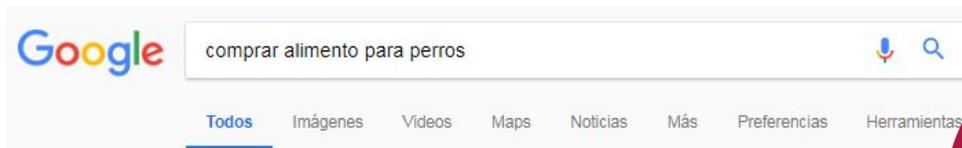


SEM Y SEO – PUBLICIDAD EN BUSCADORES



Cerca de 36,300,000 resultados (0.71 segundos)

Alimento Para Perros Pro Plan | Puppis.com.ar

(Anuncio) www.puppis.com.ar/Alimento/ProPlan

Comprá Pro Plan en Puppis Online a Domicilio o retira en tienda sin cargo. Veterinaria. Peluquería Canina. Entregas en el día. Descuentos en **Alimentos**. Todo **Para tu Mascota**. Envíos Gratis +\$500. Cuotas Sin Interés. Promociones Bancarias.

Alimento Económico

Comprá al mejor Precio y Ahorrá
Todas las marcas económicas

Alimento Premium

Alimento Premium para Perros
Las Mejores Marcas Premium

Wagui | Alimento completo para perros | wagui.com.ar

(Anuncio) www.wagui.com.ar/

Venta en veterinarias y petshops- Producto de Vitalcrops

Alimentos para Perros | Puppis - Lider en Alimento Balanceado

<https://www.puppis.com.ar/perros/alimentos/>

Las mejores marcas de **alimento para perro** las encontrarás en Puppis. Tenemos el ... **Comprar**.
unloaded. **Alimento-Pro-Plan-Active-Mind-Perros-Raza-Med-**.

Alimento para Perros en Mercado Libre Argentina

<https://listado.mercadolibre.com.ar/animales-mascotas/perros/alimento/>

Encontrá **Alimento para Perros** en Mercado Libre Argentina. Descubrí la mejor forma de comprar online.

SEM
(Search
Engine
Marketing)

**ANUNCIOS EN BUSCADORES
DE FORMATO SIMPLE Y FACILES
DE CREAR**

SEO
(Search
Engine
Optimization)

**RESULTADO DE BÚSQUEDA
ORGANICA
DEPENDE DE LA ESTRUCTURA
DEL SITIO Y EL
POSICIONAMIENTO SE HACE DE
MANERA LENTA**

SEM

- Modalidad de compra por subasta y se paga por clic (CPC).
- En un Resultado de Búsqueda se pueden mostrar hasta 4 anuncios en la parte superior y 3 en la parte inferior de la Página.
- Posicionamiento depende del Ranking del Anuncio, el que esta compuesto por la oferta CPC máximo, Nivel de Calidad y el impacto de la Extensiones.
- El CPC Real a pagar será solo lo necesario para mantener la posición de su anuncio. Esta determinado por la competencia que tenga la compra de determinada Palabra Clave.

Google hoteles en mar del plata

Todos Maps Imágenes Videos Noticias Más Preferencias Herramientas

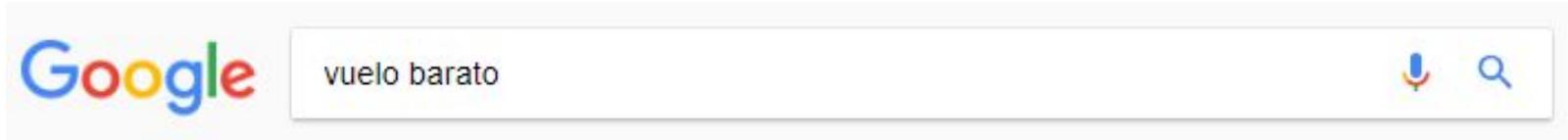
Cerca de 1,590,000 resultados (0.69 segundos)

Hoteles en Mar del Plata - Con ofertas especiales - booking.com
Anuncio www.booking.com/Mar-Del-Plata/Hoteles ▾
Calificación de booking.com: 4.5 ★★★★★
Reserva un Hotel en Mar del Plata. Precios óptimos. Pague en el hotel.
Confirmación inmediata · Lee opiniones reales · Hablamos tu idioma · Mejor precio garantizado
Tipos: Hoteles, Apartamentos, Villas, Albergues, Resorts, B&Bs
Reservar ahora Reserva para Esta Noche
Reserva para Mañana Sin cargos de gestión

