Análisis de la empresa, ver que hace, que clientes tiene, que proveedores, mirar videos

**Clientes**

Publicis Groupe es una de las agencias de publicidad y comunicación más grandes del mundo, y cuenta con una cartera de clientes global muy amplia que incluye marcas líderes de diversas industrias. Aunque los clientes específicos pueden cambiar con el tiempo debido a la naturaleza dinámica de las relaciones de agencia y marca, algunas de las empresas más importantes que han trabajado o trabajan con Publicis son:

Procter & Gamble (P&G): Publicis maneja varias marcas dentro del portafolio de P&G, una de las compañías más grandes de bienes de consumo en el mundo.

Coca-Cola: Publicis ha trabajado con Coca-Cola en diversas capacidades a lo largo de los años.

Nestlé: Publicis también maneja parte de la comunicación de Nestlé, particularmente en ciertas marcas regionales.

L'Oréal: Publicis ha trabajado en las campañas globales de L'Oréal, uno de los gigantes de la belleza.

Samsung: Publicis ha colaborado con Samsung en diferentes campañas globales, especialmente en marketing digital.

Disney: Publicis ha sido socio de Disney para diversos proyectos relacionados con publicidad y marketing.

Heineken: Publicis maneja parte de las campañas de esta cervecera internacional.

Visa: Han trabajado con Visa en publicidad y estrategias de comunicación.

Renault: Como parte del sector automotriz, Renault ha sido uno de los clientes de Publicis en Europa.

GlaxoSmithKline (GSK): Publicis ha manejado cuentas relacionadas con la publicidad de productos farmacéuticos y de salud de GSK.

Mirar los modulos que debería tener integrados

**Proveedores**

de infraestructura y tecnología de la información

Publicis requiere proveedores de infraestructura tecnológica para poder manejar su negocio global, incluyendo almacenamiento en la nube y soluciones de TI:

* Microsoft Azure: Como proveedor de soluciones en la nube y herramientas de productividad.
* Amazon Web Services (AWS): Para la infraestructura en la nube y almacenamiento de datos.
* IBM: A través de su plataforma de inteligencia artificial y servicios tecnológicos.

**Ramas mas importantes que digitalizar**

1. Análisis y gestión de datos (Big Data)

La capacidad de manejar grandes volúmenes de datos es crucial para personalizar campañas, mejorar la segmentación y optimizar las decisiones de marketing. Los datos son el núcleo de cualquier estrategia de marketing moderna, permitiendo a Publicis ofrecer experiencias más relevantes y medibles a sus clientes.

2. Gestión de campañas publicitarias

La automatización y optimización de las campañas en múltiples canales (digitales y tradicionales) es esencial para gestionar las complejas necesidades de los clientes globales. La publicidad programática, la optimización en tiempo real y la publicidad omnicanal son fundamentales para el éxito en el entorno competitivo actual.

3. Creatividad y producción de contenido digital

Digitalizar el proceso creativo y la producción de contenido permite a Publicis generar campañas más rápidas, adaptativas y personalizadas. La creación colaborativa y el uso de tecnologías avanzadas como IA para contenido dinámico permiten a la empresa escalar su oferta creativa de manera eficiente.

4. Comercio electrónico (eCommerce)

Dado que cada vez más marcas están orientándose hacia las ventas en línea, Publicis necesita digitalizar sus capacidades de marketing en eCommerce para ayudar a sus clientes a maximizar su presencia en plataformas de ventas digitales. La integración de estrategias publicitarias y de marketing directo con plataformas de eCommerce es una prioridad.

5. Medición y atribución del rendimiento

La medición precisa y la atribución multicanal son esenciales para que Publicis demuestre el valor de sus campañas a los clientes. La digitalización en este ámbito permite un análisis detallado y en tiempo real del impacto de las campañas, lo que mejora la toma de decisiones y el retorno de inversión (ROI) para los clientes.

6. Inteligencia artificial (IA) y automatización robótica de procesos (RPA)

La IA y la automatización permiten a Publicis mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y ofrecer experiencias altamente personalizadas a los consumidores. La automatización de procesos creativos y operativos optimiza tanto los recursos internos como los resultados para los clientes.

7. Plataformas de experiencia del cliente (CX)

La gestión de la experiencia del cliente en tiempo real es clave para crear interacciones más fluidas y personalizadas. Publicis necesita digitalizar estas plataformas para gestionar mejor los puntos de contacto con el cliente y ajustar las campañas basadas en el comportamiento del consumidor.

Estas áreas representan los pilares fundamentales para que Publicis mantenga su liderazgo en la industria publicitaria y de comunicación en el contexto digital actual.

**Plataformas de ERP**

SAP es la plataforma ERP predominante en Publicis, utilizada para finanzas, contabilidad y gestión operativa.

Marcel es una plataforma interna clave, aunque enfocada más en la colaboración y la gestión del talento que en las funciones tradicionales de ERP.

Es probable que Publicis también utilice Oracle, Workday, y otras plataformas en áreas específicas o agencias dentro del grupo, pero los detalles específicos no siempre se hacen públicos.