



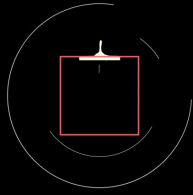
CX LIVE EXPERIENCES

DE FÍSICO A DIGITAL EN TIEMPO REAL

Índice

1. CX Live Experiences – **De Físico a Digital en Tiempo Real**
2. Características de CX Live
 - a. Cobertura tiempo real (modelo)
 - b. Interacción inmediata
 - c. Contenido multiformato
 - d. Monitoreo de RRSS
3. ¿Por qué CX Live?
 - a. Amplificar audiencia
 - b. Participación activa
 - c. Generación de contenido de valor
 - d. Medición del impacto
4. CX Live Moments

CX LIVE



Basado en nuestro pensamiento de **CX Agency, CXLive** es un modelo que busca **conectar en simultáneo** y de manera colectiva las emociones de las personas con eventos o experiencias, sin importar dónde estén.

RIGHT TIME

PROGRAMADO

ESTÁ PASANDO O VA PASAR

MOMENTOS
PLANEADOS

CONTENIDO
PREDICHO

CONTENIDO
PROACTIVO

CXLive

EXPERIENCES

REAL TIME

CIRCUNSTANCIAL

YA PASÓ

MOMENTOS
IDENTIFICADOS

CONTENIDO
REACTIVO

Características de **CX Live**



a. Modelo de Cobertura en Tiempo Real

1. Monitoreo e Insumos desde la Data (Intelligence)
2. Planificación de contenidos por pilares o KPIs (Planning)
3. Generación de contenidos creativos en tiempo real (Content)
4. Implementación/posteo (Engagement)

b. Interacción inmediata

La transmisión en tiempo real ofrece la oportunidad de interactuar con la audiencia en vivo. Esto puede incluir responder preguntas, encuestas en tiempo real y comentarios en vivo, lo que aumenta la participación y el engagement.

c. Contenido multiformato

La cobertura en tiempo real puede incluir diversos tipos de contenido, como videos, imágenes, transmisiones en vivo y actualizaciones de texto. Esto se adapta a las preferencias de consumo de una audiencia diversa.

