

Marketing & Branded Content

Mónica Díaz-
Ponte



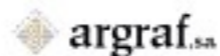
DIGITAL ADDICTION, FOUNDER

@Digitaddiction

PROMUEVE

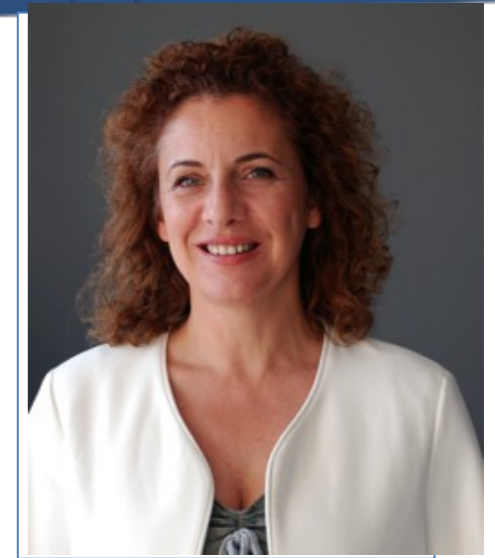


COORDINA



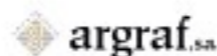
Resumen profesional ponente

- Mónica Díaz-Ponte ha desarrollado en el entorno de Internet su carrera profesional desde 1998, convirtiéndose en estos años en una apasionada del entorno digital.
- Distintos cargos directivos en empresas de tecnología y digitales, como Sales & Marketing Iberia de **Stream Technologies**, Country Manager Iberia **Xacct** (hoy IP Technology Amdocs), WW Customer Operation Manager de **FON** compañía con inversores como **Google** o **Skype** y con anterioridad a su cargo actual, Global Services Manager y Miembro del Comité de Dirección de **Bodaclick.com**.
- En la actualidad, además de profesora del **ICEMD**, es CEO de **Digital Addiction**, una empresa especializada en Marketing de Contenidos y en la creación de contenidos online, tanto en su formato Factory como Branded o Editorial.



