

# Pageviews, Impresiones y Clicks

PAGEVIEW

The image shows a screenshot of the LA NACION website homepage. The page features a navigation bar with categories like ACTUALIDAD, NEGOCIOS, DEPORTES, VIDA Y OCIO, IDEAS, and ESPECTÁCULOS. A large banner advertisement for COACH perfume is prominent, featuring a woman's portrait and a perfume bottle. Below the banner, there are news articles with headlines such as "Rogelio Frigerio criticó el paro: 'Es difícil de explicar; estamos en medio de una negociación'" and "Paro de transporte: antes de la reunión con Triaca, crece la presión de los gremios por Ganancias".

LA NACION

EDICION IMPRESA CLUB LA NACION

25.5° CAPITAL FEDERAL

Ingresar ¡Y PERSONALIZÁ TU LECTURA!

ACTUALIDAD ▾ NEGOCIOS DEPORTES VIDA Y OCIO IDEAS ESPECTÁCULOS

HOY LN+ IMPUESTO A LAS GANANCIAS MALVINAS LA CORRUPCIÓN K DÓLAR HOY SERVICIOS

COACH NEW YORK

CHLOË Grace MORETZ Introducing The NEW FRAGRANCE for HER

Rogelio Frigerio criticó el paro: "Es difícil de explicar; estamos en medio de una negociación"

Paro de transporte: antes de la reunión con Triaca, crece la presión de los gremios por Ganancias

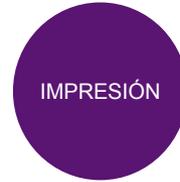
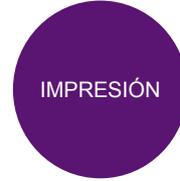
Paro de transporte: ya funcionan los colectivos

IMPRESIÓN

BANNER

CLICK

# CTR: Click Through Rate



$$CTR = \frac{CLICKS}{IMPRESIONES} \cdot 100$$

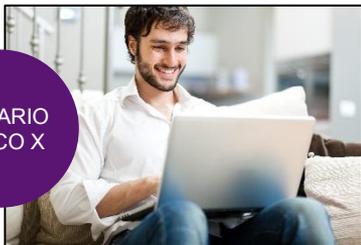
S



$$CTR = \frac{1 \text{ click}}{3 \text{ impresiones}} \cdot 100$$

$$CTR = 0.33\%$$

# Frecuencia



USUARIO ÚNICO X



BANNER



IMPRESIÓN



USUARIO ÚNICO Y



BANNER



IMPRESIÓN



BANNER



IMPRESIÓN



BANNER



IMPRESIÓN

$$\text{FRECUENCIA} = \frac{\text{IMPRESIONES}}{\text{USUARIOS ÚNICOS}}$$

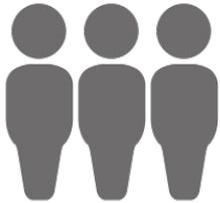


$$\text{FRECUENCIA} = \frac{4 \text{ impresiones}}{2 \text{ usuarios únicos}}$$

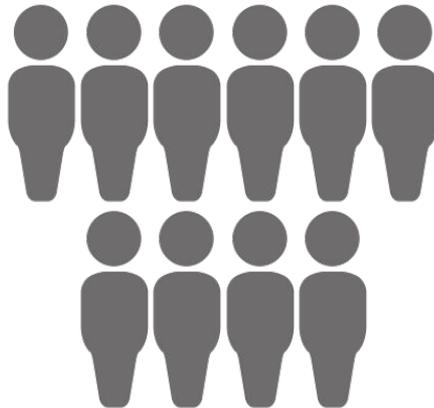
$$\text{FRECUENCIA} = 2$$

# Cobertura

$$\text{COBERTURA} = \frac{\text{USUARIOS ALCANZADOS EN EL TARGET}}{\text{USUARIOS TOTALES DEL TARGET}} \cdot 100$$



Un medio es visitado por tres personas de mi target



Consideramos que nuestro target son 10 personas (TGI, ComsCore, Indec)



COBERTURA = 30%



**Los sitios no son  
todos iguales**

# Clasificación de medios online

Portales

Clarín.com

ln  
digital

infobae.com

perfil.com

quincosmos.com

E-commerce

OLX

mercado  
libre

DSPs

X  
X  
A  
X  
I  
S

doubleclick  
bid manager  
by Google

MediaMath

Redes Sociales



A collection of numerous colorful ceramic plates, likely from a traditional craft market, displayed on a light-colored wall. The plates feature a wide variety of designs, including geometric patterns, floral motifs, and abstract shapes. The colors used are vibrant, such as red, blue, green, yellow, and purple. Some plates have intricate line work, while others have solid colors or simple patterns. The text "Y hay una gran variedad de formatos" is overlaid on the left side of the image.