Hoteles en Mar del Plata - Despegar.com.ar
Anuncio www.despegar.com.ar/Mar_del_Plata ▾
Oferta Hotel en Mar del Plata. Volvieron las Cuotas sin Int.!
40% Off · 12 Cuotas · Reservá Ahora · Pagá en Pesos
Tipos: Hoteles, Suites, Resorts, Apartamentos, Cabañas, Posadas
2 Estrellas Económico · Mejor Precio/Calidad · Hotel en Vieja Terminal · Costa Galana

451 Hoteles Mar del Plata - trivago.com.ar
Anuncio www.trivago.com.ar/Hoteles-MarDelPlata ▾
Tu Hotel Ideal en Mar del Plata. ¡No gastés de más. Usá trivago!
Compará Precios Gratis · Ahorrá Mucho con Nosotros · Descubre Nuestras Ofertas
Tipos: Hoteles, Alojamiento, Pensiones, Hostales
Hoteles 3* · Hoteles 5* · Hoteles 4* · Hoteles Centro (<3km) · Ahorra Hasta -78% · Hoteles con Spa

SEM



PALABRA CLAVE
Vuelos Baratos



Vuelos Baratos en Despegar.com | Nuevas Tarifas de Aerolíneas

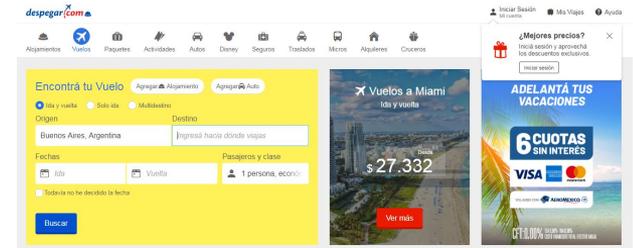
[Anuncio](http://www.despegar.com.ar/vuelos/baratos) www.despegar.com.ar/vuelos/baratos

Vuelos Baratos con la Mejor Financiación. Muchas Cuotas Fijas en Pesos. Todo para tu Viaje. Hasta 12 Cuotas s/interés. Destinos: Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Salta, Mendoza, Bariloche, Cataratas, Tucumán, Madrid, Río de Janeiro.

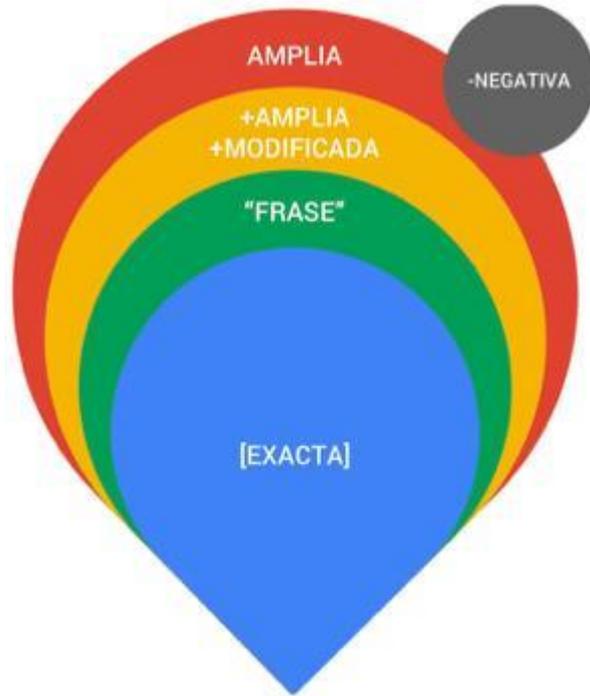


La idea principal en una campaña de Anuncios en buscadores es entregar la Mejor Respuesta a la consulta realizada por el Usuario.

Para esto es importante tener en cuenta la **Relevancia** entre palabras clave, anuncio y página de destino, lo que determina la posición del anuncios y el valor del Clic.



