero por dia: R\$, Fecha de fin: [input], Retargeting [toggle]
- Active Ads:** A list of ads including Dell #E84C3D (R\$2099,90), iPad Até 5" V3550 CIS HD75 (R\$2099,90), and Dell Até 5" V3550 CIS HD75 (R\$2099,90).
- Live Help:** Admotion provides a campaign management service that grants full control over all phases which include publication, maintenance and analysis of results of conventional, rich media and search ads.
- Footer:** Copyright ©2006-2014 Admotion Incorporated. All Rights Reserved. Following us [social media icons]

5. PERFORMANCE

Análisis de Performance

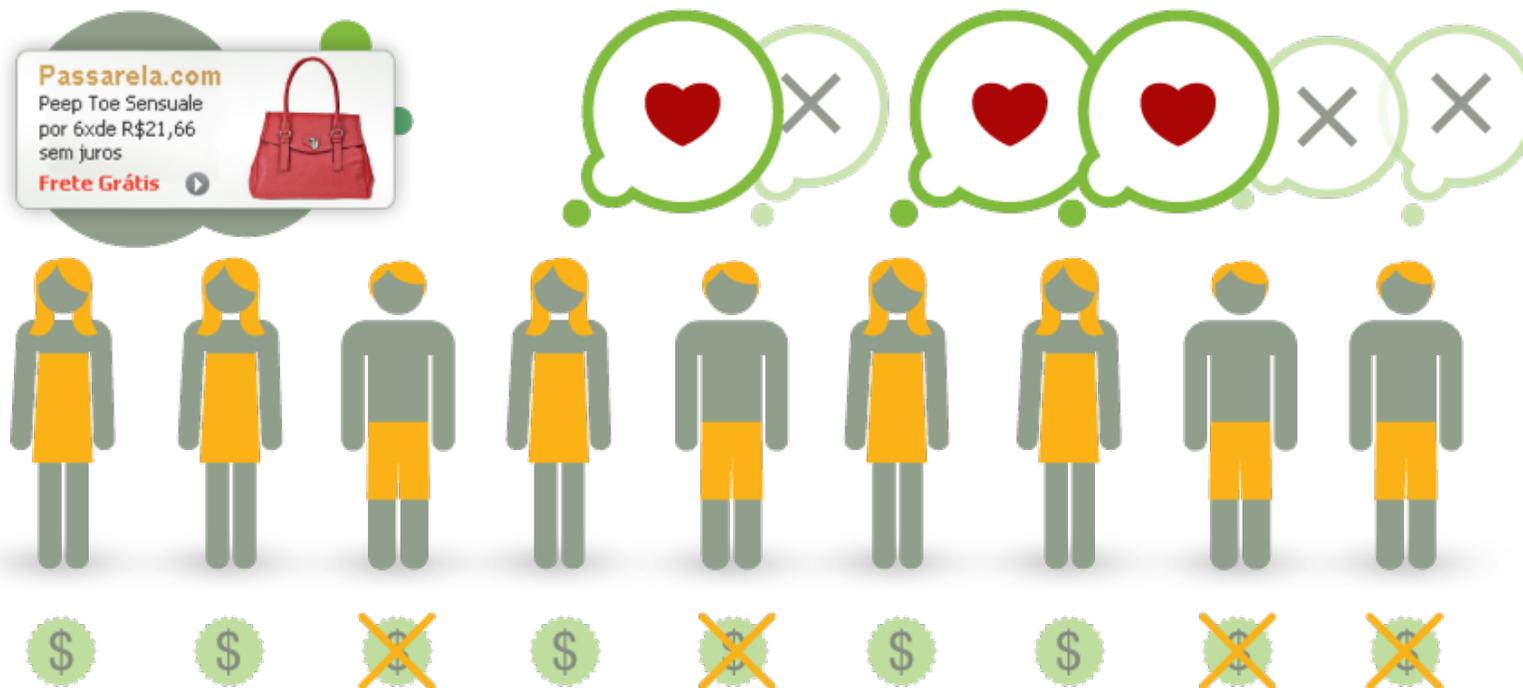
AEP proporcionará múltiples vistas de la información para **analizar las campañas** de la manera que cada Administrador prefiera.



5. PERFORMANCE

Optimización permanente

Los recursos de **DCO** (Dynamic Creative Optimization) basados en múltiples estrategias de **Retargeting** y **Prospecting** entregarán los Anuncios más rentables para cada espacio y usuario: **AEP** generará la mejor oferta para cada uno de los usuarios a partir de decisiones inteligentes basadas en la información almacenada por el sistema.



