Google

Aprovechando la Vitrina Digital con Google

Gabriel Parra
Strategic Partner Manager - Colombia, Centroamérica y Caribe
Mayo 4, 2016

Confidential + Proprietary

#PublicarDigital

Confidential + Proprietary

Internet

Lo ha transformado

TODO

Confidential + Proprietary

la forma de aprender ayer

Confidential + Proprietary

aprender hoy

Confidential + Proprietary

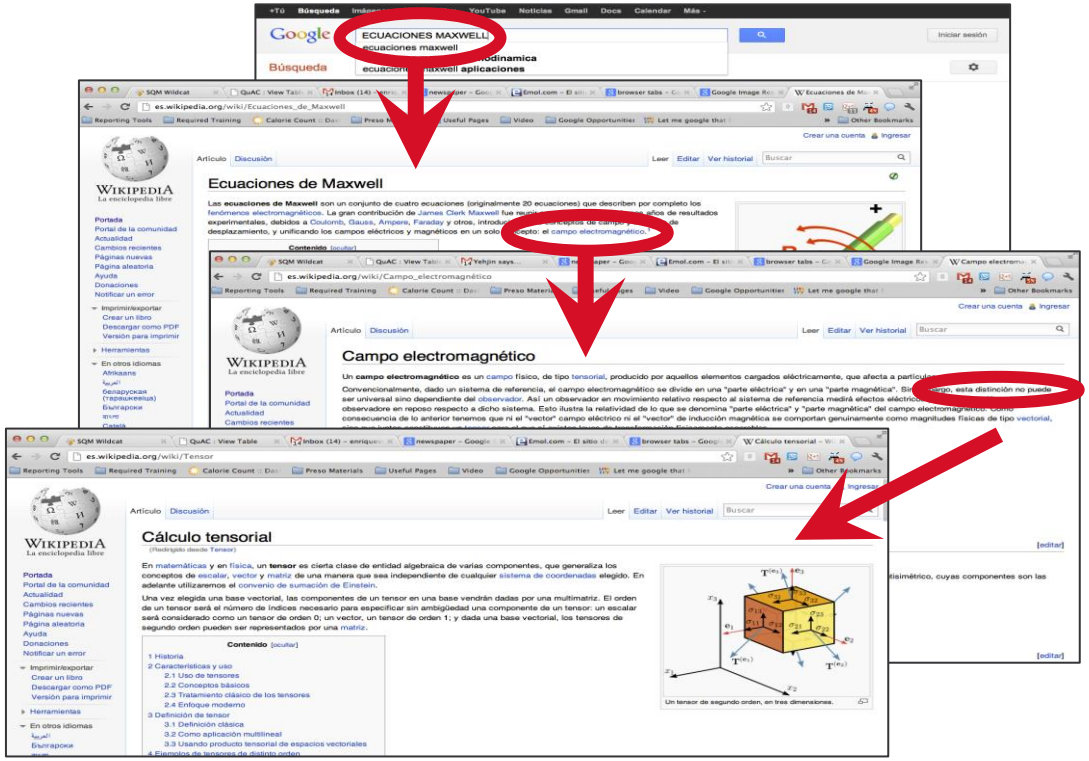
la forma de trabajar

Confidential + Proprietary

incluso la forma de leer ha cambiado

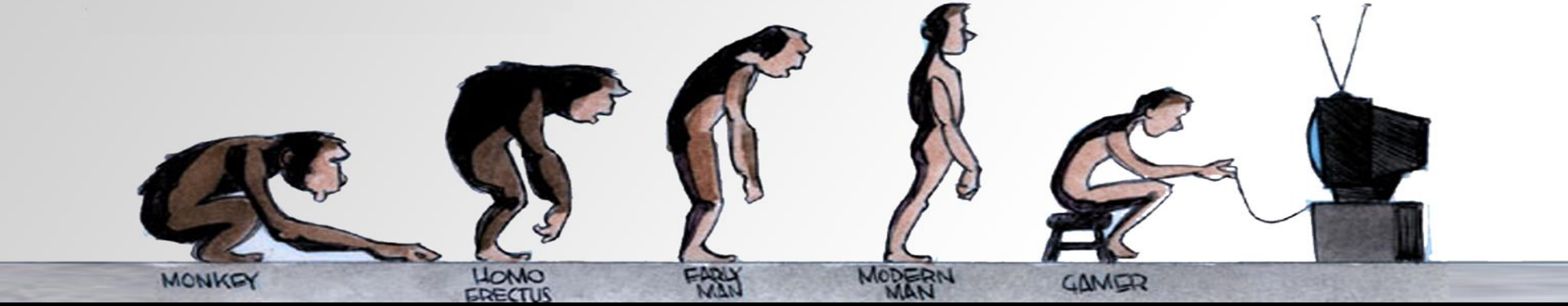
Antes...

Ahora...

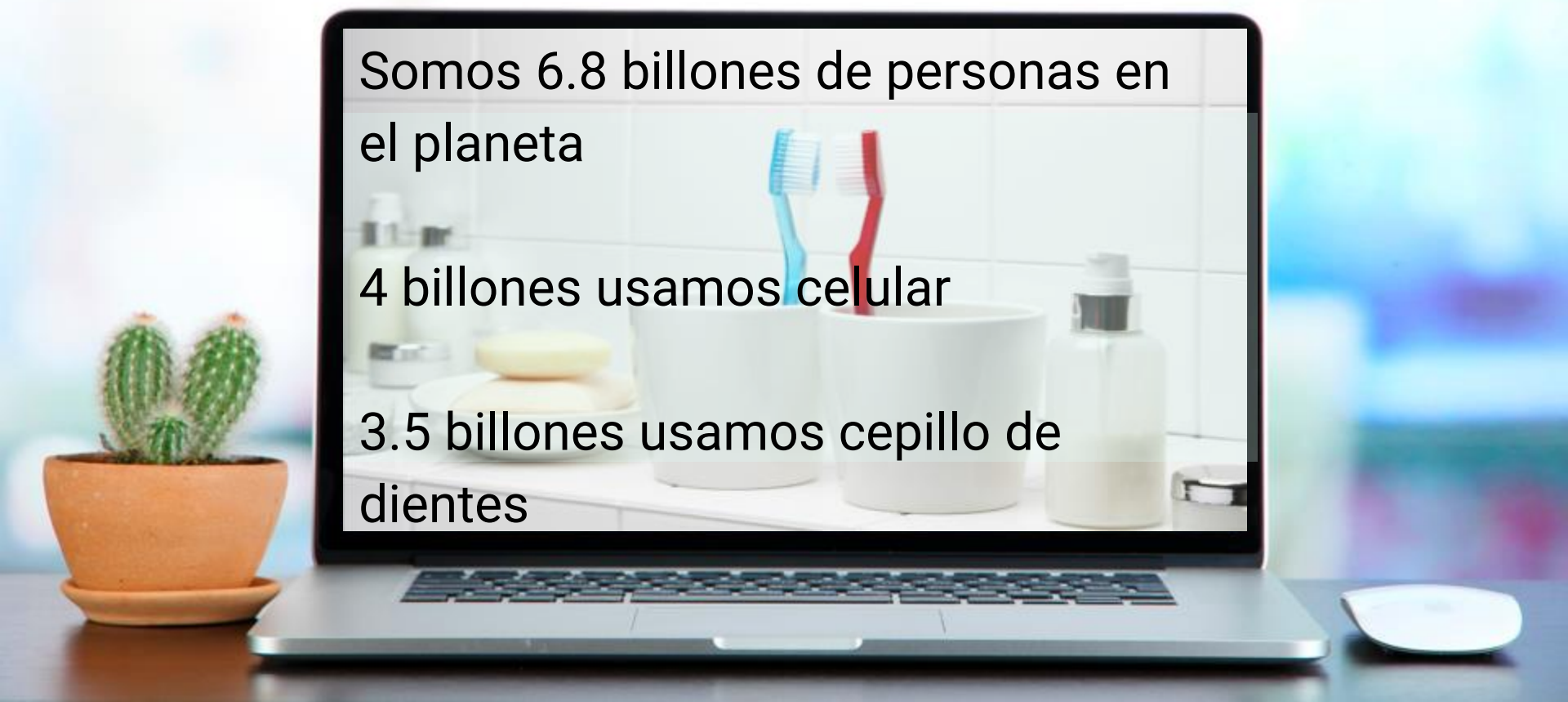


Confidential + Proprietary

el consumidor también ha evolucionando



En el planeta...



ductor

Al: italiano ▼ Traducir

che?

traducción del español al italiano

Che fai stasera?

