

Promoción en redes sociales, publicidad y monetización.

Radiko

1/ Redes sociales

Redes sociales

Decidimos arrancar las campañas en las redes sociales usando Instagram y Pinterest.

Si bien pensamos contar eventualmente con otras redes, estas dos son las que planeamos utilizar para el lanzamiento y capturar a la mayor cantidad de usuarios.

Instagram fue elegida por ser la red social más utilizada por nuestro público objetivo. De acuerdo a varios estudios, el target de Radiko (jóvenes y adultos de clase media alta y alta) se alejó de redes sociales como Facebook y usa más Instagram.

A eso hay que sumarle que el tipo de soporte nos permite publicar tanto imágenes estáticas como videos cortos y hacer historias para promover cualquier tipo de evento o promoción especial. Es esta versatilidad algo muy determinante al momento de elegirla como red social principal para la marca.

Pinterest fue también elegida basándonos en nuestro público objetivo; si bien cuenta con una cantidad de usuarios menor en comparación con otras redes sociales, sus usuarios suelen pasar más tiempo por posteo y nos va a permitir publicar recetas y artículos más extensos.

La combinación de Instagram y Pinterest nos permite dividir el contenido en posts más casuales en la primera y artículos más extensos en la segunda; siempre apuntando al público objetivo de la aplicación.

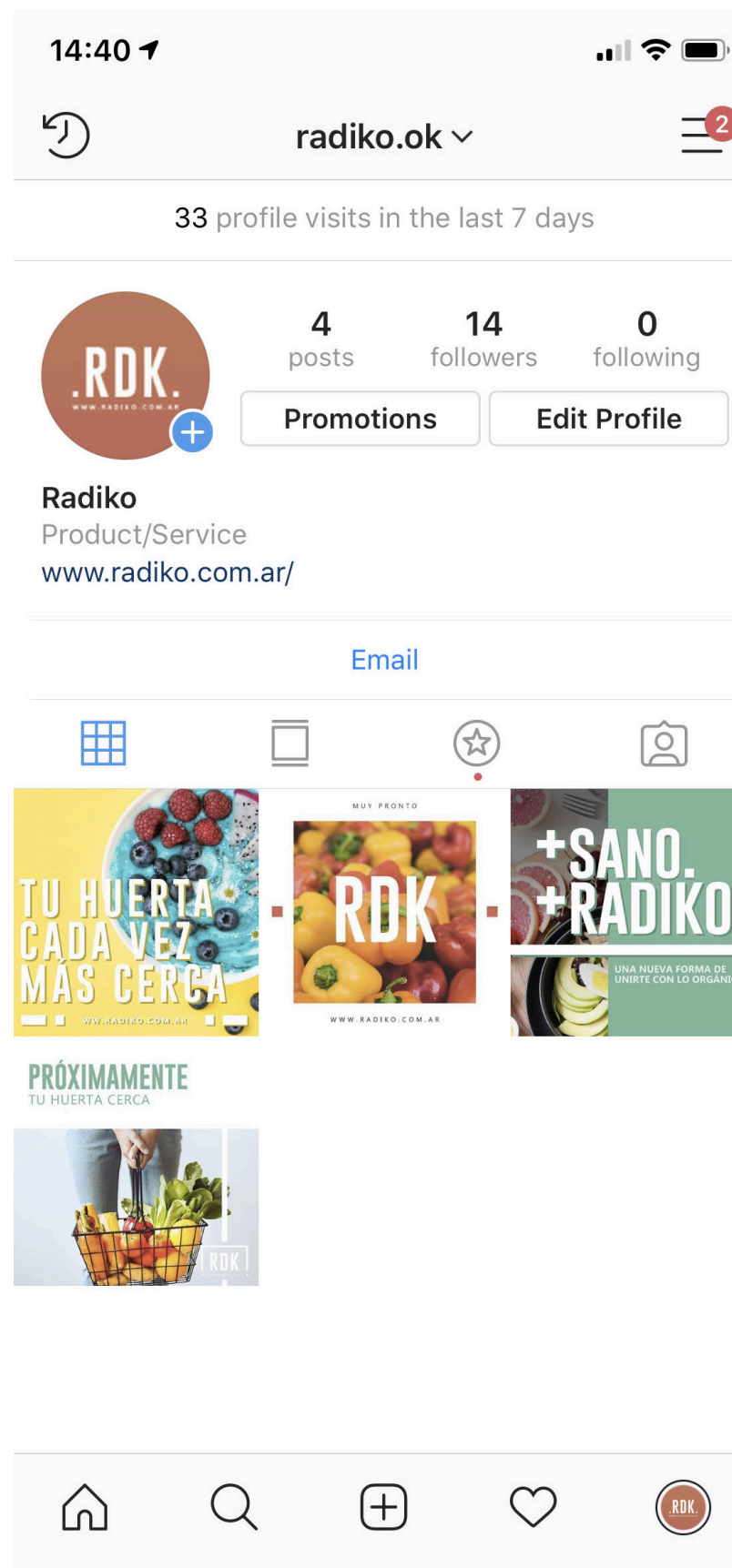
Decidimos arrancar el feed de ambas redes con “teasers” que expliquen muy poco de la aplicación pero que generen curiosidad. De esta manera planeamos captar futuros clientes y generar una incógnita que se vaya expandiendo con el boca en boca entre los usuarios.

