



TENEMOS PRESENCIA EN:

- 
- 
- 📍 USA
 - 📍 MÉXICO
 - 📍 CAM & CARIBE
 - 📍 ANDINA
 - 📍 CONASUR
 - 📍 EUROPA

MÁS DE 20
PAISES

BRANDING

PILARES

- Reconocible

Nos esforzamos por construir una marca reconocible y memorable en todos los puntos de contacto.

- Diferenciado

Nos destacamos del resto mediante una propuesta única y distintiva, con formatos innovadores.

- Estratégico:

Nuestras acciones de branding están respaldadas por una sólida estrategia a largo plazo.

PERFORMANCE

PILARES

- Adaptativo

Nos adaptamos a las innovaciones que trae el mercado.

- Propio

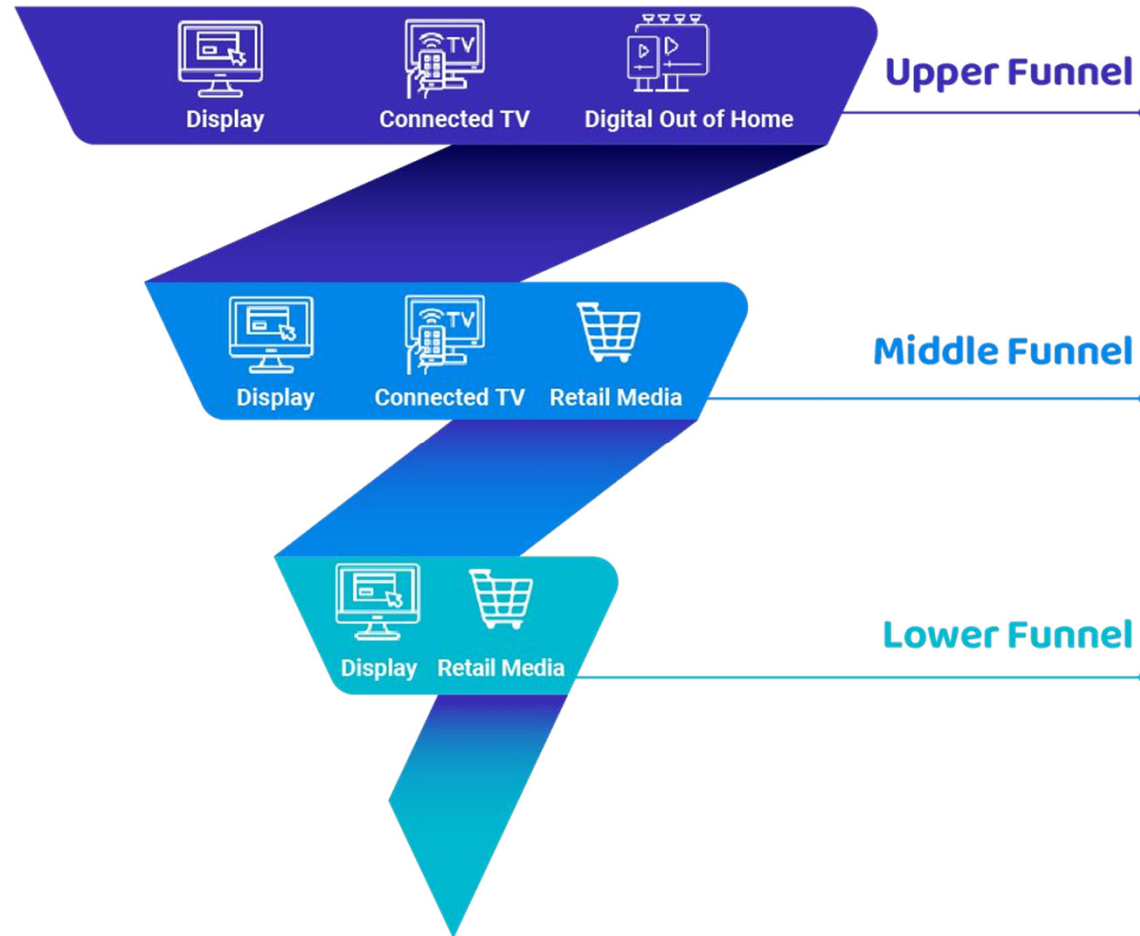
Nuestra experiencia crea modelos para dar soluciones específicas.