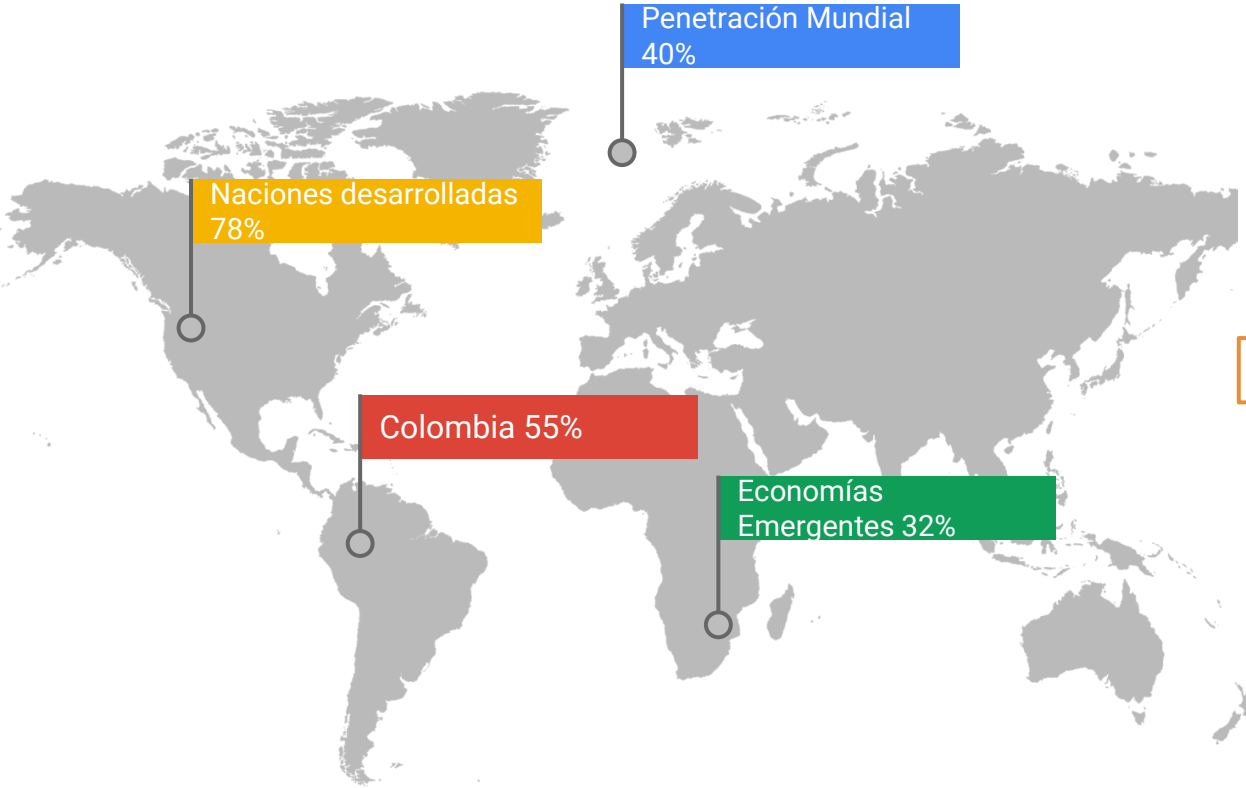
Escuchar

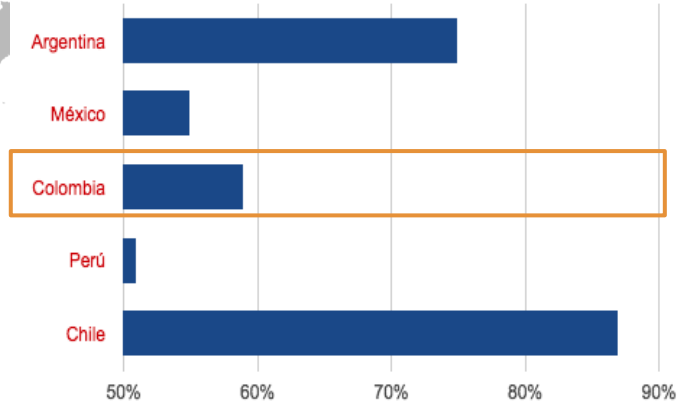
HACE 50 AÑOS

Google Confidential and Proprietary

HOY – El mundo de las 4 pantallas

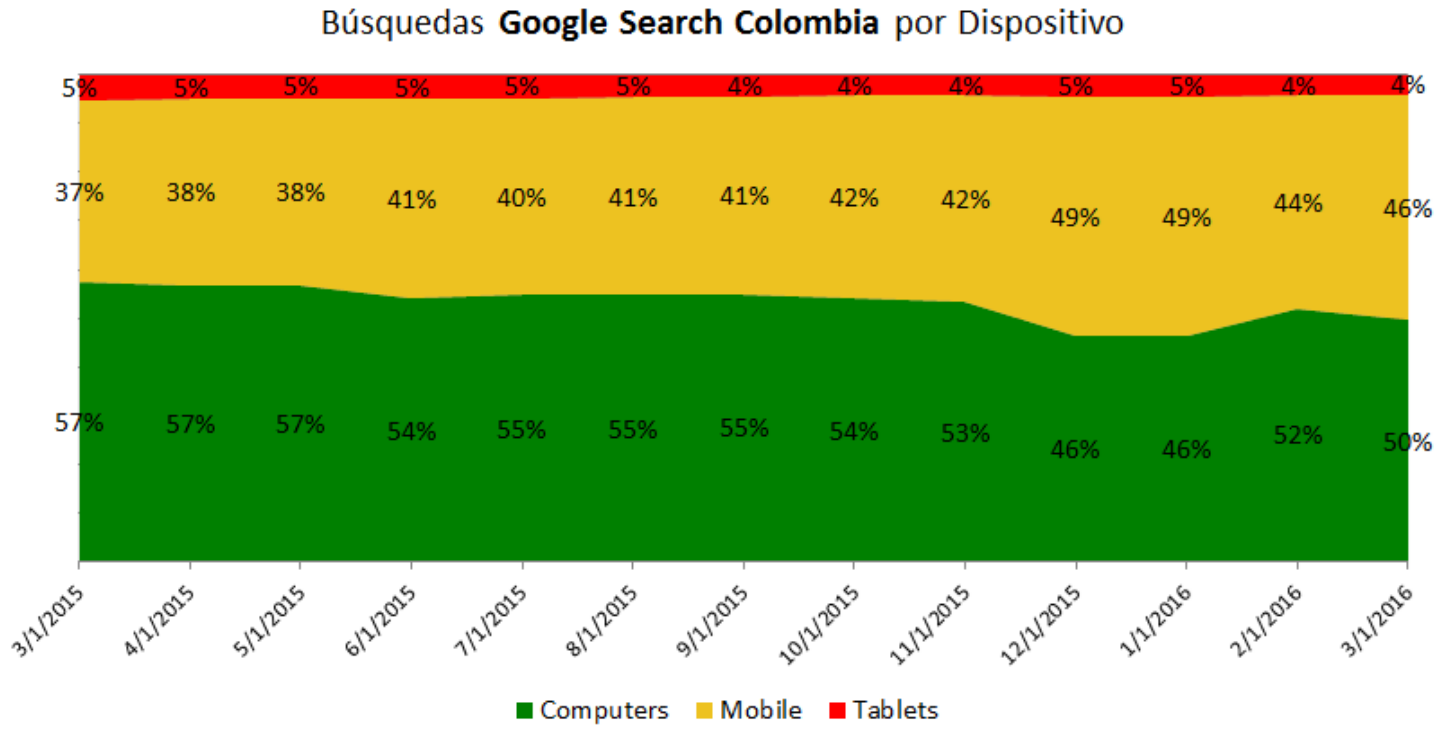
Penetración de Internet en Colombia está por encima de la Mundial





