

Gestión y estrategias en los medios sociales digitales

- Nueva comunicación publicitaria: branded content y transmedia-

Miguel Ángel Sánchez Jiménez
Departamento de Marketing y Comunicación
Universidad de Cádiz

Nueva comunicación publicitaria: Branded content y transmedia

1. El nuevo escenario de la publicidad.
2. Branded content.
3. Transmedia.

1- Nuevo escenario publicitario



1- Nuevo escenario publicitario



1- Nuevo escenario publicitario

- Existe una saturación en todos los espacios posible sobre publicidad tradicional.
- Indispensable nuevas ideas, creatividad.
- Aprovechar las nuevas posibilidades digitales.
- Las marcas deben reinventarse: Conexión, afinidad y conversación → experiencias e impactos.

2- Branded content

- Es una nueva manera de entender la comunicación publicitaria.
- Branded content: “Son comunicaciones en el que el contenido es financiado por la propia marca y esta es parte de la experiencia (La propia marca la razón del contenido). Busca entretener al consumidor y no venderle un producto. Ofrece al consumidor una publicidad que sí le apetece ver.

2- Branded content

- Es la creación de un espacio en el que la marca es la artífice de la idea. Este programa es el resultado de la producción del anunciante, y estará presente a lo largo del mismo, recordándose al espectador/usuario.
- Se puede dar a través de cualquier canal de comunicación.

2- Branded content

- Ejemplo: Absolut
 - <http://www.imheremovie.com/>



2- Branded content

- La marca anunciante gana *engagement* con el usuario (porque gusta) y fidelización (porque la siguen y asocian la marca al contenido).”
- Es una herramienta eficaz para transmitir emociones y generar engagement: vinculación emocional que genera una marca a partir de intangibles.
- Se busca aprovechar el poder de las historias para emocionar al consumidor, lograr movilizarlo, generar el deseo de forma sutil, indirecta cambiando su percepción.

2- Branded content

- Ejemplo: Canal Divinity
 - Tricotosas → Norit



2- Branded content

- Ejemplo: Canal Divinity
 - Mis primeras veces → Danone



2- Branded content

- El branded content tiene que ser innovador y sorprender, es decir, el mensaje tiene que ser una experiencia en la que el usuario halle relevancia.
- Si el contenido atrae al usuario, este va a contribuir de forma activa a promover la socialización a través de las redes sociales: viralización.

2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - BMW: Cortos a través de internet.