- Reconocido

Performance enfocado en plataformas reconocidas.



FUNNEL



PROSPECT PERFORMANCE

Prospect ayuda a las marcas a generar clientes potenciales, generar ventas online o bases de datos calificadas para gestión comercial.

AUDIENCIA RECURRENTE



- Programática
- Display
- Social
- E-mail mkt

VERTICAL DE CONTENIDO



Usamos afiliados que tengan verticales de contenido para integrarlos a nuestra plataforma

BASES DE DATOS



Nativos
Display
Push Ad
Mobile Marketing

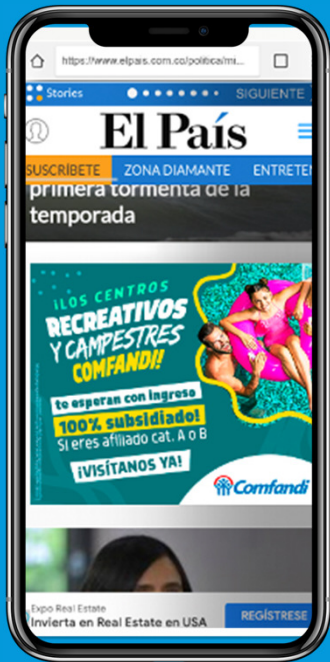
ESTRATEGIA DE LEADS

Creamos verticales de contenido que nos permiten impactar a las audiencias con intereses en diferentes temáticas que garantizan tráfico calificado.

Propios

FORMATOS

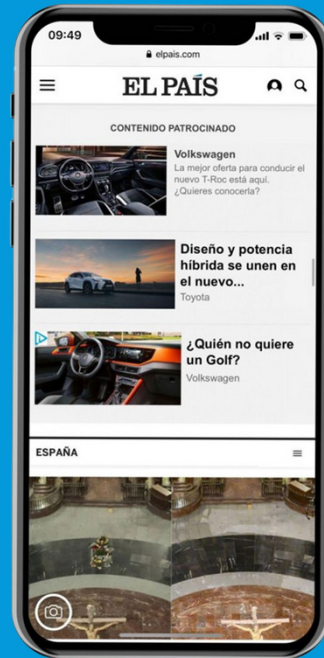
DISPLAY



Display tradicional con direccionamiento a formulario

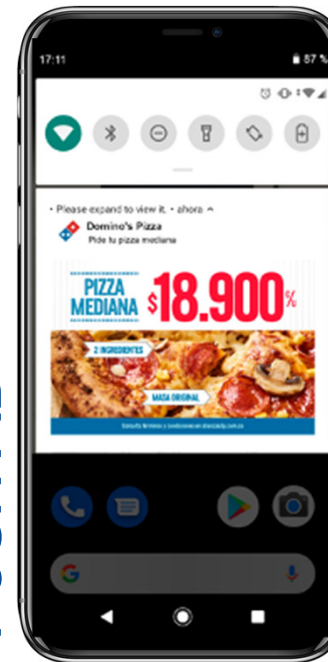
Propios

NATIVE



Adaptable al contexto y diseño de los publishers

PUSH AD



Dispositivos Android

EMAIL



La inserción de Canales de entretenimiento



Source: Acer Nitro - In-Game Media Proposal

Estadísticas Globales

Número de Gamers

3.19 billones



APAC

1.746 billion



EUR

430 million



LATAM

315 million



N. AMERICA

219 million



MENA

377 million

Consumo diario por generación

Gen Z 37%

Millennial 34%

Gen X 33%

Baby Boomers 35%

Género



54%



46%

Uso de Dispositivos

Mobile 69%

PC 36%

Console 24%

El poder del embudo en los juegos

Interactúe con clientes ideales a lo largo de su trayectoria de juego en múltiples puntos de contacto para mejorar la eficacia general del marketing.

In-Game

Awareness

Impulse las métricas de atención más importantes del embudo con conocimiento, afinidad de marca, visibilidad, recuerdo y tiempo de permanencia.