Confidential + Proprietary

Los dispositivos móviles serán la principal puerta de entrada a Internet en Colombia



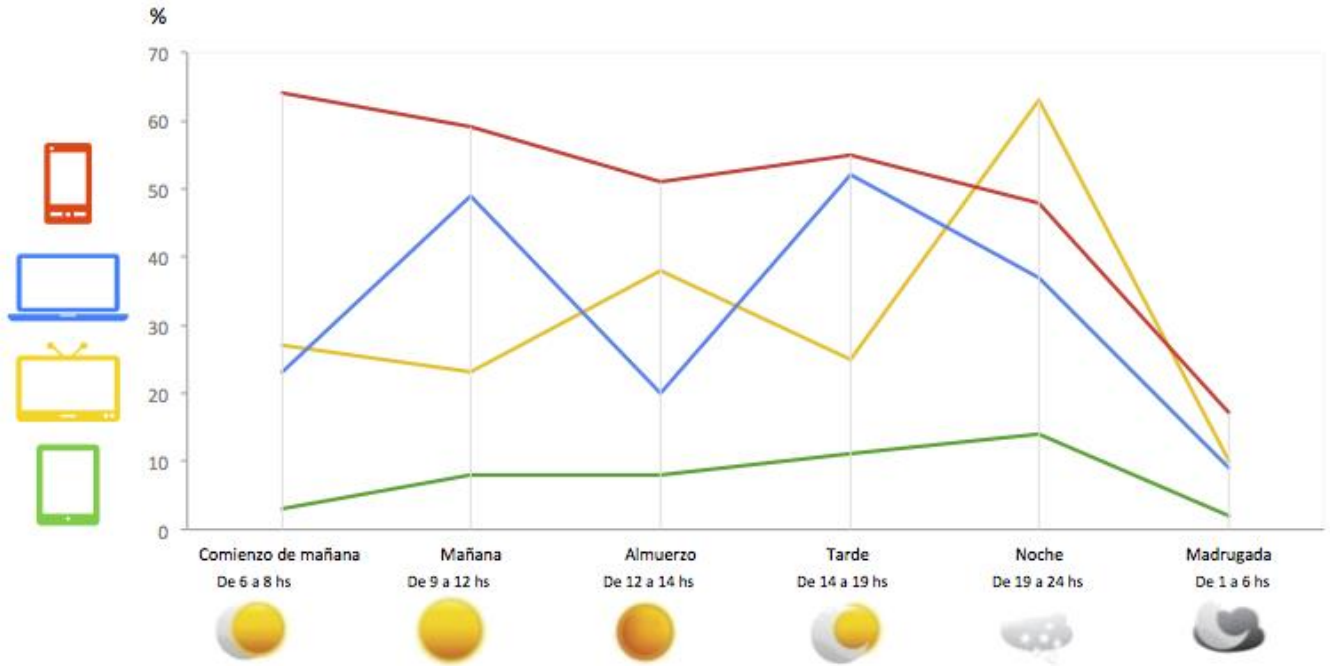
Fuente: Google Internal

Fuente: Google Internal.

Confidential + Proprietary

Mobile: un medio de consumo constante durante todo el día

Dispositivos Utilizados el día de Ayer

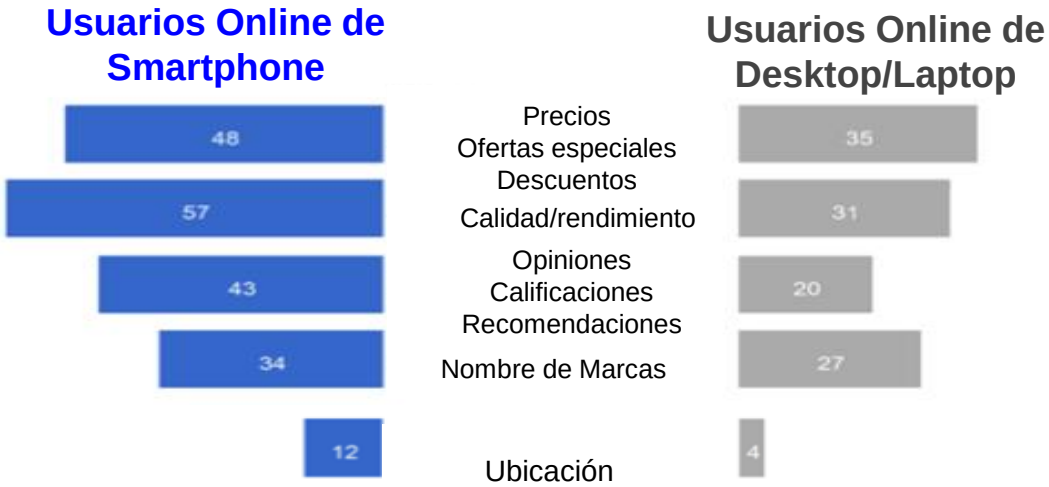


Confidential + Proprietary

Hoy en día, el **46%** de los colombianos usa **internet** como **principal fuente de información**

Confidential + Proprietary

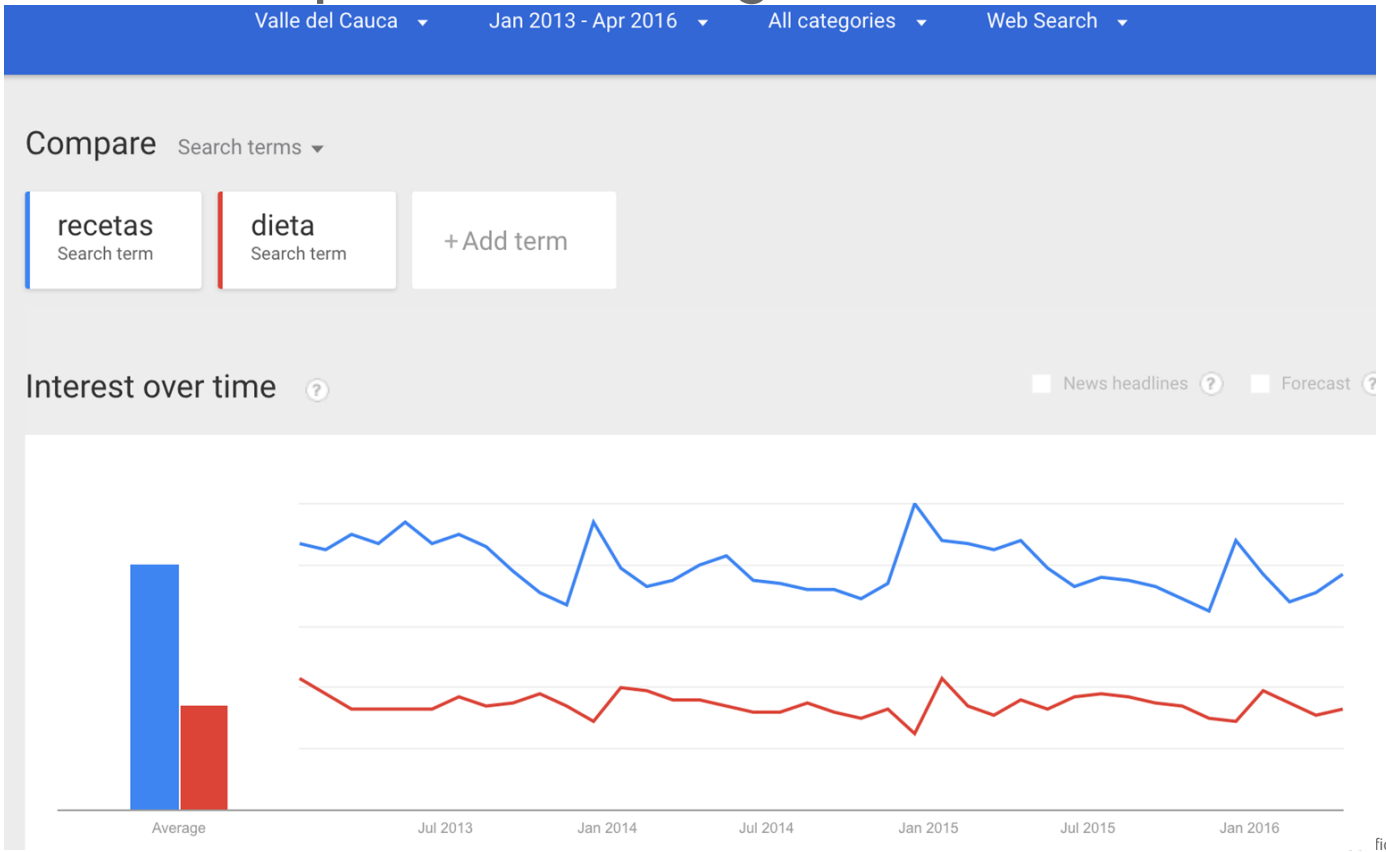
Sobre qué investigan?



