

JORNADA NETWORKING GRATUITA  
PARA EMPRESAS Y AUTÓNOMOS

# Publicidad en medios digitales: todo lo que debes saber (y nadie te contó)

MIÉRCOLES, 21 DE JUNIO 10.00 HORAS  
Información e inscripciones: [asearco.org](http://asearco.org)

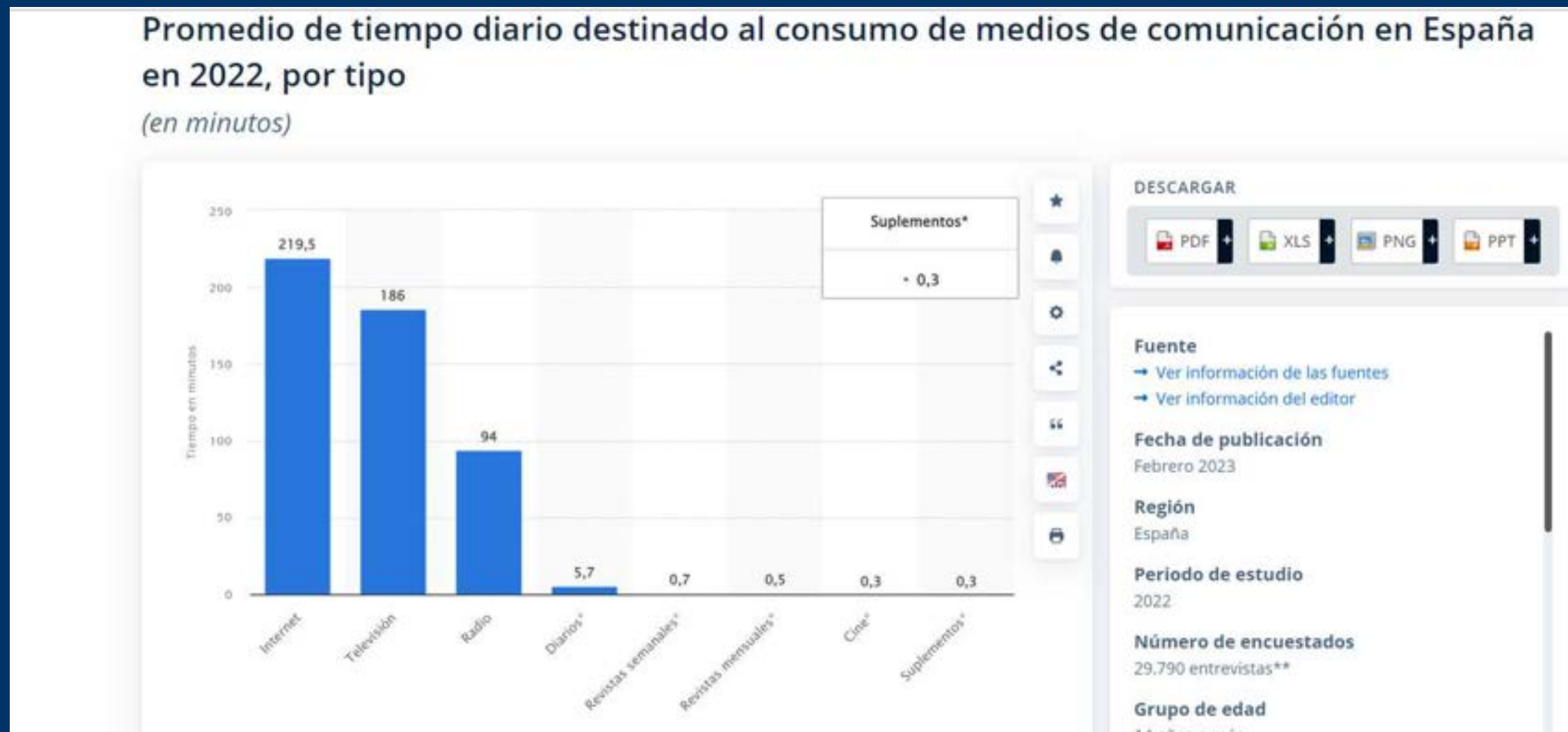


# DE QUÉ VAMOS A HABLAR HOY

- Qué es la publicidad en medios online
- Campañas display y campañas de contenido. Publicidad programática
- Cómo funcionan las campañas display: de los 'cromos' a las impresiones, los clics y el CTR. La importancia del diseño
- Cómo saber si funciona mi publicidad en medios online: qué datos pedir y cómo analizarlos
- Cómo auditar mi campaña de publicidad en medios online
- Cómo elegir el medio online más adecuado para mi campaña: qué hay que tener en cuenta y errores a evitar
- Más allá de los banners: por qué el contenido sigue siendo el rey

# ¿FUNCIONA LA PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES?

- Más del 70% de la población se informa a través de la prensa digital (GAD3)
- De ellos, más del 90% interactúa a través de su móvil



- Tiempo dedicado a los medios de comunicación online: casi 220 minutos al día, frente a 186 de TV y 94 de la radio