Away the Game

Engagement

Impulse el embudo medio e inferior con una alta orientación de juegos contextuales. Reorientar al usuario que ha interactuado con tus marcas.

Around the Game

Interés & Acción

Impulsar métricas del embudo medio e inferior, como la tasa de finalización de videos, el reconocimiento de marca y la interacción y acción de compra.



In-Game

Soluciones publicitarias no intrusivas que se integran en el juego para una experiencia de juego óptima.

Display, Video and Audio ads

Diferenciación de Marca ante la competencia.

Mayor visibilidad,
conocimiento de la marca y
afinidad con la marca



ESTIMATED PERFORMANCE

70%

Recall Rate

96%

Viewability Up to

Around the Game

Los anuncios aparecen en formatos tradicionales durante las pausas de la sesión de la experiencia general del juego.

Video, Interstitial, Banner, Audio Ads

Alto engagement e intension de compra



ESTIMATED PERFORMANCE

95%

VCR

0.54%

CTR

+49%

Recall Lift

18%

Engagement Rate

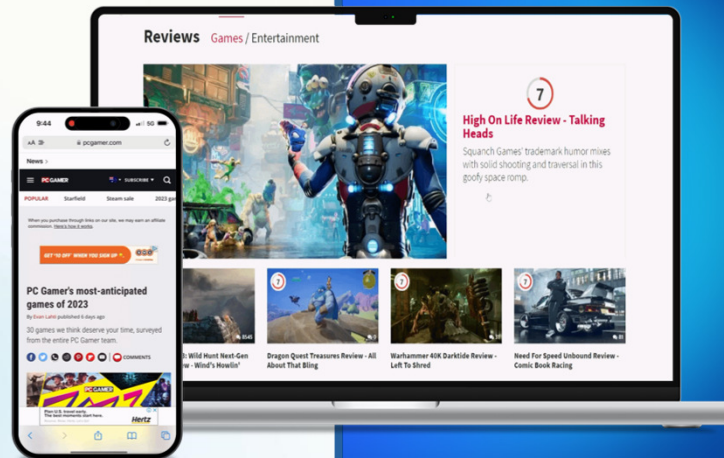
+18%

Purchase Intent

Away from the Game

Llegar a jugadores que consumen noticias, artículos, usuarios, de juegos de streaming y marketing de contenidos

Video, Interstitial, Banner, Audio Ads



ESTIMATED PERFORMANCE

0.33%

CTR

21%

Engagement Rate

Tendencias



Tinder, una de las aplicaciones de citas más populares del mundo, ha revolucionado la forma en que las personas se conocen y conectan. La plataforma, reconocida por su simplicidad y eficacia, ha diversificado su oferta para abarcar una variedad de intereses y actividades, ampliando así su atractivo a un público más amplio.