Source: Think Insights 2013

Confidential + Proprietary

Valle del Cauca, un departamento donde la gente cada vez se informa más por medios digitales



Fuente: Google Trends

Google

fidential + Proprietary

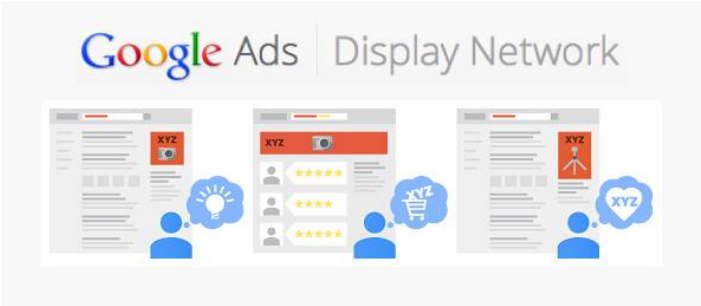
Realidad Digital: Lo que no se muestra no se vende...

¿Por qué pasa el usuario tanto tiempo en internet?

El usuario...

Busca

Navega



Se entretiene

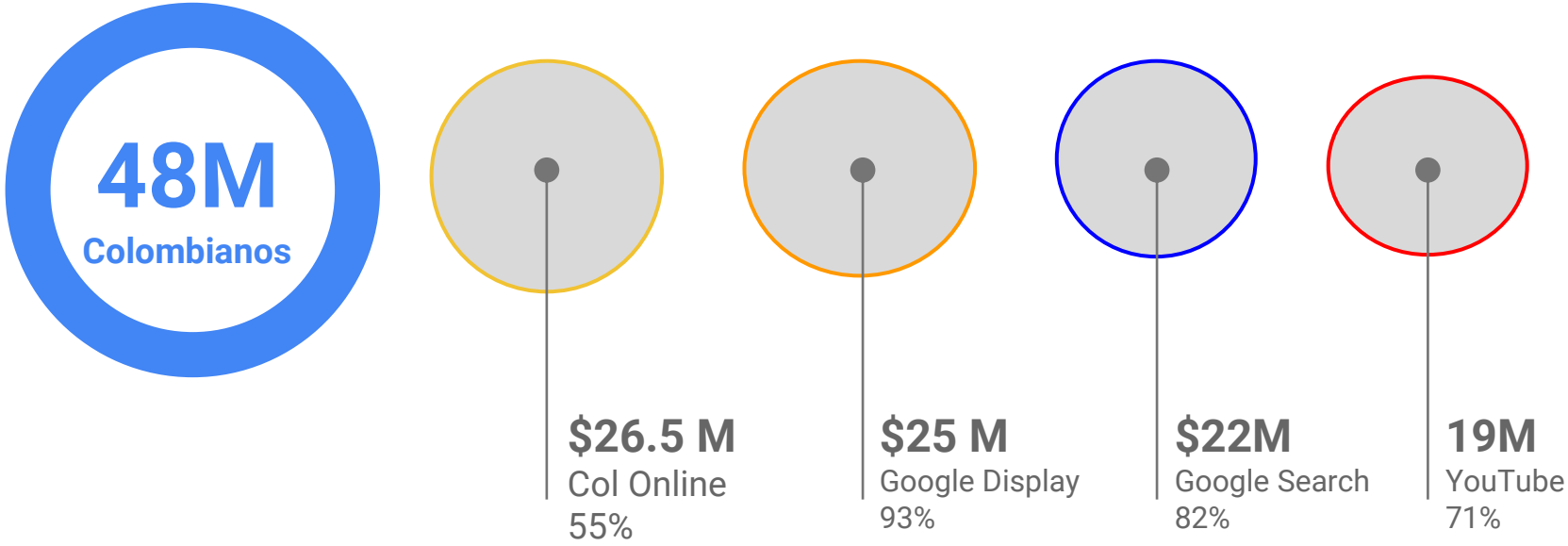
Confidential + Proprietary

¿Cómo ganar en digital?

1. Aduéñese de las búsquedas de su marca, su producto, y su categoría
2. Esté siempre presente en la red
3. Apalánquese en el poder de video
4. Déjese asesorar de un experto

Confidential + Proprietary

Más de la mitad de los Colombianos Online



Google Confidential and Proprietary

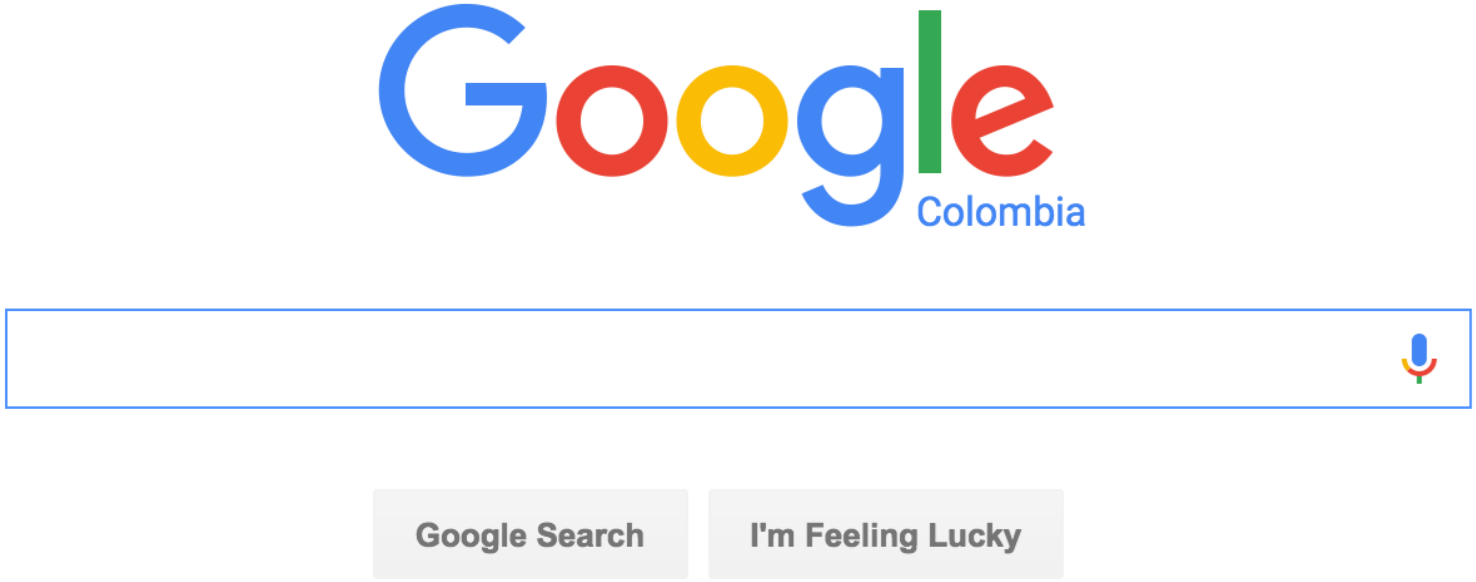
Fuente: Comscore - DANE . *Proyección Google Penetración 2015.