**Y hay una gran  
variedad de formatos**

Básicamente son 4 tipos:

- **VIDEO**
- **AUDIO**
- **TEXTO**
- **DISPLAY**



# TEXTO

Google ford

All Images News Maps Videos More Settings Tools

About 1,420,000,000 results (1.17 seconds)

**Ford.com.ar | Ford Argentina | Conocé todos nuestros modelos**  
www.ford.com.ar/ en un solo lugar, ingresá al mundo Ford! Servicio Posventa Planes De Financiación. Buscador Concesionario. Solicitud De Cotización. Tipos: Autos, Pick-ups & SUV's, Utilitarios, Camiones. Autos - Pick-ups & SUV's Utilitarios - Camiones  
Colectora Este 34603, Avenida Henry Ford y Panamericana, General Pacheco, Buenos Aires

**Ford dietrich | 0km | grupodietrich.com**  
ford.grupodietrich.com/Ford/0km - D11 5352-6200  
Volvé a subirte a un 0km con la confianza que sólo dietrich te puede dar. La mejor cotización. Simulador de Planes. Beneficio tiempo limitado. Financiación. Modelos: Ecosport, Ranger, Fiesta, Focus, Ka, Venitas Corporativas Planes Ovalo Servicios Posventa Servicios Programados

**Nuevo Plan Ford Argentina | Tu 0Km en Cuotas y SIN INTERÉS**  
www.plan-ford.com.ar/ Promoción Exclusiva 0% INTERÉS! Bonificación Especial de \$20000 - Suscribite Hoy. Entregas Programadas. Financiación 0% Interés. La Cuota Más Baja. \$20000 Bonificados.  
Plan Ford Ka - ARS 2.103.000/mo - Cuotas SIN INTERÉS - Más »

**Autobiz Concesionario Oficial | Tenemos El Ford que Buscas**  
www.autobiz.com.ar/autobiz/ford/ Tu Nuevo Ford Está Aquí! Hace Tu Prueba de Manejo Ahora Mismo! Entrega Inmediata.

# VIDEO

infobae Últimas Noticias Política Sociedad Deportes Tecnología Economía Campo Opinión Tendencias Videos Salud Herramientas

30 de enero de 2018

SYNC 3 CONECTA TU AUTO A APPLE CARPLAY

ASISTENTE VOZ

Superliga Argentina 2017

El día general, a la noche del mundo en vivo. Fútbol y más deportes en la televisión de cable por el día 22 de febrero de la noche. Deportes: Fútbol: Selección Argentina y Fútbol Profesional

Mira charla entre Sampsoni y Mascherano

Mira también: ¡Recibí banderos con Leo

# DISPLAY - STANDARD

## FORMATOS STANDARD IAB

120 X 600

160 X 600

300x600

200x200

250x250

468x60

728x90

300x250

300x250

# DISPLAY RICH MEDIA

Half Banner Expandible

Video Layer

Anuncio Previo

Layer

Mega Expandible

# Display: Conceptos y definiciones



- Tamaño en pixeles (ancho por alto)
- Pieza
- Tecnología (Jpg, Gif, HTML5, etc.)
- Peso en kilobytes (kb)
- ClickTag (según AdServer)
- Posición

## Los formatos tradicionales/standard

Hay formatos que responden más satisfactoriamente que otros al objetivo final al que apuntan. Por esta razón, al momento de pensar la creatividad, es fundamental tener en cuenta el formato y así optimizar sus características en función de la creatividad, y viceversa.

### **Ventajas:**

- Canalización de contenido variado en una sola creatividad
- Interactividad a partir del click por ejemplo.
- Viabiliza la métrica en la punta más amplia del funnel de conversión, midiendo impresiones, comportamiento y reacción al mensaje del grupo más amplio del target
- Permite la distribución de la pauta en diversos canales y usos de los usuarios.
- Permite rotación de mensaje, por la versatilidad de los adservers y métodos de publicación (DCO)

**\*Fuente: IAB – Interactive advertising bureau**

## Los formatos Rich Media

- Permiten la **medición de múltiples indicadores e interacciones** del usuario con la pieza creativa.
- Permiten el **uso de audio y video** dentro de la pieza.
- Permiten piezas de **mayor peso**.
- Tienden a ser disruptivos



Enfocándonos en  
la oferta

# Consideraciones

Cada medio (**Publisher**) decide cómo monetizar su **inventario publicitario**.