@Digitaddiction

PROMUEVE COORDINA



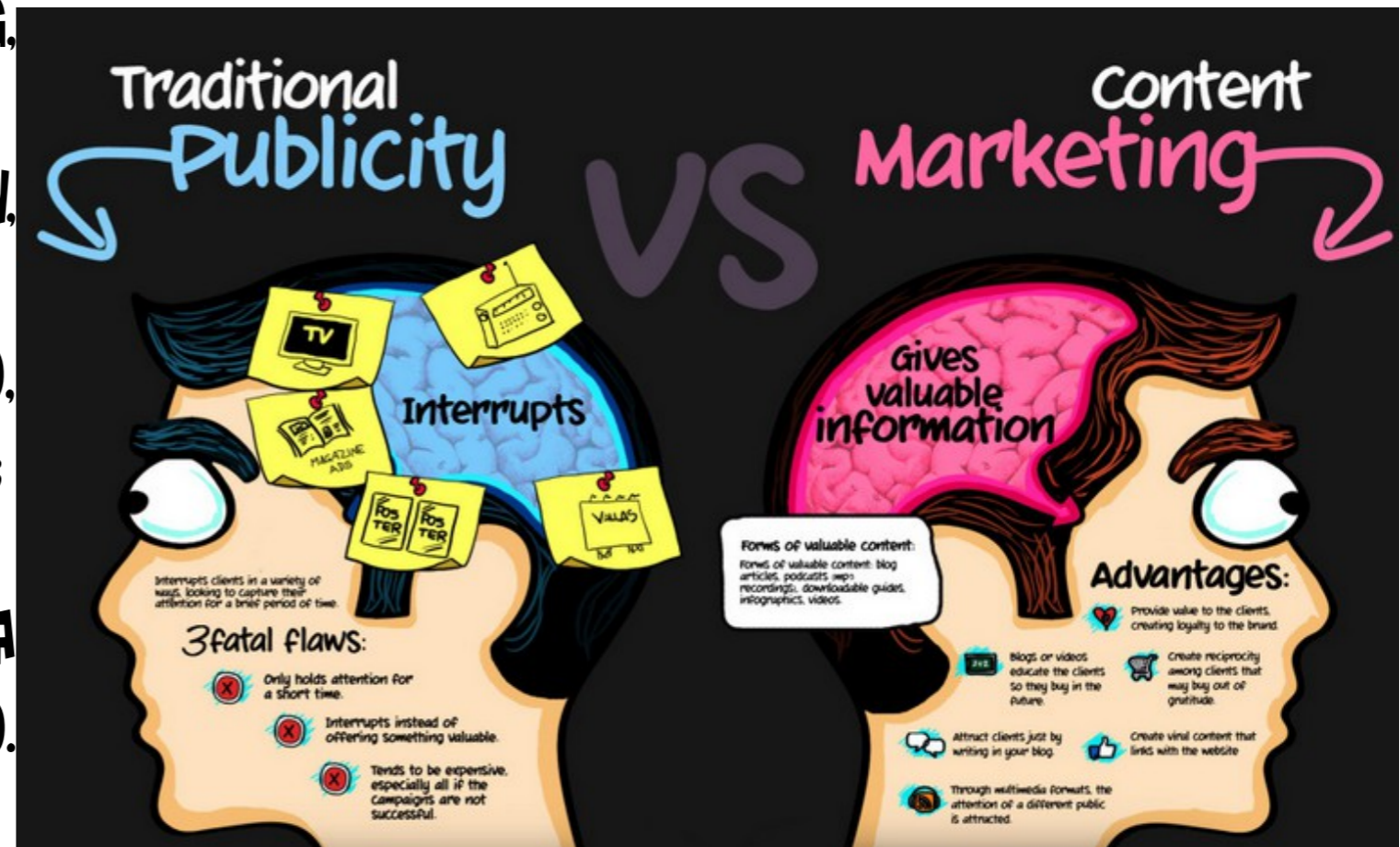
¿Qué es Content Marketing?

CONTENT MARKETING ES UNA ESPECIALIDAD DEL MARKETING,

PRINCIPALMENTE ONLINE & BELOW,

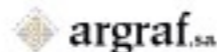
QUE CREA Y DISTRIBUYE CONTENIDO ORIGINAL, VALIOSO, RELEVANTE Y CONSISTENTE;

CON EL OBJETIVO DE ATRAER, RETENER Y CONVERTIR A UN PÚBLICO OBJETIVO DEFINIDO.



