

Impacto del COVID-19 en la Publicidad Digital



COVID-19

Contagió nuestro trabajo, cambió nuestro comportamiento, generó decrecimiento en la economía e hizo que las empresas re-evalúen todo.

Categorías Ganadoras y Perdedoras por COVID-19

	Ganadoras	Perdedoras
Corto plazo	- Farmacias - Equipamiento Médico - Máquinas de Ejercicio para Casas - Delivery Comida - Equipos de Home Office - Líquidos en base a Alcohol - Vestimenta Casual y Cómoda	- Restaurantes - Estadios de Fútbol y conciertos - Museos - Gimnasios - Parques, Playas, zonas de recreación - Educación Presencial - Dueños y servicios de Propiedades - Vestuario Elegante
Corto y Largo Plazo	- Retail Online - Supermercados Online - Software y Hardware para networking - Servicios de Streaming - Servicios de entretenimiento - Telecomunicaciones - Productos Limpieza - Educación Online	- Cruceros - Servicios Turísticos - Productores y Distribuidores de Gasolina - Servicios de transporte masivo - Retail sin Online - tiendas físicas - Cines

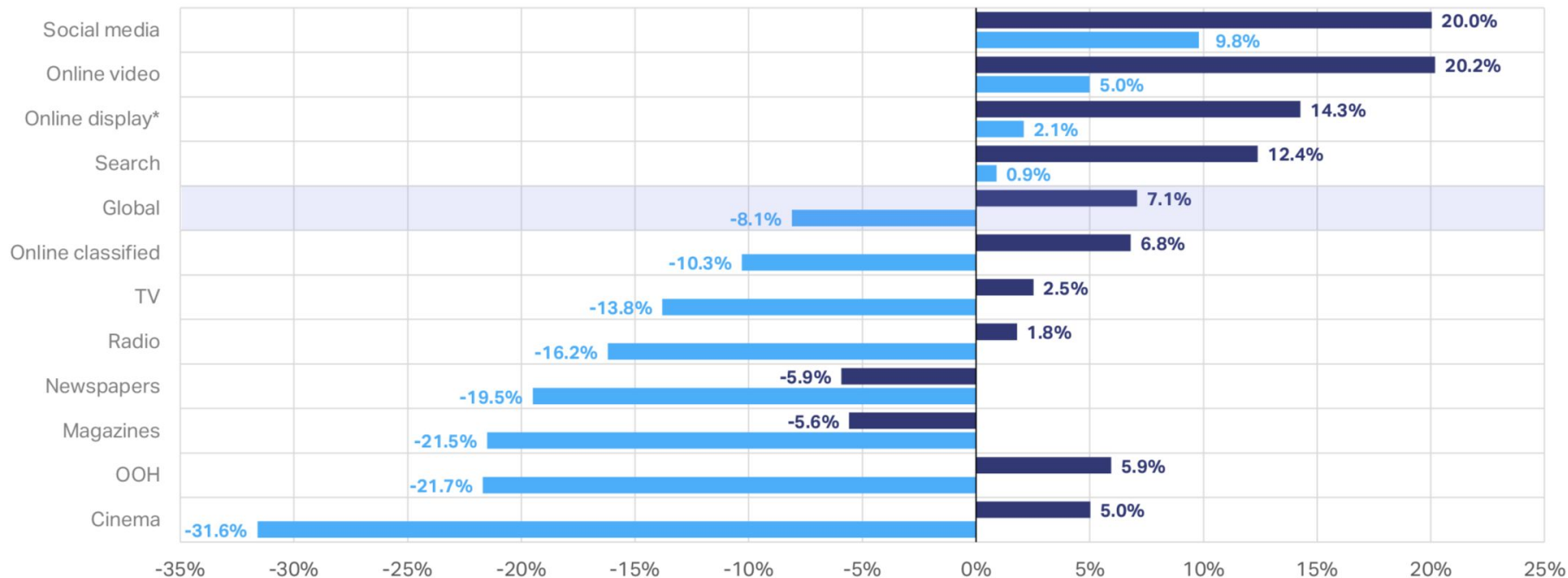
Reevaluar



Tenemos mayor probabilidad
de tomar mejores decisiones
con **Data e Insights** de
Mercado