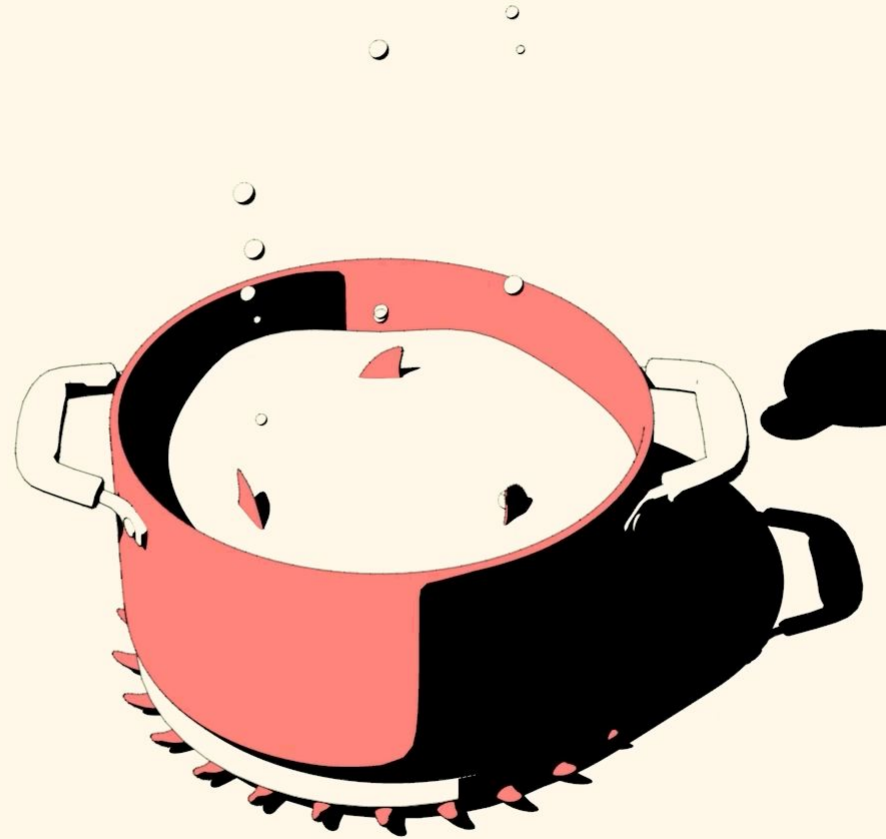
d. Monitoreo de RRSS

A medida que transcurre el evento y se van generando contenidos, nuestro equipo de Intelligence realiza un constante monitoreo que nos permite seguir identificando oportunidades o tomar decisiones frente a los contenidos ya posteados.



"Cuanto más te involucras con los clientes, más claro se vuelve todo y más fácil es determinar lo que deberías estar haciendo."

-Jeff Bezos



POR QUÉ CXLive



**1. Participación
activa**



2. Medición



**3. Amplificación
audiencia**



**4. Generación de
contenido de valor**



1. Participación Activa



Facilita la interacción instantánea con encuestas, comentarios y preguntas en tiempo real. Esto ayuda a mantener a los consumidores interesados y activos en el evento.

Aumento de la Conversión: Cuando le damos a los consumidores lo que están buscando en el momento adecuado logramos aumentar la conversación alrededor de la marca

Crea una comunidad online, un ambiente colaborativo y emocionante.