PROMUEVE

COORDINA

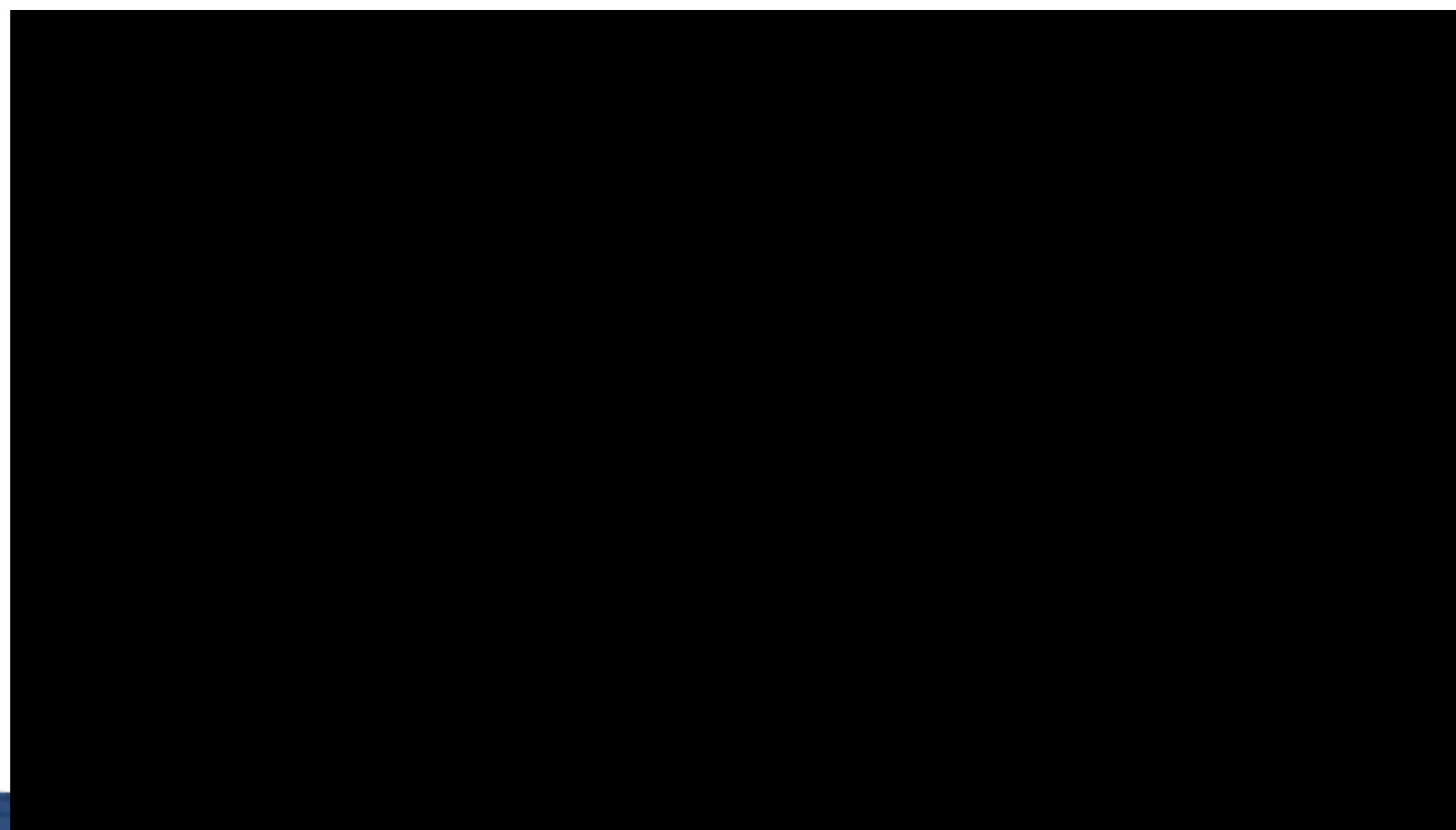


¿Qué es Branded Content?

EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO

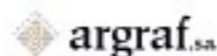
ENGAGING CONTENT QUE COMUNICA los atributos Y aspiraciones CON LOS QUE LA MARCA QUIERE SER asociada.

ENTRETENIENDO O SIENDO ÚTIL.



PROMUEVE

COORDINA



Último año y el Content: Prosumer a Crossuser

CROSSUSER

Un consumidor que carece de confianza en la comunicación de las marcas (dimensión emocional)

+ que conoce el backstage del marketing (dimensión del conocimiento)

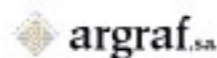
+ que demuestra un papel activo en la validación de los mensajes

+ que participa de forma activa en el storytelling de las marcas (dimensión comportamental)



PROMUEVE

COORDINA



Último año y el Content

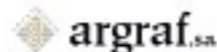


Marcas capaces de proponer valores humanos positivos, que sostengan la promesa de experiencias a través del cumplimiento del compromiso realizado más allá de las condiciones circunstanciales del contexto en que actúan, que enamoren, que sean inspiradoras y capaces de proporcionar a las personas sensaciones de alegría, placer, bienestar y confianza.