Cuando el usuario busca:
Capturar demanda en Search

Aduéñese todas las **búsquedas** de su marca y de su categoría

Confidential + Proprietary

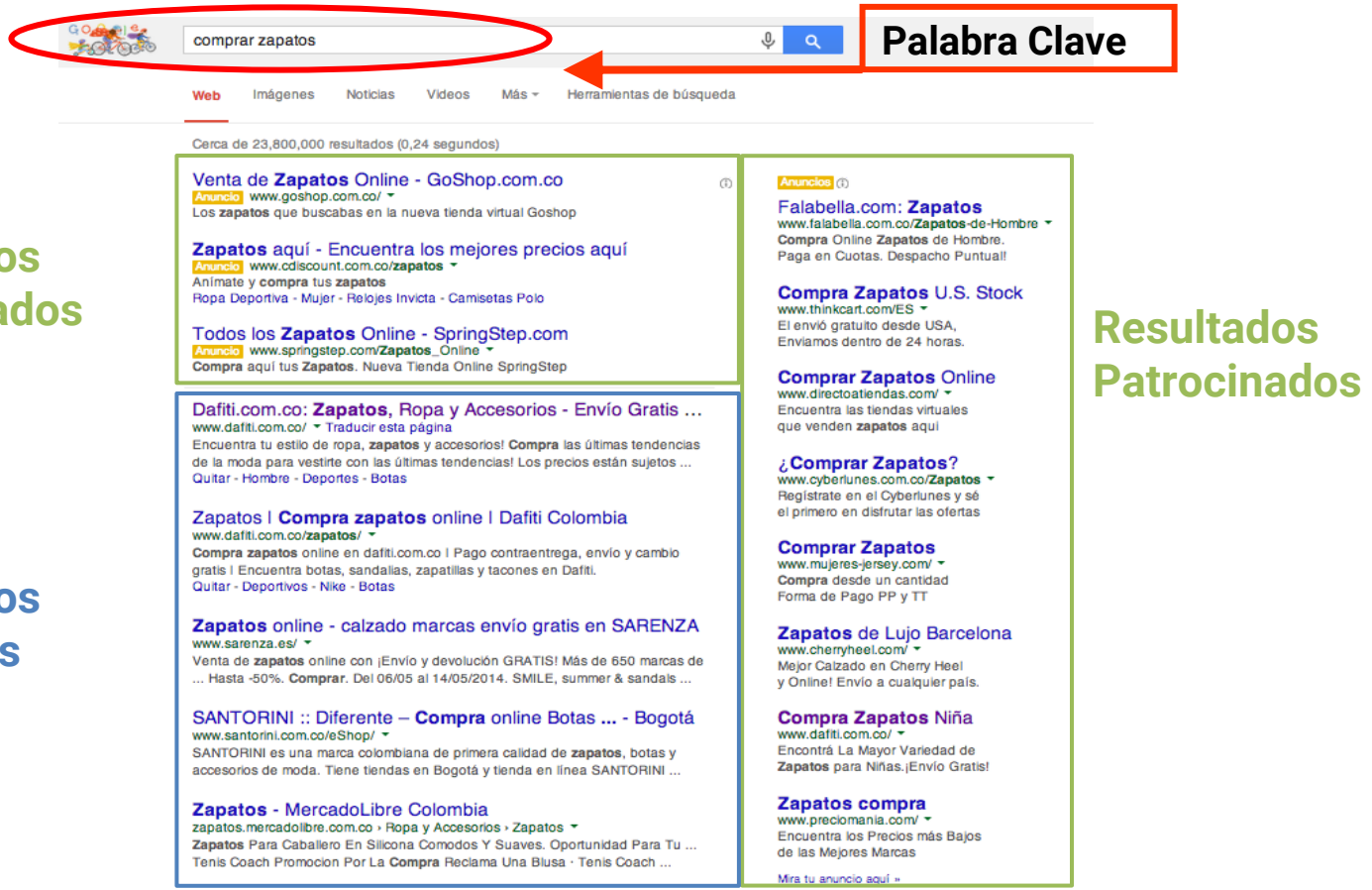
La puerta de entrada al contenido en la red



Confidential + Proprietary

Google
1998
Google!
1998 - 1999
Google
1999 - 2010
Google
2010 - 2013
Google
2013 - 2015
Google
2015 -

Por qué es importante la posición? Anatomía de la página de resultados



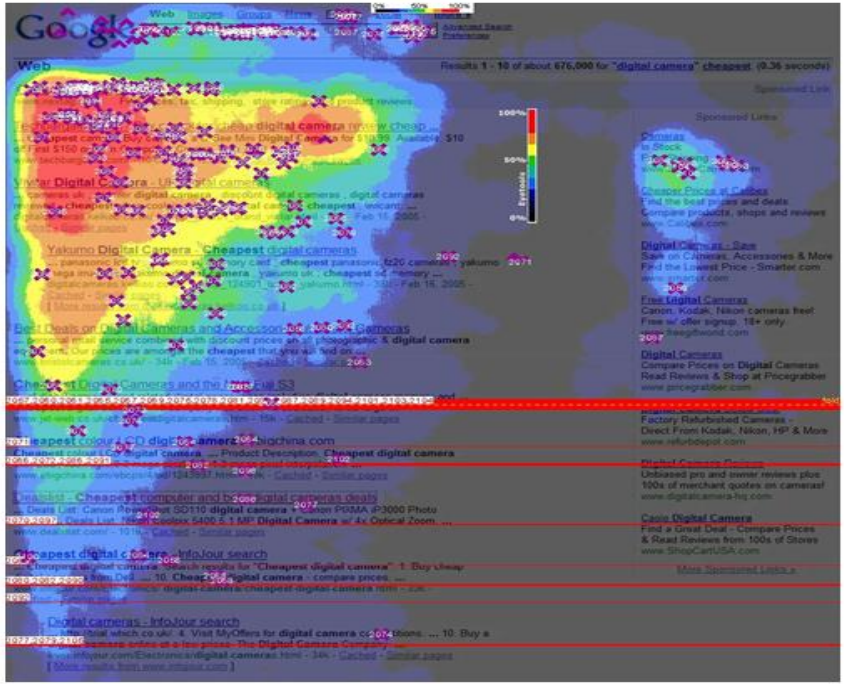
Resultados Patrocinados

Resultados Orgánicos

Resultados Patrocinados

Confidential + Proprietary

Volumen y atención cambian mucho según la posición

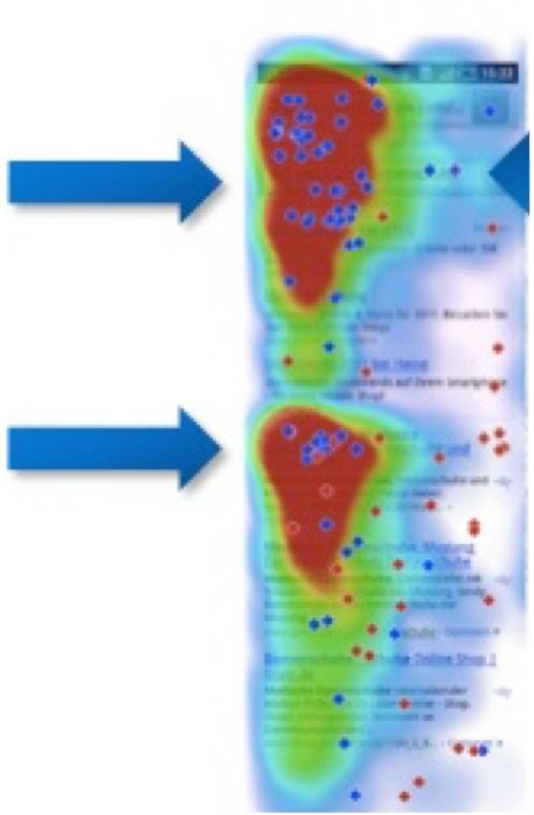


Source: Marketing Sherpa Eye Tracking Study, Google AdWords

Sobre todo en dispositivos móviles...

Primer foco en la barra de búsqueda y el primer anuncio de AdWords

Segundo foco en el primer resultado de búsqueda orgánica



Confidential + Proprietary

¿Cómo se decide la posición de los anuncios?