Variación Proyecciones Inversión Publicitaria Global 2020

■ Pre-outbreak ■ Post-outbreak

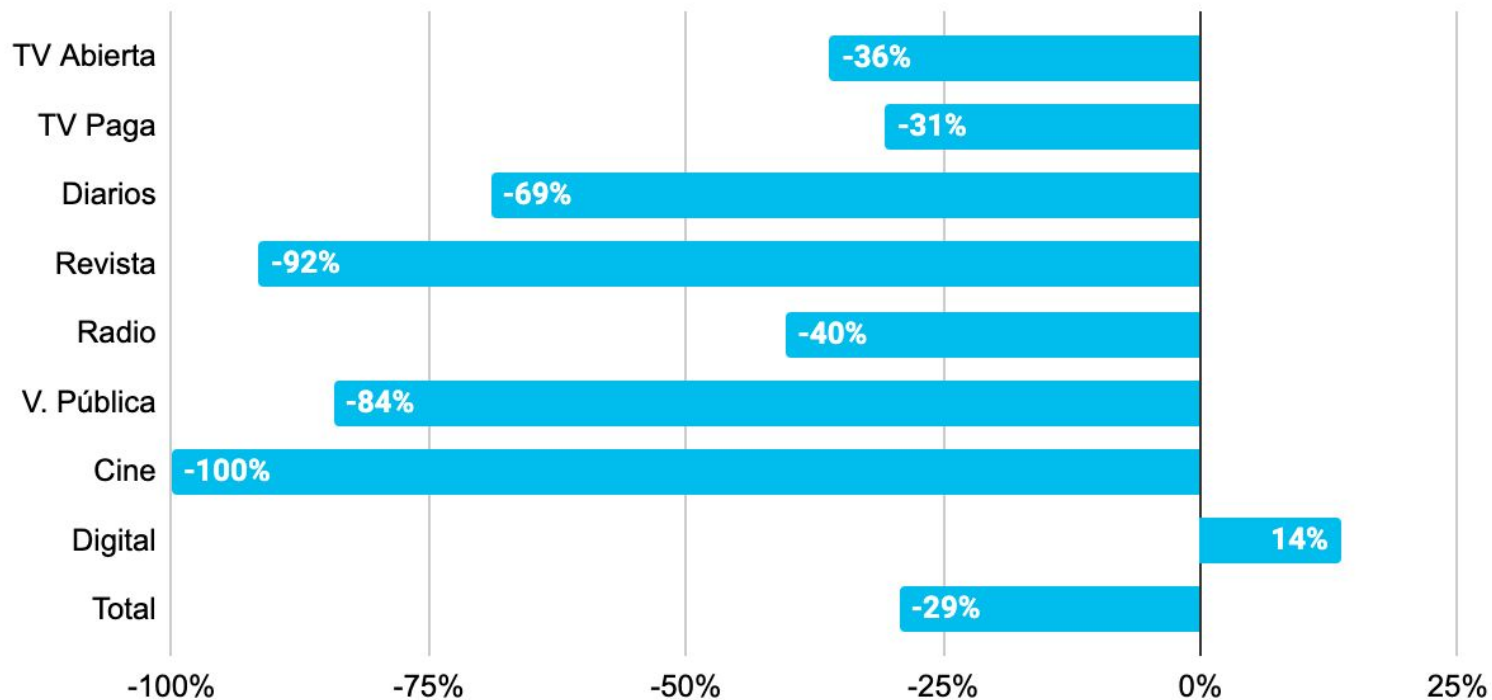


Note: Data are net of discounts, include agency commission and exclude production costs. Online display includes social media and online video.

