

Bienvenidas y bienvenidos al



CONVERSION  
THURSDAY Madrid

## Cómo mejorar tu publicidad online. Campañas inteligentes para clientes inteligentes

A cargo de **Nacho Carnés (@nachocarnes)**, Senior Director Marketing - Kaspersky Lab

Presentando, Nacho Montoya (@trasgu)

Gracias a nuestros **sponsors**:

- **Master en Analítica web de Kschool**
- **Postgrado en Marketing Online de la UAB**
- **e-Interactive agencia de marketing online**
- **Emergya Consultoría**
- **Medialab Prado**

Síguenos en **#CTMAD**



*La comunidad global de marketing online*

**Cómo mejorar tu Publicidad Online.  
Campañas inteligentes**

***Nacho Carnés***  
*Senior Director, Marketing - Kaspersky Lab*

**Madrid, 17 de Mayo de 2012**

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes



# Licenciado en Publicidad y RRPP, Especialista en Gestión Publicitaria, y Máster en Data Mining y Marketing Intelligent

# Más de 12 años de Experiencia en Marketing Digital

# Marketing Director (On y Off) en Kaspersky Lab IBERIA y Digital Marketing Manager (Sur de Europa) en Kaspersky Lab

# Globalia, Yahoo!, COLUMBIA, NetThink

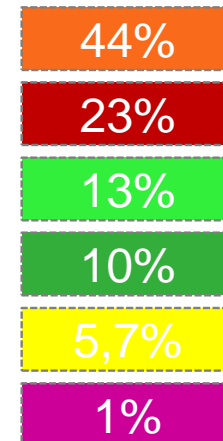
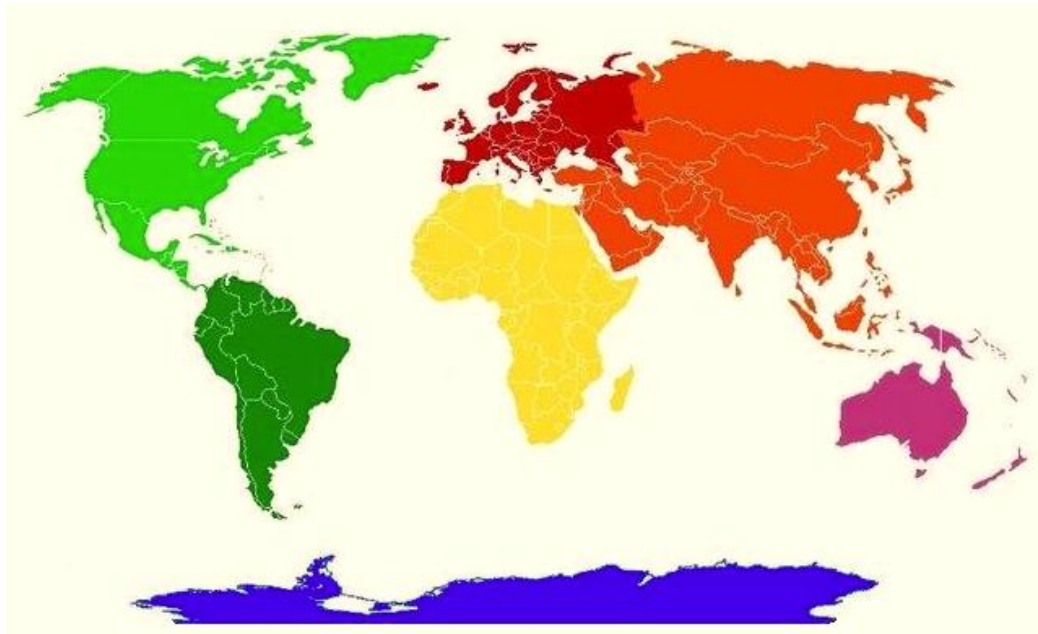
# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

“Internet es un Medio de Comunicación, un Canal de Distribución y un Medio de Interacción, en definitiva un Entorno de Relación, complementario, pero a tener en cuenta, en la estrategia global de cualquier empresa”

