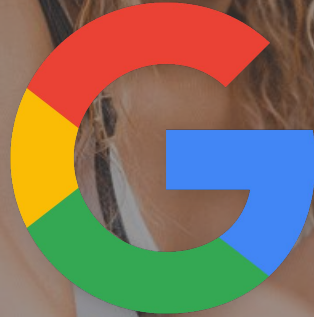




Segmentación desde la intención

Google Audiences



¿Cómo capturar la atención de un consumidor hoy?

¿Cómo hacerle llegar el mensaje correcto?

¿Cómo medir los resultados?

¿Cómo dejamos de hacer
Marketing para el
**promedio de los
consumidores?**



¿Sabías que usar sólo
datos demográficos es
perder más del **70%** de
compradores potenciales
en mobile?



¿Qué pasa si segmentamos de la manera tradicional, pensando sólo en demografía?

¿Qué pasaría
si aplicamos esta
**segmentación
demográfica?**

- Hombre Anglosajón
- 65-70 años
- Nacido en Inglaterra
- Casado, divorciado, se ha vuelto a casar
- NSE: AB



Príncipe de la Oscuridad



Príncipe de Gales



Usuarios con
la misma Demografía
tienen **intereses muy
distintos.**

COVER

Proprietary + Confidential



Los **paradigmas están cambiando** en el mundo

Género

Edad

Geografía

Si pensamos en el consumidor promedio

El deporte
es para **hombres**

Los videojuegos
son para **niños**

Las **mujeres**
son amas de casa

Los compradores
de auto son **hombres**

Nos estamos perdiendo gran parte de la audiencia

+60%

De quienes compran artículos deportivos en mobile son **mujeres**

+45%

De los que buscan videojuegos son **mayores de 35**

+40%

De las búsquedas de productos para el hogar son realizadas por **hombres**

+60%

De las búsquedas de autos en mobile son realizadas por **mujeres**

A pesar de esto,
seguimos
segmentando a
nuestros
consumidores en base
a su demografía



90%

De las campañas de TV
son seteadas en base a
demográficos.



63%

De las campañas en
Digital son todavía
basadas en aspectos
demográficos

A skateboarder is captured mid-air, performing a backflip over a curved ramp at a skate park. The skateboarder is wearing a light-colored patterned shirt, dark shorts, a black helmet, and knee pads. The background shows a city skyline under a warm, orange-hued sunset sky. A black metal fence runs along the top of the skate park's bowl.

La **Tecnología** nos permite utilizar
más data, entender la **intención**



La intención es la nueva forma de segmentar basándote en data,
La intención puede ser **mucho más poderosa** para la segmentación de tus campañas

¿Cómo podemos determinar la Intención?

Las interacciones en nuestras plataformas proporcionan información valiosa sobre el **comportamiento** y la **intención** del consumidor.



Buscó hoteles en Nueva York en **Google App**



Usó **Google Maps** para encontrar la ubicación de Hotel



Miro vídeos en **YouTube** sobre las mejores actividades para hacer durante el invierno en Nueva York



Ingresa a **sitios** para comparar precios de hoteles



Identificación

Comprende quiénes son las personas

8 propiedades con más de Mil Millones de usuarios, ayudando a tu marca a llegar a los usuarios mientras se mueven entre dispositivos

Intención

...y qué quieren

Aproveche las señales ricas en intención de Google Search, Maps y más, con el poder del video en YouTube



Inteligencia

Predecir lo que les resultará más útil

La experiencia de Google en Machine Learning puede ayudar a predecir quién es más probable que interactúe con su marca y, en última instancia, realice una conversión

Pero... ¿Qué es lo que realmente le interesa?

- Ingresa a portales de **cocina casera**
- Lee sitios sobre **productos naturales**
- Lee noticias sobre el **cuidado del medio ambiente**
- Mira tutoriales para preparar **comida saludable con vegetales**
- Descargó una app que permite **saber qué tan saludable es un alimento**



Conociendo la **Intención** de nuestros consumidores podemos llegar a ellos con un anuncio más relevante (qué hace vs quién es)



Las campañas
que usan audiencias
basadas en la
intención tienen más
impacto en métricas
de marca

que las campañas
que solo usan datos
demográficos.