SOURCE: WARC Data, Adspend Database, International Ad Forecast

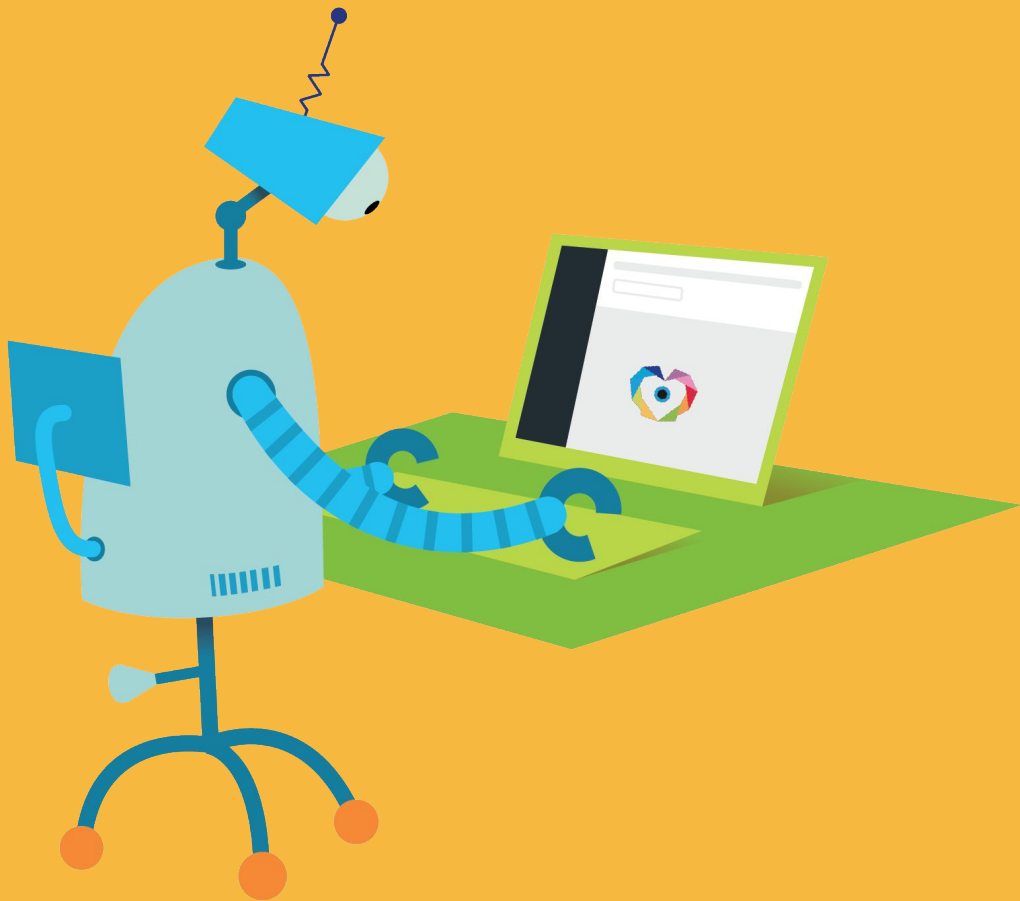
© Copyright WARC 2020. All rights reserved.