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

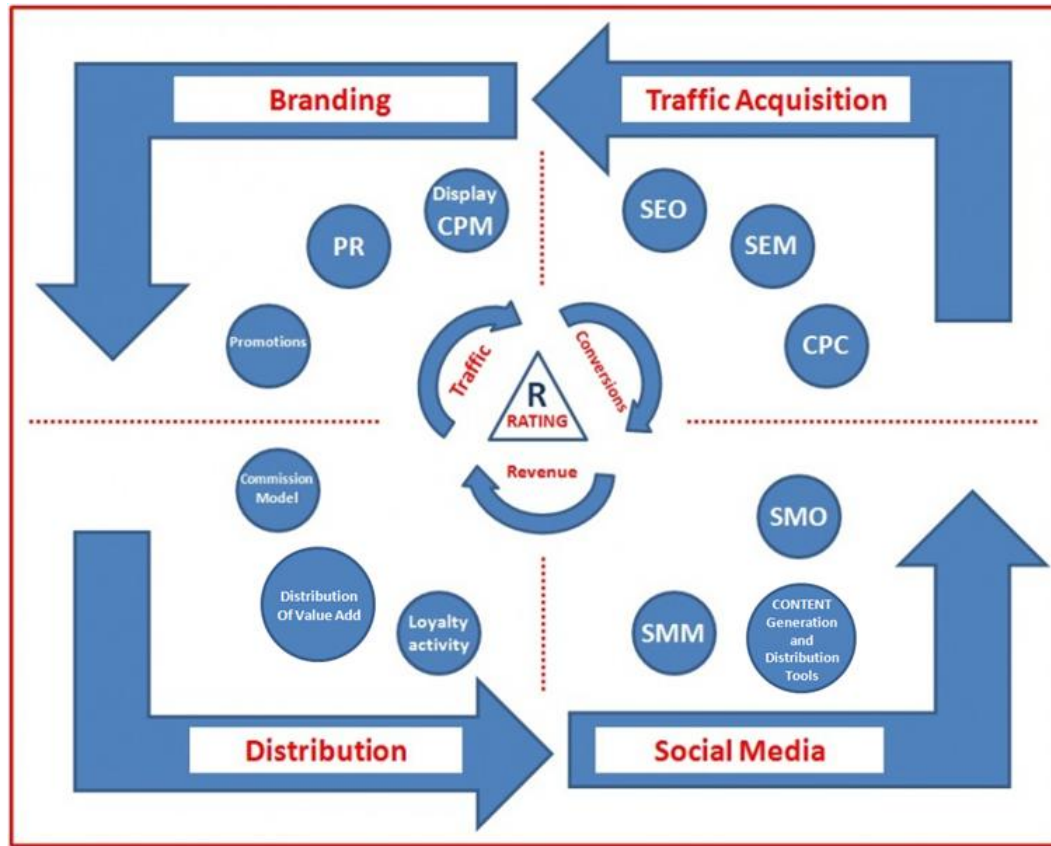
**Población Mundial , más de 7.000 Millones de habitantes**

- Audiencia de Internet en el Mundo, 2.100 Millones de usuarios
  - Audiencia de Internet en Europa, 500 Millones de Usuarios
  - Audiencia de Internet en España, 25 Millones de Usuarios
- \*Desde Dispositivos Móviles, 1.500 Millones de usuarios



