

The logo for SocialMe, featuring the word "social" in white lowercase letters and "me" in blue lowercase letters inside a white speech bubble shape, with a small "TM" trademark symbol to the right.

social<sup>me</sup>™

Online Training  
Powered by Social Media Institute

# Lanzamiento de Tech en digital

**SocialMe Septiembre 1 de 2016**

---



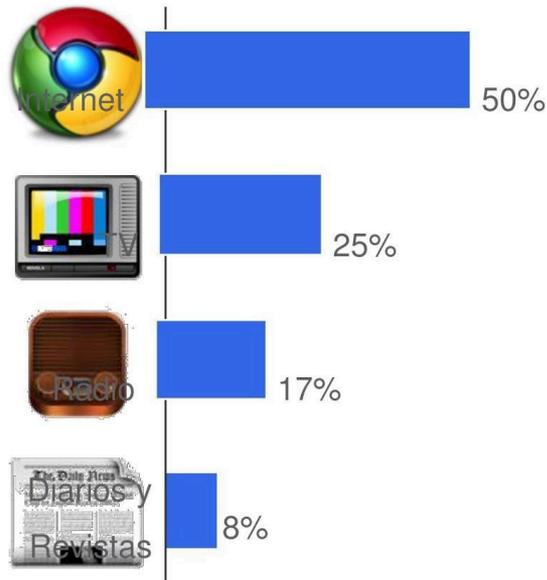
## Resumen Ejecutivo

- El mercado de tech es altamente competitivo y marcado por la constante innovación de productos lanzados a audiencias específicas.
- La tecnología ha creado un nuevo consumidor digital; éste vive en un mundo multi-pantalla y constantemente conectado a través de sus múltiples dispositivos a lo largo del día.
- El 81% de las decisiones de compra de productos de celulares tiene una etapa de investigación online previa\*.
- El desafío para Tech es como generar awareness de un nuevo producto y como lograr destacarse y ser considerado para la compra.



## El consumo de medios cambió y los canales tradicionales han perdido relevancia

### Comparación Consumo de Medios



### Consumo simultáneo de medios

**~8 de cada 10**

usan **otros dispositivos** mientras miran **TV**

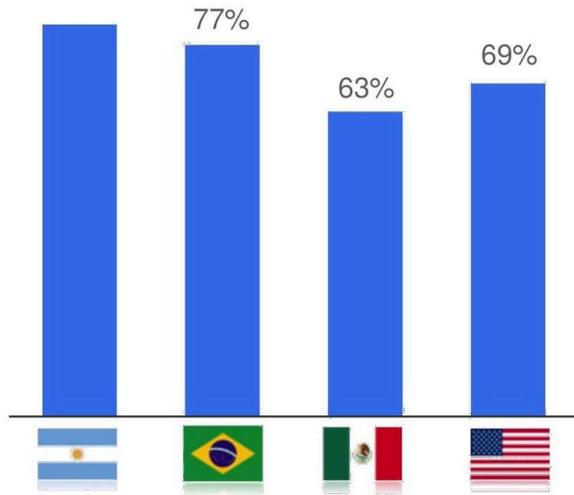
**1 de cada 4**

personas que vieron un **anuncio en Youtube** nunca lo vieron en la **TV**



# Internet es una fuente clave para investigar antes de comprar

## Compradores de celulares que investigaron online



A close-up photograph of a hand holding a smartphone. The screen displays a grid of various application icons, including Settings, Browser, Clock, Gallery, File Manager, Calculator, Sound Recorder, Backup Restorer, Personal Hotspot, AnyShare, Baidu Music, and others. The phone's status bar at the top shows the time as 2:33 AM and the battery level. A red banner is overlaid on the top half of the image, containing white text.

Lance su producto con máximo  
impacto en digital



# El mundo digital ofrece soluciones a estos nuevos desafíos

## DESAFIO 1: Destacarse y enamorar

- Internet es **masivo**
- Internet es un **medio eficiente y medible** en tiempo real
- Internet permite generar **experiencias de marca impactantes e interactivas** como ningún otro medio

## DESAFIO 2: Estar donde el consumidor está

- El **consumidor** ya **está en Internet**
- El consumidor accede a Internet en **todo momento**, en **todo lugar** y a través de **distintos dispositivos**

## DESAFIO 3: Estar cuando el consumidor quiere aprender e informarse

- Internet es la **fuentes n°1 de investigación**
- Internet informa y está **disponible 24/7**
- Internet ofrece al consumidor **múltiples formatos para informarse**



# Awareness

De 1 a 4 pantallas



# ¿Cómo pasar del reconocimiento a la consideración y compra?

## OBJETIVO

Liderar la comunicación digital para llevar al consumidor a la compra en la categoría.