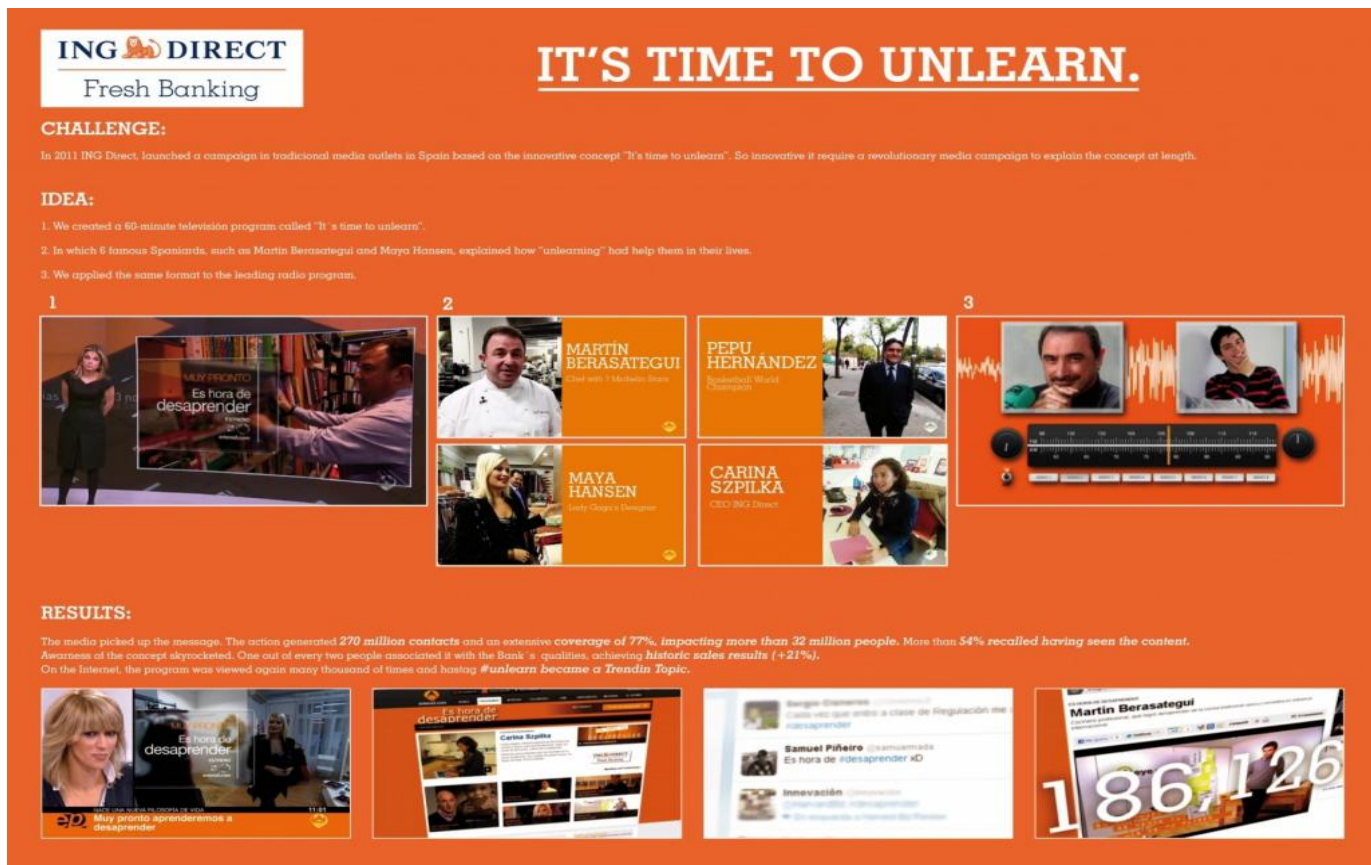
2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - NEOX: Happy Neox Year.



2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - ING: 6 historias para cambiar las normas preestablecidas.



ING DIRECT
Fresh Banking

IT'S TIME TO UNLEARN.

CHALLENGE:
In 2011 ING Direct, launched a campaign in traditional media outlets in Spain based on the innovative concept "It's time to unlearn". So innovative it require a revolutionary media campaign to explain the concept of length.

IDEA:

1. We created a 60-minute television program called "It's time to unlearn".
2. In which 6 famous Spaniards, such as Martin Berasategui and Maya Hansen, explained how "unlearning" had help them in their lives.
3. We applied the same format to the leading radio program.

RESULTS:
The media picked up the message. The action generated 270 million contacts and an extensive coverage of 77%, impacting more than 32 million people. More than 54% recalled having seen the content. Awareness of the concept skyrocketed. One out of every two people associated it with the Bank's qualities, achieving historic sales results (+21%).
On the Internet, the program was viewed again many thousand of times and hashtag #unlearn became a Trendin Topic.

1. TV program scene with a host and a guest.

2. Grid of 6 featured guests: MARTIN BERASATEGUI (Chef with 7 Michelin Stars), PEPU HERNÁNDEZ (Basketball World Champion), MAYA HANSEN (Party Design's Designer), and CARINA SZPILKA (CEO ING Direct).

3. Radio program interface with a host and a guest.

4. Social media screenshot showing a tweet from Samuel Piñero: "Es hora de desaprender #D".

5. Social media screenshot showing a tweet from Innoación: "Es hora de desaprender #D".

6. Social media screenshot showing a tweet from Martin Berasategui: "1,86,126".

2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Banco Sabadell: Diálogos entre personajes.