SEM



- **Helado de Frambuesa**

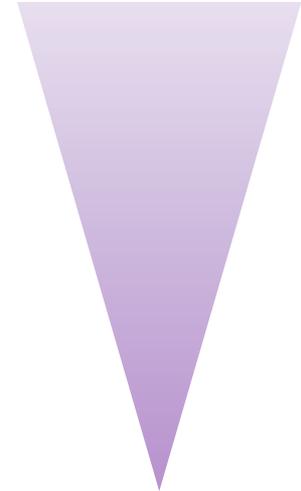
- **+Helado +Frambuesa**

- **"Helado de Frambuesa"**

- **[Helado de Frambuesa]**

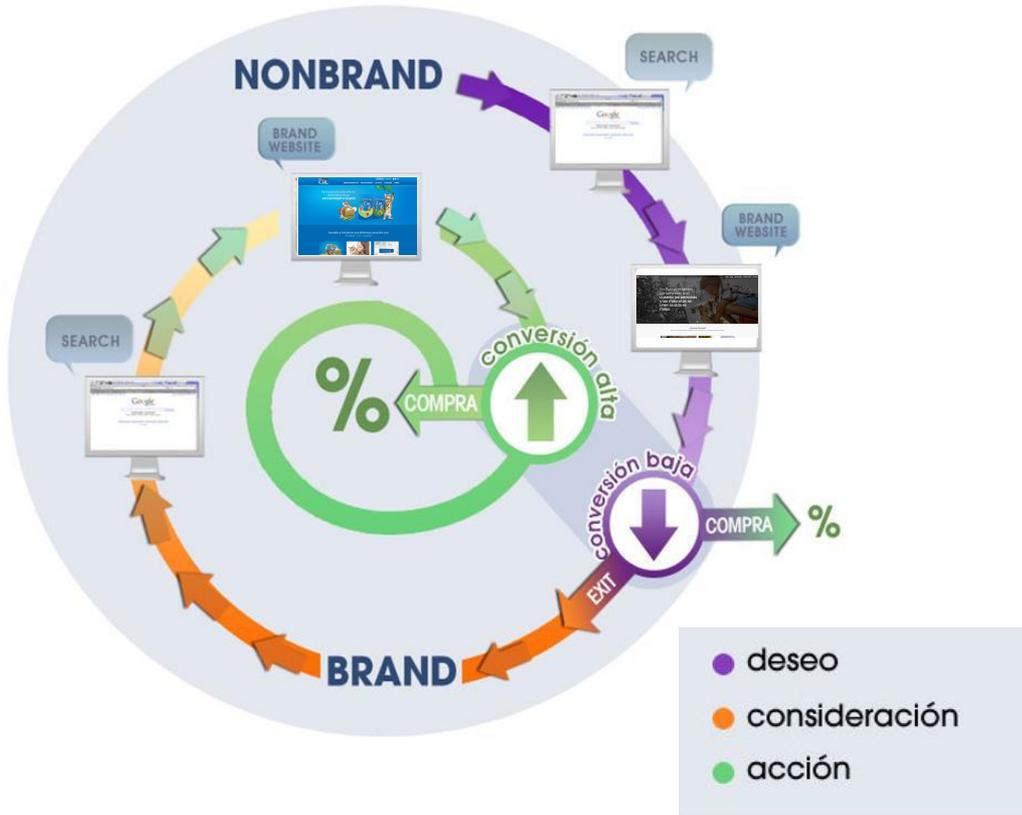
- **-palito**

+ CPC
– Nivel de Calidad



– CPC
+Nivel de Calidad

SEM



Los clientes usan la Búsqueda en todos los pasos de su Ciclo de Compra.

En el Proceso de Descubrimiento o Deseo se generan búsquedas con palabras Clave genéricas y amplias para encontrar las empresas que ofrecen un producto/servicio.

En consideración la búsqueda va más enfocada a la categoría, para comprar entre varias empresas o productos.