TINDER

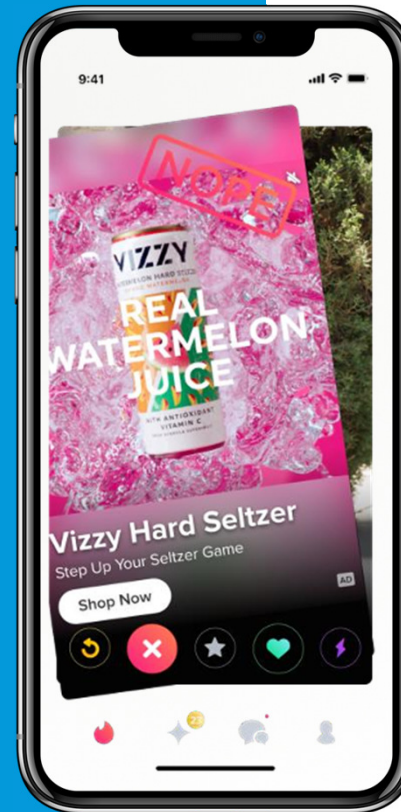
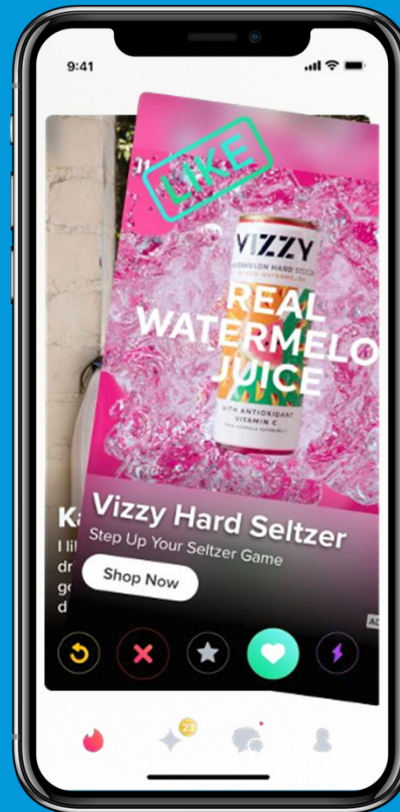
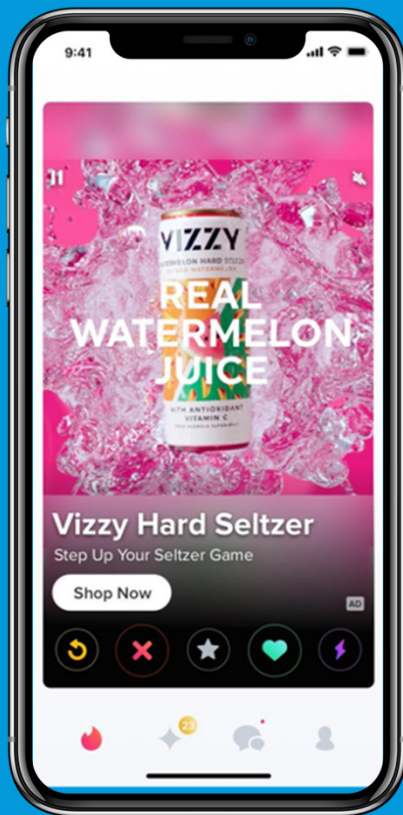


NATIVE DISPLAY Y VIDEO CARD



FORMATOS

NATIVE DISPLAY Y VIDEO CARD



Tendencias

Tendencias

PROXIMIDAD Y ATRIBUCIÓN FÍSICA

CUÁL ES LA
OPORTUNIDAD?



PERSONALIZACIÓN GEOLOCALIZACIÓN

Los anunciantes pueden enviar mensajes más relevantes a los consumidores y lograr una mayor interacción aprovechando los datos de localización.



EN TIEMPO REAL

Los datos de localización están disponibles en tiempo real, lo que permite a las marcas llegar a los consumidores de manera oportuna y cuando es más relevante.



FOOTFALL PARA TIENDAS

Los minoristas tienen la oportunidad de llegar a los usuarios que están cerca de sus tiendas, maximizando el potencial ROI.



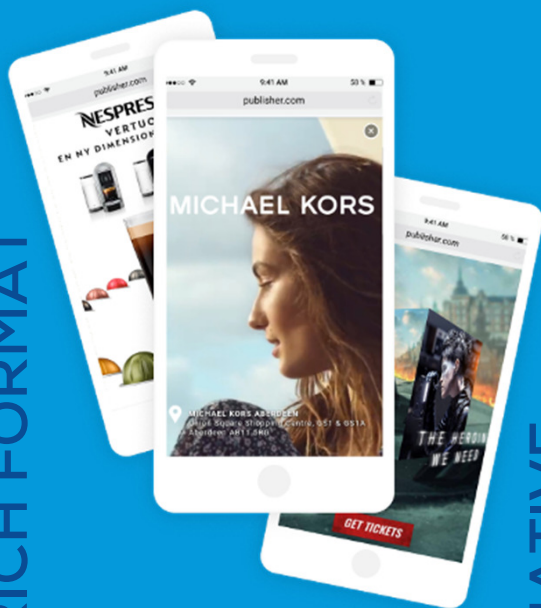
LOCATION BASED AUDIENCES

Los anuncios orientados a la ubicación ofrecen una oportunidad natural de segmentación, ya que las personas de distintas ubicaciones geográficas se comportan de forma diferente, y sus movimientos en el mundo físico pueden decirnos mucho sobre sus intereses