20%
+ Ad Recall
Lift



50%
+ Brand
Awareness
Lift

Google Brand Lift Targeting Analysis, octubre 2016 a marzo 2017, Los números globales y de smartphones mostrados, representan una diferencia relativa entre el crecimiento del target por intención y las campañas con target demográfico. Por ejemplo, el primero tuvo un incremento de 1.5X en brand awareness más que el último.

Por qué **la intención** y la **declaración** tienen otro valor?

A alguien le puede gustar mucho un **Lamborghini**...



Google

Qué significa capturar **la intención** de los usuarios?

	auto familiar	
	auto familiar	
	auto familiar económico	
	auto familiar recomendado	
	auto familiar más seguro	

Google puede encontrar a quienes realmente buscan comprar



La **intención** es más poderosa para...

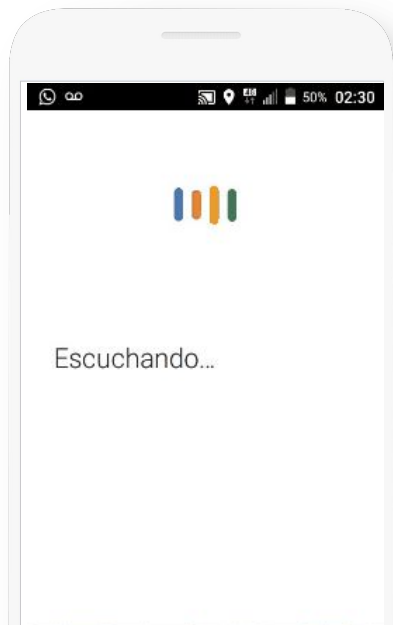
Encontrar al **CONSUMIDOR**
correcto



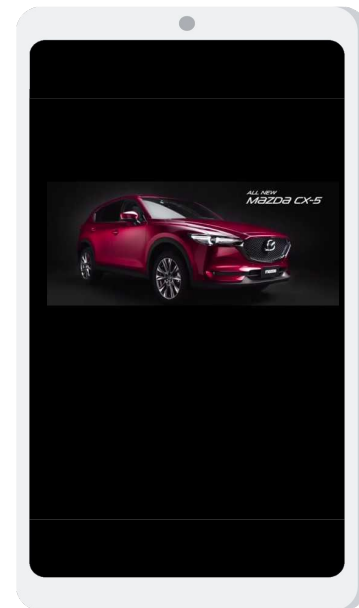
- Hombre de 25 a 34 años
- Visita sitios de automóviles
- Miró reviews de autos
- Buscó nuevos modelos de autos



En el **MOMENTO**
indicado



Con un **MENSAJE**
relevante



3x más

atención a los anuncios que
eran "relevantes para mí" en
comparación con el promedio

Source: Google/Ipsos, Video Mobile Diary, US, 2017, n of 4,381 (saw ads occasions).

Google  YouTube



Captura la atención de tu audiencia más valiosa con el poder de los datos y herramientas de Google



Usa tu propia data

Aproveche las herramientas de Google para usar sus propios datos y conocimientos de la audiencia.



Construida por Google

Audiencias creadas por Google para llegar a su audiencia



Audiencias Customizadas

Defina su audiencia con las señales intención de Google

Note: Will not apply to people who've chosen not to see personalized ads

Usa **to propia** data

- ▶ **Fortalece tus conexiones** con tus clientes actuales aprovechando los insights de clientes existentes y conectando las interacciones de los clientes offline con el comportamiento en línea
- ▶ **Construye** nuevas relaciones con personas que han interactuado con tu negocio



Construida por Google

Proprietary + Confidential



Custom Audiences

Ofrece la oportunidad de trascender las definiciones de audiencia estándares de Google y provee las herramientas para controlar cómo definir audiencias customizadas



Captura la atención de tu audiencia más valiosa con el poder de los datos y herramientas de Google