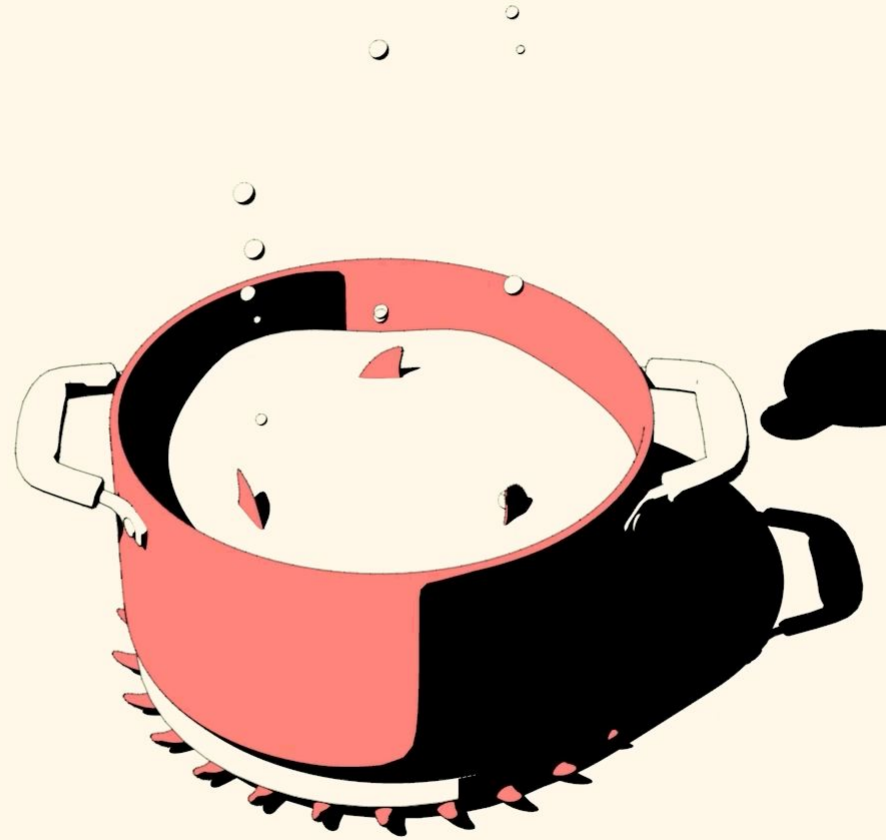


Reproducir Video



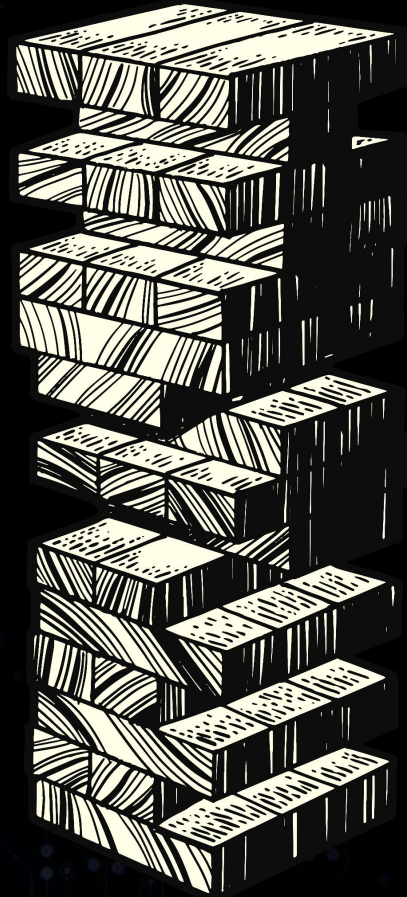
**"La participación
activa de los
consumidores es el
latido del corazón de
una comunidad
próspera"**

Jay Baer



2. Medición

- **Insights inmediatos** sobre la reacción y la participación de la audiencia durante el evento.
- Nos permite medir la eficacia del mensaje y ajusta la estrategia en tiempo real.
 - **Utiliza los datos en tiempo real** para hacer ajustes sobre la marcha.
- Podemos cambiar la dirección de la transmisión en directo o adaptar la participación según los patrones de audiencia.
- Evaluación de KPIs:
 - Medimos métricas como el alcance, la interacción y la retención de la audiencia.
 - Podemos evaluar el rendimiento del evento y poner objetivos más detallados y precisos



CONMEBOL LIBERTADORES BRIDGESTONE

61:22 LANÚS 3 2 RIVER PLATE

FOX SPORTS 1

VIVO

▶ Reproducir Video

"Las personas no solo quieren consumir contenido; quieren participar en el tipo de contenido que les interesa"

Sheryl Sandberg
(COO of Facebook)



3. Amplificación Audiencia



Acceso Universal: La cobertura en tiempo real a través de plataformas digitales permite que el evento sea accesible para personas de todo el mundo. Esto elimina las barreras geográficas y amplía el alcance de la audiencia a nivel global.

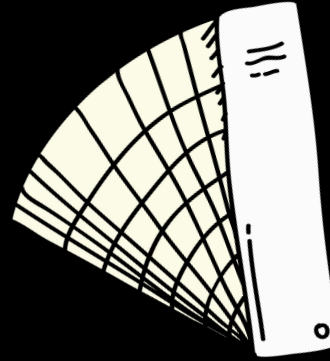
Amplificación Social: El CX Live impulsa la interacción del contenido en las redes sociales. Los espectadores pueden compartir momentos destacados, comentarios y enlaces al evento en sus redes, lo que amplifica aún más el alcance y la visibilidad.



Reproducir Video



4. Generación de contenido de Valor



Cuando los consumidores reciben contenido personalizado y valioso son más propensos a realizar compras, suscribirse o tomar medidas deseadas.

Contenido más relevante: CX Live nos permite crear contenido relevante ya que capturamos y analizamos los datos en tiempo real. Por esto podemos adaptar el contenido a las necesidades e intereses cambiantes de los consumidores en el momento exacto en que lo desean.

Mayor conexión emocional: Entendemos las emociones de los consumidores en el momento exacto, esto nos permite crear contenido que resuena profundamente con ellos. Esto fortalece la conexión entre la marca y el consumidor.