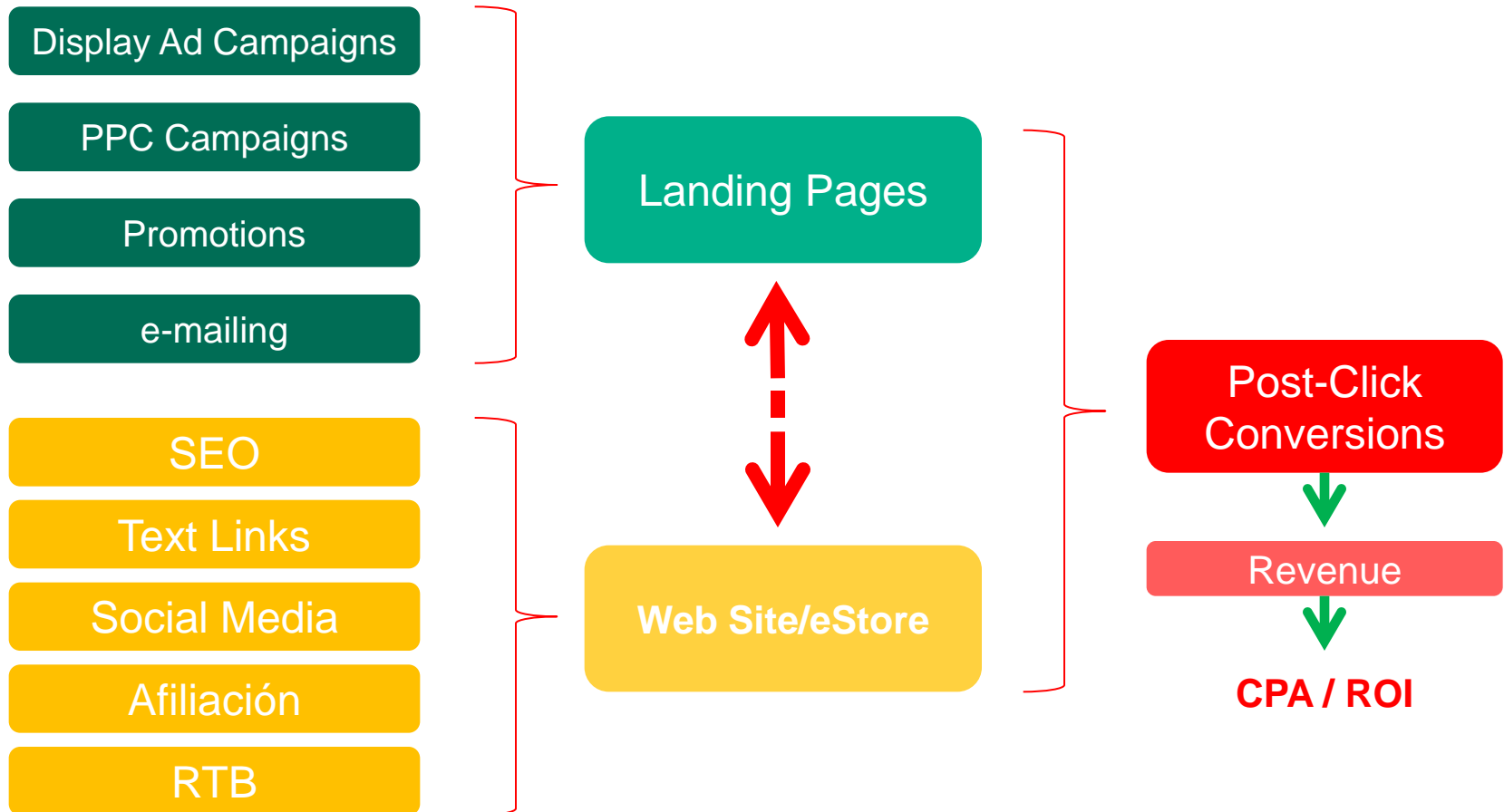
# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Los cuatro Pilares de toda Estrategia Global en Internet