FORMATOS

RICH FORMAT



NATIVE

Display con interacciones avanzadas



Adaptable al contexto y diseño de los publishers

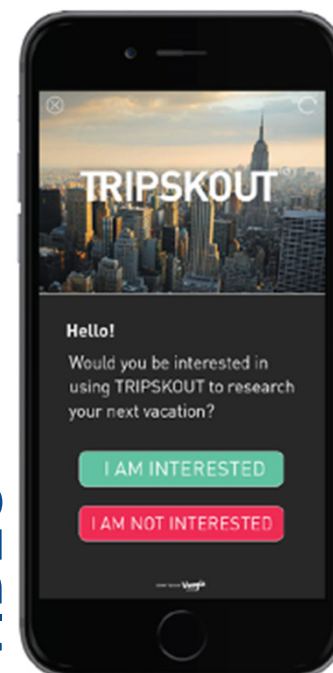
Tendencias

AUDIO



Audio dentro del contenido de audio.

VIDEO



Horizontales o verticales, in-stream o out-stream

DCO

DCO Anuncios Dinámicos

¡Nuestra tecnología permite que tus anuncios sean inteligentes!

La composición de cada anuncio va cambiando automáticamente en función del mensaje, medio, contexto y usuario al que queremos impactar. Se crean todas las variantes de anuncios y videos dinámicos de Display que tu campaña requiere; logrando que tu mensaje sea aún más relevante y captando mejor la atención de tu público



Aumenta la tasa de conversión personalizando en tiempo real tus anuncios

METODOS DE SEGMENTACIÓN



Segmentación contextual



Carrito abandonado



Geolocalización



Clima



Retargeting



Hora del día



Conversiones



Integración de datos



Stock de gran volumen



Audiencias similares



Dispositivos



Productos exitosos

DCO

Segmentación Contextual



Relaciona el contenido del anuncio al contenido que el usuario esté navegando.

DCO

Carrito Abandonado



Muestra el producto específico que ha quedado en el carro abandonado

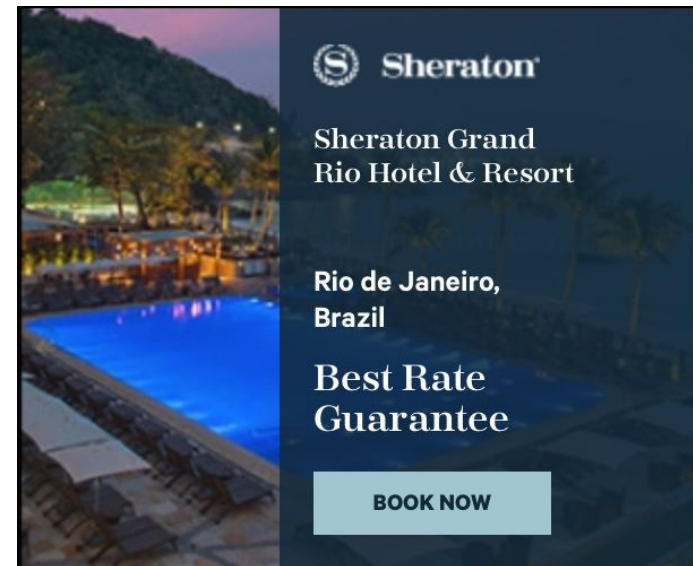
Retargeting



Las ofertas y los mensajes varían dependiendo de la ubicación del usuario.

DCO

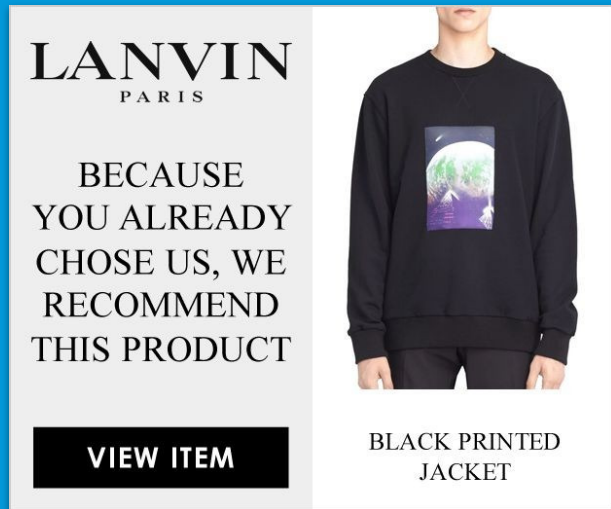
Geolocalización



Personaliza el mensaje basado en la navegación previa de los usuarios en el sitio.