Variación Inversión Publicitaria Chile 2019-2020*



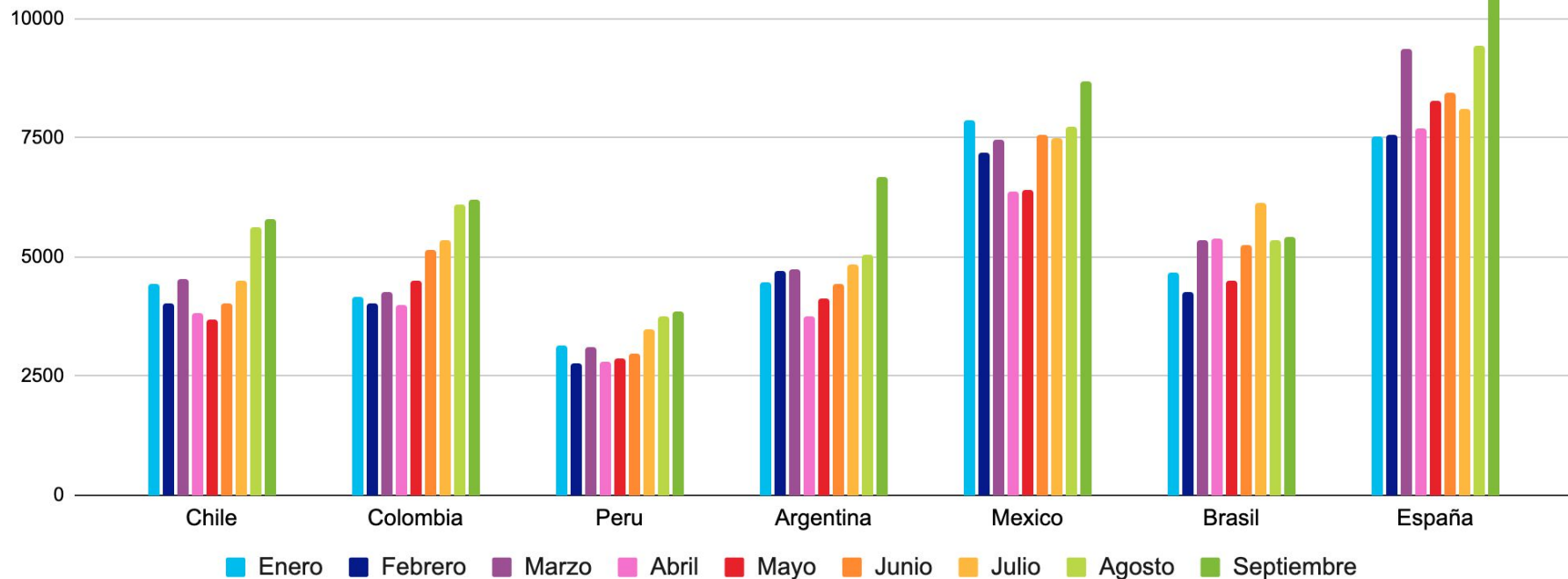
Fuente: AAM

*Variación Enero -> Agosto 2019 vs Enero -> Agosto 2020



¿Qué muestran los
datos?