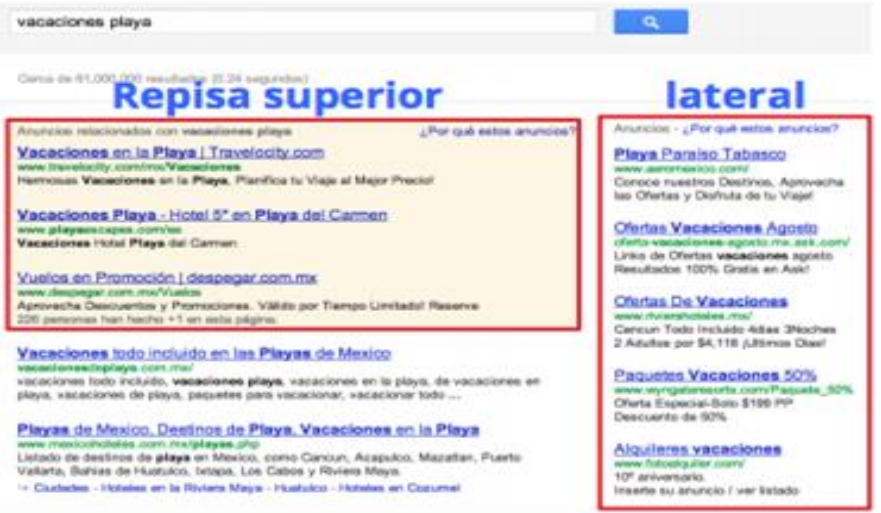
AdRank = **CPC máx** × **Quality score**

Precio máximo a pagar por un clic

Porcentaje de clics, relevancia del anuncio, permanencia en el sitio, etc.

Confidential + Proprietary

Como en las tiendas, el espacio para exhibir sus productos es limitado

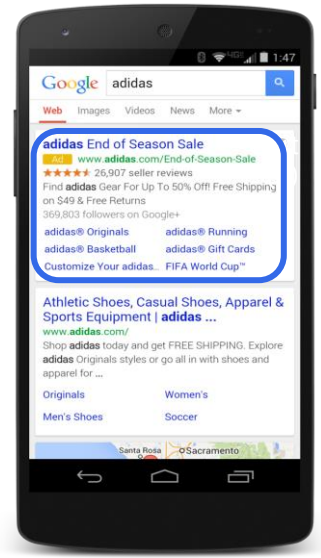


Nuestra “repisa superior” recibe 10X más volumen

Source: Google internal data

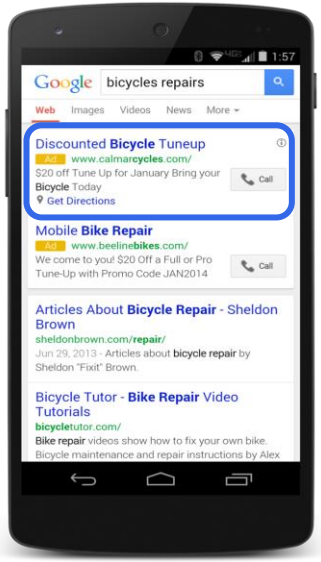
Google Confidential and Proprietary

Y entre más limitado el espacio, más valor tiene

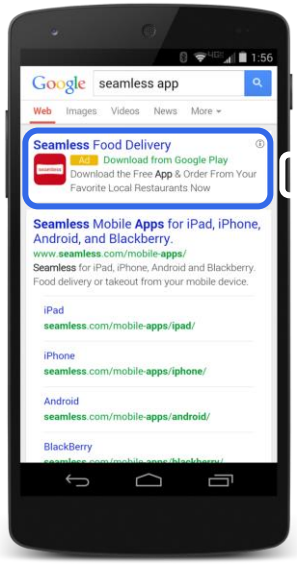


Anuncios específicos para mobile

Call Extension



Location extensions



App downloads

Confidential + Proprietary

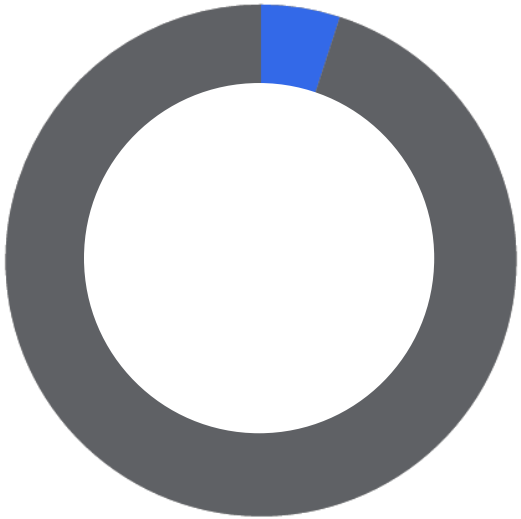
Cuando se informan

Generar demanda en Display

Esté siempre presente en la **red**

Confidential + Proprietary

Search es importante, pero solo es una parte de la historia



5%

del tiempo
gastado en línea

Google

Confidential + Proprietary

Sitios afiliados

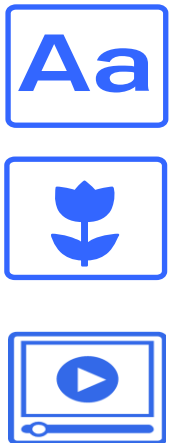
Blogs, News, Entretenimiento, Música etc

Sirven anuncios de Google y monetizan sus contenidos

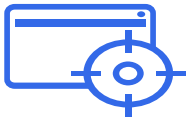
Red #1 en el mundo, #1 en Colombia

Confidential + Proprietary

Los anuncios correctos, frente a las personas correctas



Una variedad de formatos de anuncios

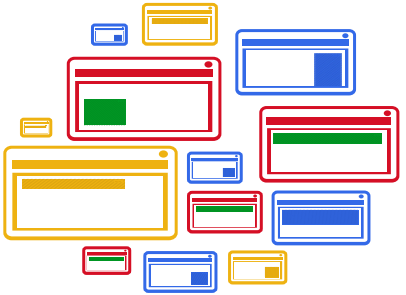


Orientación contextual

and

Orientación por audiencia

Llegando a su audiencia



Sus anuncios en sitios web

Google

Confidential + Proprietary

Targeting de Contenido (Contextual)

Palabra clave

Temas

Ubicaciones

Gmail

Confidential + Proprietary

Targeting de Audiencias

Demográficos

Interés y categorías

Remarketing

Customer Match

Confidential + Proprietary

Cuando se entretienen
Darse a conocer en Youtube

Apalánquese del poder de
video

Confidential + Proprietary

Si **YouTube** fuera un país,

sería el **3º país más grande** del mundo

Source: Based on YouTube monthly unique visitors according to DoubleClick AdPlanner, 4/2011. http://www.google.com/adplanner/static/top1000/

