

publiza

Marketing Programático

BOOK DE PRODUCTOS DE MARKETING PROGRAMÁTICO

EMPRESA ASOCIADA



EMPRESA CERTIFICADA



EMPRESA CERTIFICADA





Pero, ¿qué es el marketing Programático?

El Marketing Programático es el resultado de una evolución natural del mercado publicitario, y nada más es una forma automatizada de compra y venta de espacios publicitarios. A través de plataformas conocidas como DSP, Profesionales especializados logran configurar la compra automatizada de medios, utilizando datos sobre la audiencia y machine learning para gestionar campañas más eficientes y asertivas.

MARKETING PROGRAMÁTICO

Marketing, Tecnología & Datos



En 2019 se estima que el **69%** del display mundial será comprada de forma programática, moviendo 84 mil millones de dólares.

- Zenith's Programmatic Forecast

Mucho más que display

11

Si el marketing programático ya ha sido sinónimo de display, hoy los tipos de medios y plataformas disponibles para la compra programática son mucho más amplios. Video, Mobile, Audio y hasta Smart TV ya son realidad y pueden ser comprados de forma automatizada..

ONCE AÑOS DE PROGRAMÁTICA

Más que una novedad

El Marketing programático ya ha pasado por más de una década de evolución. Lejos de ser una promesa, el marketing programático ya es la forma estándar de compra de medios para muchos anunciantes.



Además de la automatización: programática también es asertividad

Las tecnologías utilizadas en los medios de programática permiten altos niveles de asertividad en la compra de medios. Los datos demográficos y de interés o intención de compra de los usuarios de Internet se utilizan para segmentar las campañas. Además de ellos, el análisis contextual de los sitios, la ubicación en tiempo real de los usuarios y la base de datos del mundo offline son otros ejemplos de la capacidad de segmentación del marketing programático.

El ecosistema del Marketing Programático



02 Plataforma de compra

Las DSP se conectan al inventario ofrecido por diferentes AdExchanges. Además, estas plataformas integran diferentes tecnologías utilizadas para la segmentación de las campañas. El algoritmo de la DSP proporciona la capacidad de analizar las impresiones



04 Resultados

Los informes completos con gran variedad de métricas se suministran en tiempo real. Los medios de marketing programático también permiten la auditoría de los resultados a través de la contratación de empresas terceras.



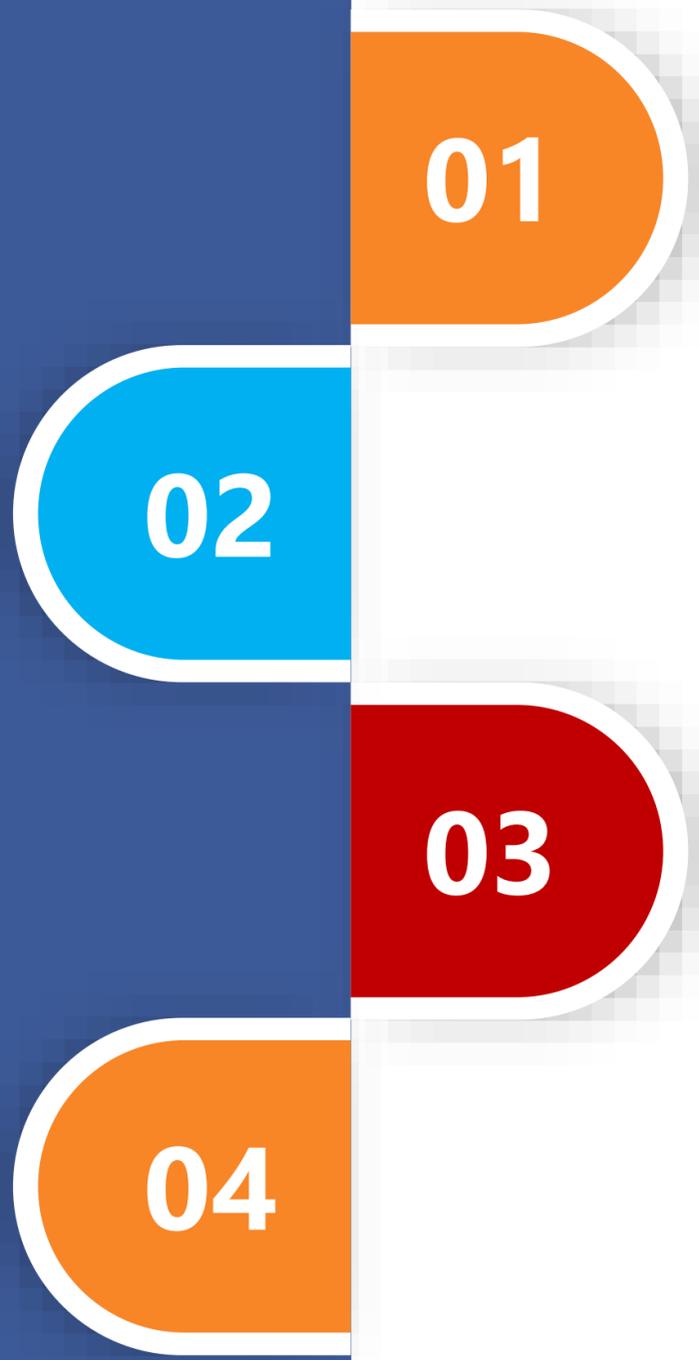
01 Inventario

Los publishers ofrecen sus espacios publicitarios voluntariamente para que los anunciantes puedan comprarlos de forma programática. Las empresas conocidas como AdExchanges son las responsables de agrupar estos inventarios mundiales.