PROMUEVE



COORDINA



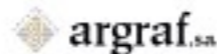
Último año, el Content (y Google)

- **118\$ billones DE GASTO DIRECTO EN CONTENT MARKETING, VIDEO MARKETING, SOCIAL MEDIA CONTENT (E-MARKETERS, US).**
- **93% EMPRESAS EN US INVIRTIERON EN CONTENT MARKETING (CONTENT MARKETING INSTITUTE).**
- **EL CONTENIDO INTERESANTE ES 1 de las 3 principales RAZONES PARA SEGUIR A UNA MARCA EN RRSS (CONTENT +)**
- **LAS COMPAÑÍAS BTOB QUE POSTEAN ½ VECES AL MES, GENERAN UN 70% MÁS DE LEADS. LOS QUE LO HACEN 6/8 VECES, generan el doble QUE LOS QUE PUBLICAN 3/5 VECES. (HUBSPOT)**

PROMUEVE



COORDINA



Challenges

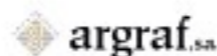
- **FALTA DE RECURSOS INTERNOS PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDOS.**
- **FALTA DE BUDGET PARA CONTRATAR EN OUTSOURCING.**
- **ESTRATEGIA DE BRANDED Y CONTENT MARKETING SIN "VOZ".**
- **DIIFICULTAD PARA MEDIR EL ROI.**