Conversiones



Optimiza automáticamente el contenido de los anuncios para aumentar las ventas.

DCO

Integración de datos



Modifica el mensaje basado en cualquier fuente de datos de terceros.

Stock de gran volumen



Presenta la mejor selección de productos aunque se trate de un stock de gran volumen.

DCO

Audiencias similares



Llega con mensajes personalizados a públicos con características similares a tus audiencias actuales.

Productos exitosos



Detectamos automáticamente el producto de mayor venta y lo mostramos cuando hay poca información del usuario.

DCO

Hora del día



Comunica diferentes mensajes dependiendo la hora del día.

CONNECTED TV SYNC

CTV Household Sync



Cuando la TV
Conectada se
encuentra con
el Mobile

CTV App Sync



Alto impacto con
anuncios en CTV
con medición en
aplicaciones
móviles y
descargas

CTV Offline Sync



Estrategias de
Drive to Store con
Visitas
Incrementales y
Sincronización de
Audiencias DOOH

CTV Creative Sync



Aumenta el
reconocimiento de
marca y el
compromiso
en CTV con
Creative Sync Ads

CTV

Combina la calidad de impacto de la TV Conectada con la eficiencia de los anuncios programáticos.



Segmentación de Audiencia

Segmenta a los espectadores basándote en sus intereses, datos demográficos, comportamientos digitales y datos de ubicación compatibles con la privacidad, utilizando tus propios 1st Party Data o aprovechando nuestra conexión con varias DMP integradas.



Alcance Unificado

Campañas conectadas para el usuario multiscreen hiperconectado de hoy en día.



Mide el Éxito

Genera una mejor medición en métricas online (web y aplicaciones) y tráfico en las tiendas.



Alta Visibilidad de Marca

Segmenta usuarios con un alto nivel de Awareness para una mayor probabilidad de aumento en las tasas de compromiso de tu anuncio.



Variedad de Contenido

Anuncia para la audiencia más comprometida con contenido de alta calidad y con total garantía de Brand Safety en toda la cadena de inventario, como aplicaciones de streaming, canales OTT y juegos.

Primetime en todo momento.



Tradicionales



Cada tipo de anuncio tiene un diseño diferente y está pensado para ayudarte a lograr objetivos distintos.

LINKED IN ADS



Contenido patrocinado

Feed de noticias



Mensajes Patrocinados

Mensajes de LinkedIn



Formulario de generación de contacto



Anuncios de texto y dinámicos

TIPOS DE COMPRA:

- CPM
- CPC
- CPV
- CPL
- CPA

- CTR promedio de **0,6%** con objetivos de tráfico.
- % de apertura en mensajes patrocinados del **82%**



Tradicionales



Formatos de Imagen y Video para crear tu Pin
Diferentes tipos de compra segun el objetivo, CPM,
CPC, CPV, CPA.

PINTEREST ADS



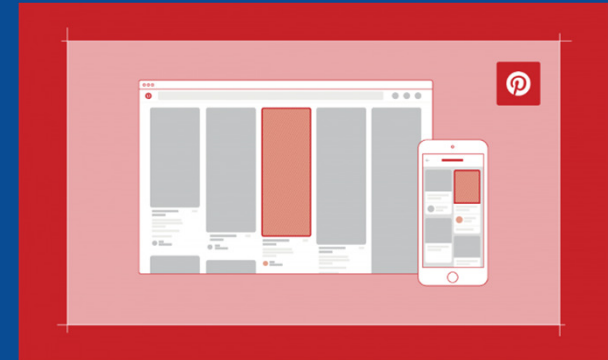
**Reconocimiento
de marca**



Consideración



Conversión



Tradicionales



Tu campaña de audio está a un clic de distancia con Ad Studio, la plataforma de anuncios de autoservicio de Spotify.