Confidential + Proprietary

YouTube en Números

Segundo buscador en Colombia y el mundo

Primer sitio de entretenimiento y primera opción para ver videos online*

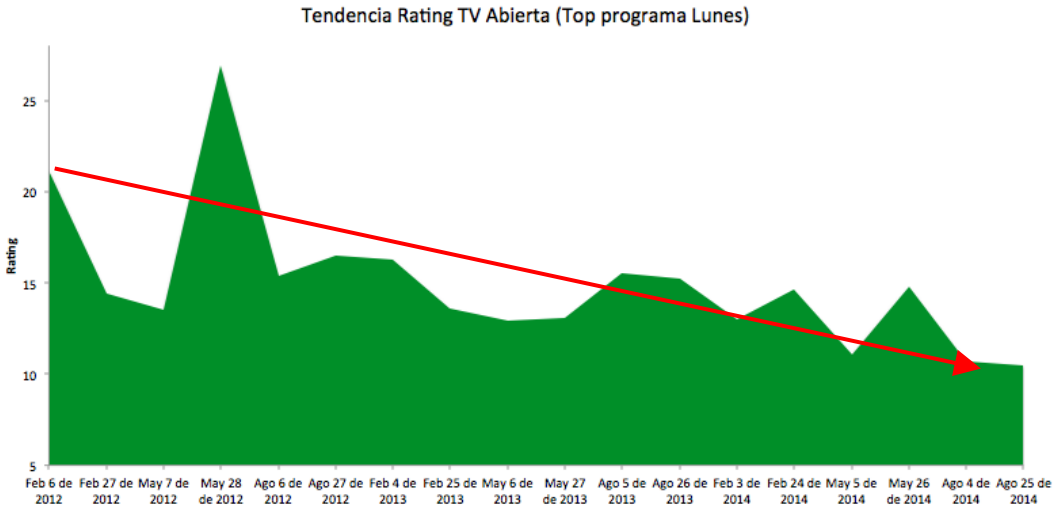
Tercer canal de televisión

35%

de personas entre 18-34 sólo consume contenido de **TV/Video online**

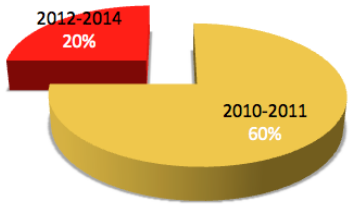
Source: Alexa, Comscore

Se viene evidenciando un descenso en el consumo de televisión



Los 10 Programas más vistos en la Historia de la Televisión Privada

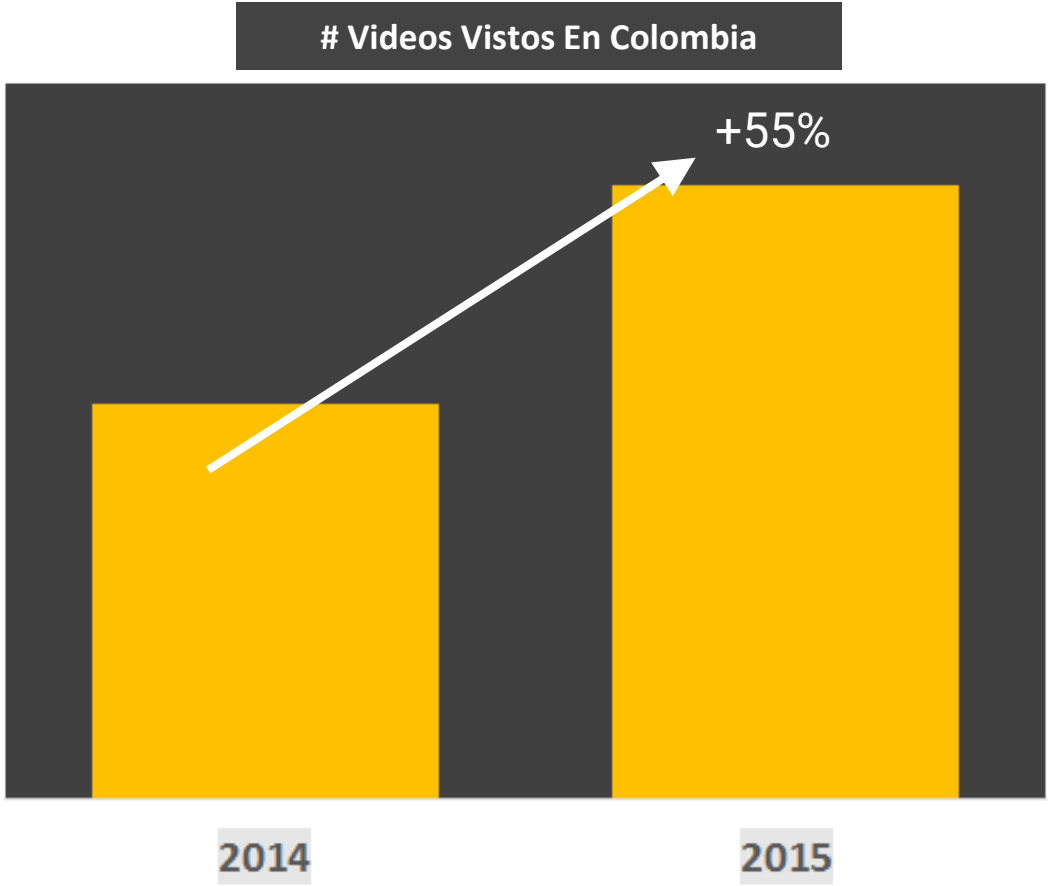
POSICIÓN	PROGRAMA	CANAL	AÑO	RATING PROMEDIO
1	A Corazón Abierto (Primera Temporada)	RCN	2010	18.9
2	Pasión de Gavilanes	CRC	2003-2004	17.8
3	Protagonistas de Nuestra Tele	RCN	2010	17.6
4	Yo Soy Betty, La Fea	RCN	1999-2001	17.4
5	Yo Me Llamo (Primera Temporada)	CRC	2011	17.0
6	Amor Sincero	RCN	2010	16.7
7	La Voz Kids	CRC	2014	16.6
8	A Corazón Abierto (Segunda Temporada)	RCN	2011	16.3
9	Chepe Fortuna	RCN	2010-2011	16.3
10	Escobar, El Patrón del Mal	CRC	2012	16.0



Fuente: Rating Colombia. Target: Personas.

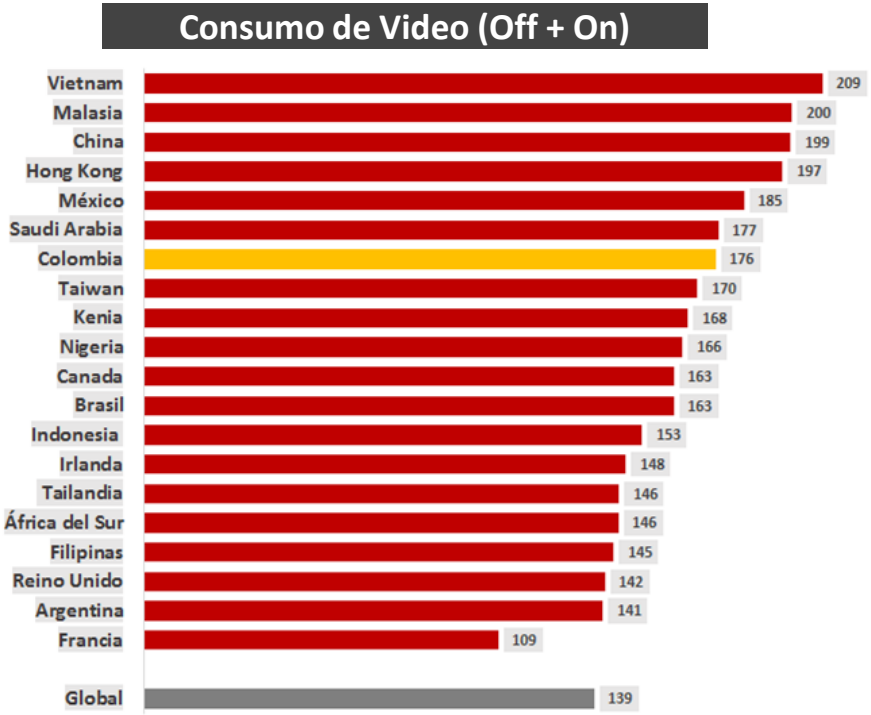
Confidential + Proprietary

Con un crecimiento del 55% en en cantidad de videos vistos en el 2015 vs. 2014



Confidential + Proprietary

Colombia ocupa el séptimo puesto en Video Online con 2.9 horas al día (176 minutos)



Confidential + Proprietary

MARTES 26 DE ABRIL DEL 2016 | 12:20

Germán Garmendia hizo colapsar la Feria del Libro de Bogotá

Ni la lluvia ahuyentó a los seguidores de la estrella de YouTube, que habían agotado las entradas al evento

Compartir 332 Twittear G+1 1 Compartir 0 Pin it 0 0

Tecnósfera | Vida |
26 de Abril de 2016

Guía para padres: entendiendo al youtuber de la feria del libro

Por: Jose Garcia Garcia

Publicado en: Blogabunderías

SEGUIR ESTE BLOG +

De izquierda a derecha: Bully (el moderador), Carolina Jaramillo, Juan Pablo Jaramillo, Sebastián Arango, Juana Martínez, Sebastián Villalobos y Raiza Revelles. / Fotos: Daniel Reina

EN LA GRAN CARPA AMÉRICAS

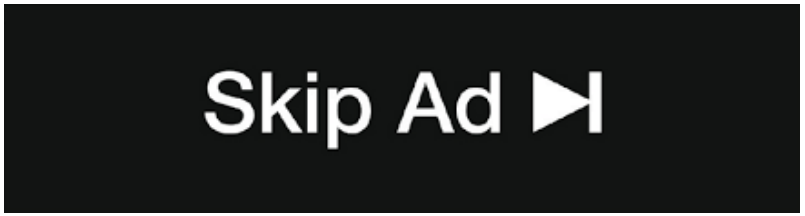
Los 'youtubers' contraatacan

En lo que en el papel parecía una presentación de libros, frente a una frenética audiencia de adolescentes un puñado de youtubers se defendió de quienes critican su trabajo. Crónica dentro de la vorágine youtuber.