Carefully Source Brand Voices



PROMUEVE

COORDINA



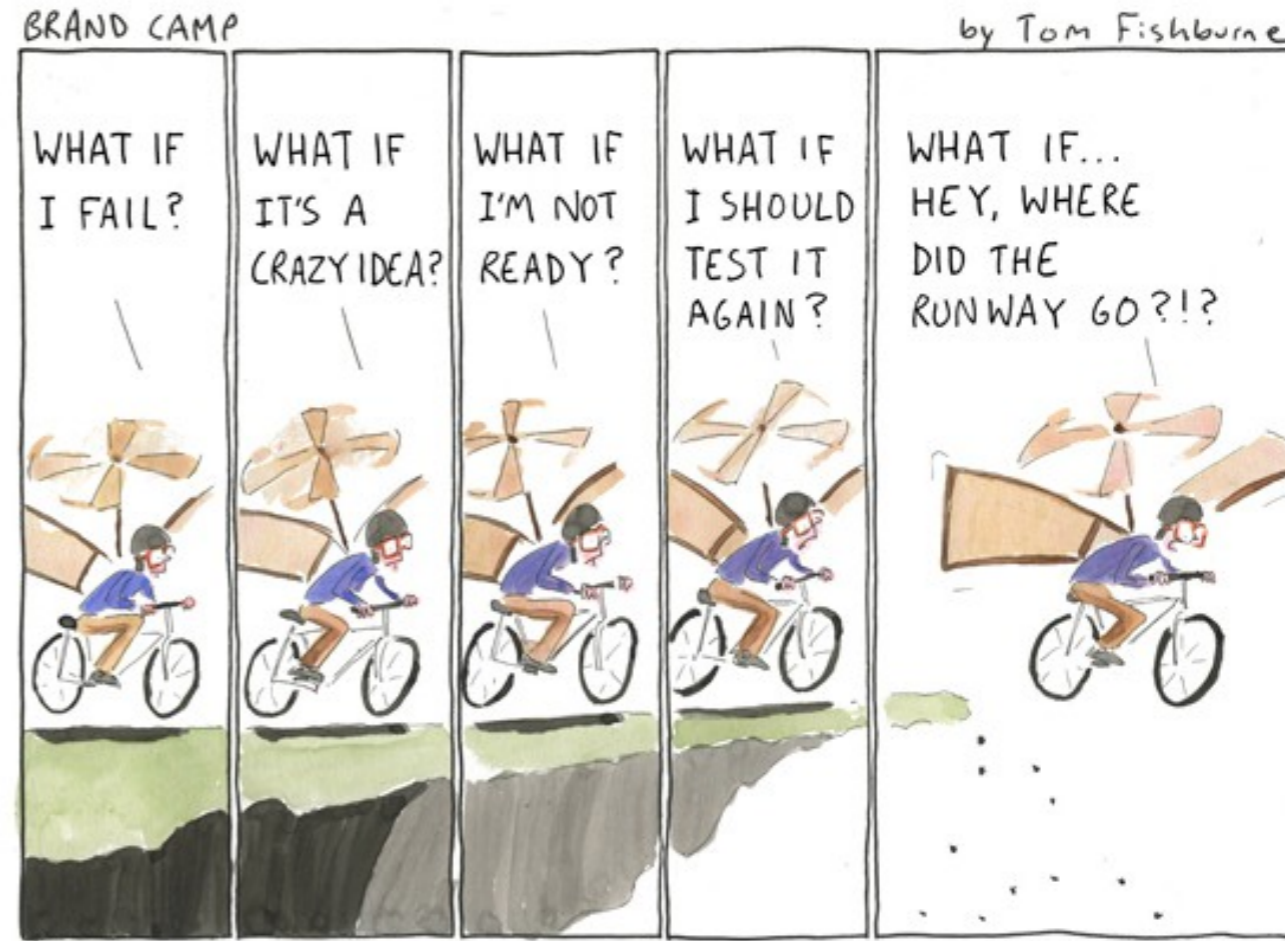
Logros

- **CONTENT EN BUZZFEED: 66% DE LAS 100 "TOP BRAND" DE CADA SECTOR.**
- **55% MEJORA DEL BRAND AFFINITY**
- **88% MEJORA DE INTENCIÓN DE COMPRA.**

OBJETIVOS "ACEPTADOS"

- **LEAD GENERATION 64%**
- **PRODUCT AWARENESS 41%**
- **GENERACIÓN DE TRÁFICO 32%**
- **SEO Y MEJORA DEL POSICIONAMIENTO 30%**
- **DIRECT SALES 30%**

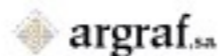
Stop Worrying About Failure



PROMUEVE



COORDINA

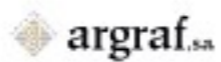


Tendencias

PROMUEVE



COORDINA



Tendencias

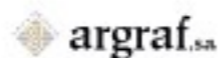
ViSUAL CONTENT
GRÁFICOS, INFOGRAFÍAS Y VIDEOS



PROMUEVE



COORDINA



Tendencias

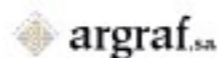
MOBILE CONTENT ¿RESPONSIVE CONTENT?



PROMUEVE



COORDINA



Tendencias

OMNiCHANNEL CONTENT

- OWNED MEDIA
- MEDIOS, PLATAFORMAS
- FORMATOS

- Web format
- Email
- Chat
- Virtual Asistant
- Newsletters
- CTA

- Social Networks



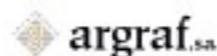
- Apps
- Rate & Review
- Private social networks
- Support community
- Pushing (geopositioning)
- Blogs
- TV
- ...