3

## ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR ESTE OBJETIVO

Ganar los momentos relevantes teniendo una conversación directa con tu consumidora en cada etapa de compra.

### AUDIENCIA MASIVA



**Aumentar el awareness de marca**

### CONSUMIDORES QUE DEMOSTRARON INTERÉS



**Reforzar la consideración y la compra**

### CONSUMIDORES QUE RECOMIENDAN



**Fortalecer el engagement**



# Consideración

Más información. Más decisiones que tomar



# Aumentar el reconocimiento de marca

**Cree contenido, no sólo anuncios**



**Sorprendente!**

**Tecnológico!  
Controversial!**

**Tierno!  
Activo!**

Llevar a YouTube su  
anuncio de TV

Proveer la mejor respuesta  
con videos alineados con  
las preguntas y deseos de  
su audiencia

Creatividad enfocada en el  
tipo usuario



# Compra

Punto de venta. A cualquier hora, en cualquier lugar



Esté Always



etapa de compra del consumidor



Llame la atención de la audiencia que está online



[www.google.com/adsense](http://www.google.com/adsense)



Ayude al consumidor a concretar su compra



Involucra a su consumidor y tenga un diálogo con él



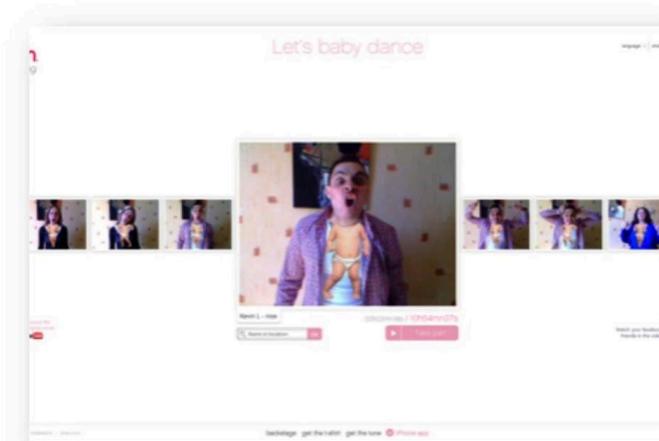
# Lealtad

De un monólogo a un diálogo



# Fortalecer el engagement

## Incentive a sus consumidores a compartir valores y experiencias



Las creatividades divertidas y emotivas son más compartibles por la audiencia que es leal a la marca



El consumidor quiere opinar: hablar, comentar, compartir, +1



# En conclusión: Internet creó un nuevo consumidor

Más opciones. Más información. Más indecisión

## Al Mexicano le gusta buscar



**3.9 mil millones**

de búsquedas al mes

**#1**

mayor buscador de México

**47%**

más búsquedas por persona que el promedio global

**35%**

de las búsquedas en México ocurren desde un Móvil

# Incremente el deseo por el producto a medida que se despierta mayor interés

Aproveche los formatos y alcance de la Red de Display de Google



¡Empapele Internet por 24 horas!

Utilice anuncios interactivos de video en sitios de la Red de Display



## Multiplique la recordación de su marca con Anuncios de Posición superior

Los usuarios de Google invierten en promedio **12% más tiempo** mirando los Enlaces Patrocinados de posición superior que los principales resultados orgánicos.

Es **77%** más probable que clientes que hicieron click en anuncios de posición superior realicen una búsqueda directa por esa marca en los siguientes 30 días.