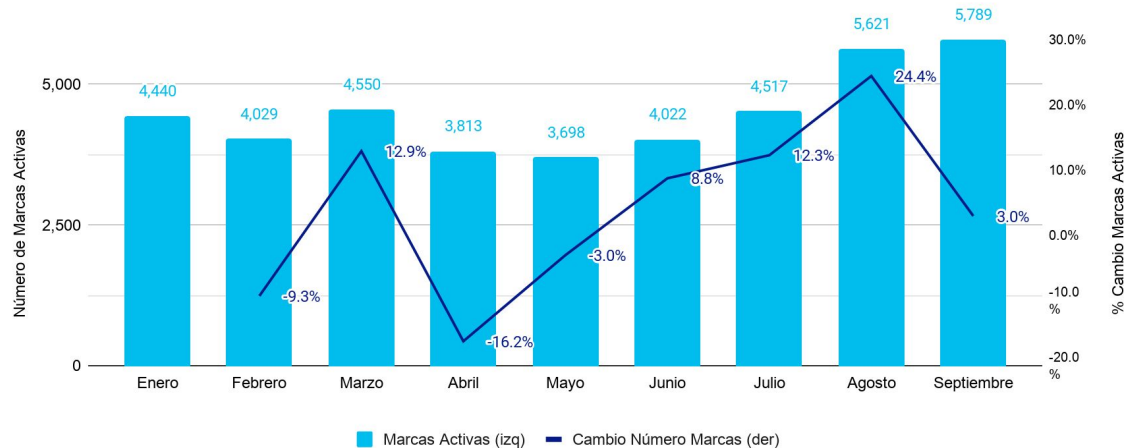
Marcas Haciendo Publicidad Online



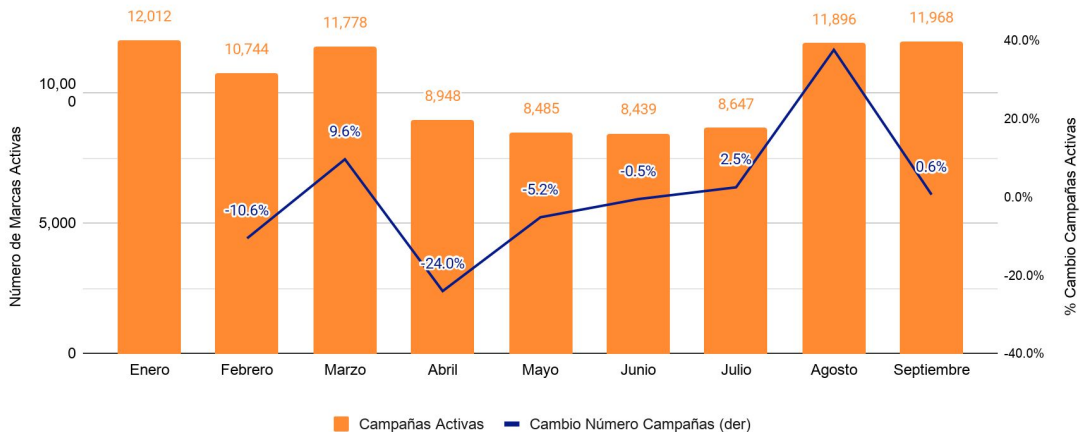
CHILE



Marcas Activas



Campañas Activas



Impression Share Industrias

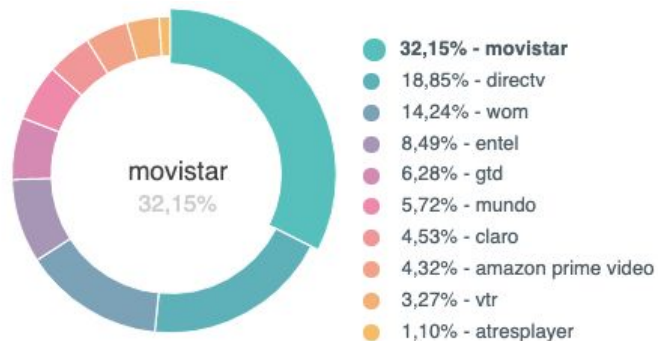
Septiembre 2020

		Variación % Vs Agosto	Variación % Vs Julio
Telecomunicaciones	10,48%	▲ 58%	▲ 62%
Software	8,94%	▲ 67%	▲ 68%
Tiendas Online	6,05%	▲ 2%	▲ 45%
Inversiones	5,02%	▲ 206%	▲ 353%
Automóviles	4,65%	▼ -16%	▼ -14%
Seguros y Previsión	4,65%	▲ 127%	▲ 92%
Retail	4,04%	▲ 94%	▲ 95%
Inmobiliarias	3,60%	▼ -22%	▲ 0%
Medios de Comunicación	3,34%	▼ -2%	▼ -18%
Bancos	2,80%	▲ 67%	▲ 173%
Servicios Financieros	2,50%	▲ 87%	▲ 140%
Supermercados	2,21%	▲ 70%	▲ 96%
Cursos	2,17%	▼ -11%	▼ -61%
Electrónica	1,99%	▲ 330%	▲ 97%
Universidades	1,94%	▲ 26%	▼ -62%
Educación	1,92%	▲ 76%	▼ -45%
Servicios de Empresa	1,91%	▼ -18%	▼ -10%
Consultorías	1,75%	▲ 28%	▲ 82%
Cultura	1,47%	▲ 362%	▲ 195%
Informática	1,38%	▲ 72%	▲ 91%

