



MAYO



# CULTURA CYBER, CLAVES QUE ENCENDERÁN TU MARCA

*Initiative*



# *4 Recetas para ser una Fire Brand en el Cyber*

---

**1**

*La Cultura*

---

**2**

*La Audiencia*

---

**3**

*Optimización*

---

**4**

*RRSS*

---

# *4 Recetas para ser una Fire Brand en el Cyber*

---

1

*La Cultura*

---



# Una oferta relevante, en función a las disrupciones culturales

## LA ECONOMÍA DEL ANYWHERE

El comprador a toda hora y cualquier lugar:

**FACILIDAD DE PAGO**

## EL VALOR DE LAS INSUPERIENCIAS

Las experiencias dentro del hogar:

**OFERTAS PRODUCTOS HOGAR**

## PREPARACIÓN PARA LA READAPTACIÓN

Preparación para la nueva normalidad

**PRODUCTOS DEPORTES, HIGIENE Y SALUD**

## E-COMMERCE NEWBIES

Digitalización Acelerada:

**FACILIDAD DE COMPRA E INFORMACIÓN DE CALIDAD**

*Una oferta relevante, en función a las disrupciones culturales*

**NO DEBEMOS OLVIDAR QUE EL PRINCIPAL DRIVER DEL CYBER  
SON LAS OFERTAS, POR LO CUAL UN **ESTRATEGIA PROMOCIONAL**  
**ES CLAVE****