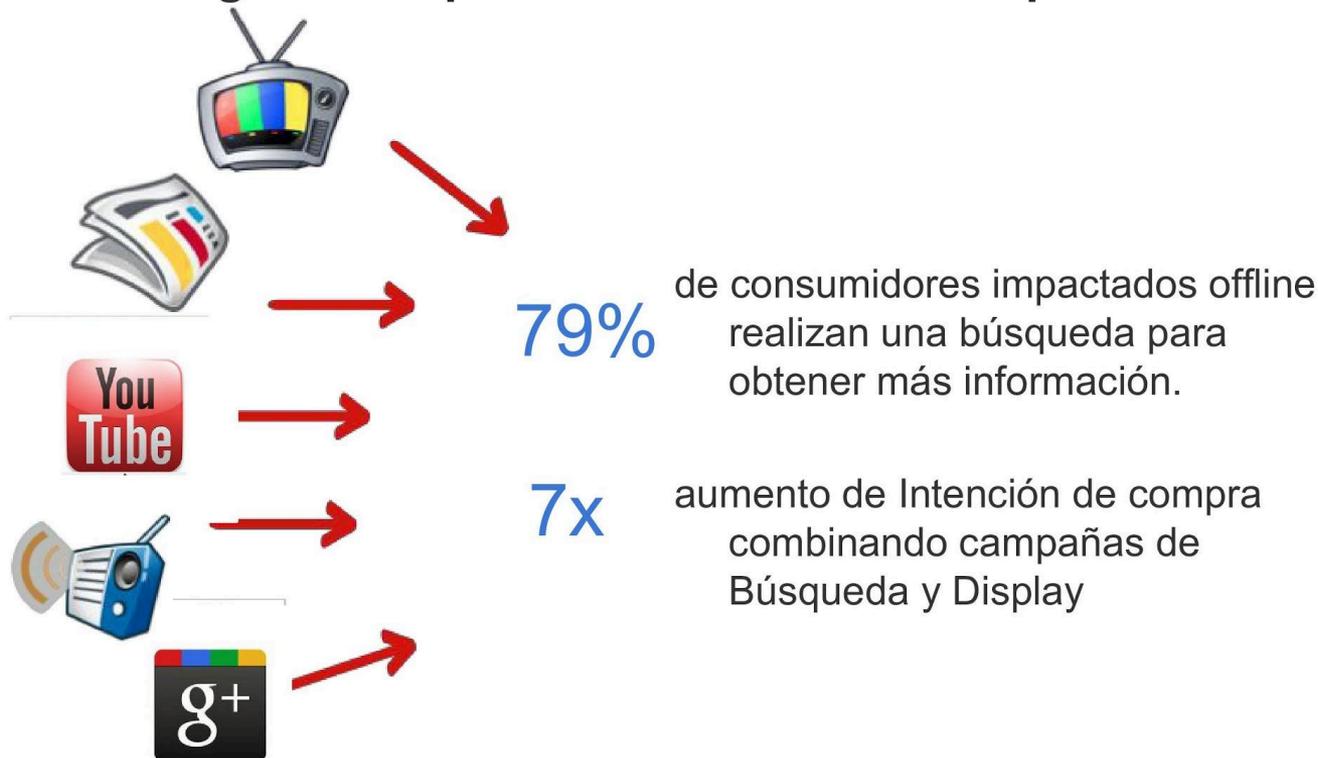


**Anuncios de Posición superior impactan positivamente en métricas de Marca**

## Sus clientes usan la Búsqueda en todos los pasos de su Ciclo de Compra



## La Búsqueda de Google también ayuda a capturar la demanda generada por sus otros canales de publicidad.



# Aumente la efectividad de sus anuncios y capture a su público objetivo de forma automatizada

con Campañas Avanzadas, herramientas de ofertas y Listas de Remarketing para Anuncios de Búsqueda

Defina su estrategia y deje a nuestro sistema automatizar las ofertas en base al usuario y contexto.



En una sola campaña, use ofertas automatizadas en base a día de semana, horario del día, ubicación geográfica, dispositivo o listas de usuarios que ya accedieron a alguna sección de su sitio web.



Horario



Ubicación



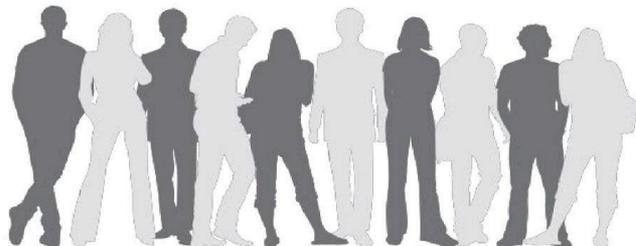
Dispositivo



Lista de  
Usuarios

## La Búsqueda de Google es una conversación iniciada por el consumidor

Entre 42 Millones de usuarios de Internet en México, la red de búsqueda permite encontrar aquellos buscando por sus servicios. La búsqueda es el lugar donde los consumidores vienen a encontrarlo.