**Usa tu
propia data**



**Construido
por Google**



**Custom
Audiences**

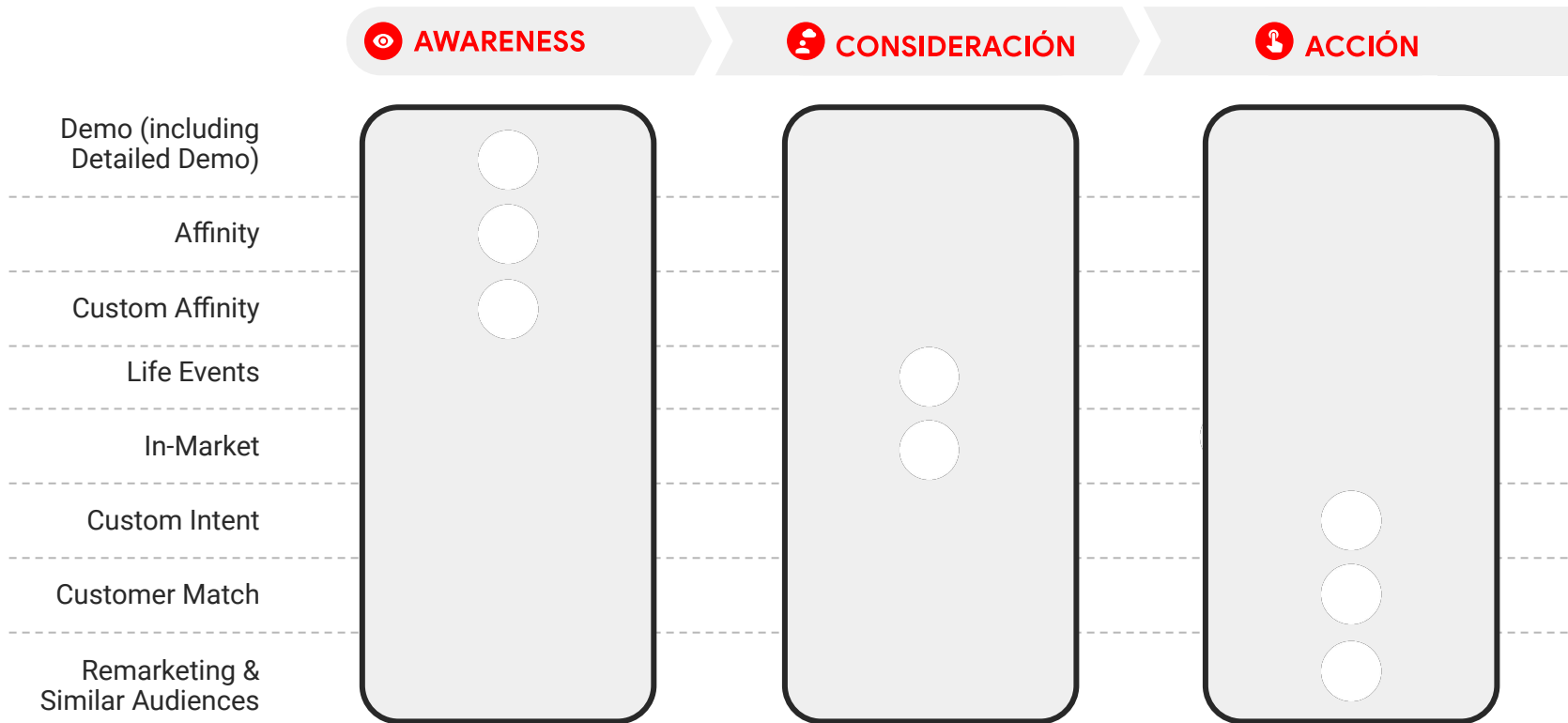
A medida de tus objetivos de marketing

AWARENESS

CONSIDERACIÓN

ACCIÓN

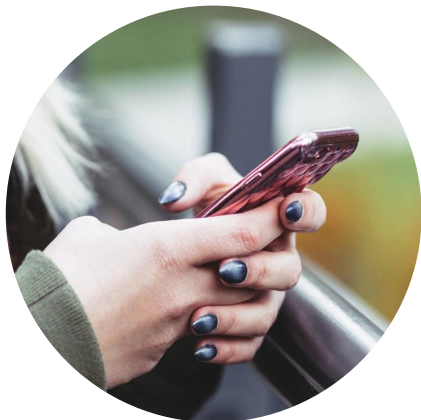
Conectate inteligentemente en cada etapa del funnel



Intereses y Hábitos: **Affinity Audiences**

Usuarios que han demostrado un interés calificado en un tema determinado con señales de las plataformas de Google

Ejemplo:



Leyó tips sobre **crianza**

Visitó sitios de **ropa infantil**

Miró tutoriales de **DIY**

Está online 2 horas por día y visita
contenido de paternidad durante una hora

Family Focused

CONSIDERACIÓN

Intención: In-Market



Juan quiere comprar un cochecito para su bebé pero no sabe qué modelo elegir (Ejemplo segmento **Strollers & Baby Carriages**)

Audencias que están buscando activamente productos/servicios y tienen la intención de comprar



CONSIDERACIÓN

Intención: Life Events

Momentos que marcan un cambio importante en la vida.