5. PERFORMANCE

Retargeting & DCO

Gracias a las estrategias de **Retargeting & DCO** disponibles, el Publisher maximizará el rendimiento de sus Espacios presentando el Anuncio más relevante para cada Usuario específico, consiguiendo cobrar más por cada clic.



5. PERFORMANCE

Proceso

→ **AEP** se integrará a cada nuevo Anunciante a través de la implementación de códigos de **seguimiento** y **conversión** de sus productos y servicios.

→ La Inteligencia del Sistema (**Retargeting**, **Geotargeting**, comportamiento de clics y conversiones) seleccionará los Anuncios apropiados con el objetivo de obtener el mejor **Retorno de la Inversión**.



5. PERFORMANCE

Beneficios

- **Maximiza** la **monetización** de sitios mediante un ecosistema propio.
- **Aumenta** el **e-CPM** y **CTR** gracias a las variables de segmentación por comportamiento.
- **Optimiza** en tiempo real y muestra los Anuncios **mas rentables**.
- **Aumenta** siempre la probabilidad de clic y monetización gracias a la tecnología de **DCO** que genera el set de anuncios con **mayor CTR** de los últimos 7 días, cuando el sistema no tiene información del usuario.

5. PERFORMANCE

Caso MSN Microsoft

The screenshot displays the MSN website interface. At the top, there is a search bar with the MSN logo on the left and a Bing search button on the right. Below the search bar, there are four news tiles with images and headlines. The first tile is about Benjamín Vicuña, the second about a man and a woman, the third about Japan using fax machines, and the fourth about an interview with Megan Boone. Below the news section is a 'Shopping' section featuring eight product tiles from 'avenida' and 'RIBEIRO'. Each tile includes a product image, a discount percentage (e.g., 13% OFF, 28% OFF, 42% OFF, 38% OFF, 23% OFF, 39% OFF, 51% OFF, 50% OFF), the product name, and the price in Argentine pesos. At the bottom of the page, there is a navigation menu with categories like 'Noticias', 'MUNDO', 'ELECCIONES', 'MICROSOFT', 'TECNOLOGÍA', 'FOTOS', 'ENTRETENIMIENTO', 'DEPORTES', and 'EL TIEMPO'. There is also an 'EDITAR' button on the far right.

5. PERFORMANCE

Caso La Nacion Argentina

The screenshot shows the La Nacion website interface. At the top, there are navigation links for 'INTERNACIONAL', 'IR A DEPORTES', 'ESTADÍSTICAS', and 'LN CORRE'. Below this is a 'SHOPPING LA NACION' section featuring eight product cards with images, descriptions, and discount percentages. The products include Nike Air Max St sneakers (22% off), Puma Tazon 5 NM DP sneakers (29% off), an Electrolux Split Frio Calor 3010 refrigerator (29% off), a Naples table (29% off), a Brunei modular rack (28% off), an Oslo modular rack (28% off), a sofa (34% off), and Cannon Classic 180 Hilos sheets (34% off). Each card includes a 'COMPRAR' button. The bottom of the page features the 'vida&ocio' logo and navigation links for 'SALUD', 'VIAJES', and 'RELACIONES'.

INTERNACIONAL

IR A DEPORTES > ESTADÍSTICAS > LN CORRE

SHOPPING LA NACION

Product	Discount	Price / Details	Button
Netshoes Zapatillas Nike Air Max St	22% OFF	Aprovechá ahora 6 Cuotas de \$ 258,17	COMPRAR
Netshoes Zapatillas Puma Tazon 5 NM DP	29% OFF	Aprovechá ahora 6 Cuotas de \$ 107,33	COMPRAR
Avenida.com Aire Acondicionado Electrolux Split Frio Calor 3010 Frigorías - ...	29% OFF	Aprovechá 18 x \$ 500,00	COMPRAR
Avenida.com Mesa de Luz Naples	29% OFF	Sólo \$ 349,00	COMPRAR
Avenida.com Modular Rack para TV, LCD y LED Brunei	28% OFF	Sólo 12 cuotas sin interes de \$ 241,00	COMPRAR
Avenida.com Modular Rack para TV, LCD y LED Oslo	28% OFF	18 cuotas de \$ 233,00	COMPRAR
Avenida Hogar Todo para Deco: Sillas, sillones, escritorios.	HASTA 18 CUOTAS SIN INTERES	Descuentos hasta 50% OFF!	COMPRAR
Avenida.com Sábanas Cannon Classic 180 Hilos	34% OFF	Encontralo por 3 x \$ 272,00	COMPRAR

vida&ocio

SALUD VIAJES RELACIONES

5. PERFORMANCE

Integración con CRITEO: revenue garantizado

criteo.