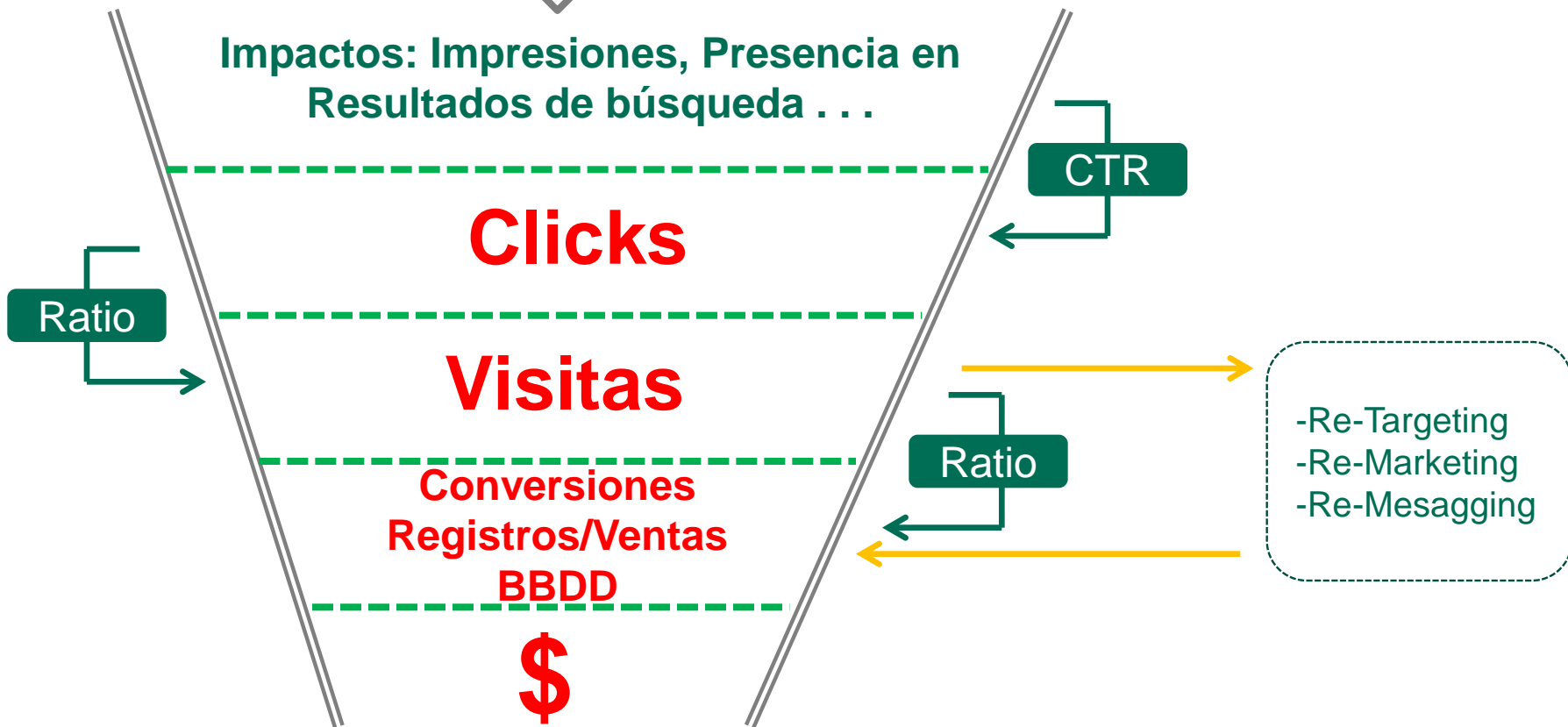
# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Post-Click Measurement



# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

Display Ad | Search | e-mailing | Afiliación | Social Media





# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Post-Click Conversions

### - Direct Conversions o Conversiones directas

Conversiones que se produce como paso siguiente a un click en una pieza, enlaces del resultado de búsqueda (SEO o SEM) ...

### - Post Conversions o Conversiones Indirectas

Conversiones que NO se producen en una primera visita después del click en una pieza, enlace del resultado de búsqueda . . . , sino que son conversiones que se producen en una segunda, tercera ... visita. Identificación del usuario gracias a la COOKIE

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

Un porcentaje de las **Conversiones de Post-Click (directos o indirectos)** se producen por Usuarios que previamente fueron impactados por nuestras **Campañas de Display Ad**

*“No podemos controlar aquello que no medimos” . . .*

De la Medición del **Post-Click** a la Medición del **Post-View**, un cambio de Paradigma

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Post-View Conversions

Conversiones hechas por usuarios previamente impactados por alguna de las piezas de las campañas de Gráfica en Online Media pero que no hicieron click en el momento del impacto

---

## Publicidad

- Motor que acelera el conocimiento de una marca
- Comunicación Persuasiva
- Objetivos planteados en término de Comunicación
- Resultados medidos en términos de Comunicación

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

Un 10 – 12% de las **Conversions de Post-Click** se producen en usuarios que previamente fueron impactados por las Campañas de Display

El 70 – 75% de las **Conversiones de Post-View** tienen su último Click en Motores de Búsqueda