SPOTIFY ADS



Anuncios de audio



Anuncios de video



Anuncios de podcast

92% DE VIEWABILITY EN TODOS LOS
FORMATOS.



Tradicionales



Es una plataforma de contenido instantáneo que te permite estar informado de todo lo que acontece en la actualidad, actuando como un portal de noticias y entretenimiento. Es una las redes que genera mayor engagement.

X ADS



Tweet patrocinado



Video patrocinado



Carrusel patrocinado

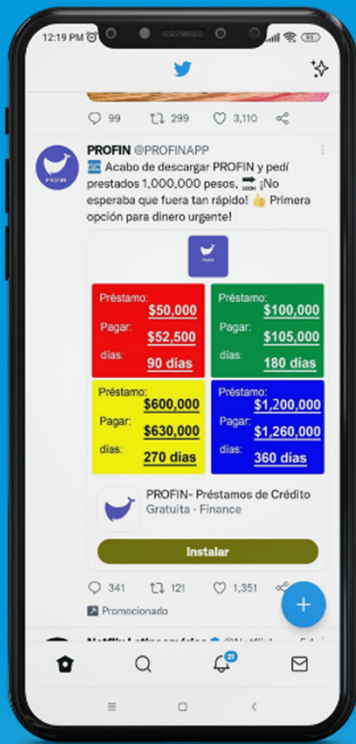


Seguidores patrocinado

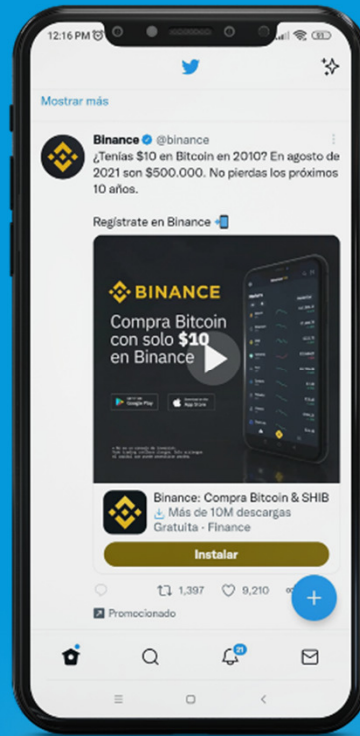


FORMATOS

TWEET
PATROCINADO



VIDEO



CARRUSEL



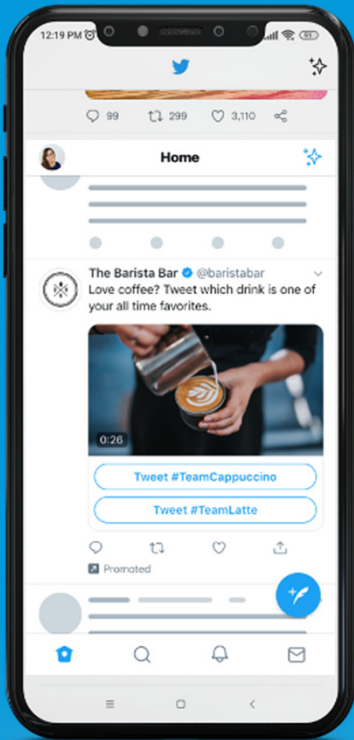
SEGUIDORES



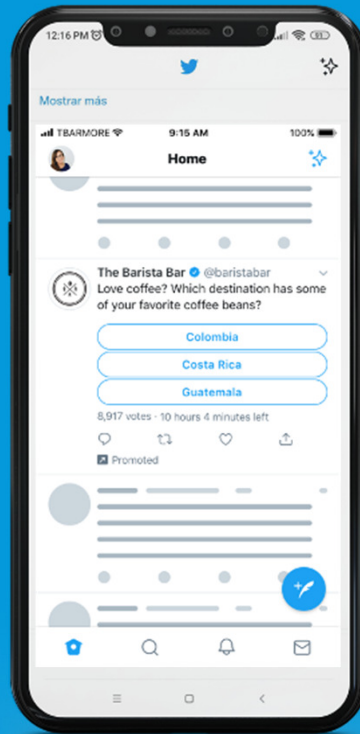
Tendencias

FORMATOS

BOTÓN DE
CONVERSIÓN



ENCUESTAS



Tendencias

TIPOS DE COMPRA

- CPM
- CPC
- CPV
- CPI
- CPA

Tradicionales



La red social tendencia, donde sus anuncios serán vistos y consumidos por la audiencia, enfocados en alcance, consideración y conversión con diferentes tipos de compra como CPM, CPC, CPV, CPL, CPI, CPA, con un CTR por encima del 2%

TIKTOK ADS

Ubicación: segmentación a nivel país.