La manera en que los medios digitales monetizan su sitio es a través de las **IMPRESIONES**.

Cada uno de ellos decide bajo qué **modalidad de compra** estarán disponibles dichas impresiones:

Cómo vender y a qué precio.

La cantidad de impresiones disponibles (el inventario) depende de dos factores:

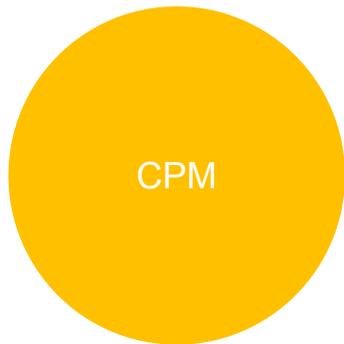
- La audiencia: tráfico (Cantidad de Usuarios Únicos y Pageviews que generan).
- La cantidad de posiciones publicitarias por Pageview.



Más allá de la modalidad de compra, se pueden llevar todos los resultados a una misma variable de análisis/optimización, considerando los **COSTOS EFECTIVOS** (eCPM /eCPC/ eCPV, etc)



# Modalidades de Compra



COSTO POR  
MIL IMPRESIONES

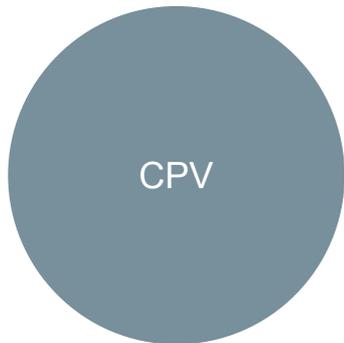


COSTO POR  
CLICK  
(Fijo o Dinámico)

A screenshot of the OHLALA! website homepage. The header features the "OHLALA!" logo in pink, a "MI HOROSCOPO HOY" section with a registration prompt, and social media icons. Below the header is a navigation menu with categories like MODA, ACTUALIDAD, CALIDAD DE VIDA, SEXO &amp; PAREJA, BELLEZA &amp; SALUD, CASA, LA REVISTA, BLOGS, and a "mi pelo" button. The main content area includes a "CONTANOS" section with a form for user feedback, a Honda advertisement for the "parecido a nada igual a vos" campaign, and a weather widget for "EL CLIMA" showing a minimum of 5°C.

A screenshot of a YouTube video player. The video title is "Aerosmith - I Dont Wanna Miss A Thing". The player shows a video frame with lyrics and a timestamp of 0:07 / 4:40. Below the video, there are buttons for "Me gusta" and "Compartir", and a view count of 598785. On the right side, there is a "PROMOCION ONLINE" banner for "CABLEVISION DIGITAL + FIBERTEL WIFI" offering a 35% discount, and a list of recommended videos, including "La Era del Hielo 4" and "Crazy - Aerosmith de Sábrik".

# Modalidades de Compra



COSTO POR  
VIEW/VISUALIZACIÓN

Exclusivo a pautas de video

En el caso de YOUTUBE, se considera una visualización de reproducción cuando el video llega a los 30 segundos o antes, si el mismo tuviese una duración menor. A partir de ese segundo el anunciante paga: **costo por visualización efectiva**.

Xaxis permite un máx. de 30 segundos y su modalidad de compra es por vista completa.

Otros medios lo comercializan por impresiones (CPM), pero se puede estimar el costo por view efectivo considerando la **TASA DE REPRODUCCIÓN**

The screenshot shows a YouTube interface. At the top, there's a search bar and navigation icons. The main video player displays a red-themed advertisement for 'DEBATE 2015 CANDIDATOS A GOBERNADOR' with a 'Skip Ad' button. Below the ad, the video title 'Eli Lieb - Place Of Paradise - Official Music Video' is visible, along with the channel name 'Eli Lieb', a 'Subscribed' button, and view counts (271,237). The video progress bar shows 932,699 views. To the right, there's a sidebar with a channel profile for 'qm noticias' and a list of recommended videos, including 'Lana Del Rey - Born To Die (Cover by Eli Lieb)', 'Mix - Eli Lieb - Place Of Paradise - Official Music Video', 'Eli Lieb - Young Love (Official Music Video)', 'Eli Lieb - Zeppelin (Official Video)', and 'Miley Cyrus - Wrecking Ball (Cover by Eli Lieb)'.