- Click to call
- Call back
- Call me - email

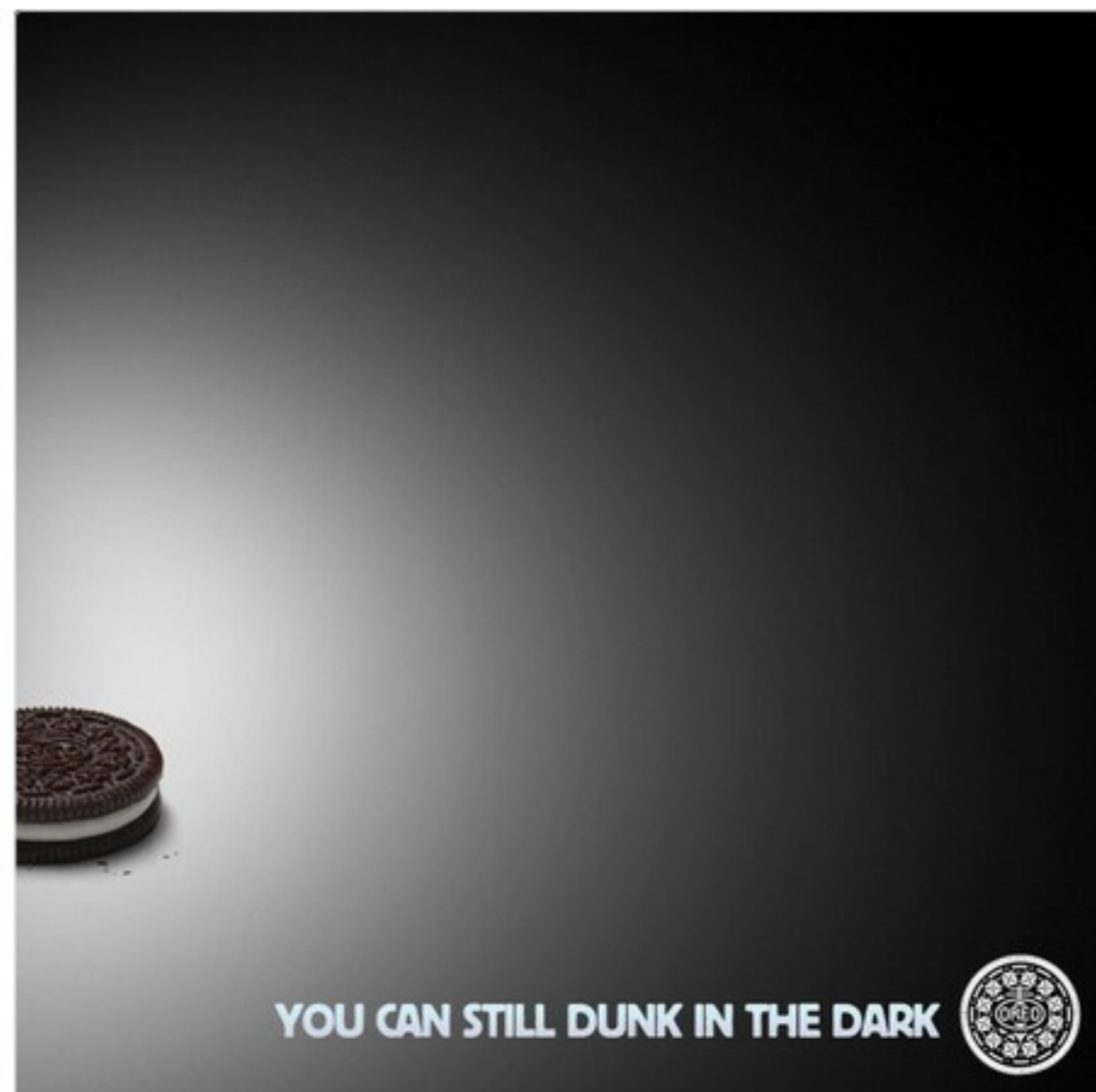
PROMUEVE

COORDINA



Tendencias

LIVE MARKETING



Oreo Cookie ✓
@Oreo

 **Follow**

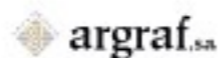
Power out? No problem.

2:48 AM - 4 Feb 2013

  15,588  6,588

PROMUEVE

COORDINA



Tendencias

INTERNET VIRAL CONTENT

- + SERIO
- + BRANDED
- + STORYTELLING
- 66% DE LAS 100 MARCAS DE CADA SECTOR, HAN USADO BUZZFEED (US)

BuzzFeed

Seguir



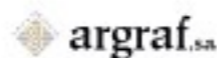
cute



29 Cosas increíblemente geniales que puedes tejer para un bebé

PROMUEVE

COORDINA



Tendencias

¿PUBLICIDAD?