# *4 Recetas para ser una Fire Brand en el Cyber*

---

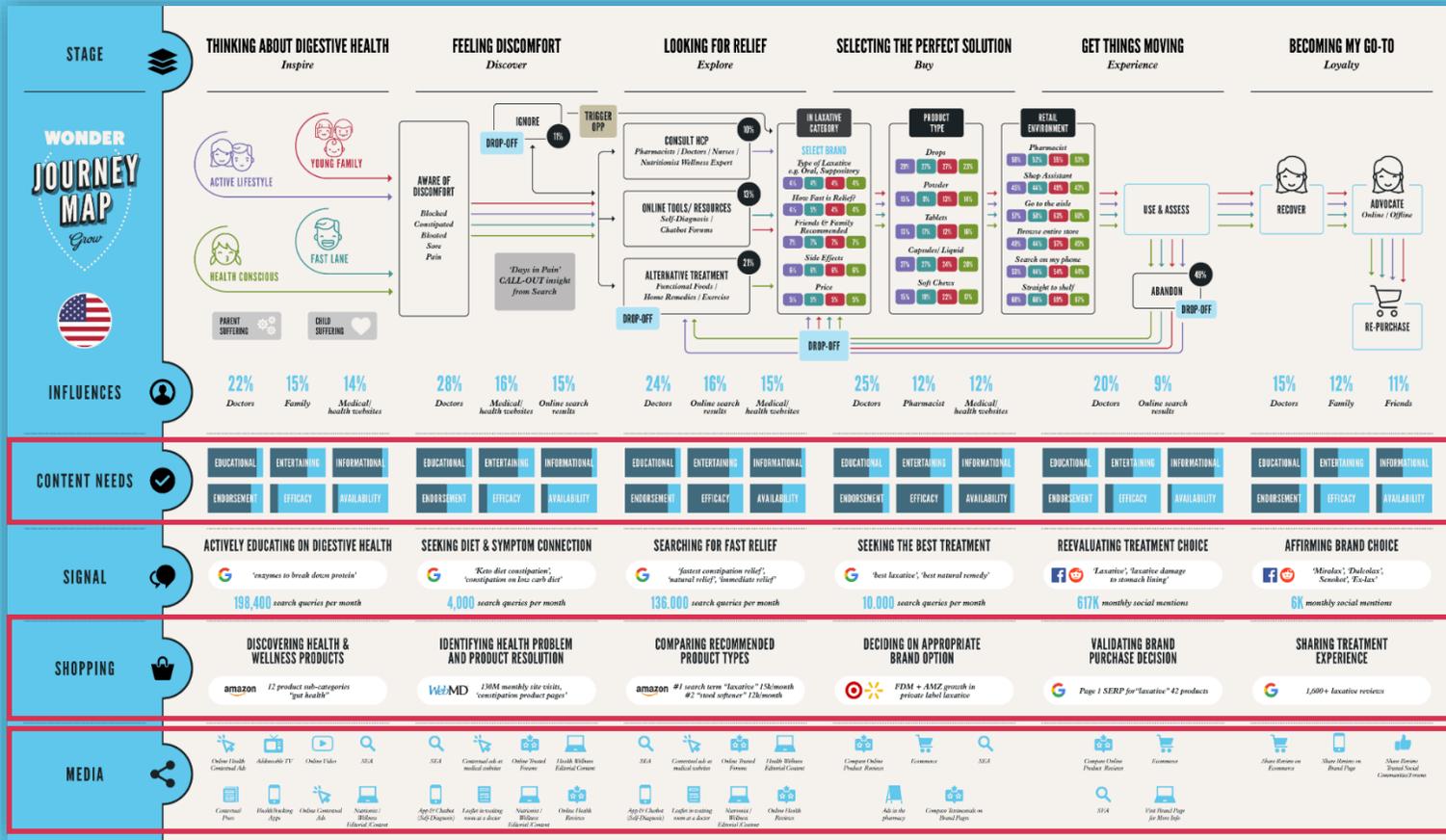
2

*La Audiencia*

---

**CAPITALIZAR LA DATA DE PRIMERA FUENTE ES FUNDAMENTAL  
PARA UN BUEN PERFORMANCE:  
MARCA TODOS TUS ASSETS**

# EL CONOCIMIENTO PREVIO DEL USUARIO ES VITAL EN UN CYBER



## Keys Points:

1. CONOCER TODO EL VIAJE DEL CONSUMIDOR, NOS PERMITE CONTACTAR AL USUARIO CON EL MENSAJE PRECISO.
2. CONOCER COMO SON Y QUIENES SON.
3. QUE PLATAFORMAS NOS APORTAN EN MAYOR MEDIDA EN CADA ETAPA DEL FUNNEL