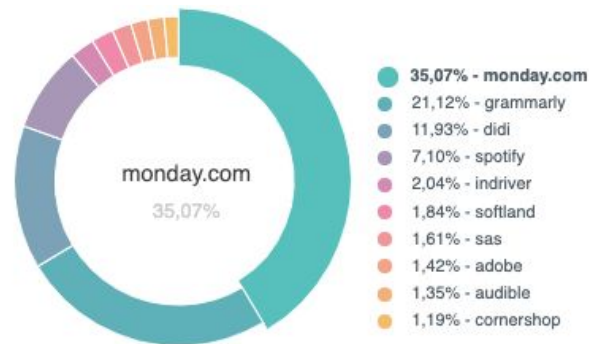
Share Valorización de Marcas

Septiembre 2020

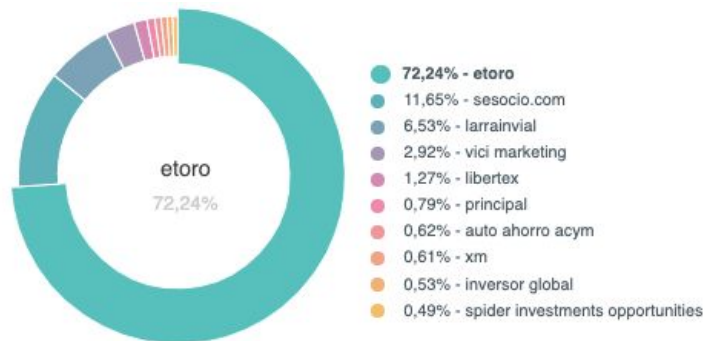
Telecomunicaciones



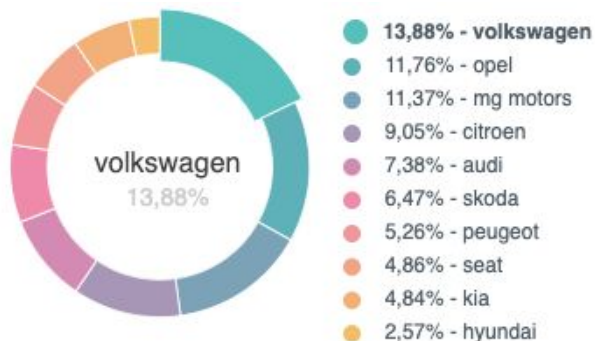
Software



Inversiones



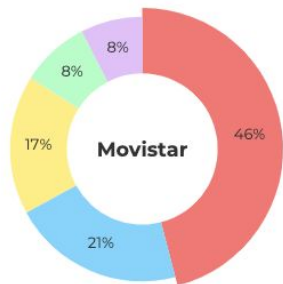
Automóviles



Interacciones

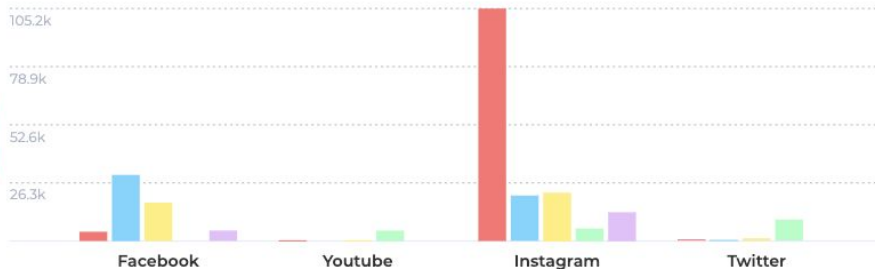
245.493

01 Sep a 30 Sep



8465,3

Promedio Interacciones diarios



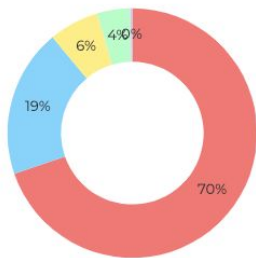
16.731

Interacciones del último día (30 Sep)