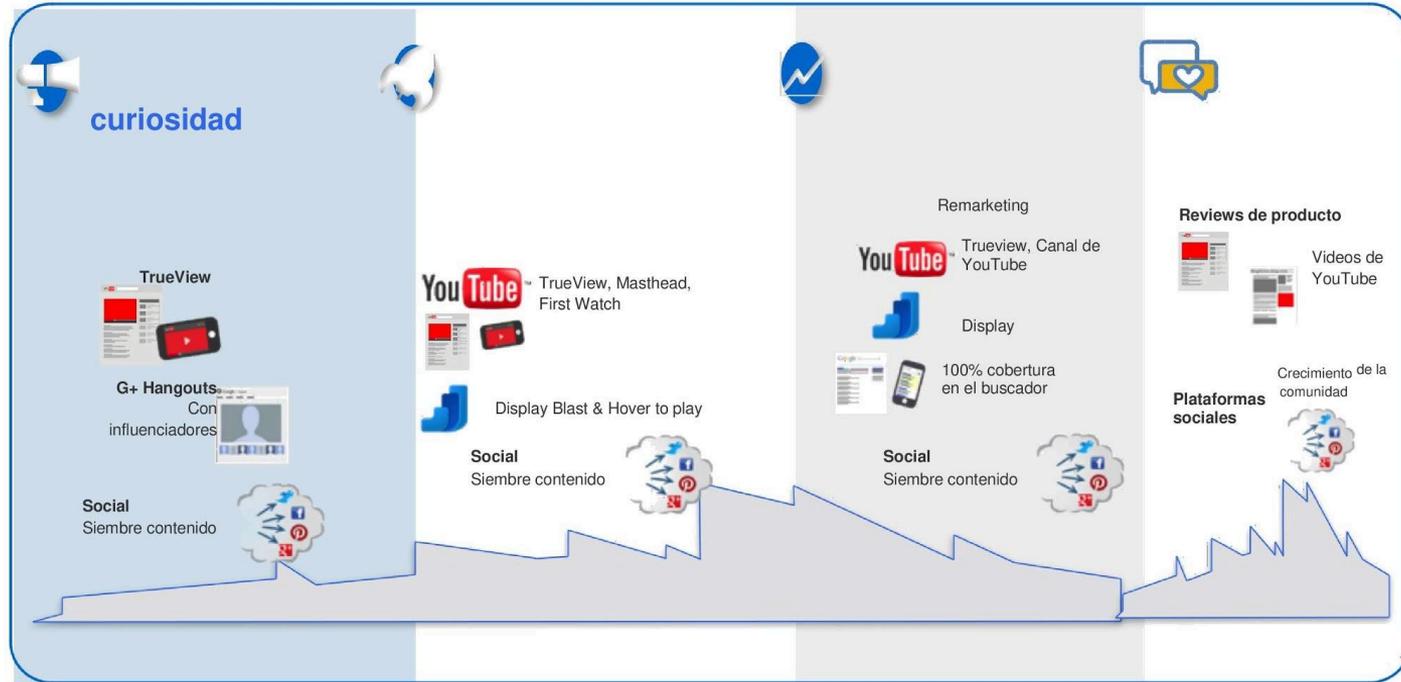


La búsqueda le ayuda a entender mejor a sus potenciales clientes, brindándole información sobre la intención y percepción que tienen acerca de su marca o categoría.



# Lance su producto con máximo impacto

## Plan de medios digital





# Plan de medios digital

CREATIVO	OBJETIVO	METRICA	
AUMENTAR EL SHARE OF MIND	Search & GDN	Este presente cuando buscan su marca, valoran más su publicidad tradicional	Impresiones, Clics
	YouTube Brand Channel	Influencie en forma proactiva en la consideración de marca	Vistas, etiquetas, Sharing
	YouTube TrueView	Permita que el consumidor lo elija y su marca cuente su historia	Vistas, Sharing
	Mobile Rich Media	Genere branding en mobile a través de videos	Clics, vistas
	YouTube Masthead	Genere una experiencia de marca impactante y masiva con su marca	Impresiones, Clics, interacción,
REFORZAR CONSIDERACION   COMPRA	Display	Genere reach en forma eficiente para complementar su historia	Impresiones, CTR
	YouTube TrueView	Permita que el consumidor lo elija y su marca cuente su historia	Vistas, Sharing
FORTALECER EL ENGAGEMENT	YouTube TrueView con anotaciones	Invite a participar de una historia de marca	Vistas
	YouTube Brand Channel	Involucrase proactivamente en la conversación del consumidor	Vistas, etiquetas, Sharing
	G+ Hangouts	Involucrase proactivamente en la conversación del consumidor	Seguidores, vistas, sharing
	Hover to Play	Cuente su historia en video en laRed de Display	



¡Muchas Gracias!