Jardines de boda

ofertas de trabajo para egresados

apartamentos en renta



6 meses
antes

3 meses
después

6 meses
antes

3 meses
después

6 meses
antes

3 meses
después

Acción: Video

Remarketing Lists

De espectadores a consumidores

Remarketing permite reconectar con aquellos usuarios que han visitado su sitio o que han mostrado interés por el contenido de video de su marca

Encuentre clientes valiosos como:

- Suscriptores del canal
- Visitantes de la página del canal
- Usuarios que comparten videos



Top 10 MOST Subscribed Channels on Youtube

1,401,269 views

35K

2K

SHARE



Nexus

Published on Apr 22, 2017

SUBSCRIBE 1.8M

Top 10 MOST Subscribed Channels on Youtube

This youtube list is ONLY YOUTUBERS. No music, or company stuff just creators.

Subscribe to never miss a video:

SHOW MORE



Up next



Construye Awareness a escala



Bring your own Data



Built by Google



Custom Audiences

Demo & Detailed Demographics

Affinity

Custom Affinity

Affinity

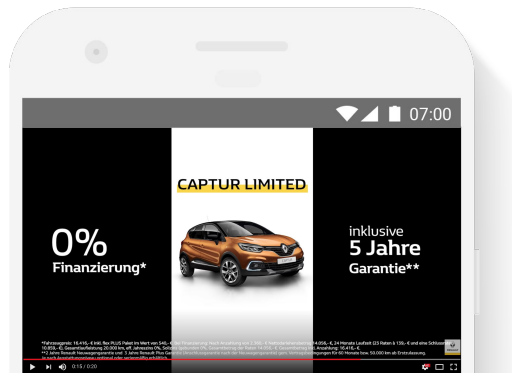


Al aumentar el awareness de un nuevo lanzamiento de SUV, Renault alcanzó a los **Light TV Viewers**, una audiencia muy codiciada y difícil de alcanzar a través de los medios tradicionales.



43%

View Rate at an efficient Cost per View



Conecta con audiencias altamente calificadas **para influir en la consideración**



Bring your own Data



Built by Google



Custom Audiences

Life Events

In-Market

In-Market

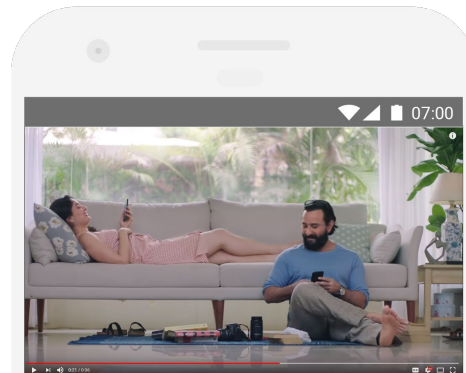


Airbnb alcanzó a usuarios que estaban **In-Market para viajes** durante la etapa de planificación de su consumer journey



522%

lift in Brand Interest
(Airbnb Searches)



Conduce tu audiencia a la **acción**



Bring your
own Data



Built by
Google



Custom
Audiences

Remarketing

Customer Match

Custom Intent

Custom Intent



DODA, una empresa de colocación de empleos, impulsó el registro en línea en YouTube al llegar a las personas que buscan activamente nuevos empleos en Google