El uso de hashtags relacionados a una vida más

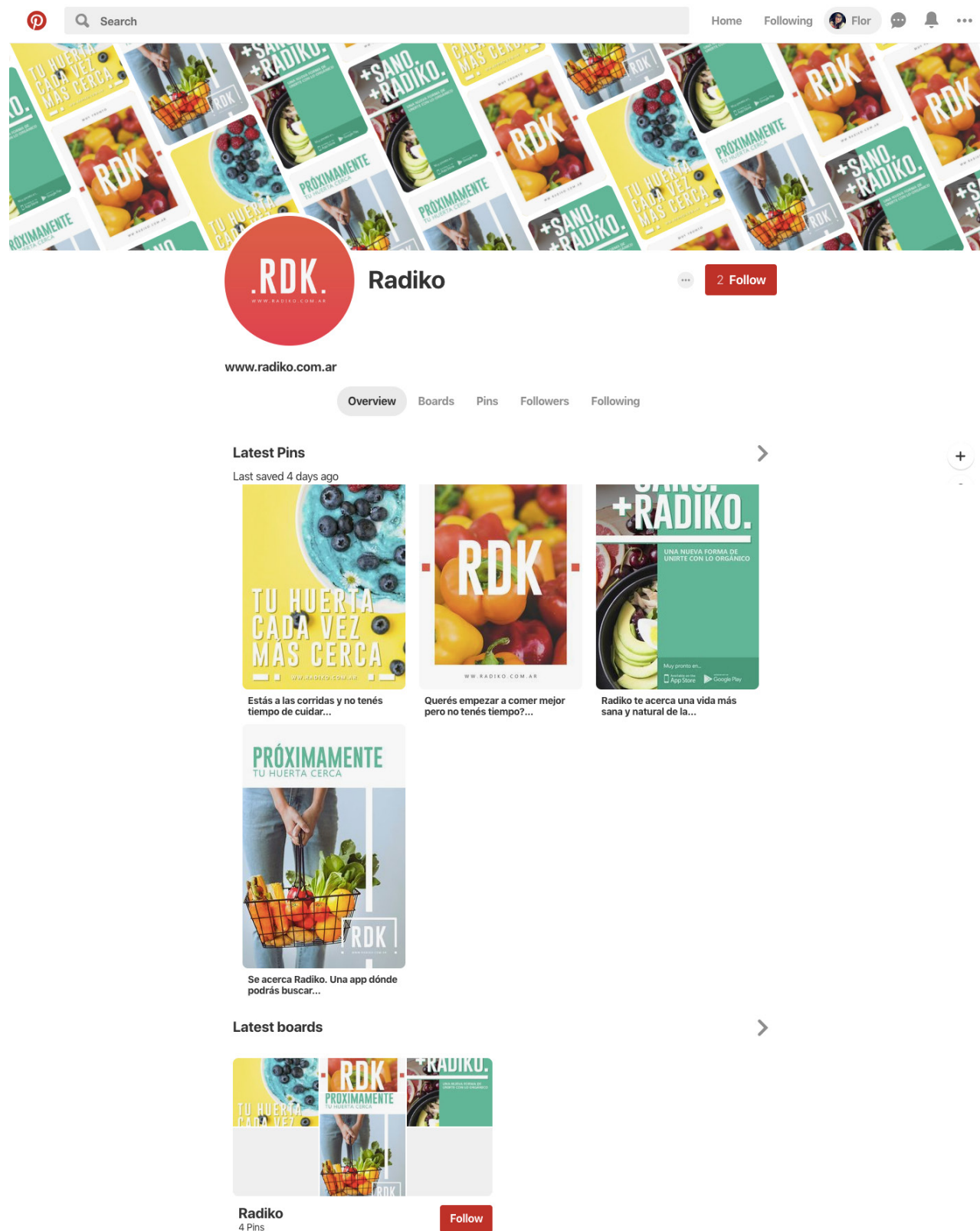
sana y natural también ayuda a capturar usuarios que potencialmente puedan convertirse en miembros de la plataforma.

Los colores de las imágenes llaman la atención del usuario y se le cuenta que Radiko puede acercarlos a una vida más sana y natural.

El objetivo general es capturar la atención del usuario y generar intriga.



Instagram



Pinterest

2/ Publicidad

Banners publicitarios

Los banners serán aplicados en los sitios altapeli.com y buenosairesconnect.com.

Se eligieron estos sitios por su público, ya que se asimila mucho al rango etario y socioeconómico del público objetivo de Radiko.

Los tamaños elegidos son 336px x 280px el banner animado y 900px x 84px el banner estático.

Al igual que en las publicaciones en las redes sociales, la idea de los banners es dar poca información para que funcionen a modo de “teaser” para captar al usuario antes de que la plataforma sea lanzada.