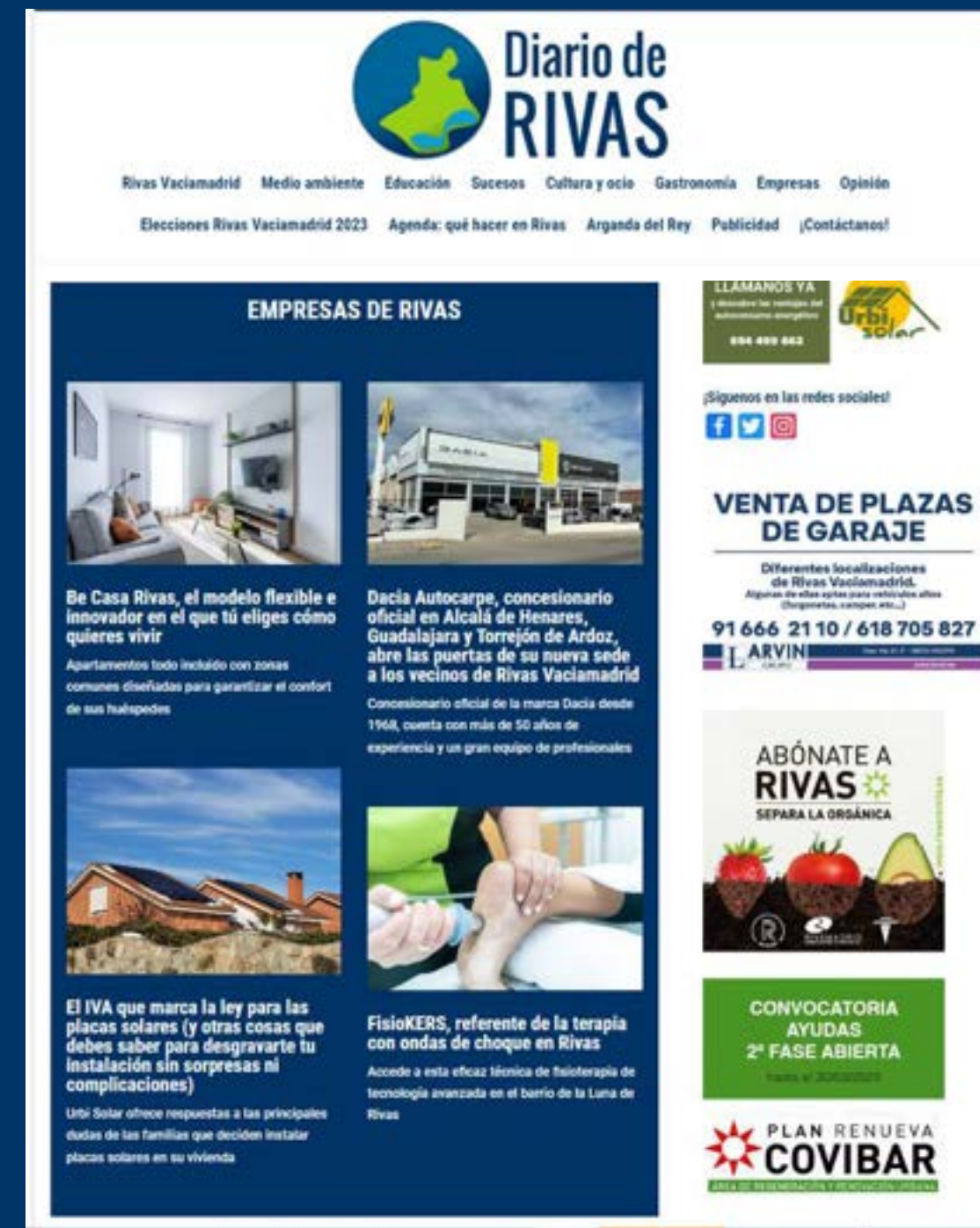
# DATOS INVERSIÓN PUBLICITARIA 2022

(Fuente: Observatorio de la Publicidad 2022)

| Medios (incluye soportes no controlados) | Ene_Sep 2021   | Ene_Sep 2022   | % evol.22/21 |
|--|----------------|----------------|--------------|
| Cine                                     | 4,0            | 9,9            | 145,2%       |
| Diarios                                  | 229,1          | 232,0          | 1,3%         |
| Dominicales                              | 5,1            | 5,0            | -1,2%        |
| Exterior                                 | 193,3          | 242,0          | 25,2%        |
| Radio                                    | 278,0          | 302,1          | 8,7%         |
| Revistas                                 | 88,2           | 90,5           | 2,6%         |
| Televisión                               | 1.229,7        | 1.149,1        | -6,6%        |
| Total Digital                            | 1.726,9        | 1.830,6        | 6,0%         |
| Search                                   | 590,7          | 621,8          | 5,3%         |
| Websites (Display + Video)               | 677,6          | 710,4          | 4,8%         |
| Redes Sociales (Display + Video)         | 458,5          | 498,4          | 8,7%         |
| <b>Total medios</b>                      | <b>3.754,4</b> | <b>3.861,1</b> | <b>2,8%</b>  |

Fuente Infoadex 2022.