Confidential + Proprietary

YouTube

TrueView*InStream*



El anunciante sólo paga por lo que los usuarios decidieron ver

Empecemos

1 Ponga a alguien a cargo

2 Encuentre sus Momentos Cero

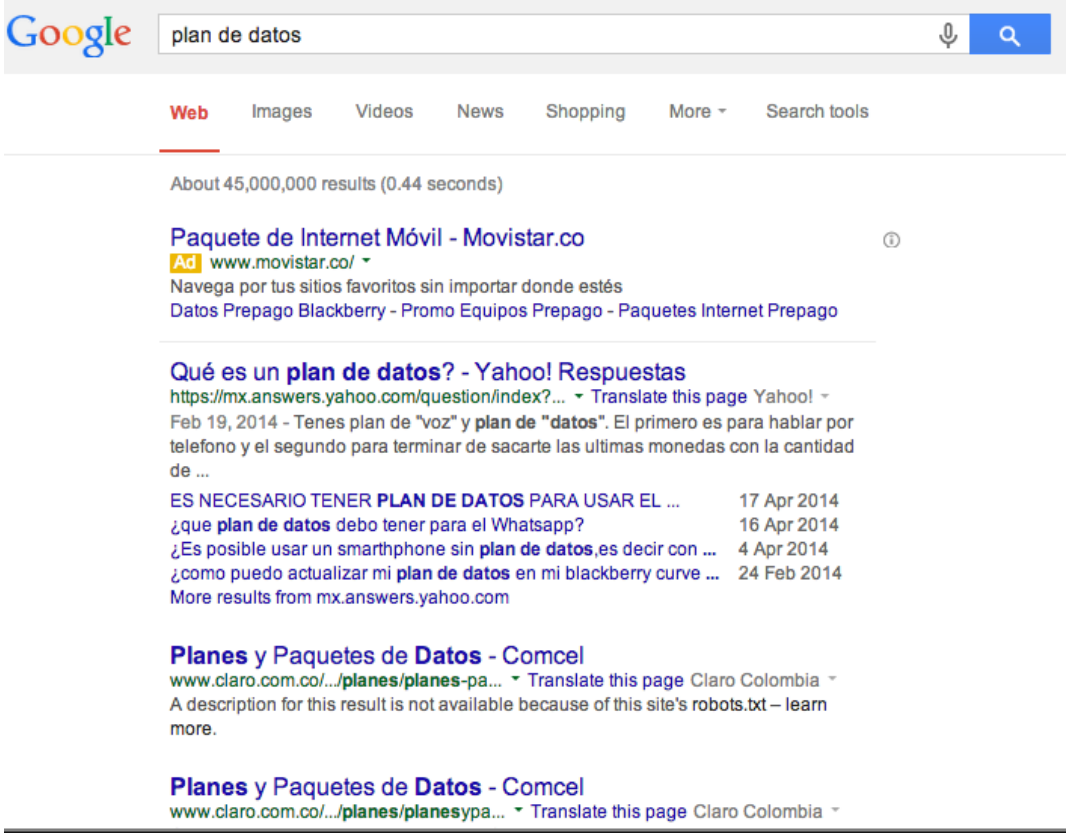
(Su Marca) Search

(Su Categoría) Search

El mejor (Su Categoría) Search

Confidential + Proprietary

3 Responda a las preguntas de la gente



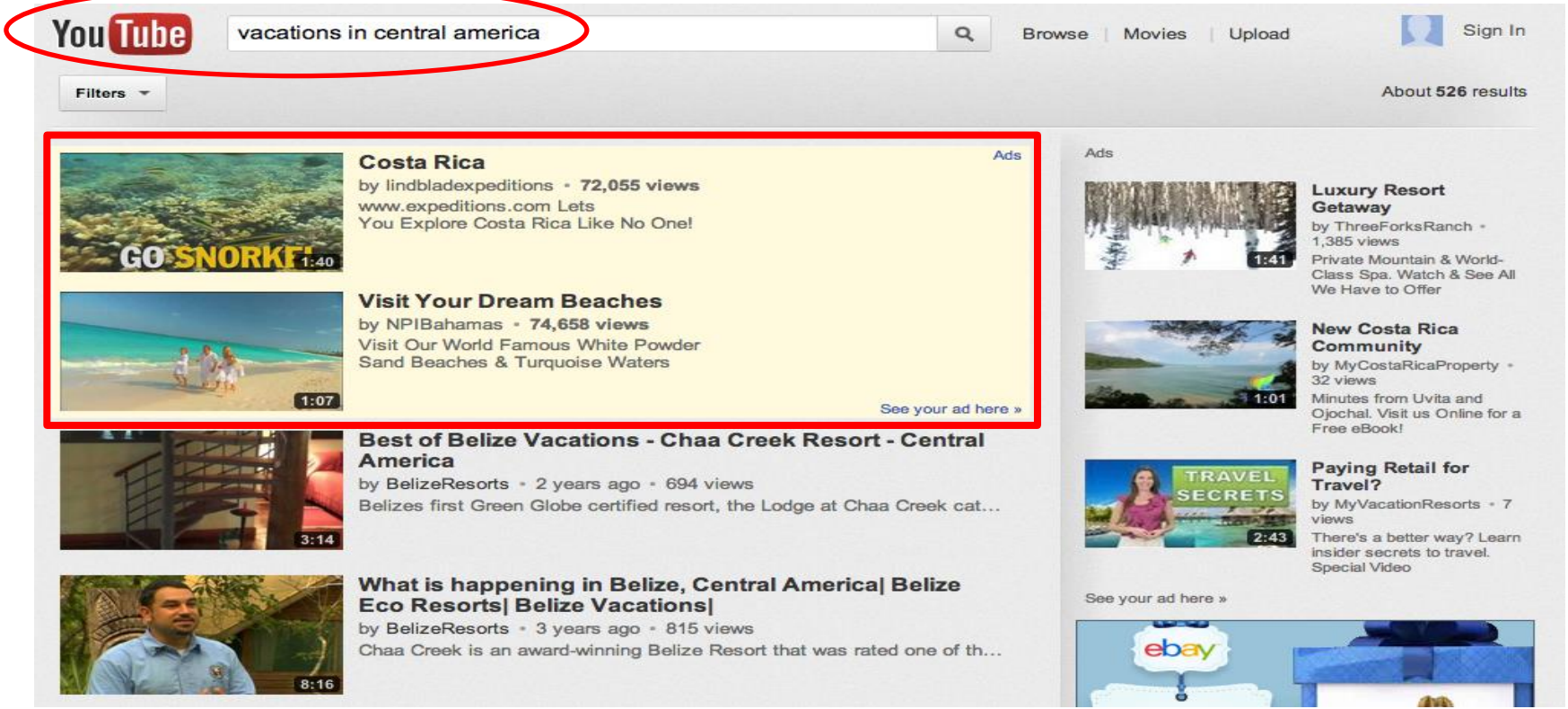
Confidential + Proprietary

4 Asegúrese de estar en móviles

5 Sea rápido

Confidential + Proprietary

6 No olvide display y video



Confidential + Proprietary

7 ¡Salte ya!

Google Confidential and Proprietary

José Irlen Martínez
Co-fundador de Madera Trio,
Colombia

Gracias

Confidential + Proprietary