03 Planificación y Operación

Especialistas en la planificación y operación de marketing programático, los Trading Desks crean la estrategia ideal para los anunciantes que contratan sus servicios. Con un equipo calificado, la campaña estará configurada en las DSP a las que los Trading Desks tienen acceso. La entrega de la campaña se supervisa y los resultados se optimizan.



Ventajas

Principales Ventajas
Del Marketing Programático.

06

Los resultados de la campaña se visualizan en **tiempo real** por el anunciante. Además, las campañas se pueden optimizar para diferentes métricas como, clics, conversiones o vistas de vídeo.

05

El gestor de la campaña puede **optimizar los resultados durante la campaña**, ya que el marketing programático ofrece una infinidad de estrategias y configuraciones diferentes que se pueden probar - no estando restringido a un solo portal.

04

Los algoritmos de la DSP optimizan la compra de cada impresión de la campaña y aprenden su funcionalidad con el tiempo y el volumen de datos - un proceso conocido como **machine learning**.

01

Todas sus campañas de medios de display y vídeo se **centran en una sola operación**, generando eficiencia en el proceso y permitiendo cambios más rápidos y estructurados de estrategia.

02

Con el marketing programático, la entrega de medios **se segmenta impresión por impresión**, alcanzando a los usuarios que interesan a su marca y no a la audiencia entera de un portal específico.

03

Puede ver creatividades diferentes para cada tipo de estrategia, garantizando **mensajes personalizados** en la campaña.



Programática en Números

Confianza de mercado

El 95% de los profesionales del mercado creen que los medios de comunicación con marketing programático ofrecen mayor valor a la inversión realizada en el digital.

- ExchangeWire e OpenX

95%

Programática en Estados Unidos

En Estados Unidos, el **81% de las inversiones** de digital ya van al marketing programático.

- IAB

81%

21%

Programática en el mundo

Se estima que las inversiones en el Marketing Programático crecerán un **21% al año hasta 2019**. En el mismo período, las inversiones totales en publicidad crecerán un 4% al año

- Zenith's Programmatic Forecast

61%

Capacidad de segmentación

El 61% de los expertos en medios creen que la principal ventaja del marketing programático es su capacidad de segmentación y optimización

- eMarketer

Implemente su Campaña Programática

Seleccione Configuración General

Defina el público objetivo, la región geográfica, los medios y los dispositivos para los que se mostrará su campaña.

Productos y adicionales

Con la ayuda de Publya, serán seleccionados los mejores productos y estrategias del marketing programático para el perfil y objetivo de su campaña.



Defina el objetivo de su campaña

Seleccione el objetivo más adecuado para su campaña. Así, Publya optimiza los resultados que importan para su marca.

Configuración general

Establezca la información básica de segmentación de su campaña

Región Geográfica

Defina la región geográfica de su campaña programática.

Segmentación Geográfica

Ciudad
Region
País

Medios & Devices

Seleccione los tipos de medios y dispositivos en los que se mostrará su campaña de programática.

Opciones de Medios

Display
Mobile
Video
Áudio

Opciones de Devices

Desktop
Mobile
Smart TVs

Público Objetivo

Segmente su campaña programática para el público objetivo de su marca

Segmentación de Público-Objetivo

Información demográfica
Intereses
Profesión
Intención de Compra
y otros

Objetivo De la Campaña

Defina el objetivo principal de su campaña programática. Este paso es esencial para que las optimizaciones de entrega de medios traigan resultados reales para su marca.



Conozca las opciones de objetivos

- Tráfico al Sitio
- Conversiones en el sitio
- Vistas de vídeo
- Awareness



Tráfico Al sitio

Principal Métrica: CPC

Generar tráfico calificado para landings específicas de su sitio.



Visualizaciones de video

Principal Métrica: VCR

Generar el máximo de visualizaciones completas de los videos de su marca.



Conversiones en el sitio

Principal Métrica: CPA

Optimizar para conversiones dentro landings específicas de su sitio. Ventas, inscripciones y clics en botones, por ejemplo.



Awareness

Principal Métrica:
Tasa Viewability

Dar a conocer el mensaje de la campaña y trabajar la marca, optimizando la visibilidad de los anuncios.

Productos, Adicionales, Filtros para Programática

Después de alinear las configuraciones generales y objetivo, su marca puede componer la campaña con una combinación de Productos, Estrategias Adicionales y Filtros.

Publlya ofrece una cartera completa de estrategias para campañas programáticas, viabilizando los más diversos objetivos y segmentaciones de campaña.

Productos

Publly Select
Private Deals
Whitelists
Hyperlocal
Onboarding
Connected TV

Adicional

Hyperlocal
Onboarding
Retargeting Email
Mkt
Datos Premium
Native Ads

Filtros

Brand Safety
Viewability
Filtro Data Driven

Publly Select

Publly selecciona un mix de estrategias ya consagradas del marketing programático para exhibir su campaña.

Todas las estrategias seleccionadas están dirigidas a impactar a su público objetivo de forma segmentada.

El resultado de cada una de ellas es acompañado de cerca por el gestor de la campaña, que dirigirá la entrega a las estrategias que traigan los mejores resultados.