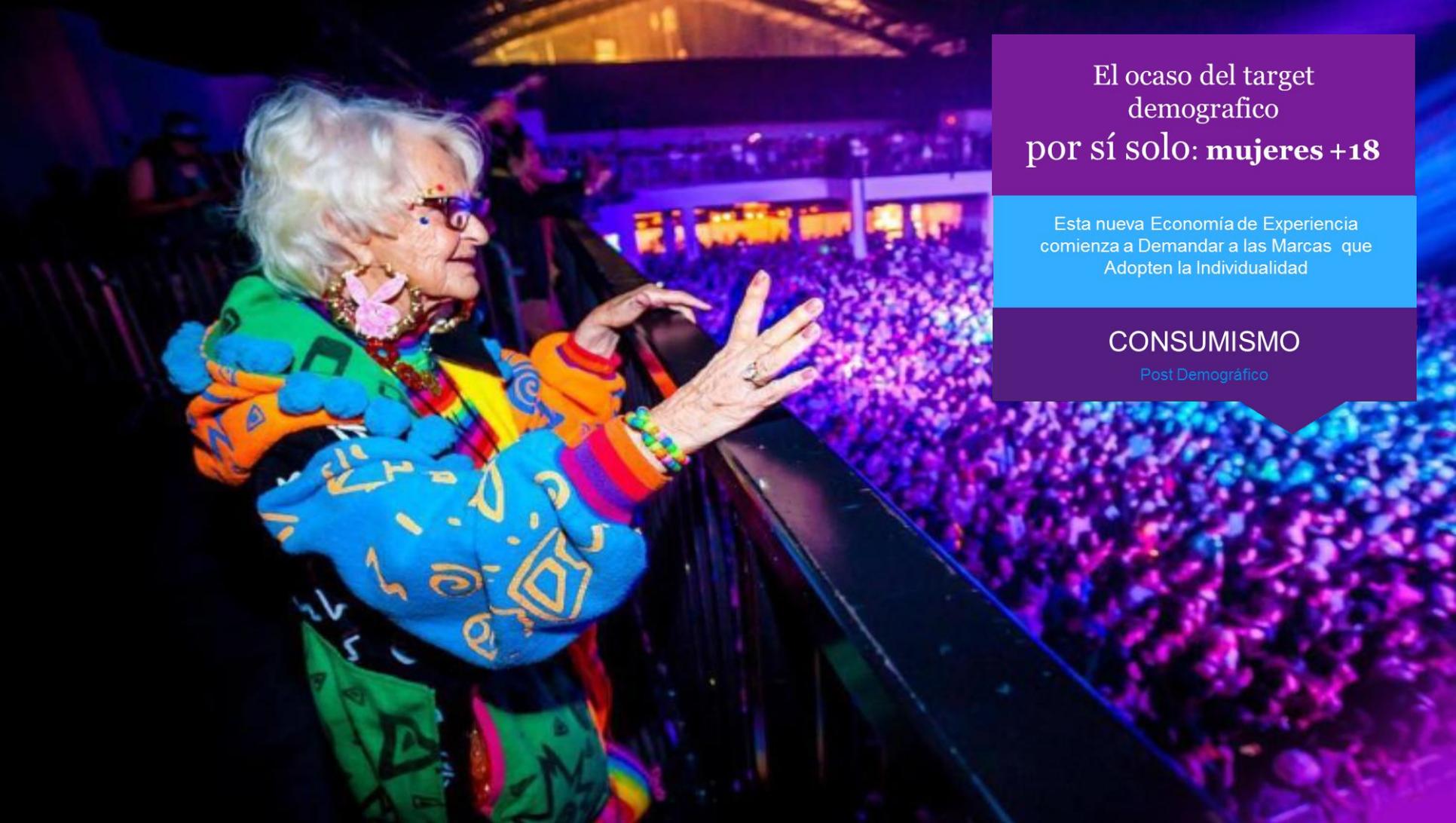
En la etapa de acción las búsquedas son la palabra clave de la marca, ya que esta tomada la decisión de generar la compra.

Hace cinco años atrás se infería que...



30 años promedio

Interés por la música



El ocaso del target
demografico
por sí solo: mujeres +18

Esta nueva Economía de Experiencia
comienza a Demandar a las Marcas que
Adopten la Individualidad

CONSUMISMO

Post Demográfico



Identidad como centro de la estrategia X

ELEMENTO CLAVE:

**TOMAR LA AUDIENCIA EN
EL CORAZÓN DE LA
ESTRATEGIA DE MEDIOS**

*Hasta no hace
mucho tiempo atrás...*

EDAD

35 AÑOS

GÉNERO

MASCULINO

NSE

ABC1



La data orienta las estrategias de medios haciendo foco en el consumidor



PURCHASE PROFILE	Top Spender Frequent Spender Brand Loyalty	Men's Fashion Organic Food Apple
CUSTOMER PROFILE	Sales Stage Value Based Loyalty Program	Upsell Target High Value Customer VIP Cardholder
BEHAVIORAL PROFILE	Intent Interest Predicted Intent	Air Travel Investing Sport Utility Vehicle
TECHNOLOGY PROFILE	 Personal  Personal Shared  Work  Personal Shared  Shared	
PERSONAL PROFILE	Age Gender HHI Status	35 Male \$115K Married

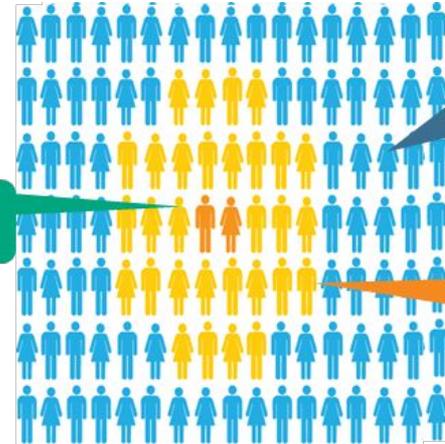
USANDO LA DATA PROPIA...