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Post-View Conversions

### Post-View/Post Impressions Measurement

- Ad-Serving de Campañas de Display
- Herramienta de medición de Rendimiento de nuestra Estrategia
- Implementación de Píxeles/Codes: de segmentación y de Conversión
- Los Píxeles/Codes alimentan información
- Definir periodo de vida de lo COOKIE

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

De la misma forma que utilizamos la cookie y los píxeles para **Medir las Post-View Conversions**, también son elemento clave para el **Re-Impacto publicitario** a través de nuestros esfuerzos en **Re-Targeting**

## Que es Re-Targeting?

Generación de **Impactos Publicitarios de calidad (basados en comportamiento)** a aquellos usuarios que tras un click en alguna de las acciones tácticas de nuestra estrategia, o gracias a una visita espontánea, . . . accede a alguno de nuestros Landing Pages, visita nuestro Web Site/Plataforma de e-commerce . . . e interactúa “se comporta”



## Que es Re-Marketing?

Solución que permite vincular los esfuerzos de un anunciante en PPC y en Display

Generación de **Impactos Publicitarios de calidad** a aquellos usuarios que hicieron click en los Enlaces Patrocinados de los Resultados de búsqueda

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

Según IAB los anunciantes destinaron en 2011 un 48,23% de su inversión en Publicidad en Medios Digitales, en Campañas de Display en Internet, es decir unos 426 Millones de €

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## RTB en U.S. 865 millones de € invertidos en RTB

### US Total Online, Online Display and Real-Time-Bidding-Based Online Display Ad Spending, 2010-2015

billions and % change

2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total online ad sales</b>					
\$30.2	\$34.4	\$40.6	\$47.2	\$54.7	\$62.4
<b>% change</b>					
14.1%	13.8%	17.9%	16.5%	15.8%	14.1%
<b>Online display ad sales</b>					
\$9.6	\$10.9	\$12.6	\$14.5	\$16.8	\$18.9
<b>% change</b>					
27.9%	13.5%	16.1%	15.3%	15.5%	12.8%
<b>RTB-based online display ad sales</b>					
\$0.4	\$1.1	\$2.0	\$2.9	\$3.9	\$5.1
<b>% change</b>					
-	203.0%	85.1%	48.0%	35.1%	28.6%

Source: International Data Corporation (IDC) as cited in PubMatic, "Ad Revenue Report: Controlling Your Brand's Future," Oct 13, 2011

133475

www.eMarketer.com

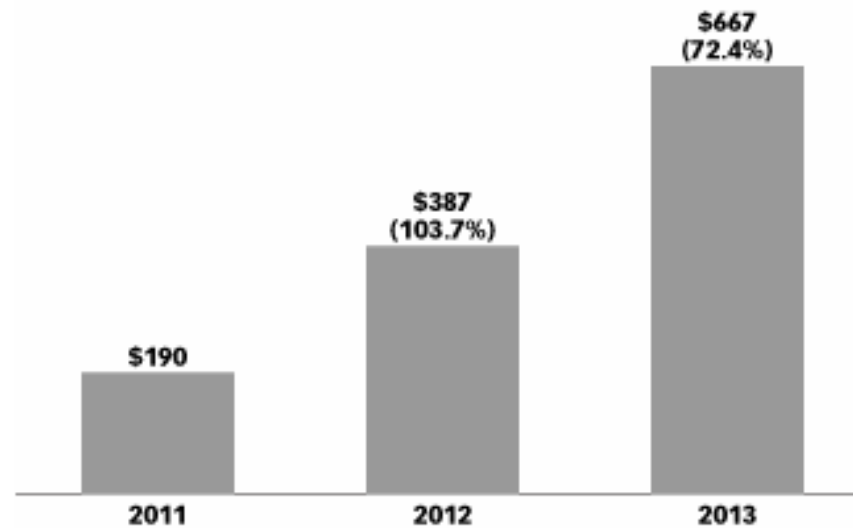
✓ Inversión en Display Ad en U.S. millones de 8.700 Millones de €

✓ En 2015 el RTB representará 1 de cada 4 dólares invertidos en Display Ad

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## RTB en U.S. 150 millones de € en Online video RTB