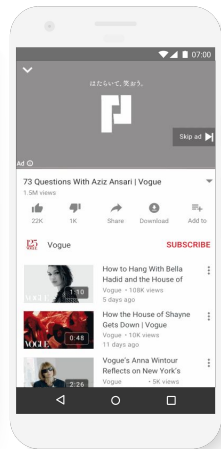


↓ 79%

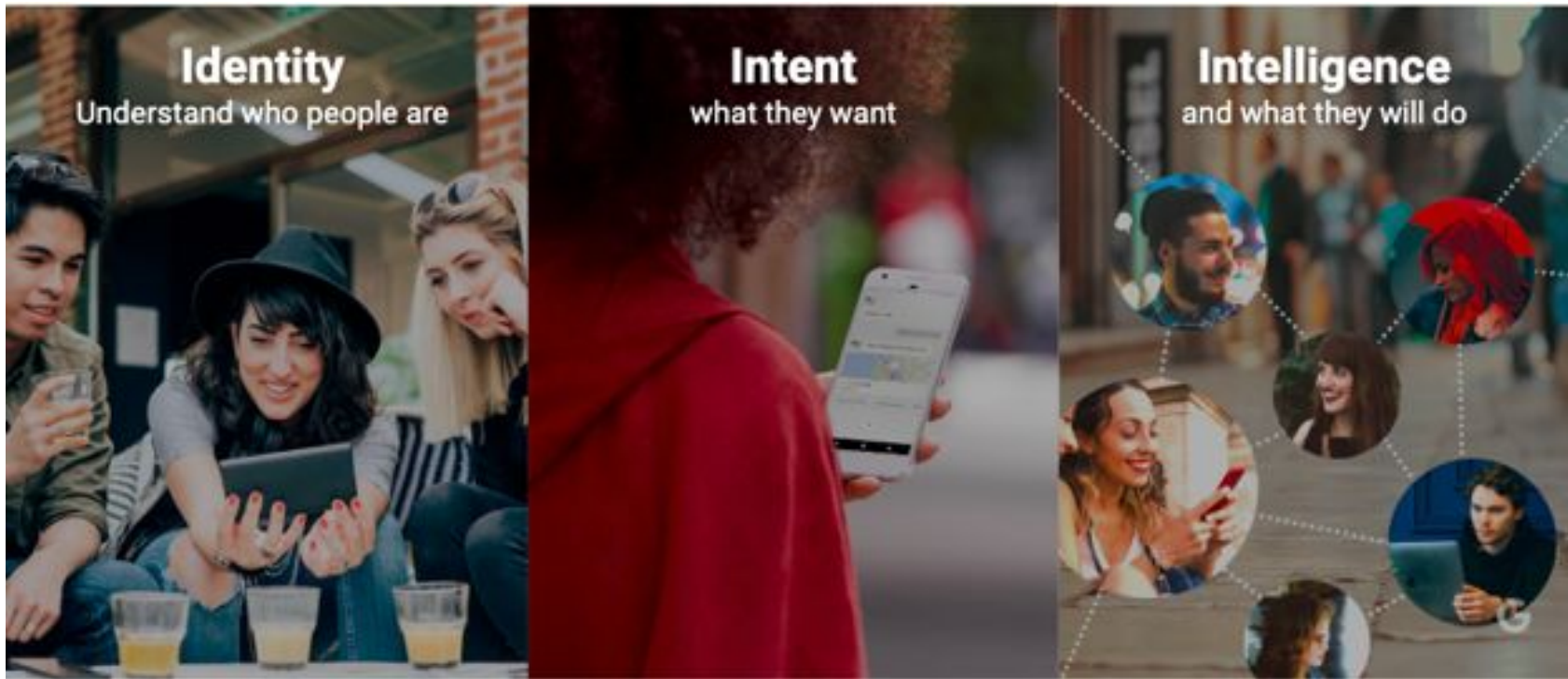
Reduced CPA

↑ 8x

Increased
Conversions



Personalización a escala : **Director Mix**

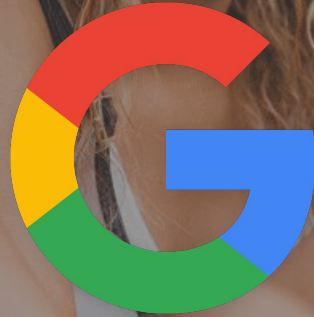




En Resumen

- Coherencia entre el plan de medios y el target audience
- Placement vs Audiencias, incluidas las propias
- De sólo Mass advertising a campañas always on para target más adecuado
- Mensajes personalizados a escala
- Experimentos: de “lo que pienso” a “lo que se”





Segmentación desde la intención

Google Audiences