Look A Like Model



SEED DATA
(1st party)



TOTAL
AUDIENCE
(2nd party)

LOOK-A-
LIKE

Real Time RT & LAL Modelling



- PRODUCTOS
- CONSEJOS
- LA MARCA
- CONTACTO



Data segmentada a medida - RT + Lookalike

Soporte sobre productos específicos para impulsar acciones

Habilidad para crear inclusion & exclusion audiences

RETARGETING



Google



You Tube™



03

Reporte & medición



50%

DE LOS ANUNCIOS NUNCA SON VISTOS

PARA SER **DESCUBIERTO**, DEBE **VERSE**

Viewable



Non Viewable



1/2 de un anuncio tiene valor?

Primer scroll



Segundo scroll



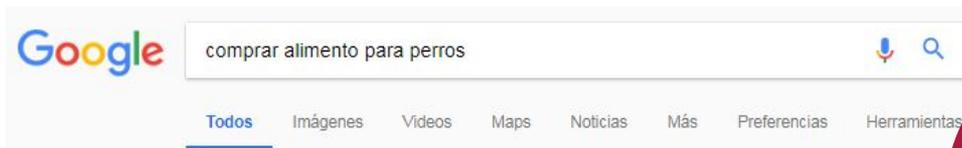
Detrás de una ventana o pestaña



¿QUÉ APORTA EL VIDEO ONLINE?

- Amplía la cobertura y permite trabajar la frecuencia a bajo costo.
- Tiene **alcance nacional**.
- Permite alcanzar a los **light TV viewers** (los más jóvenes y las personas de NSE medio/alto).
- El usuario es quien decide si ve nuestra publicidad o no (la mayoría de los anuncios da la opción de omitir).
- En algunas plataformas, sólo se paga por visualización efectiva.
- En la mayoría de los casos, admiten duraciones más largas, y **el costo no depende del secundaje**.
- Ofrece **posibilidades de segmentación** por intereses, temáticas, programas, por franjas horarias, por contexto, por canal o por medio.
- Los usuarios pueden compartir nuestros videos, comentarlos, votarlos o calificarlos.
- La persona que está expuesta a un player de video online, está cautiva frente a su pantalla (ya sea su PC, notebook o su dispositivo móvil).
- Los **costos son flexibles y no hay barreras de entradas**.

SEM Y SEO – PUBLICIDAD EN BUSCADORES



Cerca de 36,300,000 resultados (0.71 segundos)

Alimento Para Perros Pro Plan | Puppis.com.ar

(Anuncio) www.puppis.com.ar/Alimento/ProPlan

Comprá Pro Plan en Puppis Online a Domicilio o retira en tienda sin cargo. Veterinaria. Peluquería Canina. Entregas en el día. Descuentos en **Alimentos**. Todo **Para tu Mascota**. Envíos Gratis +\$500. Cuotas Sin Interés. Promociones Bancarias.

Alimento Económico

Comprá al mejor Precio y Ahorrá
Todas las marcas económicas

Alimento Premium

Alimento Premium para Perros
Las Mejores Marcas Premium

Wagui | Alimento completo para perros | wagui.com.ar

(Anuncio) www.wagui.com.ar/

Venta en veterinarias y petshops- Producto de Vitalcrops

Alimentos para Perros | Puppis - Lider en Alimento Balanceado

<https://www.puppis.com.ar/perros/alimentos/>

Las mejores marcas de **alimento para perro** las encontrarás en Puppis. Tenemos el ... **Comprar**.
unloaded. **Alimento-Pro-Plan-Active-Mind-Perros-Raza-Med-**.

Alimento para Perros en Mercado Libre Argentina

<https://listado.mercadolibre.com.ar/animales-mascotas/perros/alimento/>

Encontrá **Alimento para Perros** en Mercado Libre Argentina. Descubrí la mejor forma de comprar online.

SEM
(Search
Engine
Marketing)

**ANUNCIOS EN BUSCADORES
DE FORMATO SIMPLE Y FACILES
DE CREAR**

SEO
(Search
Engine
Optimization)

**RESULTADO DE BÚSQUEDA
ORGANICA
DEPENDE DE LA ESTRUCTURA
DEL SITIO Y EL
POSICIONAMIENTO SE HACE DE
MANERA LENTA**

SEM

- Modalidad de compra por subasta y se paga por clic (CPC).
- En un Resultado de Búsqueda se pueden mostrar hasta 4 anuncios en la parte superior y 3 en la parte inferior de la Página.
- Posicionamiento depende del Ranking del Anuncio, el que esta compuesto por la oferta CPC máximo, Nivel de Calidad y el impacto de la Extensiones.
- El CPC Real a pagar será solo lo necesario para mantener la posición de su anuncio. Esta determinado por la competencia que tenga la compra de determinada Palabra Clave.