Productos

Publly Select contempla las estrategias consagradas del marketing programático. Pero usted puede impulsar su mix contratando estrategias adicionales o filtros especiales.



Recomendado para los siguientes objetivos:

- *Tráfico al sitio*
- *Conversiones al sitio*
- *Visualizaciones al sitio*
- *Awareness*



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- *Display*
- *Mobile*
- *Video*

1

Whitelists

Entrega de las impresiones en la lista de sitios segmentados y relevantes para la campaña.

2

Datos Third Party

Segmentación de la campaña para usuarios con determinados perfiles demográficos o intereses, estos datos proporcionados por Navegg o Tail.

3

Contenido Contextual

La estrategia se centra en la entrega de impresiones en páginas que abordan temas relevantes para la campaña, con datos proporcionados por DoubleVerify, Peer39 o IAS.

4

Retargeting

A través de tags instaladas en su sitio, las estrategias de retargeting permiten re-impactar su público en Internet.

Proveedores de datos de localización

Factual

La mayor y más precisa empresa de validación de geolocalización del mundo, que proporciona información para grandes empresas como Uber, Facebook y Apple.

Oath

La tecnología de geolocalización de Oath utiliza datos GPS capturados de aplicaciones de usuarios de Yahoo y aplicaciones con el SDK de Flurry.

Google

Google determina la ubicación de los usuarios a través de la información de GPS, Wi-fi y Antenas capturadas por las aplicaciones y el sistema operativo Android.

Adicional

Productos



Hyperlocal Geotargeting

A través de tecnologías avanzadas de geolocalización, Publya consigue hipersegmentar su campaña para usuarios en direcciones específicas.

Utilize Categorías de Negocios

Vea muchas opciones de segmentación haciendo click [aquí](#).

Segmente Direcciones Customizadas*

Envíe listas de direcciones específicas a Publya.*

Real Time o Lookback**

Alcance de usuarios que están en las ubicaciones en tiempo real o que estuvieron allí en los últimos días.**



Recomendado para los siguientes objetivos:

- Tráfico al sitio.
- Conversiones al sitio.



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- Mobile



Exhiba sus campañas exclusivas de Hyperlocal o contrátelo adicional de su mix Publya Select.

Private Deals

Publly negocia la entrega de su campaña en sitios específicos que tengan afinidad con su marca. A través de negociaciones de Private Deal, se definen los CPM y las segmentaciones de la campaña. Es la combinación de la facilidad de la programación con el control de la propagación en pocos sitios.

Solicite a su ejecutivo la lista de sitios que tenemos disponible para este ítem.



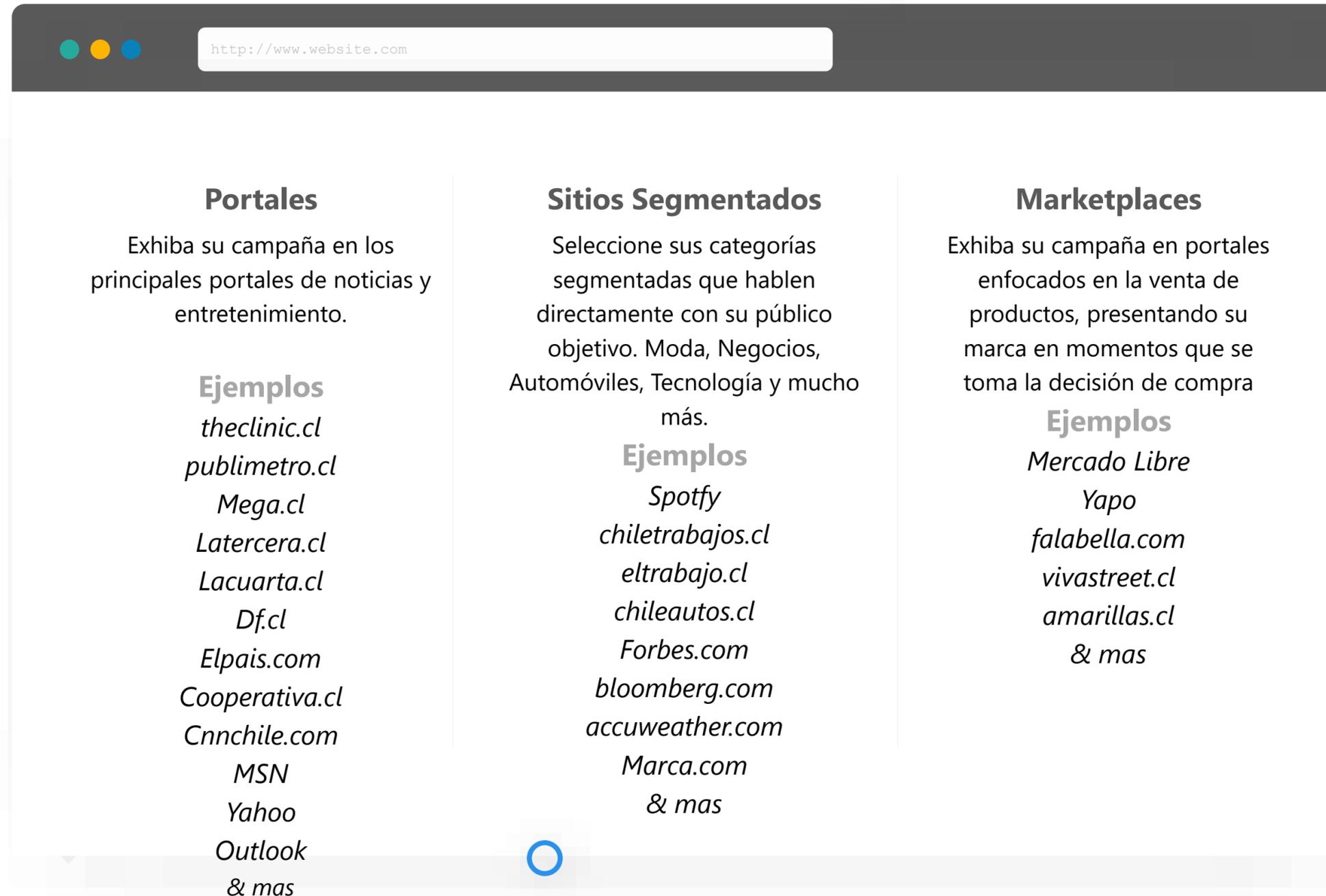
Recomendada para los siguientes objetivos:

- Tráfico al Sitio.
- Visualizaciones de vídeo.



Vincule su campana con los siguientes medios:

- Mobile
- Display
- Vídeo



http://www.website.com

Portales

Exhiba su campaña en los principales portales de noticias y entretenimiento.

Ejemplos
theclinic.cl
publimetro.cl
Mega.cl
Latercera.cl
Lacuarta.cl
Df.cl
Elpais.com
Cooperativa.cl
Cnnchile.com
MSN
Yahoo
Outlook
& mas

Sitios Segmentados

Seleccione sus categorías segmentadas que hablen directamente con su público objetivo. Moda, Negocios, Automóviles, Tecnología y mucho más.

Ejemplos
Spotify
chiletrabajos.cl
eltrabajo.cl
chileautos.cl
Forbes.com
bloomberg.com
accuweather.com
Marca.com
& mas

Marketplaces

Exhiba su campaña en portales enfocados en la venta de productos, presentando su marca en momentos que se toma la decisión de compra

Ejemplos
Mercado Libre
Yapo
falabella.com
vivastreet.cl
amarillas.cl
& mas



Exhiba campañas exclusivas de Private Deals. Seleccione uno o más portales en la misma campaña.

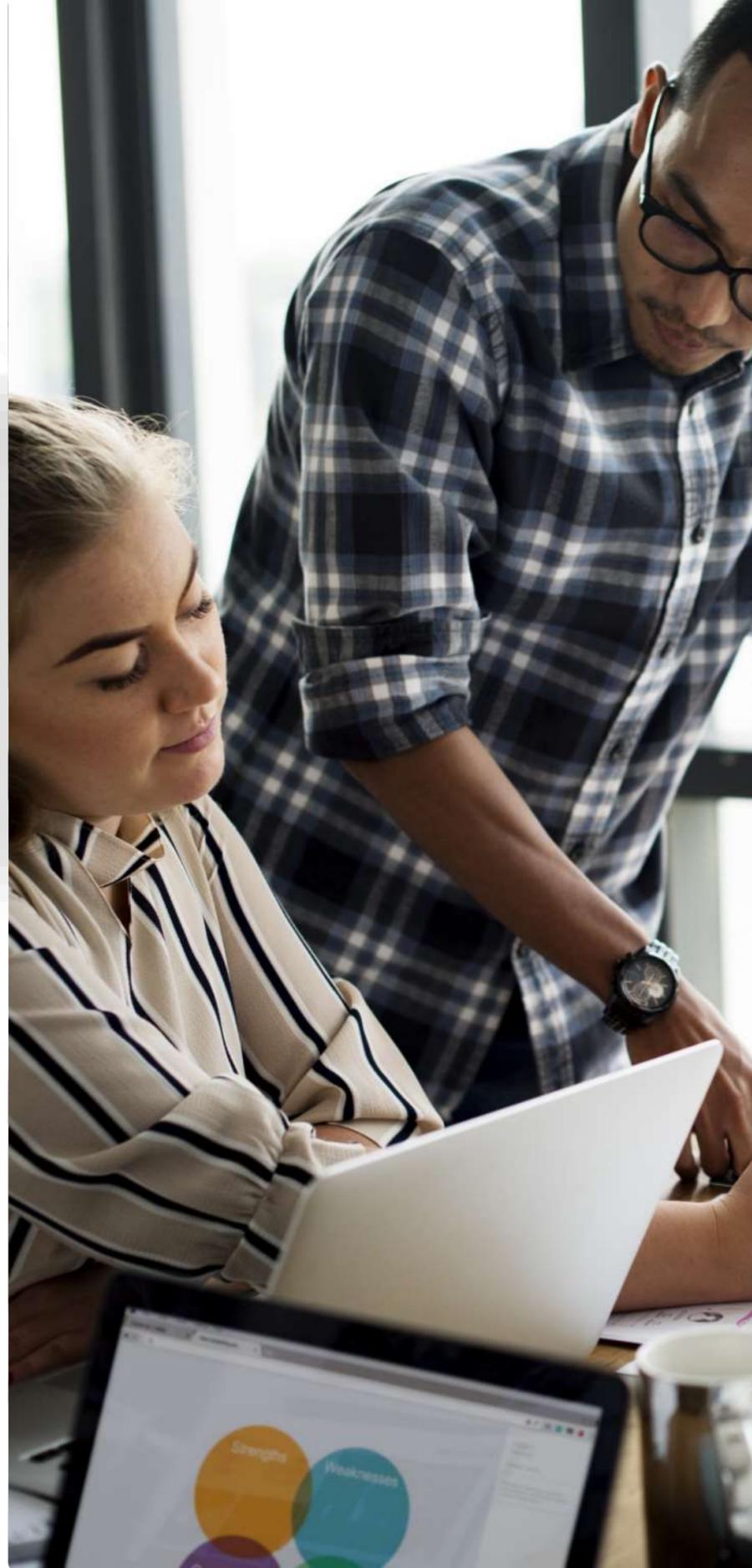
Proveedor de Onboarding

Retargetly

Retargetly es una plataforma DMP especializada en la gestión de datos de First Party de las marcas, proporcionando el servicio de coincidencia de datos offline.

Adicional

Productos



Onboarding de Datos

Con el Onboarding de datos es posible encontrar clientes de un registro de CRM cuando estén navegando por Internet. Su marca envía una lista con información como RUT y correo electrónico de clientes, y Publya puede entregar campañas orientadas sólo a estos usuarios, haciendo la comunicación mucho más asertiva y personalizada.

Datos Encriptados.

La información confidencial de sus clientes se envía de forma encriptada, garantizando la seguridad de los datos.

Lookalike

Su base puede ser ampliada a través de la estrategia de Lookalike - impactando a usuarios parecidos a su lista original.



Recomendada para los siguientes objetivos:

- Tráfico para el sitio.
- Conversiones. Al sitio-



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- Mobile
- Display
- Video



Exhiba sus campañas exclusivas de Onboarding o contrátelo adicional de su mix Publya Select.



Whitelists

Producto especial en el que su campaña programática se entrega exclusivamente dentro de una lista de sitios construida por Publya y aprobada por su marca. Indicada para campañas que priorizan el control y el contexto del sitio, frente al perfil de la audiencia y el alcance.



Control Total

Su campaña se exhibe sólo en sitios que han sido minuciosamente elegidos excluyendo sitios que no estén alineados con los objetivos de campaña.



Exhiba campañas exclusivas en Whitelists



Recomendada para los siguientes objetivos:

- Tráfico al Sitio
- Visualizaciones de Video
- Awareness



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- Mobile
- Display
- Video

Datos Premium

Además de los datos proporcionados por Data Suppliers como Retargetly, Navegg y Tail - que se activan en el mix de estrategias Publly Select, puede agregar datos de Third Party Premium en su campaña programática.

Proveedores Experian y Equifax:

Datos declarados de renta, profesión, intención de compra y perfiles de comportamiento.



Adicional



Recomendada para los siguientes objetivos:

- Tráfico al Sitio
- Conversiones al sitio.
- Visualizaciones de Video
- Awareness