The screenshot shows a website page for 'enfemenino'. The page has a navigation bar with categories like 'Belleza', 'Moda', 'Joyce', 'Novias', 'Maternidad', 'En Forma', 'Pareja', 'Mujer Hoy', 'Psico', 'Ellos', 'Deco', 'Cocina', 'Famosos', 'Ocio', 'Horoscopo', 'Cupones', and 'Foro'. Below the navigation bar, there's a main content area with a video player showing a woman in a blue dress. The video player has a 'Compartir' button and a 'Compartir en facebook' button. To the right of the video player, there's a sidebar with a video player showing a woman in a white dress and a text box with the title 'Tips para ir a la moda este verano por My PeepToes'. Below the sidebar, there's a section titled 'Las primeras imágenes del desfile de Victoria's Secret' with a video player showing a woman in a white dress.

# Modalidades de Compra

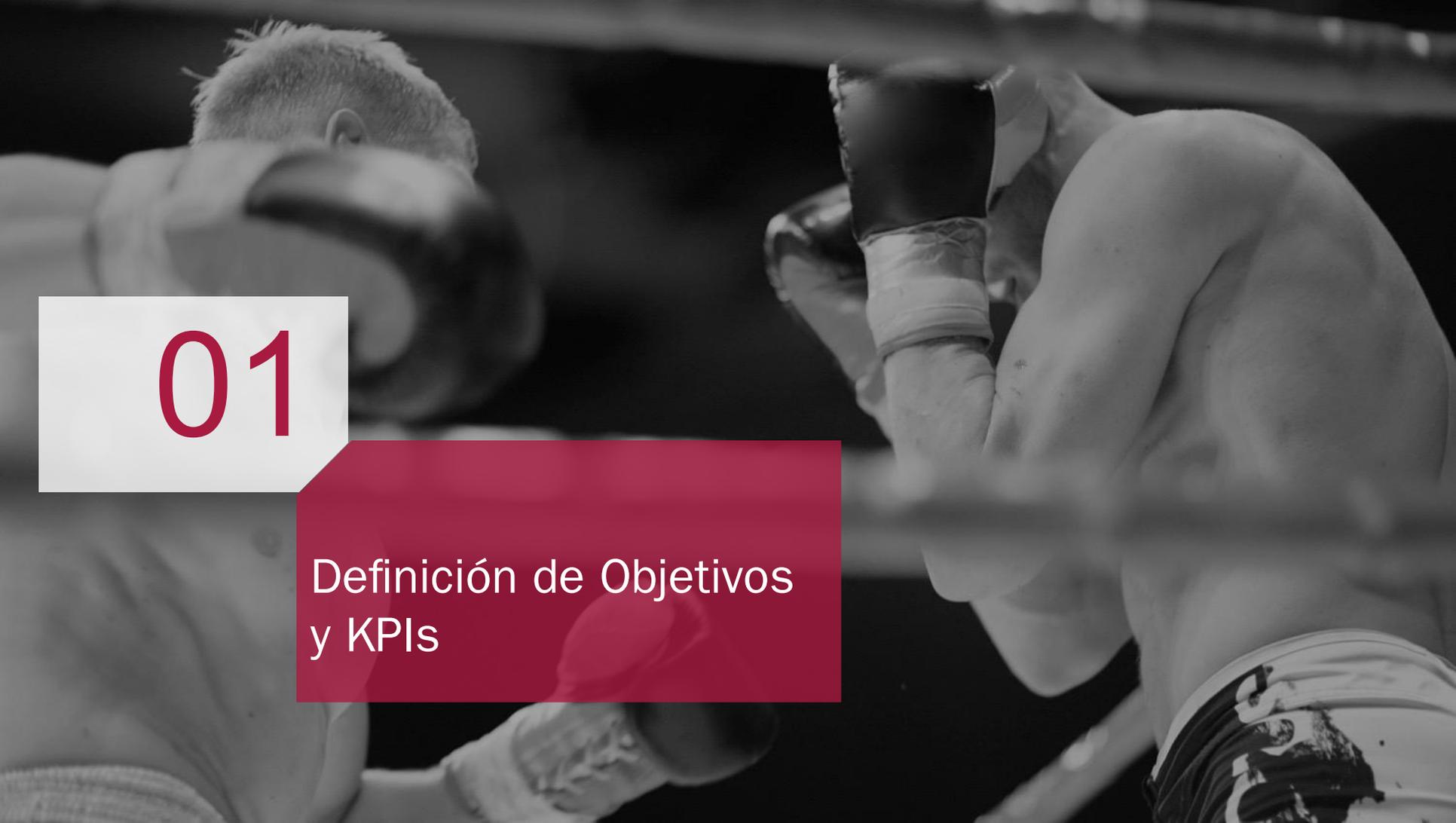
SPONSOREO

COMPRA FIJA POR  
MES,  
DÍA O FRANJA  
HORARIA

CPA/CPL

COSTO POR  
ACCIÓN/LEA  
D  
Cuando hablamos de CPA  
hablamos de afiliados  
exclusivamente, hoy día esta  
modalidad de compra no es  
muy utilizada.





