

PRIVITERA



www.privitera.com.ar



Quién?

Daniel Privitera (Gancé)

Dónde?

Web: www.privitera.com.ar

Blog Personal: www.gance.com.ar

Twitter: @gance

Qué?

Marketing & Tecnología



Ocupaciones:

- Cuantas personas trabajan en una agencia de publicidad?
- Cuantas en una consultora de mkt?
- Cuantas trabajan en el área de Marketing, medios o comunicación de una empresa?
- Cuantas trabajan de manera independiente ofreciendo servicios de MKT. Digital?
- Cuantas trabajan en un medio (Periodistas o comunicadores sociales)



De que hablan los medios especializados en Mkt. y comunicación?

- Web 2.0
- Marketing Interactivo
- Proximity Marketing
- Marketing Mobile
- Inversión en internet
- Campañas Virales, SEM y SEO
- Youtube, Twitter, Facebook, Linkedind, etc.
- Y cuando se acuerdan, hablan de la creatividad de algún MUY buen spot.

Pero.....

Que venden los medios especializados en Mkt. Y Comunicación?

Venden MAGIA



Pero cuanto de real hay en toda esta magia?

TODO.

Si señora. La comunicación hoy en internet es todo eso.

- Es medible
- Es segmentable
- Es potencialmente viralizable
- El planning optimiza la inversión en medios (por la segmentación)
- Es escalable
- Y por sobre todo es donde la gente tiende a pasar mas horas de su vida.

Pero OJO.

La campaña viral con Luli Fernandez NO es barata. Su empresa de reparaciones de mesas de jardín debe ajustarse a un presupuesto y saber que los resultados son también producto de una inversión acorde a su empresa.



Pero a veces con mucha creatividad se pueden llegar a 6700 visitas en un solo video.



El video que pasamos a continuación no es un ejemplo a aplicar en cualquier empresa, ya que la misma podría ser demandada por violación a los derechos de autor.

Pero sirven para ilustrar la idea.



Inversión publicitaria en internet



3% de inversión online anual. En algunos casos llega al 5%

Razones?

- Ignorancia sobre los alcance del medio
 - Falta de capacitación en los responsables de Mkt. De las empresas?
 - Miedo a la “burbuja” 2.0?
 - Demasiadas promesas por parte de las empresas de Mkt. Digital?
 - Boicot de las agencias tradicionales a un negocio que se desconoce?
 - Mix. De respuestas anteriores?
-
- Baja inversión y demasiada expectativa.
 - Etapa de experimentación – nadie quiere meterse de lleno hasta que no este sólido el medio - **Parálisis por análisis**
 - Agencias de Mkt. Digital y publicidad tradicional NO trabajan en conjunto.
 - Los medios NO encuentran un modelo de negocio y no terminan de ofrecer a internet como medio.



La inversión publicitaria en internet **No** compite con la inversión publicitaria tradicional?

Desde hace 30 años

Las empresas invierten \$100 anuales en publicidad y comunicación en:
Radio - TV - Vía Pública - Medios periodísticos - Intervenciones - Etc.

Desde hace... 4 años?

- Internet
- Mobile
- Interactividad
- Medios digitales en gral.

El presupuesto de las empresas sigue siendo \$100 solo que ahora existen **MAS MEDIOS**. Para lograr acciones interesantes debemos considerar a internet como parte del Mix de medios al momento de planificar. No como un soporte de la campaña en medios tradicionales, sino como.



El mayor de los miedos en los medios sociales? La gente es mala y comenta



Uno de los grandes temores de las marcas al momento de considerar una propuesta de “Social Media” es la gran pregunta *“Pero... me van a criticar?”* - Y mi respuesta por lo general es *“Si tenes suerte te van a criticar”*.

Qué pasa si los usuarios dicen algo negativo de mi marca?



Planificación de medios. Uno de los puntos mas críticos

Hoy existen tantos medios y micro medios que la investigación debe ser una de las tareas más importantes del proceso.

Desde un simple blog de nicho hasta un gran grupo en Facebook. TODO es un medio. Y debemos analizar estratégicamente saber aprovecharlos.

Asociarse y compartir

Caso existente: Coca Cola

Caso sin resolver: Patitas de Perros

Caso actual: Roberto y Miguelito

Estrategia

Generación de demanda

Fidelización

Posicionamiento

Prospecto

Prospecto

Prospecto

Prospecto

Prospecto

Prospecto

Offline World

Print
TV
Radio
Código Morse
Winco
Promotoras
Propaladoras
Etc.

Social Media

SEM / SEO

E-mail - Marketing

Mobile

Medios Digitales

WWW.

LOGO GRANDE

FORMATOS

Site
Landing Page
Minisite
Carrito de compras
Advergames
Blogs

CONTENIDOS

Historia
Filosofía
Orígenes
Servicios
Fotos
Videos
Comentarios
Productos
Catálogo
Bla. Bla.

DISTRIBUCIÓN

Facebook
Twitter
XING
Linkedin
Orkut,

MEDICIONES

Analítica



Punto de venta



Base de datos



Cliente fidelizado



Contacto iniciado



Relaciones formadas



Desafío 2010?

- Pensar en estrategias más integrales.
- Trabajar en conjunto agencias tradicionales y “nuevas agencias”.
- Desarrollar proceso de Planning buscando los nano medios como aliados.
- No desesperarse por estar en todas las redes. Exprimir las que tenemos.
- Descontracturar la comunicación sin llegar al forzado ridículo.
- No caer en la parálisis por análisis.



Muchas Gracias...

Marketing Interactivo

Quién?

Daniel Privitera (Gancé)

Dónde?

Web: www.privitera.com.ar

Blog Personal: www.gance.com.ar

Twitter: @gance

Qué?

Marketing & Tecnología