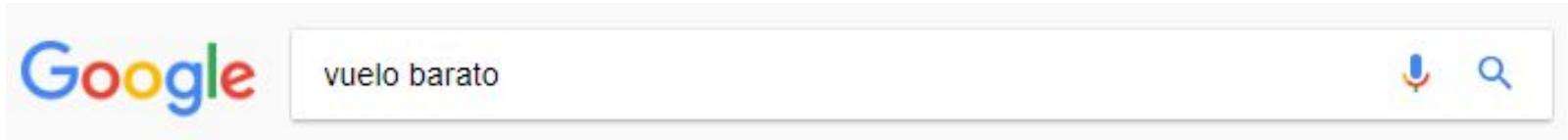
The image shows a Google search results page for the query "hoteles en mar del plata". The search bar at the top contains the text "hoteles en mar del plata" and the Google logo is on the left. Below the search bar, there are navigation tabs for "Todos", "Maps", "Imágenes", "Videos", "Noticias", "Más", "Preferencias", and "Herramientas". The search results indicate "Cerca de 1,590,000 resultados (0.69 segundos)".

The first result is an advertisement for "Hoteles en Mar del Plata - Con ofertas especiales - booking.com". It includes the URL "www.booking.com/Mar-Del-Plata/Hoteles", a rating of 4.5 stars, and a call to action "Reservar ahora".

The second result is an advertisement for "Hoteles en Mar del Plata - Despegar.com.ar". It includes the URL "www.despegar.com.ar/Mar_del_Plata", a promotional offer "Oferta Hotel en Mar del Plata. Volvieron las Cuotas sin Int.!", and a call to action "Reservá Ahora".

The third result is an advertisement for "451 Hoteles Mar del Plata - trivago.com.ar". It includes the URL "www.trivago.com.ar/Hoteles-MarDelPlata", a call to action "Tu Hotel Ideal en Mar del Plata. ¡No gastés de más. Usá trivago!", and a call to action "Compará Precios Gratis".

SEM



PALABRA CLAVE
Vuelos Baratos



Vuelos Baratos en Despegar.com | Nuevas Tarifas de Aerolíneas

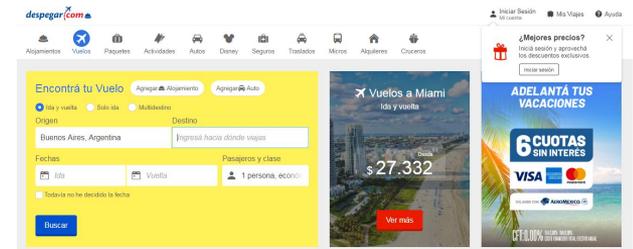
[Anuncio](http://www.despegar.com.ar/vuelos/baratos) www.despegar.com.ar/vuelos/baratos

Vuelos Baratos con la Mejor Financiación. Muchas Cuotas Fijas en Pesos. Todo para tu Viaje. Hasta 12 Cuotas s/interés. Destinos: Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Salta, Mendoza, Bariloche, Cataratas, Tucumán, Madrid, Río de Janeiro.

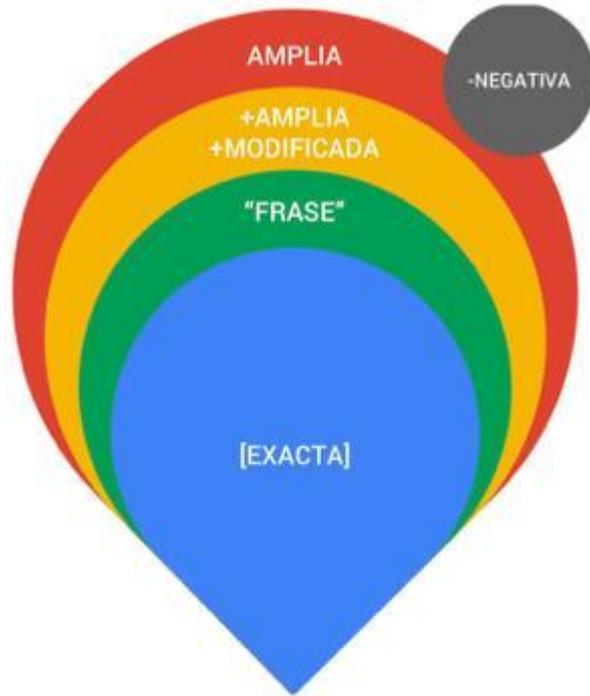


La idea principal en una campaña de Anuncios en buscadores es entregar la Mejor Respuesta a la consulta realizada por el Usuario.