S Los Planos Personalizados de Fútbol de Banco Sabadell presentan

**CONVERSACIONES
SOBRE
EL FUTURO**

*Fernando Trueta
& Pep Guardiola*

06.09.2011
BARCELONA

Sabadell



La conversación completa, en formato libro con conversaciones

**EL FUTURO
ES EL ÚNICO
SITIO AL QUE
PUEDES IR.**

Sabadell

2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Blendtec: “Will it Blend”.



6- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Iberia: “Recuerdos que laten”.



The image shows a screenshot of a landing page for the Iberia campaign "Recuerdos que Laten". The page features a blue sky and ocean background. At the top right is the Iberia logo and "iberia.com". Below it, there are social media sharing buttons for Facebook (122 likes), Twitter (36), and a "+1" button (4). The main heading "RECUERDOS QUE LATEN" is in large red letters. Below the heading is a paragraph of text in Spanish: "¿Sos argentino pero vives en España y tu familia es española pero vive en Argentina? ¿O bien sos español pero toda tu familia se fue a Argentina y no los volviste a ver? ¿Llevás años sin visitarlos o ni tan siquiera los conocés? ¿Extrañas los bifés de allá o son tus viejos los que extrañan las paellas de acá? Si todos esos lugares comunes de los dos orillos te suenan, entonces esto te va a gustar." Below this text is a button that says "SIGUE LEYENDO". To the right of the text is a video player with the title "Iberia: Recuerdos que Laten" and a play button. Below the video player is the URL "www.recuerdosquelaten.com". At the bottom right, there is a red heart icon and the text "Hemos puesto el corazón en vuestro reencuentro". At the bottom left, there is a "Connect" button with the Facebook logo. At the bottom right, there are links for "Condiciones de participación" and "Inicio".

Me gusta 122 Twitter 36 +1 4

IBERIA
iberia.com

RECUERDOS QUE LATEN

¿Sos argentino pero vives en España y tu familia es española pero vive en Argentina? ¿O bien sos español pero toda tu familia se fue a Argentina y no los volviste a ver? ¿Llevás años sin visitarlos o ni tan siquiera los conocés? ¿Extrañas los bifés de allá o son tus viejos los que extrañan las paellas de acá? Si todos esos lugares comunes de los dos orillos te suenan, entonces esto te va a gustar.

SIGUE LEYENDO

Iberia: Recuerdos que Laten

www.recuerdosquelaten.com

Hemos puesto el corazón en vuestro reencuentro

Connect

Condiciones de participación | Inicio

6- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Fanta: “becarios robertus” y “vete a tomar fanta”