Edades: segmentación por rangos 13-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, +55.

Géneros, idiomas e intereses.

Comportamientos propios: ven hasta el final, dan me gusta a los videos, comentan o comparten con videos de determinados temas.

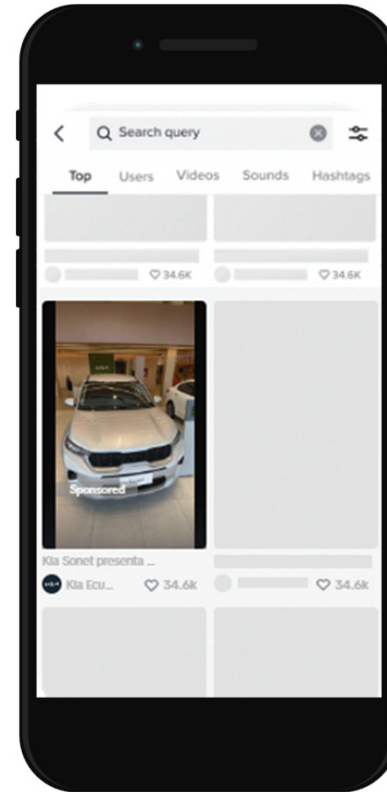
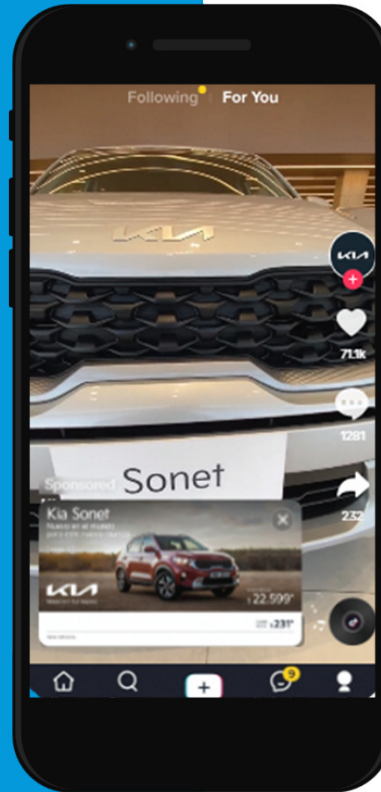
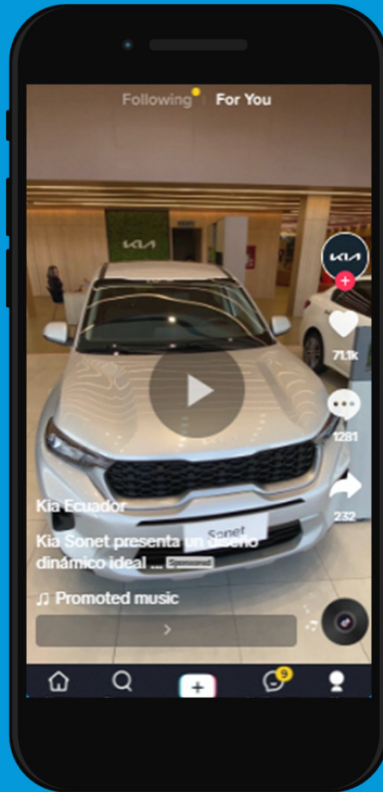
Tipo de conexión: Wifi, 2G, 3G, 4G.

Modelos de Compra:
CPM/CPV/CPC/CPL



FORMATOS

VIDEO IN FEED



Propios

Tradicionales

PROGRAMMATIC

Todo el ecosistema de formatos
programáticos con metricas optimizadas y
ajustadas a cada cliente.