#LaMagiaDeCreer

TENNER

#LaMagiaDeCreer

MAGIA

CONTEXTO

Tras el partido Inaugural del Mundial Qatar 2022 y luego de anotar dos goles para darle la victoria a La TRI, Enner Valencia fue elegido como MVP y se convirtió en tendencia en las redes sociales

PROBLEMA

¿Y cómo ser partícipes de esta tendencia, y relevantes en tiempo real, si además por regulación no podíamos usar su nombre?

LA SOLUCIÓN

Con un listening activo en Real Time, encontramos el momento más alto de la tendencia, y justo ahí lanzamos un disparo al arco, una pieza digital sencilla, pero inspiradora, que jugaba con el nombre del héroe de forma inteligente y perceptible para demostrarle a los fans lo que se necesitaba para ganar.



JCDcaux

PARA GANAR
HAY QUETENNER
F EFIFA WORLD CUP
Qat_ar2022

RESULTADOS

EL GRITO DE GOL FUE TAN FUERTE
QUE HIZO QUE NUESTRO POST OBTUVIERA

+600

INTERACCIONES ORGÁNICAS

ENGAGEMENT
RATE RÉCORD DE **5%**

PERO ADEMÁS, MARCÓ UN HITO
CONVIÉNDOSE EN UNA PIEZA
TRANSMEDIA PUBLICÁNDOSE EN:

27 MUPIES**11 PANTALLAS**

EN GUAYAQUIL

18 PANTALLAS

EN QUITO

IMPACTANDO UN PROMEDIO DE

180.5K

PERSONAS DIARIAMENTE

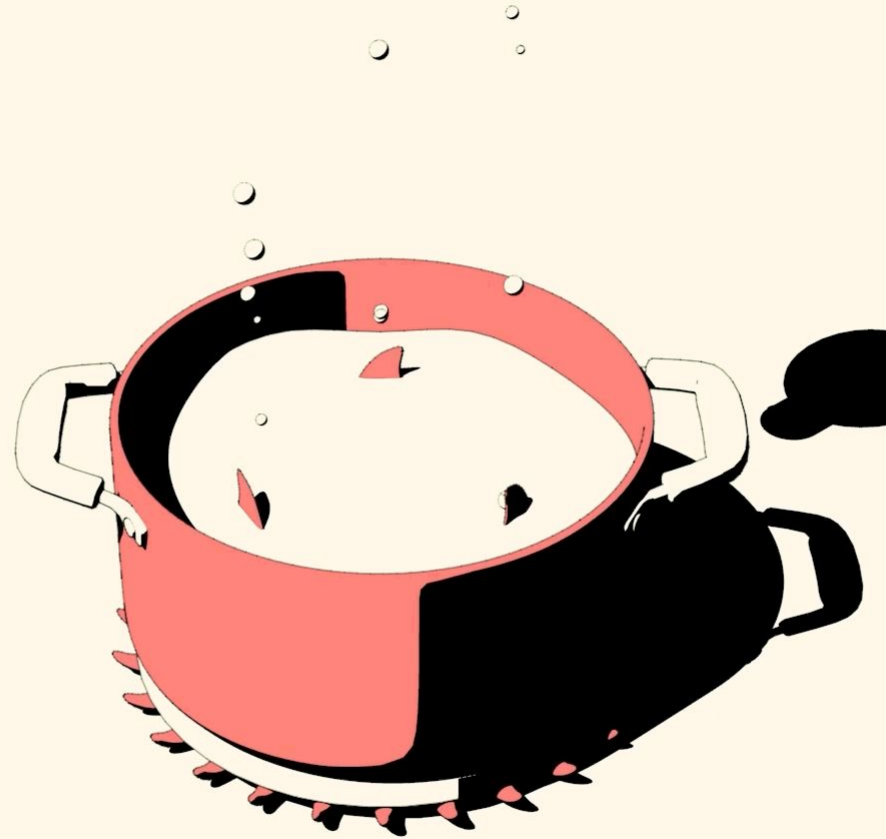
FIFA WORLD CUP QATAR 2022



[Reproducir Video](#)

"Tu contenido debe centrarse más en las necesidades de tu audiencia que en las necesidades de tu producto."