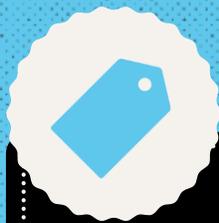
# EL CONOCIMIENTO PREVIO DEL USUARIO ES VITAL EN UN CYBER



**PRECYBER**



**BBDD**



**ADSERVER - DMP**



**OMNICANALIDAD**



**AUTOMATIZACIÓN**

# *4 Recetas para ser una Fire Brand en el Cyber*

---

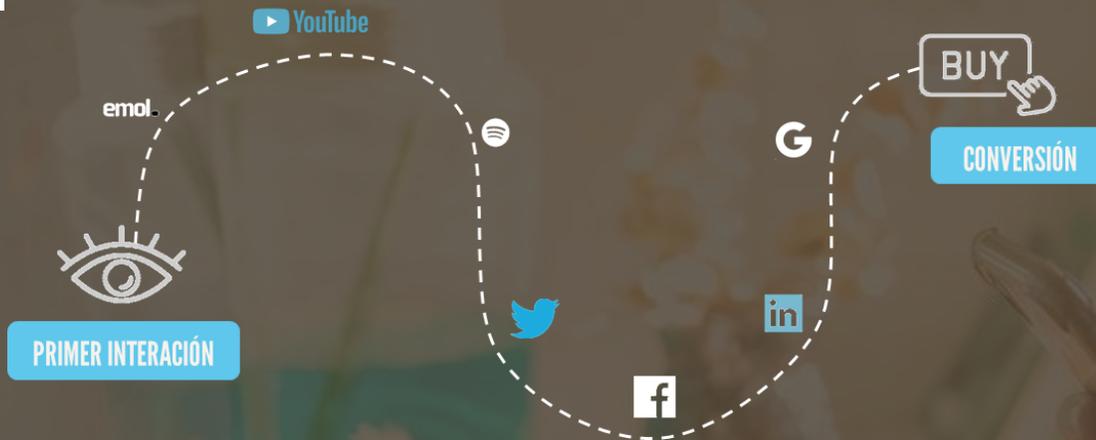
3

Optimización

---



# Optimización, con una visión integral de los medios



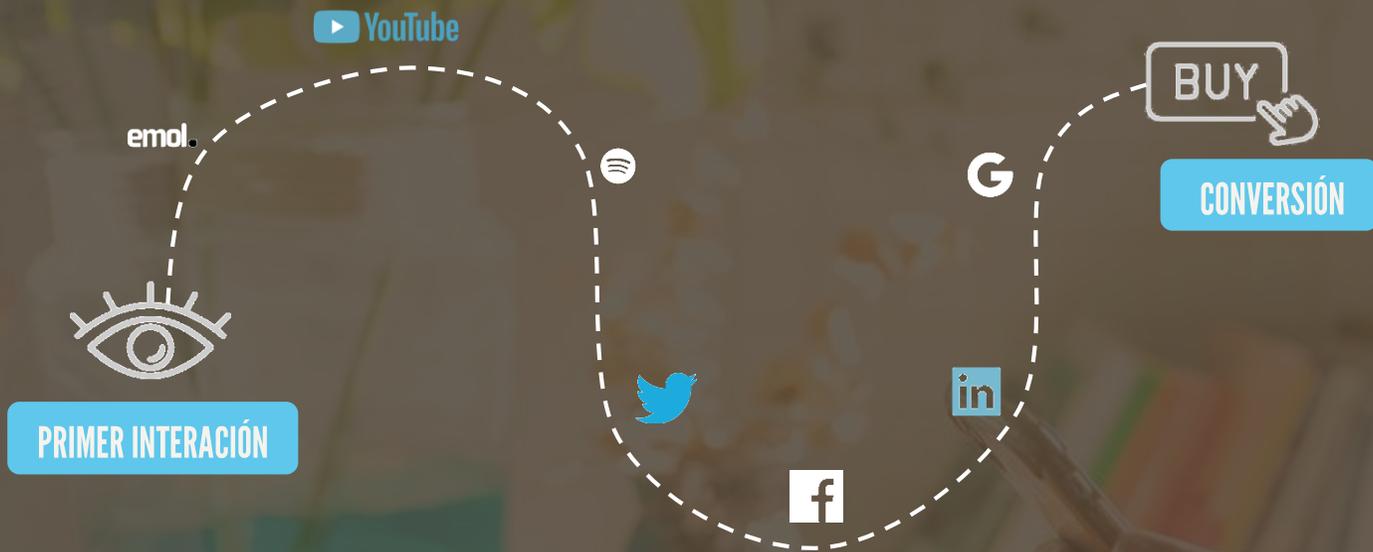
REVISIÓN DE PUJAS DIARIAS

RESEARCH DE KW

SEO Y SEM

RRSS Y PROGRAMMATIC

# Optimización, con una visión integral de los medios



COMPLEMENTAR EL  
ANÁLISIS BASADOS EN  
REGLAS CON MODELOS DE  
ATRIBUCIÓN DIGITAL  
BASADOS EN DATA.



**RTV2WEB**



MEDICIÓN 360°

ATRIBUCIÓN MEDIOS DIGITALES

ATRIBUCIÓN MEDIOS OFF LINE

# *4 Recetas para ser una Fire Brand en el Cyber*

---

4

RRSS

---



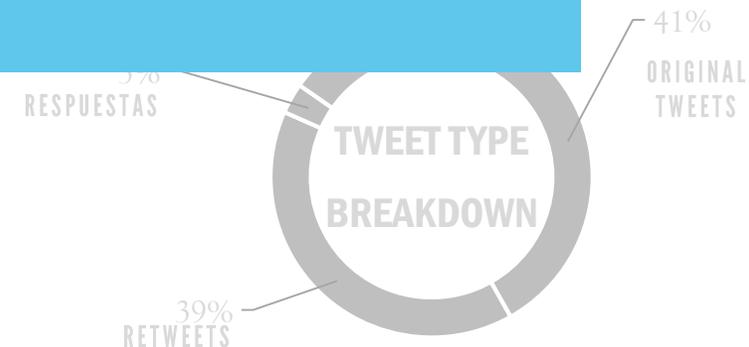
# Sintonizar con los usuarios es clave

nueva versión excelentes precios errores de precio

REALIZAR UN MONITOREO CONSTANTE DEL ESCUCHA SOCIAL ES VITAL DURANTE EL CYBER, PORQUE PERMITE SINTONIZAR CON NUESTROS USUARIOS: FRENAR CONFLICTOS Y SACAR INSIGHTS, EN RESUMEN SER MARCAS MÁS EMPÁTICAS

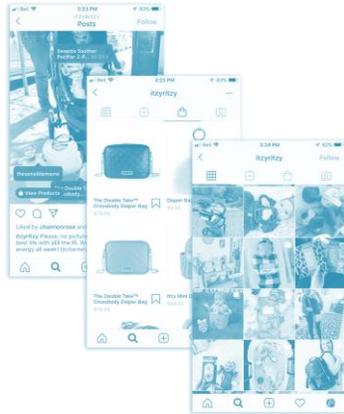
5000  
4000  
3000  
2000  
1000  
0

El peak de comentarios se registra entre la noche del domingo 1 y las primeras horas del Lunes 2 de Noviembre, en el comienzo de este nuevo CyberDay 2020. En tanto, los comentarios, son en su mayoría sobre reclamos o quejas de los precios publicados; mucho usuarios comentan sobre precios inflados en la previa de este CyberDay para luego generar estas “ofertas mentirosas”. Además de denunciar que compras no llegan. Dentro de los tweets más compartidos, gran parte de ellos son en tono de denuncia y etiquetando a las marcas que denuncian.

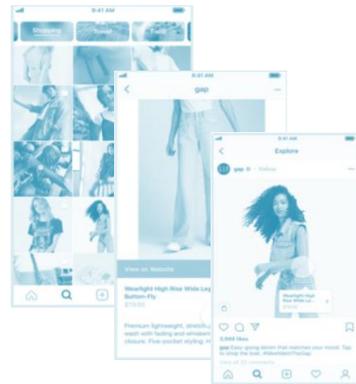


# RRSS, el fenómeno del “Shoppable”

Hoy existe un gran desafío de las marcas de facilitar la compra:



TIENDAS DE FACEBOOK



INSTAGRAM SHOPPING



WHATSAPP BUSINESS



YOUTUBE VISUAL SEARCH



TIKTOK

**LAS RRSS REFUERZAN LA COMPRA DESDE LA RECOMENDACIÓN**

EN CONCLUSIÓN...

**LA CULTURA**

**LA AUDIENCIA**

**LOS MEDIOS**

**LAS RRSS**

**NOS PERMITERÁ SER UNA FIRE BRAND!!!**

*Gracias*

*Initiative*