01

Definición de Objetivos  
y KPIs

# Objetivos

## BRANDING



Acciones orientadas a generar VALOR/  
POSICIONAMIENTO de MARCA/PRODUCTO  
medibles a mediano/largo plazo.

## PERFORMANCE



Acciones orientadas a obtener resultados  
relacionados de manera directa o indirecta con  
el NEGOCIO, medibles y accionables en forma  
inmediata (corto plazo)

# Objetivos

## BRANDING

Acciones orientadas a generar **VALOR/POSICIONAMIENTO de MARCA/PRODUCTO** medibles a mediano/largo plazo

- Posicionar a la marca dentro de determinado segmento.
- Reforzar el conocimiento y recordación de la marca.
- Generar Involucramiento (engagement) entre la marca y el target al que apunta.
- Comunicar los atributos específicos de un producto/modelo.
- Elevar el nivel de interés/consideración de la marca.
- Mantener el liderazgo de SOV o SOI de la categoría.
- Elevar la percepción de Marca como “innovadora”.

## PERFORMANCE

Acciones orientadas a obtener resultados relacionados de manera directa o indirecta con el **NEGOCIO**, medibles y accionables en forma inmediata (corto plazo)

- Aumentar la base de usuarios registrados en el sitio.
- Alcanzar “x” cantidad de nuevos usuarios en el sitio en el período de 1 mes.
- Aumentar/Mantener el número de ventas online.
- Reservas Online de un determinado Producto/Servicio.
- Incrementar el valor del ticket promedio por venta online en un 10%.
- Incrementar la frecuencia de compra online de un producto.

# A través de las métricas evaluamos el cumplimiento de los objetivos

## BRANDING

Acciones orientadas a generar  
**VALOR/POSICIONAMIENTO** de **MARCA/PRODUCTO**  
medibles a mediano/largo plazo

- Recordación de Marca
- Recordación Publicitaria
- Cobertura (%) – Usuarios Únicos
- Frecuencia
- Impacto (CTR – Interacción)
- Engagement Rate
- Costo por Impacto / Costo por Punto de Cobertura

## PERFORMANCE

Acciones orientadas a obtener resultados relacionados  
de manera directa o indirecta con el **NEGOCIO**, medibles  
y accionables en forma inmediata (corto plazo)

- CPA: Costo efectivo por determinada acción que realiza el usuario (por venta, por lead, por instalación de una aplicación, por descarga de un contenido)
- Volumen de Registros, Ventas, Reservas, Solicitudes
- Ticket promedio por venta realizada
- % Conversion Rate (ratio de conversión)
- Retorno de inversión

# ¿Branding o Performance?

1

SECCIONES 

Argentina TV América

CONECTATE



# infobae

Martes 11 de Noviembre de 2014 20:56 | Buenos Aires, Centro, Argentina 24°C



2



4

POLÍTICA ECONOMÍA CRISIS DE LA DEUDA: DÍA 147 AGRO DEPORTES SOCIEDAD TECNO TELESHOW TENDENCIAS

3

**CYBER MONDAY**  
EN FALABELLA.COM



**10 Y 11 DE NOVIEMBRE**  
¡EL EVENTO ONLINE del año en FALABELLA.COM!

**125** *falabella.com*

IR AL EVENTO >

ABRIR ▾

ECONOMÍA  

## Tras los operativos, el Central agilizará las sanciones a bancos y financieras por el dólar

Por Leandro Gabin | [lgabin@infobae.com](mailto:lgabin@infobae.com)

La entidad desempolvará los expedientes que tiene con multas a casas de cambio a pedido de la Presidente. Desde el Gobierno dicen que los controles vinieron para quedarse y apuestan a llegar

POLÍTICA  

## El kirchnerismo pone freno al criticado proyecto de la estación espacial china en Neuquén



**¡SEGUIMOS!**  
CYBERMONDAY  
**RIBEIRO.COM.AR**  
HASTA  
**50% OFF**



A CADA HORA  
NUEVOS PRODUCTOS  
A PRECIOS  
INSOLITOS! **CLICK!**

# Hacia una mirada integral

## Con el consumidor en el centro de la estrategia