IAB EXPRESA EN 2015 SU INTENCIÓN DE
REGULAR LA POSIBLE PUBLICIDAD
ENCUBIERTA.

Branded Content xq esperar

Xq esperar



Branded Content Castrol

laSexta



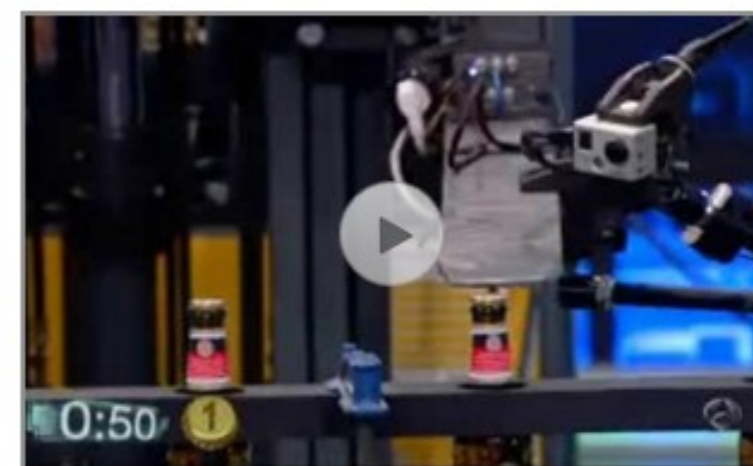
Branded Content Fanta

Neox Fan



Branded Content Nespresso

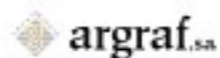
laSexta



PROMUEVE



COORDINA



Tendencias

MÁS Y MÁS STORYTELLING

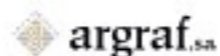
- EMOCIONAL
- TWITTER INCREMENTANDO LA DURACIÓN DE SUS VIDEOS CON EL ÉXITO DEL STORYTELLING (STACY MARINERO, TWITTER CONTENT TEAM)



