

ENSALADAS

El rincón innovaddoor

César Núñez. cesar@addoor.net

addoor
red publicitaria vanguardista



FACEBOOK VS TV VS GOOGLE VS FALTA DE RR.HH. VS LAS AGENCIAS

Con la TV es más fácil concentrar en 20" a 2.795.000

espectadores "delante" (igual se habían levantado al baño o a la nevera) de un spot (estaban viendo la Noria pero hicieron zapping en la pausa) en un momento determinado que con Internet.

Sin embargo, alcanzar a 2.795.000 personas durante un mes en Internet es más barato y efectivo. Depende un poco del target buscado, pero en una comparativa real, que ha llegado a mis manos esta semana, se veía cómo 20 segundos en el intermedio de "La Noria" costaban unos 27.000 euros, para llegar a 2.795.000 espectadores que "presuntamente" vieron sus intermedios. Equivaldría a un CPM de 9,7 euros, aproximadamente. Llegar a igual cantidad de personas en un mes, es más barato y eficiente en los otros 4 tipos de acciones de la comparativa: viralización en YouTube, viralización en Facebook, menciones en blogs y banners CPC en rotación. Es cierto que el target 'ama de casa' aún es más fácil de alcanzar en La Noria, pero mi vecina de 55 años ya mira recetas en el iPhone de su hijo... Las grandes estrellas de la publicidad de los próximos años estarán en lo digital, repartándose entre las acciones tipo Facebook (en 10 años todos acabaremos "vendiendo" o "recomendando" cosas a otros en los medios sociales, en plan Avon virtual; y si no al tiempo) y acciones tipo Google Network (impactar publicitariamente a perfiles concretos de personas, naveguen en la web que naveguen y desde el dispositivo que sea). Las agencias y redes virales se llevarán el gato al agua.

Esto abre muchas oportunidades a:

1) PYMES. Ya no es necesaria una alta inversión para alcanzar audiencias masivas. Con un banner simple, y comprando sabiamente en las redes, se llega a audiencias de millones de personas de casi todos los targets. 2) Nuevos

profesionales: en esta época donde el empleo no abunda, una buena salida laboral en España sería estudiar carreras técnicas para luego dedicarse a la publicidad en Internet. El mundo de la publicidad online está dominado hoy en día por los ingenieros de Google, y en España no creamos más empresas de este tipo porque faltan licenciados técnicos; y los que hay no saben ni que existe un sector pujante que les puede ofrecer carreras profesionales de mucho recorrido.

Cada vez que ejecuto una campaña con medición exhaustiva me quedo maravillado de la coherencia de los datos y de su perfecta lógica interna. Si mides post view y post click con distintos proveedores, los datos de ventas coinciden: si desglosas en qué sites se iniciaron las compras de los productos de tus anunciantes, te das cuenta que en la mayoría de las veces son las webs que el sentido común indica (la tecnología se vende en sites de tecnología, etc)... los datos cuadran; pero lo que sigue faltando es A) Experiencia para interpretarlos y explicarlos y B) Profesionales de tipo adecuado. Sería perfecto que en los cursos preuniversitarios se orientara a posibles matemáticos, estadísticos... sobre las salidas que el campo de la publicidad en Internet ofrece.

La publicidad online funciona y por eso las agencias, cuyo negocio hoy en día parece en entredicho, tienen mucho futuro. De hecho, en los dos últimos años hemos visto que cuando un anunciante quiere optimizar su estructura publicitaria, lo primero que está haciendo es... crear una agencia interna. Así pues, la agencia, como vivero de conocimiento y servicios, no va a ser sustituida por departamentos internos. Tiene que transformarse... como todos. De hecho, ¿has hecho hoy ya tus prácticas como recomendador tipo "mi marca llama a tu puerta"...? ;) ¡Hasta el mes que viene!

ENTRE PESOS Y DÓLARES

forma deportiva, nacida a partir de los lanzos de los hermanos Dassler (de Adidas), ha presentado dos productos interactivos que prometen una trayectoria digital en el futuro. Hemos encontrado con el **adidas.com**, obra de la agencia Droga, podemos comprobar lo ligeros los productos utilizando una balanza para saber si pesa más un erizo de futu- ras zapatillas? Pues ya puedes probarlo en Internet.

Además, la marca también nos ha sorpre- zando una atractiva -nunca antes- aplicación para iPhone llamada **adidas** disponible en iTunes. El sistema cuanto peor esté la bolsa, los modelos de la firma se irán cambiando de prendas... Esperemos, no ver más de lo necesario.



...e bursátil de Puma, seguido del