**US Online Video Real-Time Bidding Spending, 2011-2013**  
millions and % change



Source: Forrester Consulting, "Online Video RTB Primed for Dramatic Growth" commissioned by SpotXchange; eMarketer calculations, March 27, 2012

138507

[www.eMarketer.com](http://www.eMarketer.com)

## Fuerte incremento del inventario de RTB

### España

- ✓ 329% de incremento en Impresiones de RTB respecto al año anterior
- ✓ 3% del Total Impresiones de Display

### Real-Time Bidding (RTB) Inventory Growth and Share in Select Countries, Q1 2012

% change vs. same period of prior year and % of total impressions

	% change	% of total impressions
Philippines	699%	1%
Australia	652%	1%
France	404%	5%
Spain	329%	3%
Italy	264%	2%
UK	213%	7%
Brazil	209%	4%
Germany	127%	3%
Canada	124%	4%
US	113%	47%
Netherlands	105%	2%
Argentina	96%	1%
Turkey	94%	1%
Poland	71%	1%
Mexico	59%	2%

Note: includes online, video and mobile

Source: Accordant Media, "Real-time Media Buying: Q1 Market Pulse 120% Inventory Growth, Improving Quality," April 22, 2012

139554

www.eMarketer.com

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Que es RTB (Real-Time Bidding)

- Compra de impactos publicitarios a tiempo real
- Valoración a tiempo real de la impresión, Impacto Publicitario, en función del **perfil del usuario (Datos)**, **la calidad del Site (Quality Scoring)** y su **precio y puja** por parte del anunciante/anunciantes
- Modelo totalmente diferente a como hemos visto hasta ahora la Compra-Venta de Medios, hace posible que cada **impresión / impacto es considerado y valorado de forma individual e independiente**

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## RTB (Real-Time Bidding) y Plataformas

- **DSP (Demand-Side Platform)**. Representantes de la DEMANDA (anunciantes y agencias)
  - Agrega los Ad Exchanges y SSPs
  - Integran datos e información sobre audiencia e inventario para valorar la compra de cada impresión
  - Utilizan algoritmos de optimización en la compra de inventario y métodos de predicción para maximizar el ROI de anunciantes

DataXu

[X+1]

adnetik

TRIGGIT

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## RTB (Real-Time Bidding) y Plataformas

- **Ad Exchanges Platform.** Plataformas que ponen en contacto Demanda (anunciantes y agencias) y Oferta (soportes/medios y redes), haciendo posible las transacciones de Compra-Venta a tiempo real (RTB, basados en un sistema de pujas, mayoritariamente CPM)





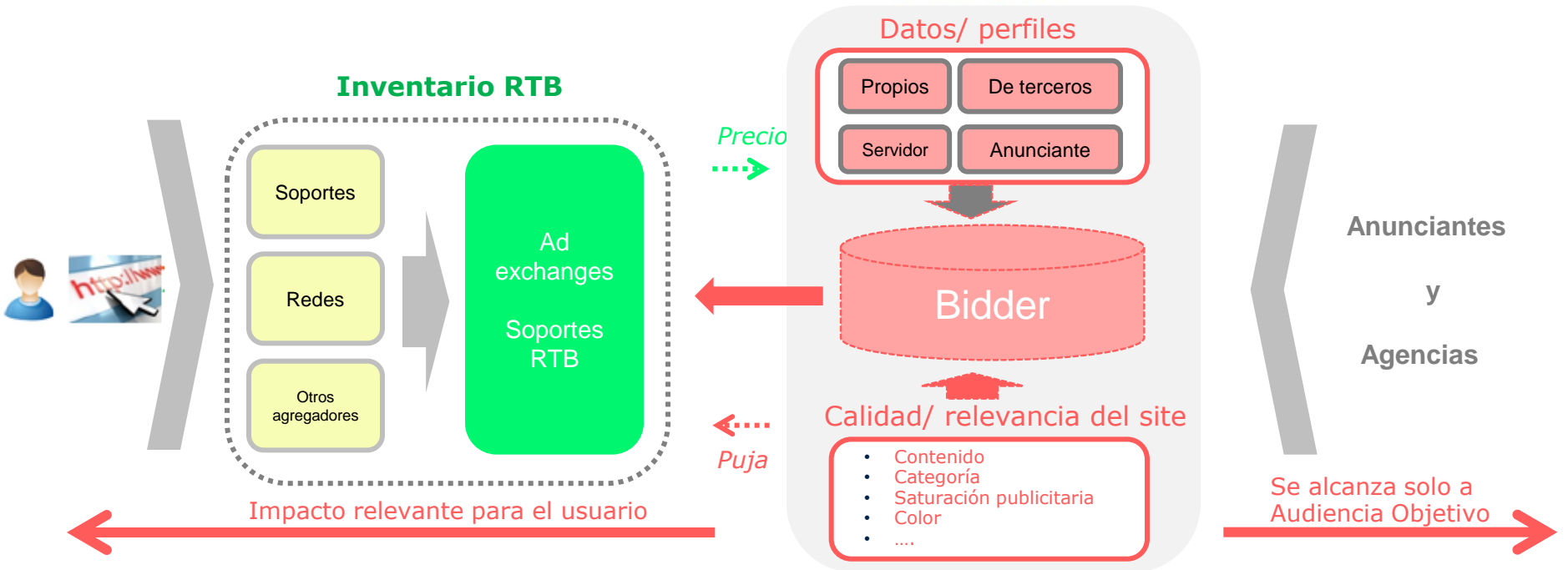
# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## RTB (Real-Time Bidding) y Plataformas