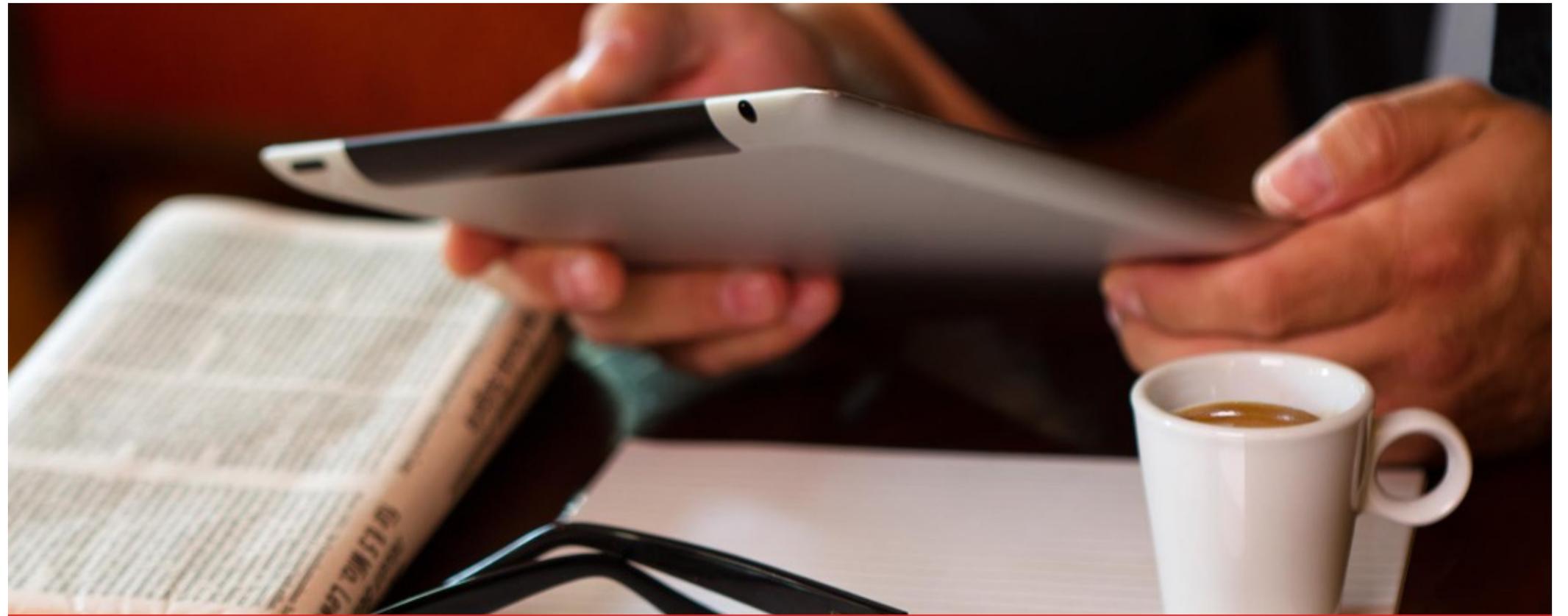
Products Results Resources Events News



Contact Us

Where state-of-the-art
machine learning means
more discovery.





REALIDAD AUMENTADA

5. REALIDAD AUMENTADA EL PAIS JUMP AR

<p><i>Key Partnerships</i> </p> <p>DESARROLLADORES DE LA APP</p> <p>REDACCION</p>	<p><i>Key Activities</i> </p> <p>Desarrollo de la APP Testing APP IOS y Android Venta</p>	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p>Brindar una solución de alto valor agregado para los clientes a través de las activaciones con la JUMP AR, que interactúe con el mundo digital y también con los productos print.</p>	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <p>Gerente Digital, junto a ejecutivo de ventas, lo ofrecen al cliente final.</p>	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Automotores</p> <p>TELCOs</p> <p>Proyectos Inmobiliarios</p>
	<p><i>Key Resources</i> </p> <p>Agencia Diseño</p>		<p><i>Channels</i> </p> <p>WEB RRSS PRINT</p>	
<p><i>Cost Structure</i> </p> <p>Costo Hundido (desarrollo de la app) Costo Variable (% de la venta al desarrollador)</p>		<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p>Venta activaciones en APP Venta campaña de difusión</p>		



Gracias