PROMUEVE



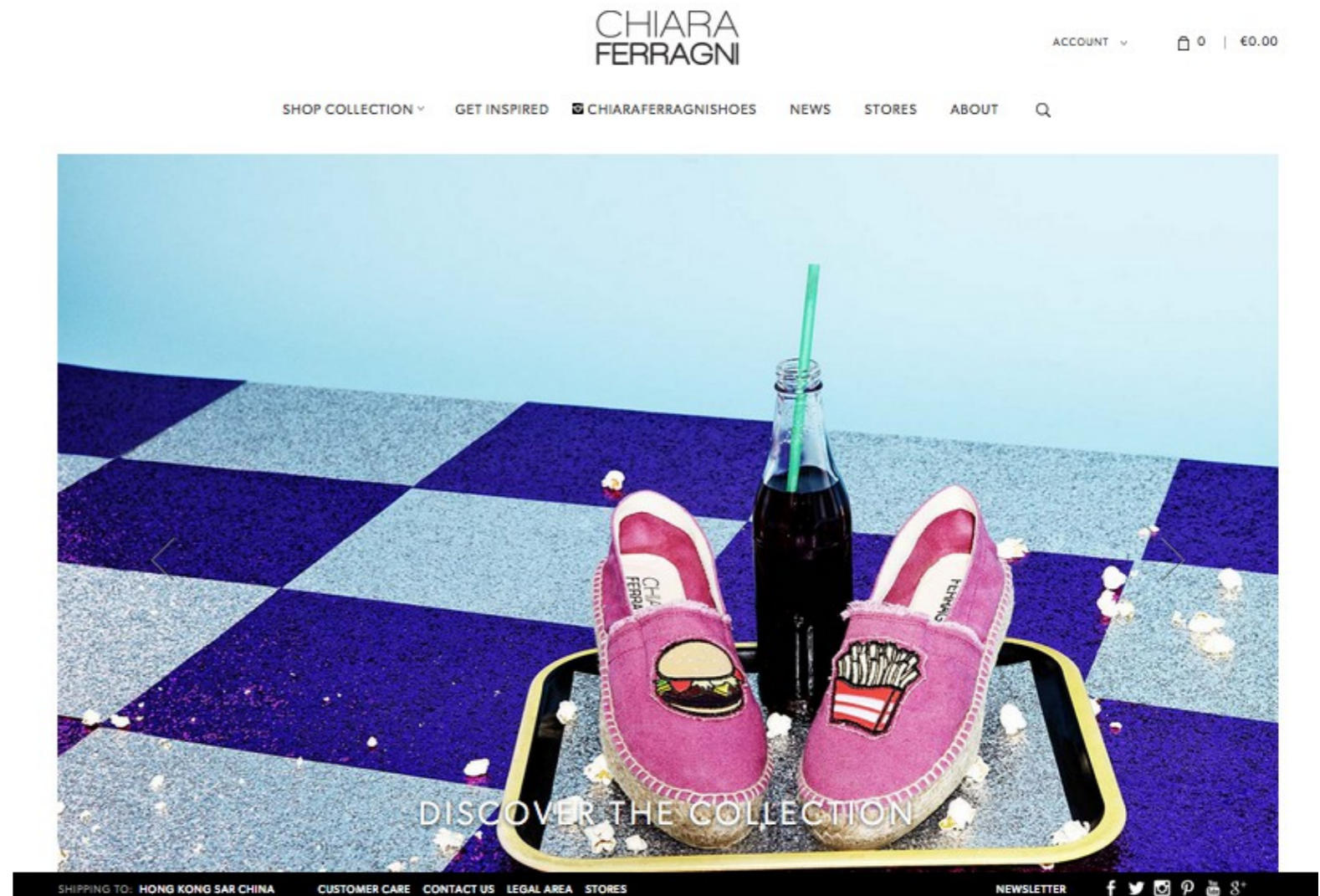
COORDINA



Tendencias

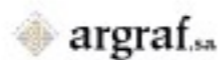
INFLUENCERS

- "SOCIAL STARS"
- AGENCIAS CAMBIO DE MODELO DE NEGOCIO



PROMUEVE

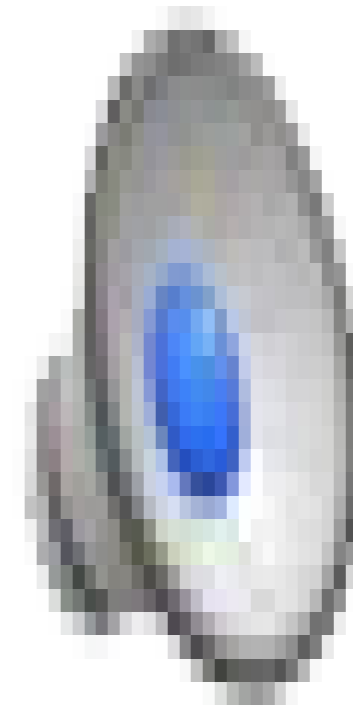
COORDINA



Tendencias

CONTENT COMO DRIVER

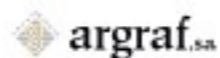
- SEÑAL DE AUDIENCIA
- TARGETING CONSUMIDORES CON RESPECTO A "QUÉ ESTÁN HACIENDO"
- BUDWEISER EJEMPLO



PROMUEVE



COORDINA



GRACIAS!

Mónica Díaz-Ponte

DIGITAL ADDICTION, FOUNDER
@Digitaddiction



PROMUEVE



COORDINA