- **SSP (Supply-Side Platform)**. Representantes de la OFERTA (soportes y redes). Representan una alternativa de monetización del inventario y proporcionan herramientas de optimización de campañas y/o ingresos y rentabilidad para soportes



# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes



**1** Un usuario visita una página web

**2** Esa impresión se incorpora a un sistema de inventario a tiempo real con un precio mínimo

**3** valoración de la impresión en función del **perfil del usuario (Datos)**, la **calidad del site (Quality Scoring)** y su **precio y puja** por ella

**1** El anunciante busca un perfil a impactar

**4** Si la valoración de la impresión encaja con el precio ofrecido por el soporte, se sirve la impresión

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes



# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Que necesita el RTB (Real-Time Bidding) para se una realidad

### - Integración estratégica

- \* Generar conversiones

- \* Mejorar el “engagement” con nuestros usuarios - Convertir Compradores y Clientes en Facebook Fans

### - Adaptación Tecnológica

### - Adaptación del Mensaje publicitario – Dynamic Ads

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Ventajas del RTB (Real-Time Bidding)

- Para Anunciantes y Agencias, permite una **mejor optimización de la inversión**
- Para Soportes, ofrece nuevas vías y oportunidades para la **monetización del inventario**, es decir mayor valor y control de este
- Los Usuarios, son impactados por **Publicidad más relevante** “sin que lo perciban”

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

## Conclusiones

- La Medición no es sólo una oportunidad que nos ofrece Internet, es una necesidad que nos permite Optimizar la Inversión y los Recursos
- Los Motores de Búsqueda son los grandes conductores de audiencia cualificada. Fuerte dependencia de Google por parte de las empresas
- Necesitamos contar con herramientas de Analítica Web, pero también necesitamos contar con herramientas que nos permitan Medir el Rendimiento de la Estrategia. Como unas Acciones Tácticas alimentas a otras y/o como estas se retroalimentan entre sí

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

- Necesitamos Analizar y Medir el impacto de las campañas de Display Ad sobre el resto de Acciones Tácticas de nuestra Estrategia, sobre el tráfico, las conversiones, el CPA (Coste por Adquisición) y sobre el ROI (Retorno de la Inversión)
- Fuerte crecimiento del RTB en los próximos 2 años además de la incorporación y madurez de Rich Media en este modelo de contratación publicitaria

# Cómo mejorar tu Publicidad Online. Campañas inteligentes

- \* **email:** nachocarnes@gmail.com
- \* **Skype:** nachocarnes
- \* **Twitter:** @nachocarnes
  
- \* **Blog, Ideas de Marketing:** <http://nachocarnes.wordpress.com>
- \* **LinkedIn profile:** <http://es.linkedin.com/in/nachocarnes>



# Thank You - Muchas Gracias