● Movistar ● WOM ● Entel ● DirecTV ● Claro

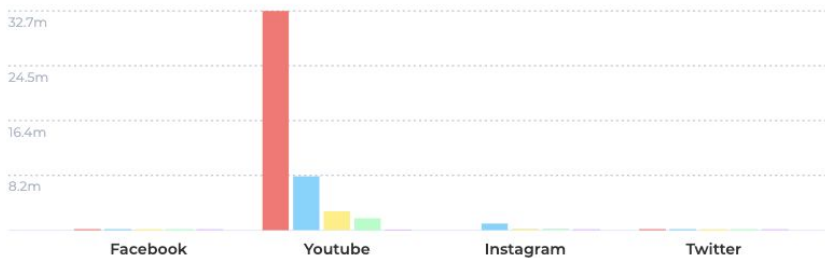
47.038.447

01 Sep a 30 Sep



1.622.015,4

Promedio video views diarios



1.685.530

video views del último día (30 Sep)

● DirecTV ● Movistar ● WOM ● Claro ● Virgin Mobile

Video Views

Entel Chile
septiembre 16 2020 a las 12:31



Días soleados, días lluviosos, días nublados. Hemos vivido las distintas estaciones de este año de maneras...

17.290

Interacciones

Claro Chile
septiembre 27 2020 a las 10:00



CONCURSO ¿Eres un hincha que sabe todo de @laroja? Comenta cuál es el próximo rival de Chile que falta...

10.969

Interacciones

WOM
septiembre 18 2020 a las 10:58



Aro aro aro dijo la Karol Antes de llamar al Tio NANO Porque tenía una paya atora Y se la tenía que sacar Se...

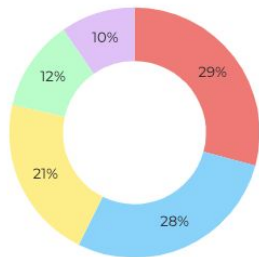
10.890

Interacciones

Interacciones

101.741

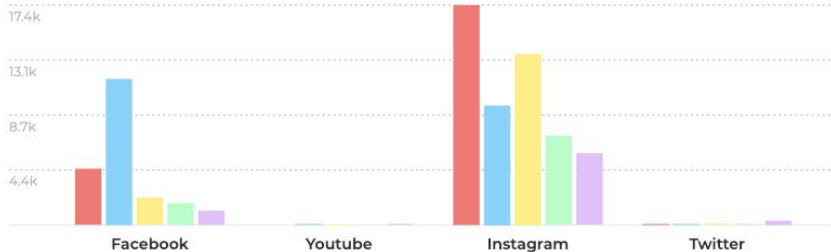
01 Sep a 30 Sep



● Subaru CL ● Mazda CL ● Ford CL ● MG ● Peugeot

3508,3

Promedio Interacciones diarios



2958

Interacciones del último día (30 Sep)

Mazda Chile

septiembre 24 2020 a las 11:11



Disfruta de un buen momento gracias a una cabina más silenciosa. All-New Mazda CX-30, inspirando un...

1763

Interacciones



Subaru Chile

septiembre 12 2020 a las 19:00



Ya falta cada vez menos para volver a las calles con seguridad. Mientras tanto te preguntamos: Si recibieras...

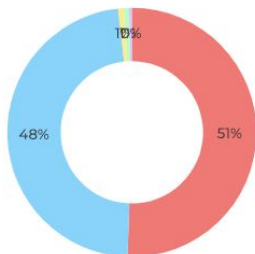
1219

Interacciones

Video Views

1.586.843

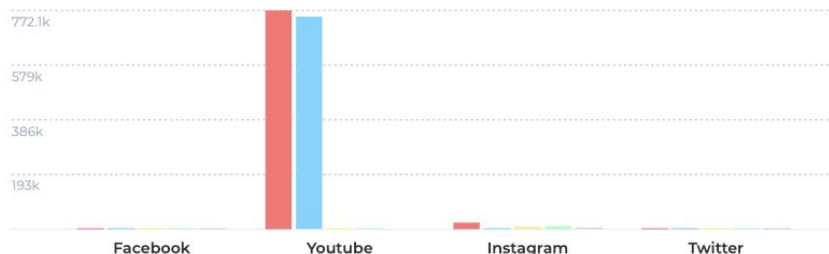
01 Sep a 30 Sep



● Chevrolet CL ● Ford CL ● Toyota CL ● Mazda CL ● Subaru CL

54.718,7

Promedio video views diarios



130.786

video views del último día (30 Sep)