Café Flor, el café-coworking que adoran los millennials

UNA NUEVA FORMA DE UNIRTE CON LO ORGÁNICO

SUMATE

www.eltrece.com.ar

altapeli.com

CRÍTICASCINESERIES

f t v q

REVIEW: La Maldición de Hill House

por Luciano Biondi

10/10/2018

The Walking Dead 9x02: va a ser tan lindo hacer un puente

por Macaulay Owens

10/10/2018

REVIEW: My Hero Academia Temporada 3

por Luciano Biondi

10/10/2018

ÚLTIMO

TRENDING

CRÍTICAS

GALERÍA

REVIEW: ¿Qué puede pasar?

por Luciano Biondi

10/10/2018

Nuevo exponente de la comedia argentina en Argentina, ¿Qué puede pasar? de Andrés Tantardini y Nájera...

REVIEW: En peligro

por Fernando Sandoval

10/10/2018

Cuarto largometraje de Matías Szustanski. En peligro mezcla varios géneros contándonos una historia que parece de...

REVIEW: Christopher Robin

por Luciano Biondi

10/10/2018

Una ligthhearted sobre un niño que se va a su mundo interior "... Mas cuando me volvi hombre...

Entrevistas a los protagonistas y directora de HASTA QUE ME DESATES

por Luciano Biondi

10/10/2018

Con motivo del estreno de Hasta que me Desates (REVIEW ACA) de Tamiel García, hablamos...

Razones para jugar FIFA 19

por Luciano Biondi

10/10/2018

Uno de los grandes exponentes del fútbol en tu celular con una nueva edición. Te contamos las...

Tienen que Jugar Forza Horizon 4

por Luciano Biondi

10/10/2018

Microsoft lanzó su gran lanzamiento de 2018, esperado por todos sus usuarios. Hoy te contamos por...

Todo sobre la temporada 2 de Un Gallo Para Esculapio

por Luciano Biondi

10/10/2018

La serie (Review) para 2019, pero el anuncio de su estreno este verano 2018 nos llevó de...

REVIEW: Marilyn

por Luciano Biondi

10/10/2018

Inspirado en hechos reales que mejor no conocer antes de verla, Marilyn, opera prima de María...

REVIEW: Hasta que me Desates

por Luciano Biondi

10/10/2018

Humor negro y delirio en crítica. Cuando se filma el erotismo, se debe tener muchísimo cuidado de...

REVIEW: Better Call Saul Temporada 4

por Luciano Biondi

10/10/2018

El spin-off de Breaking Bad, llegando al punto 4 temporadas se fundó el show para jugar...

Proyecto de fan: el universo Marvel en formato televisivo

por Luciano Biondi

10/10/2018

Tamara Masters es guionista, directora y editor. También es un gran fan del Universo Cinematográfico de...

REVIEW: Familia Sumerida

por Luciano Biondi

10/10/2018

En su debut en la dirección de largometraje María Achil estrena Familia Sumerida, intensa y personal historia...

The Walking Dead 9x01: un nuevo comienzo

por Macaulay Owens

10/10/2018

El primer capítulo más, aunque significa el inicio de otra temporada de la serie post-apocalíptica...

La inclusión en TV: la importancia de Pose

por Luciano Biondi

10/10/2018

Nadie puede negar que (Review) cuando todavía queda un tramo largo por recorrer la sociedad ha...

¿Vale la pena jugar PES 2019?

por Luciano Biondi

10/10/2018

Comenzamos la última parte del año y llegan las nuevas versiones de los entornos arcade de...

REVIEW: El depredador

por Luciano Biondi

10/10/2018

REVIEW: Amor Urgente

por Luciano Biondi

10/10/2018

Buscar

tuenti

¡PIDE TU CHIP

Trending

1 Todo sobre la Temporada 2 de Un Gallo Para Esculapio

2 Hasta que me Desates

3 La Maldición de Hill House

4 Better Call Saul Temporada 4

5 ¿Qué puede pasar?

6 Proyecto de fan: el universo Marvel en formato televisivo

Críticas

REVIEW: El depredador

REVIEW: Amor Urgente

REVIEW: La Flor

REVIEW: Historias de ultratumba

REVIEW: Marilyn

REVIEW: Pía Pequeto

REVIEW: Milla 22

REVIEW: Elmer Fudd

HOME

CRÍTICAS

NEWS

POLÍTICA DE PRIVACIDAD

Copyright © 2018 Altapeli.com

Banner estático

Radiko

Ederli - Hotes - Mitono - Sepúlveda

3/ Monetización

Monetización

El ingreso de la aplicación proviene de las huertas. Se plantea dos tipos de ingresos, ambos con valores fijos:

Pago de una vez: Para el ingreso a la aplicación, el usuario huerta deberá hacer un pago único de \$2000.

Pagos recurrentes: Los mismos dependen del tipo de usuario.

Usuario Básico: \$1000 por mes.
Usuario Medio: \$1500 por mes.
Usuario Premium: \$2000 por mes.

A modo de lanzamiento se bonificarán tanto el pago de una vez como el pago mensual por el período de 3 meses para las primeras 5 huertas que se unan a la aplicación.