# CAMPAÑAS DISPLAY, DE CONTENIDO, PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA



# CÓMO FUNCIONAN LAS CAMPAÑAS

## DISPLAY (I): LOS 'CROMOS'

- Rigidez: los anuncios salen siempre en el mismo sitio
- Las visualizaciones dependen del tráfico de la página y del comportamiento del usuario: no están garantizadas
- No se pueden medir con precisión
- Solo se pueden auditar desde fuera los clics, no las impresiones
- Poca flexibilidad para simultanear campañas
- Dificultad para hacer seguimiento de las campañas, comprobar el rendimiento de los anuncios y pruebas A/B
- Bajo rendimiento en móvil

# CÓMO FUNCIONAN LAS CAMPAÑAS DISPLAY (II): IMPRESIONES, CPM, CTR...

- Impresiones: el volumen sí importa (pero también el tamaño, la posición y el diseño)
- Formatos fijos vs. rotación: cuando tu banner no aparece siempre en el mismo sitio (y está bien así)
- CPM: coste por mil impresiones
- CTR (click through rate): la atracción está reñida con la rutina (o por qué debes cambiar tu creatividad a menudo)
- ¿Varias campañas a la vez en el mismo espacio? ¡Sí, se puede!

# ¡MIDE Y VENCERÁS!

- Los datos del AdServer permiten comprobar qué campañas/creatividades funcionan mejor, incluso entre ejemplos del mismo formato
- También es posible determinar el rendimiento esperado según la posición del anuncio
- La rotación combate el aburrimiento y mejora el rendimiento: si baja el CTR, ¡es momento de cambiar!

## ... Y (SIEMPRE, SIEMPRE) CUIDA EL DISEÑO

- No es solo la imagen de tu empresa: el diseño es clave para impactar y atraer clics



# TOCA EVALUAR: ¿HA FUNCIONADO MI CAMPAÑA?

Diario de Rivas

Rivas Vaciamadrid Medio ambiente Educación Sucesos Cultura y ocio Gastronomía Empresas Opinión

Jornadas: Rivas en la encrucijada Agenda: qué hacer en Rivas Arganda del Rey Publicidad ¡Contáctanos!

## Celtas Cortos, Nena Daconte o Xoel López, nuevas confirmaciones musicales en las Fiestas de Rivas

Diario de Rivas | 24/04/2023 | 0 Comentarios

¿Te parece interesante? ¡Compartilo!

FIESTAS DE RIVAS  
AUDITORIO MIGUEL RÍOS  
RIVAS VACIAMADRID

JUEVES 11 MAYO | APERTURA 18:00H

CELTAS CORTOS  
NENA DACONTE  
MODESTIA APARTE

Celtas Cortos, Nena Daconte, Modestia Aparte e Iguala Tango, el jueves 11 de mayo en Rivas

El Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid aprobará este viernes, en Junta de Gobierno Local, la adjudicación de tres nuevos contratos para completar la oferta musical de cara a las fiestas de la localidad, y que se sumarán a las actuaciones ya confirmadas de Lahn, Trente Birds y Natalie Courtes.

El primero de los contratos hace referencia a las actuaciones que tendrán lugar en el Auditorio Miguel Ríos de la localidad el día 11 de mayo, y que contará con la presencia de Celtas Cortos, Nena Daconte, Modestia Aparte e Iguala Tango. El precio de las entradas de este concierto es de 7 euros en venta anticipada y 10 euros en el día del concierto.

## LOS DATOS QUE DEBES PEDIR

- **NÚMERO DE IMPRESIONES DEL ADSERVER** (impacto visual)
- **NÚMERO DE CLICS** (conversiones)
- **CTR:** Atracción / rendimiento de la campaña

# TOMA EL CONTROL: CÓMO AUDITAR TU CAMPAÑA DISPLAY

- Mide los clics: enlaces UTM
- Mide los clics y/o las impresiones: pixels y enlaces de seguimiento



# LA GRAN DECISIÓN: ¿QUÉ MEDIO ELIJO PARA MI CAMPAÑA?

- Haz el retrato robot de tu audiencia y búscala: ¿dónde está?
- Define objetivos: ¿qué quieres conseguir?
- El entorno es importante: busca un medio alineado con tu marca (intangibles) y fíjate en los compañeros de viaje
- Si no sabes qué contratar, pide asesoramiento: no hay dos campañas iguales
- Exige garantías y optimiza tu presupuesto
- Audita tu campaña siempre que sea posible

# MÁS ALLÁ DE LOS BANNERS: NUNCA OLVIDES QUIÉN ES EL REY



- El contenido decide el éxito o el fracaso de una campaña
- Desde el diseño del banner hasta la URL a la que enlaza: cuida cada detalle
- Y completa **SIEMPRE** tu campaña display con una **estrategia de contenidos**. Noticias, reportajes, vídeos, posts... ¡Tienes una historia que contar!

# ¿EN QUÉ PODEMOS AYUDARTE?



**Celia González**

[cg@diarioderivas.es](mailto:cg@diarioderivas.es)

657 247 215