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- Mobile
- Display
- Video



Contrate la estrategia de datos Premium como adicional de su mix Publly Select

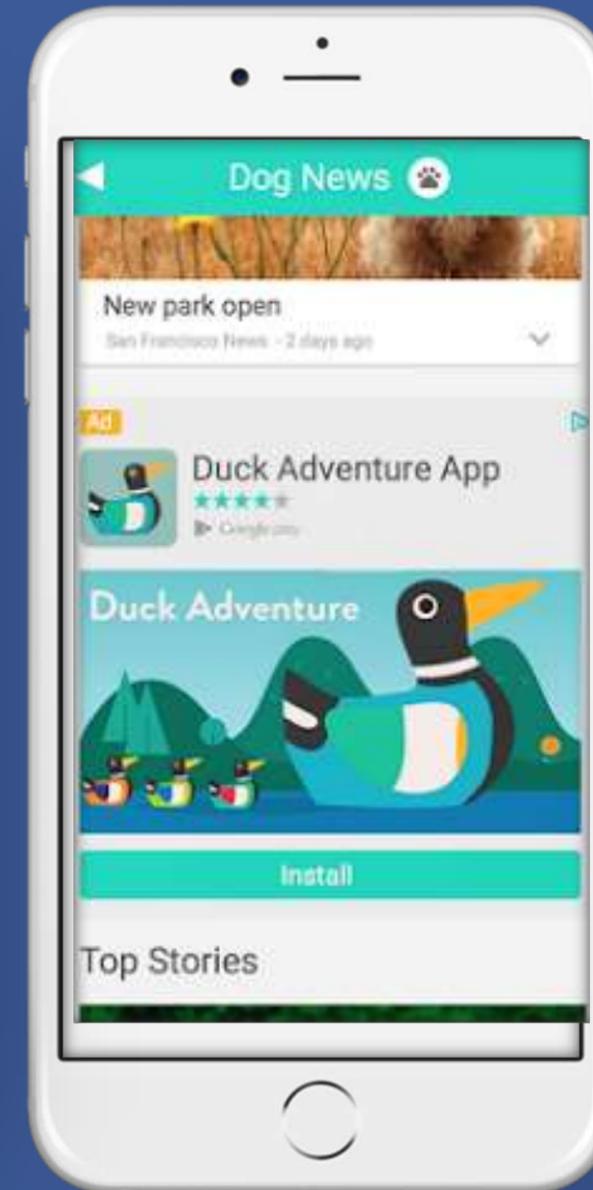
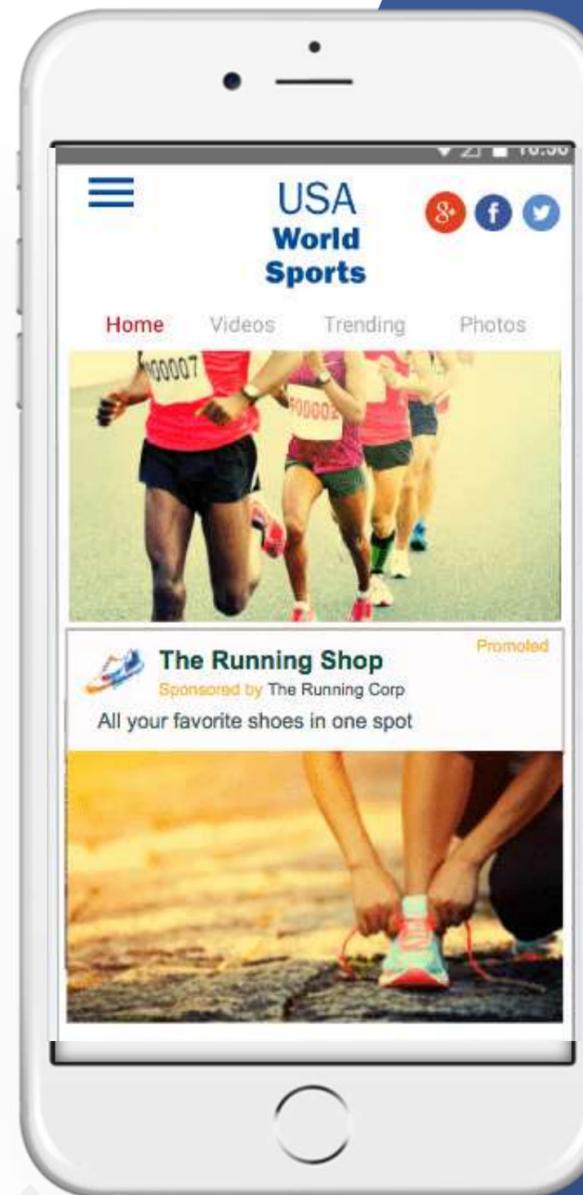
Native Ads

Exhiba una estrategia especial, con formato de creativo que se mezcla con el contenido del sitio. Su marca envía imagen y textos y la plataforma crea automáticamente sus anuncios.



Vea algunos ejemplos de exhibición

Adicional



Contrate la estrategia de Native Ads como adicional de su mix Publy Select



Recomendada para los siguientes objetivos:

- Tráfico al Sitio
- Conversiones al Sitio



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- Mobile
- Display

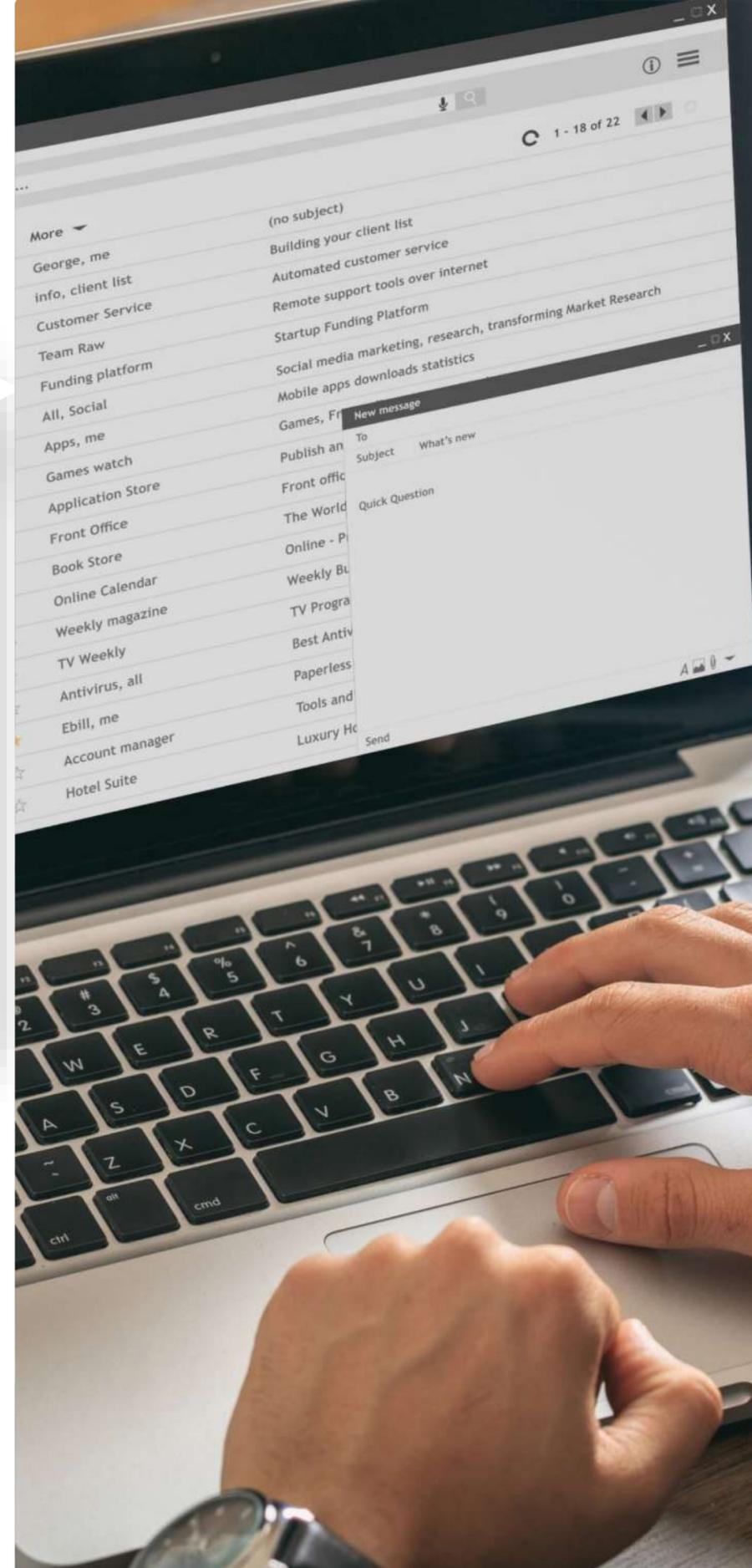
Requisitos

Mailing y envío de correos electrónicos son responsabilidad de la Agencia o del Cliente

Se necesitará la configuración de una tag antes de enviar el correo electrónico

El correo electrónico debe enviarse en HTML5.

Adicional



Retargeting Email Mkt

Un tag se inserta en todos los correos electrónicos disparados en su acción de Email marketing. Con eso, todos los usuarios que abran el correo electrónico, serán trackeados. Publya inicia entonces la acción de retargeting, presentando banners sólo para usuarios taggeados, rentabilizando y destinando la inversión sólo al target específico.

Optimice su inversión en Email Marketing

Utilice la audiencia impactada por su campaña de email para agregar valor a su entrega de marketing programático.



Recomendada para los siguientes objetivos:

- Tráfico al sitio
- Conversiones al sitio



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- Mobile
- Display



Contrate la estrategia de Retargeting Email Marketing como adicional de su mix Publya Select

Brand Safety

Si su marca necesita una protección adicional, añada el filtro de Brand Safety a la entrega de su campaña. De esta forma, su campaña no se exhibe en páginas que su marca no quiera estar asociada. Los filtros utilizados por Publya son proporcionados por compañías como DoubleVerify, Peer39, IAS y Google.

Filtros

Viewability

Si la estrategia de su marca involucra tasas de viewability por encima de la media del mercado, contrata el filtro de pre-bid como adicional de su campaña. De esta forma, las impresiones sólo se entregan cuando tienen altas probabilidades de que los anuncios sean vistos. Los filtros utilizados por Publya son proporcionados por compañías como DoubleVerify, Peer39, IAS, Oath y Google.

Filtros

Filtro Data Driven

Direccione la transmisión de su campaña a través de datos de Third Party.

Añada Datos Third Party a la entrega de todas las estrategias de su campaña programática. Indicando para las marcas que quieran filtrar la entrega de los medios sólo para determinados perfiles de público o de comportamiento en Internet.

La entrega utilizará datos de comportamiento proporcionados por Retargetly, Navegg o Tail. Publyta recomienda que se utilicen datos más amplios, evaluando siempre el universo total de la campaña.



Filtros



Recomendada para los siguientes objetivos:

- Tráfico al sitio
- Visualizaciones de Vídeo
- Awareness



Implemente esta estrategia con los siguientes medios:

- Mobile
- Display
- Vídeo



Contrate el filtro Data Driven como adicional de su mix Publyta Select

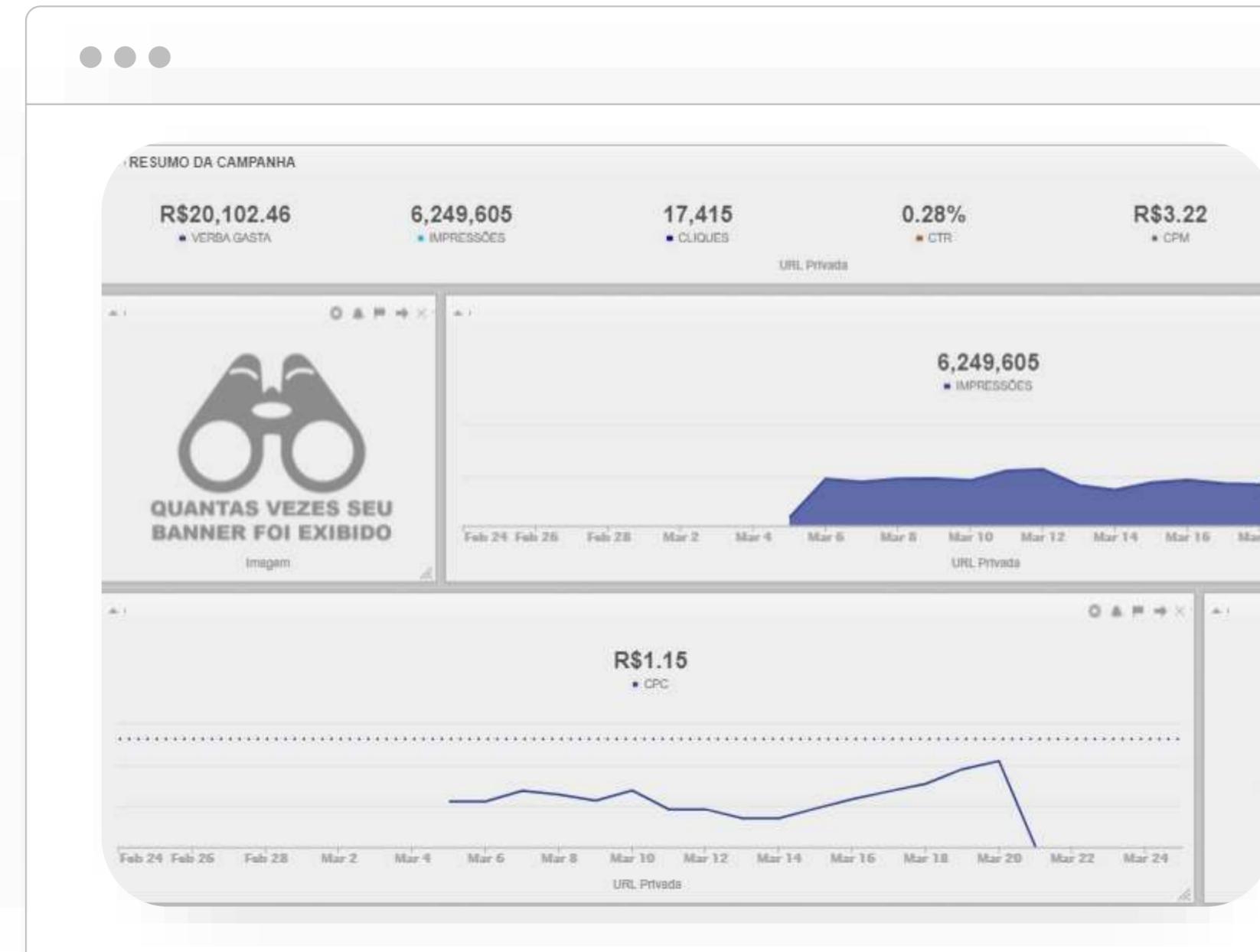
Haga Seguimiento a sus Resultados de campaña

Dashboard Publya

Obtenga un link con Dashboard Publya, donde usted puede revisar en tiempo real los resultados de su campaña. Con un diseño sencillo, el informe facilita el seguimiento del progreso, además de traer comentarios semanales sobre la performance hechos por el equipo de implementación de campaña.

Navegg

A través de la asociación de Publya con Navegg, su marca recibe acceso gratuito al panel Navegg, con datos cualitativos sobre la audiencia de la página de destino de su campaña.



Sobre Publya

Especialistas en Marketing Programático

Publya es un Trading Desk especializada en la gestión de campañas programáticas. Desde el 2013 en el mercado, Publya ya ha operado más de 2 mil campañas de los más diversos segmentos del mercado.

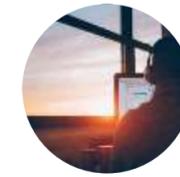
EMPRESA ASOCIADA



EMPRESA CERTIFICADA



EMPRESA CERTIFICADA



Tecnología