-Kristina Halvorson



CX LIVE MOMENTS

LIVE COVERAGE

COVERAGE



TROPHY TOUR



CONTEXTO

El contexto socioeconómico actual restaba un poco de interés e incluso rechazo al Mundial de Fútbol Qatar 2022, asimismo Coca-Cola, Patrocinador Oficial del evento, llegaba con su ya reconocido FIFA World Cup Trophy Tour. La incertidumbre por no generar suficiente impacto y afluencia de público a los distintos eventos se convirtió en un temor real.



LA SOLUCIÓN

Coca-Cola decidió enfrentar este cambio de paradigma y reimaginar su famoso FIFA World Cup Trophy Tour. Esta vez, el propósito debía ser diferente: revitalizar la conexión con los fanáticos del deporte más lindo del mundo, despertando la magia adormecida en sus corazones. A través de una experiencia presencial y amplificación digital; contamos con acciones que transmitieron el momento, brindando una experiencia en Real Time a los asistentes virtuales.

RESULTADOS

Los resultados de la experiencia del FIFA World Cup Trophy Tour by Coca-Cola rebasaron todas las estimaciones y metas esperadas, tanto en la asistencia a los eventos como en la interacción y amplificación digital:

+64K
asistentes

superando en un
233%

la asistencia del Mundial pasado

1,358M

de usuarios alcanzados
en medios digitales
superando en un

607%

el alcance logrado
durante el 2018

OBJETIVO

Buscando reconectar a los fanáticos del fútbol con su pasión, definimos los siguientes objetivos:

- Incrementar la asistencia diaria al FIFA World Cup Trophy Tour by Coca-Cola +65%
- Tener una asistencia física de al menos 2 mil personas por día al evento en cada país.
- Amplificar digitalmente el alcance a 20 mil personas por cada día.



Reproducir Video

CULTURAL TRENDS

LIKED?



WOM



REAL TIME - ONLINE

OPORTUNIDAD:
Lanzamiento Sesión
BZR - Residente

ER: 8,31%
Reach: 21.271

GLOBAL/LOCAL EVENTS

EVENTS



CORPORATE
PURPOSE
DATA-BASED CAMPAIGN

CLIENTE
Bankia

REGIÓN
SPAIN/
IBERIA

CONCEPTO
MERCADO DE
VALORES
HUMANOS

MEJOR USO
CREATIVO
DE DATOS

OJO DE
IBEROAMERICA
(Bronce)

INTERNET ADVERTISING
BUREAU IAB
(Plata)



“ES HORA DE
PRESTAR ATENCIÓN
a lo que
**VERDADERAMENTE
IMPORTA.”**

Bankia - Mercado de Valores Humanos

- Concepto y ejecución de la idea creativa.
- Análisis de datos como inspirador de creatividad.
- Producción audiovisual.
- Contenido Always On.
- Monitoreo en línea.



CRISIS MANAGEMENT





◦ **RETO** ◦

Recuperar la confianza de los colombianos que continuamente se quejan de WOM a través de las redes sociales.



◦ **SOLUCIÓN** ◦

Cambiamos la forma en que le respondemos a los clientes.

A través de un contenido digital en formato "ROAST", 3 comediantes fueron la voz de los usuarios manifestando sus quejas más frecuentes a un representante de WOM, respondiendo con argumentos en un espacio sin filtros y entretenido para nuestras audiencias.



