

Marketing Digital

Display advertising

Patricia Garrido Teixeira

4 de mayo de 2017

- 1 Marketing online en el medio digital
- 2 Los actores de la publicidad online
- 3 Inventario publicitario
- 4 Medición
- 5 Referencias

Marketing online en el medio digital

Marketing online

- En el medio digital
- Marketing no es vender lo que se puede fabricar, sino **fabricar lo que se puede vender**
- Marketing es una variedad de técnicas, herramientas, metodologías y procesos que buscan **poner productos y/o servicios** en el mercado disponibles para el usuario/consumidor en unas condiciones determinadas

Marketing online (II)

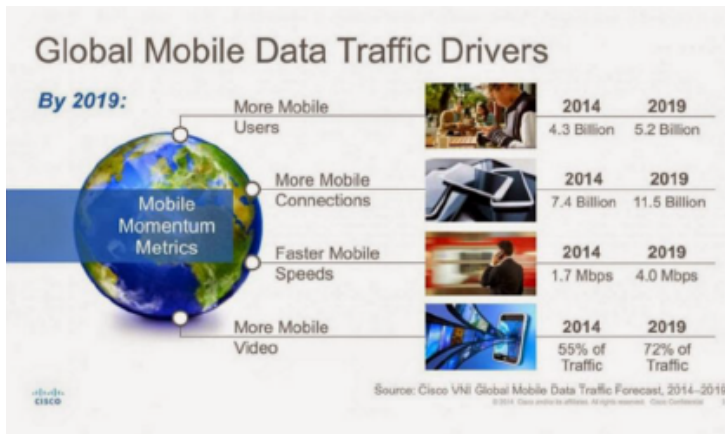
- Marketing es un **proceso social, interactivo, dinámico, bidireccional, integral** integrado
- En él utilizamos una variedad de técnicas, herramientas, metodologías y procesos para relacionarnos con los usuarios/consumidores y ofrecerles productos y/o servicios con unas condiciones determinadas

Características del medio digital

- 1 Tecnológico
- 2 En permanente evolución
- 3 Convergente
- 4 Multidispositivo

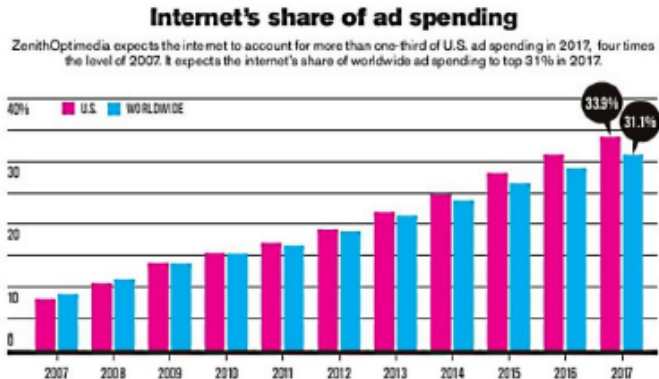
Marketing online (III)

Sigue creciendo: **más usuarios, más dispositivos, más velocidad...**



Marketing online (IV)

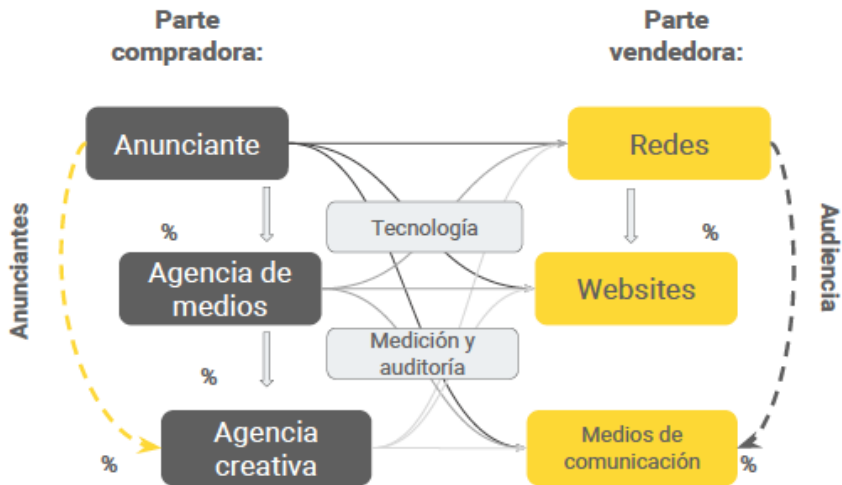
Sigue creciendo: **En 2017 más de un tercio de toda la publicidad es online**



Source: ZenithOptimedia (Advertising Expenditure Forecasts, December 2014). Numbers rounded. Internet includes mobile.
More info: zenithoptimedia.com.