Publya utiliza las mejores y más robustas tecnologías del mercado para la operación de campañas de medios programáticos. Como plataformas DSP utiliza MediaMath, DBM y BrightRoll. También utiliza DMP de Navegg y MediaMath y datos proporcionados por Retargetly, Tail, Navegg, Google y Experian.



Experiencia

Publya tiene un equipo certificado en marketing programático por el New Marketing Institute. Es una de las 11 empresas del mundo que forma parte del programa MediaMath Partners. También cuenta con el sello Google Partner.



Dashboard

Dashboard exclusivo de Publya, con todas las informaciones y principales métricas de todas las campañas activas - actualizadas en tiempo real



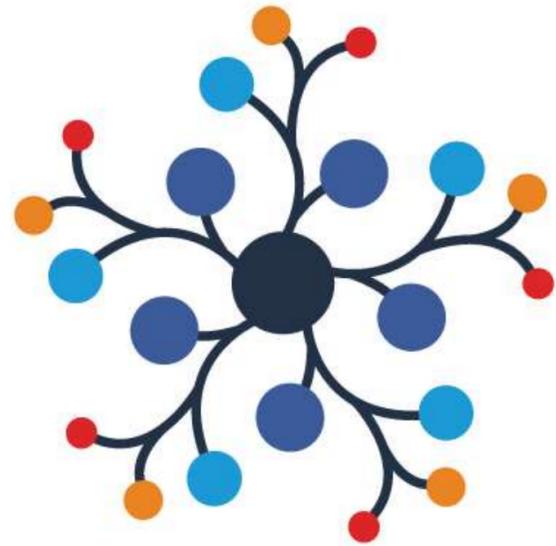
Transparencia

Publya proporciona acceso a toda la información de las campañas que opera para sus clientes, haciendo todo el proceso muy transparente. Además, como asociada del IAB Brasil, Publya busca actuar activamente en la construcción de un mercado más ético, transparente y eficiente.

FIN.

Solicita tu Propuesta.

www.publya.com/mercado



publiza

Marketing Programático

BOOK DE PRODUCTOS DE MARKETING PROGRAMÁTICO

EMPRESA ASOCIADA



EMPRESA CERTIFICADA



EMPRESA CERTIFICADA