Jeep Chile

septiembre 10 2020 a las 19:39



Cualquier terreno merece un 4x4 listo para explorarlo. #JeepWrangler · Motor 3.6L con transmisión...

1443

Interacciones



Peugeot Chile

septiembre 30 2020 a las 17:30



¿Una conducción más atrevida? ¡Por supuesto! ••Vívelo arriba del New #SUVPeugeot2008. 🚗🔥Versión...

1173

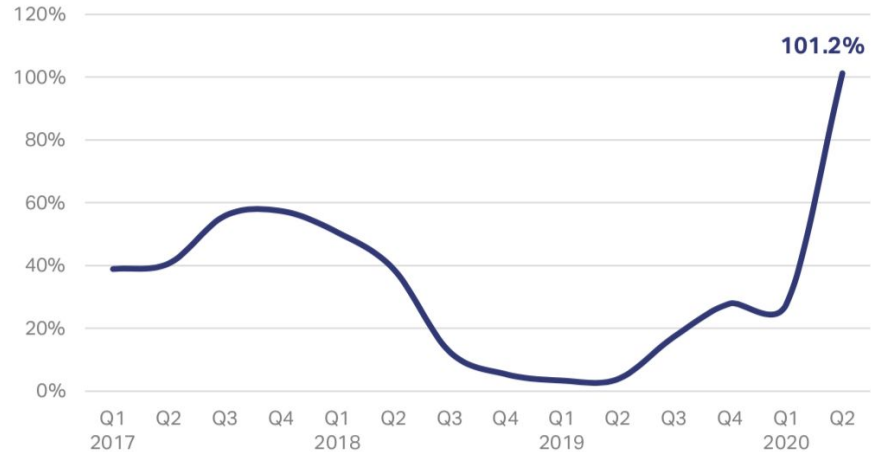
Interacciones



Estrategia Ganadora Corto + Largo Plazo



Crecimiento Anual Artículos Vendidos



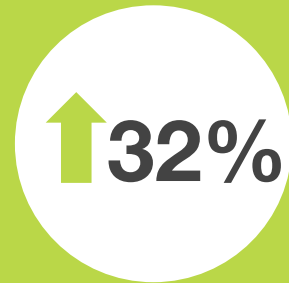
Tendencias Inversión Publicitaria Mundial

Construcción de Marca



AdSpend

E-Commerce



AdSpend

E-Commerce no es tener la posibilidad de vender online



Si no una plataforma que me permite ser más eficiente en generar ventas

Lo que se mide / optimiza → Lo que importa

Impresiones

Clicks

Conversiones

Video Views

App Download

Viewability

Ventas

Brand Equity (Valor de Marca)



Conclusiones

1

Además de re-pensar el Marketing (Promoción) hay que re-pensar los productos, precios y su distribución.

¿Dónde está la necesidad del cliente que puedo satisfacer?

2

Entender que estamos en una recesión mundial y debemos ser más eficientes con menos.

3

A Corto plazo la necesidad de la mayoría de las empresas es recuperar ventas.

4

La Publicidad Digital y en E-commerce es una gran oportunidad para publicitar nuestros productos y generar ventas.

Impacto del COVID-19 en la Publicidad Digital sigue dependiendo de nosotros



Estamos en esto Juntos



¡Muchas Gracias!

Felipe del Sol
CEO & Co-Founder
felipe@admetrics.com

Más tendencias en <https://blog.admetrics.com>