Ponerle la cara a los usuarios nunca fue tan divertido.

prnoticias.com TotalMedios



ENGAGEMENT RATE



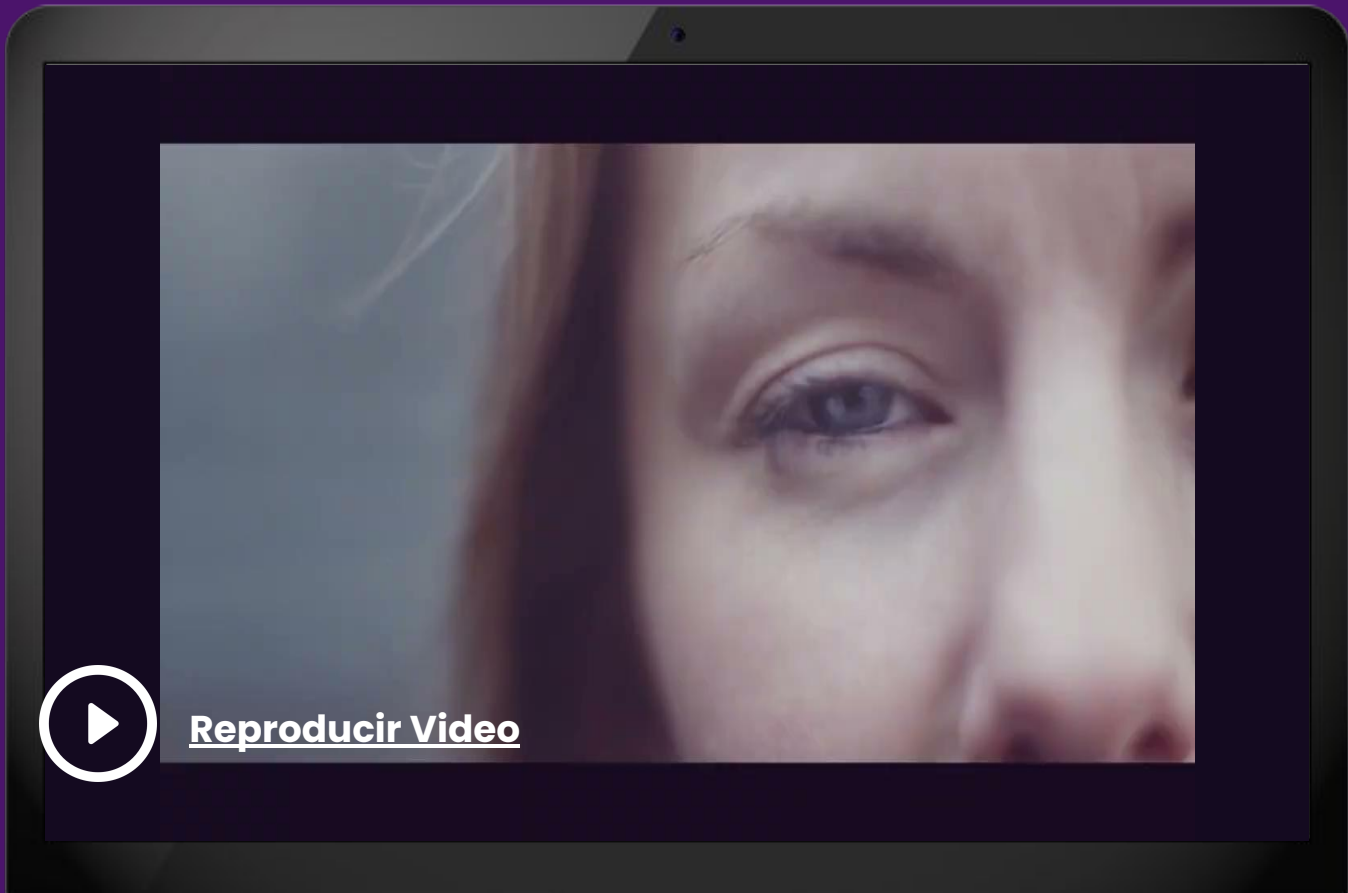
ENGAGEMENT RATE



DE VIEWS



INTERACCIONES



The image features two hands wearing orange, textured work gloves, reaching towards each other from the left and right sides. The background is dark with a fiery, orange-red glow, suggesting a high-temperature or industrial environment. The word "Gracias" is centered in a large, white, sans-serif font.

Gracias