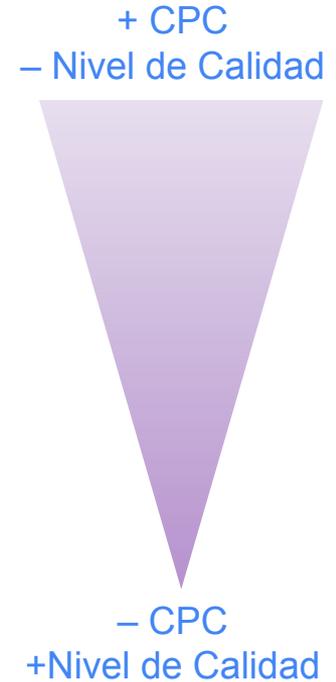
Para esto es importante tener en cuenta la **Relevancia** entre palabras clave, anuncio y página de destino, lo que determina la posición del anuncios y el valor del Clic.



SEM



- **Helado de Frambuesa**
- **+Helado +Frambuesa**
- **"Helado de Frambuesa"**
- **[Helado de Frambuesa]**
- **-palito**

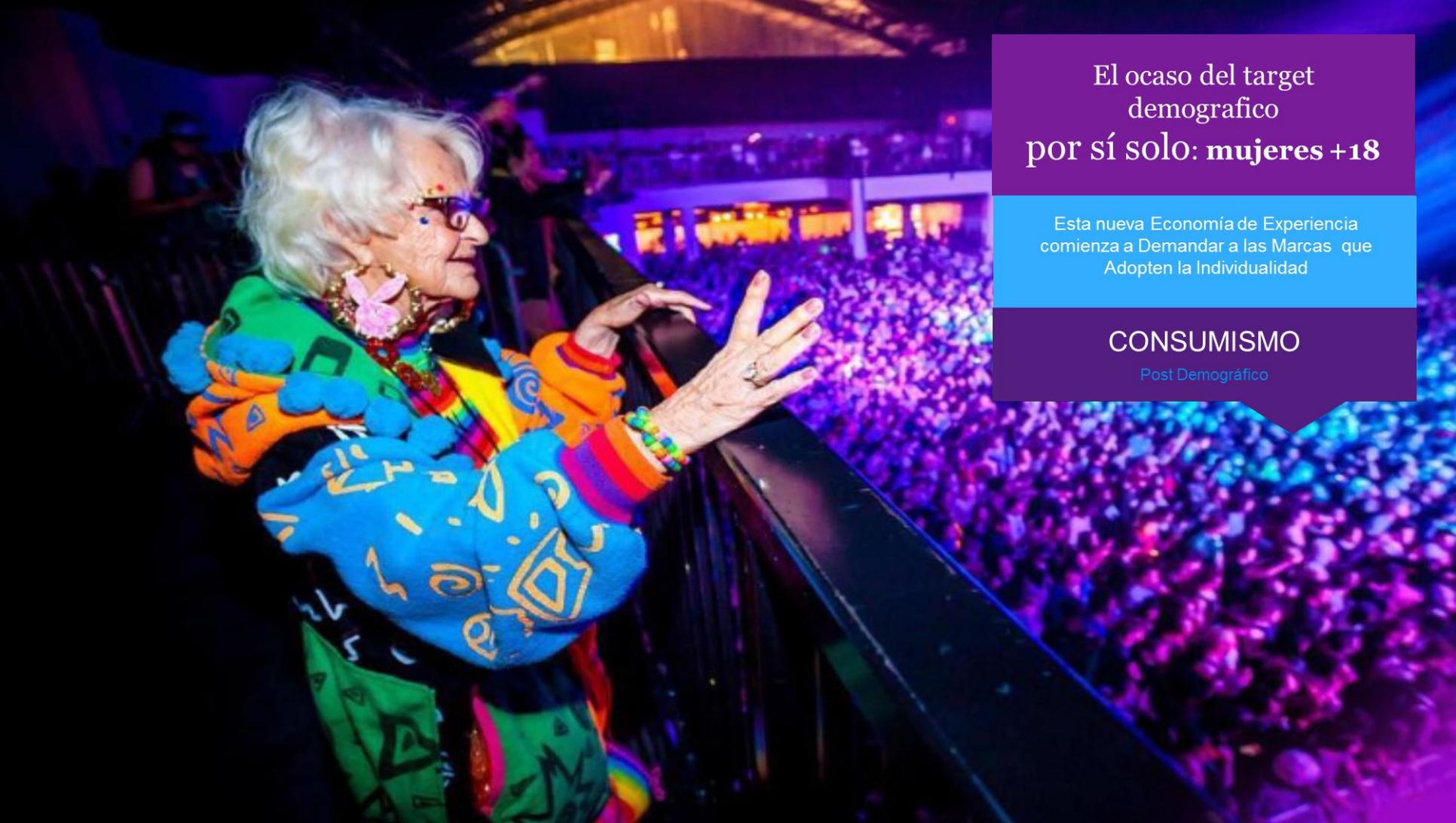


Hace cinco años atrás se infería que...