Los actores de la publicidad online

Ecosistema publicitario



Inventario publicitario

¿Qué es el inventario publicitario?

El **inventario publicitario** es el número total de impresiones de anuncios que una página web tiene el potencial de mostrar en un periodo de tiempo determinado, normalmente un mes

¿Qué vendemos?

Display:

- Publicidad que se sirve en cualquier dispositivo digital con el que se trabaje regularmente:
 - terminal móvil
 - tablet
 - televisión conectada
 - portátil
- **En todos ellos lanzamos soportes publicitarios o *banners***

¿Qué vendemos? Cobertura

- **Cobertura:**

- el número de personas, expresado en porcentaje o en miles, que ha sido alcanzado al menos una vez, dentro de nuestro público objetivo, durante el período de nuestra campaña. También puede denominarse **alcance**
- Se refiere siempre a un **público objetivo** o a un grupo de población con características comunes (generalmente variables socio-demográficas y psicográficas)

¿Qué vendemos? Segmentación

Tipos de segmentación:



¿Qué vendemos? Medición

- Podemos **medir** todo o casi todo
- **Optimización** de la campaña
- Pero ¡jojo! El mercado ha abusado de los **modelos a resultados**, en los que el publisher depende de la calidad de la web del anunciante para poder cobrar la publicidad en su sitio web

Medición

¿Cómo lo facturamos?

CPM: coste por mil impresiones:

- ① Branding
- ② Formatos rich media/posicionamiento
- ③ Nº elevado de usuarios/ poco valor usuario
- ④ Garantía 100% de impresiones y timing
- ⑤ **NO se garantizan visitas, ventas, etc.**

¿Cómo lo facturamos? (II)

CPC: coste por clic:

- 1 Tráfico de calidad
- 2 N° meno de usuarios que CPM/mayor valor usuario
- 3 Se garantizan n° clics, visitas, etc.
- 4 **NO se garantizan impresiones, timing, soportes, etc.**

¿Cómo lo facturamos? (III)

CPL: coste por lead:

- 1 Recabar información de clientes potenciales
- 2 Nº menor de usuarios que CPC/gran valor usuario
- 3 Se garantiza el número de usuarios registrados
- 4 **NO se garantizan impresiones, timing, soportes, etc.**

¿Cómo lo facturamos?

CPA: coste por adquisición/venta:

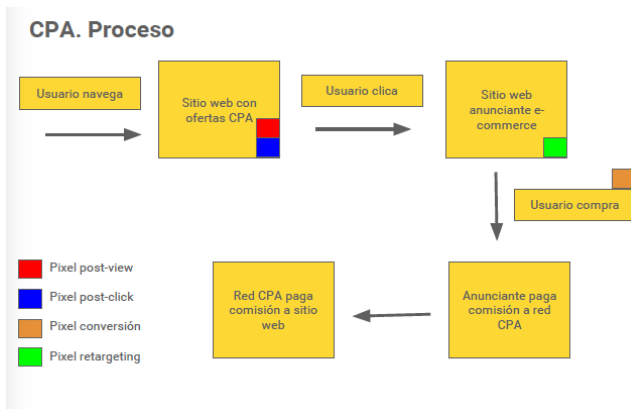
- 1 E-commerce. Ventas
- 2 Mínimo nº usuarios/alto valor usuario.
- 3 Se garantiza 100% la venta
- 4 **Atribución** de la venta a través de post impresión: Post-View, Post-Clic, etc.

Modelo CPA. Píxeles

Periodo de validez para que el píxel de **post impresión** reporte **comisiones al sitio web** con ofertas **CPA**

Post-view pixel	Post-clic pixel
Entre 24 h y una semana	Entre 1 semana y un mes

Modelo CPA. Píxeles (II)



Referencias

Referencias

- https://es.wikipedia.org/wiki/Analitica_web
- <https://www.google.es/landing/activate/home/>