30 años promedio

Interés por la música



El ocaso del target
demografico
por sí solo: mujeres +18

Esta nueva Economía de Experiencia
comienza a Demandar a las Marcas que
Adopten la Individualidad

CONSUMISMO

Post Demográfico



Identidad como centro de la estrategia X

ELEMENTO CLAVE:

**TOMAR LA AUDIENCIA EN
EL CORAZÓN DE LA
ESTRATEGIA DE MEDIOS**

*Hasta no hace
mucho tiempo atrás...*

EDAD

35 AÑOS

GÉNERO

MASCULINO

NSE

ABC1



La data orienta las estrategias de medios haciendo foco en el consumidor



PURCHASE PROFILE	Top Spender Frequent Spender Brand Loyalty	Men's Fashion Organic Food Apple
CUSTOMER PROFILE	Sales Stage Value Based Loyalty Program	Upsell Target High Value Customer VIP Cardholder
BEHAVIORAL PROFILE	Intent Interest Predicted Intent	Air Travel Investing Sport Utility Vehicle
TECHNOLOGY PROFILE	 Personal  Personal Shared  Work  Personal Shared  Shared	
PERSONAL PROFILE	Age Gender HHI Status	35 Male \$115K Married

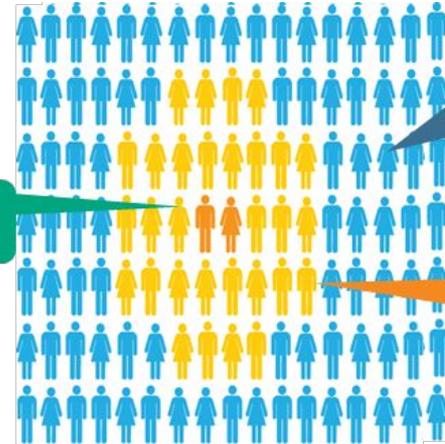
USANDO LA DATA PROPIA...



Look A Like Model



SEED DATA
(1st party)



TOTAL
AUDIENCE
(2nd party)

LOOK-A-
LIKE

Real Time RT & LAL Modelling



Data segmentada a medida - RT + Lookalike

Soporte sobre productos específicos para impulsar acciones

Habilidad para crear inclusion & exclusion audiences

RETARGETING



Google



You Tube™



03

Reporte & medición

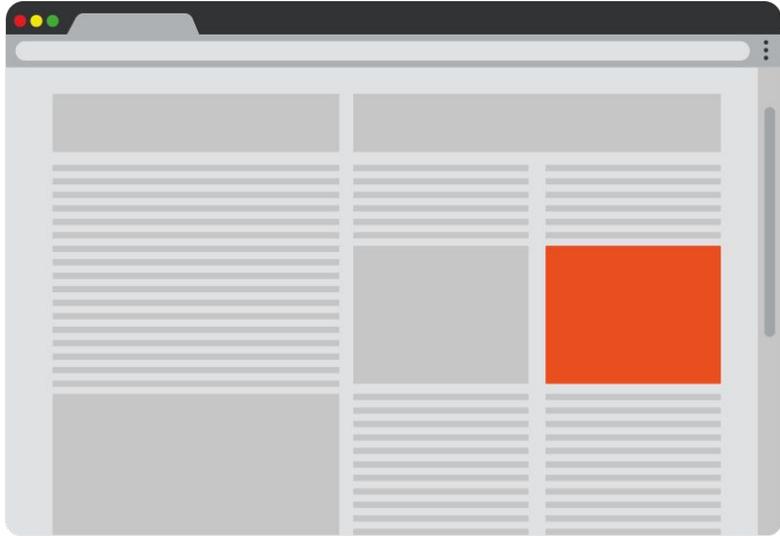


50%

DE LOS ANUNCIOS NUNCA SON VISTOS

PARA SER **DESCUBIERTO**, DEBE **VERSE**

Viewable



Non Viewable



1/2 de un anuncio tiene valor?

Primer scroll



Segundo scroll



Detrás de una ventana o pestaña