2- Branded content

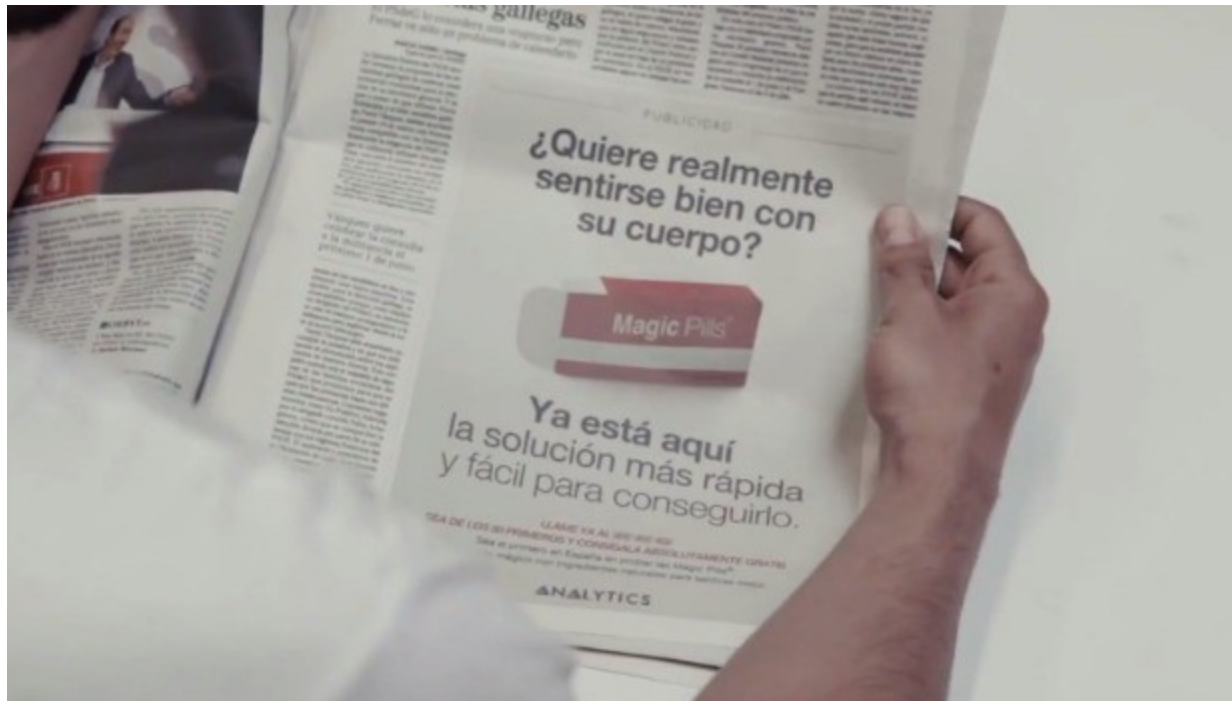
- Más casos de éxito.
 - Campofrío: Gala “Arriba ese ánimo”.



<http://www.youtube.com/watch?v=V-83jNawPdk>

2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Coca-Cola: “Magic Pills”.

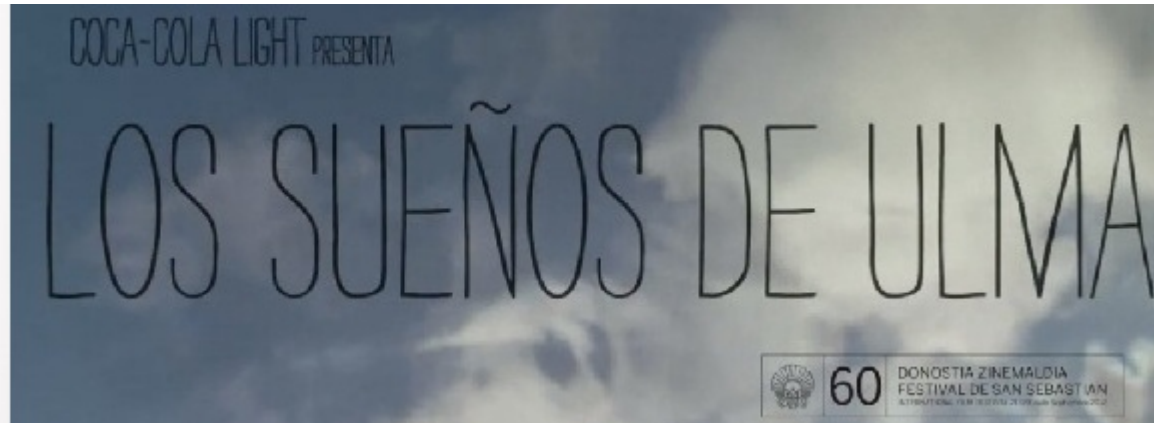


<http://www.youtube.com/watch?v=zTzMefQ4D-Q>

2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Coca-Cola light: “Los sueños de Ulma”.

Le vida sabe mejor cuando
aduestas por lo que crees.



<http://www.youtube.com/watch?v=Tu0c5Rjsp4o>

2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Konami: “enter the game”.

ENTER THE GAME

THE FIRST FAN EVER TO ENTER A VIDEOGAME

THE CHALLENGE
Demonstrate videogame players that PES 2013 is the most realistic football simulator.

THE IDEA
ENTER THE GAME, the first campaign ever to convert a videogame fan into the protagonist of their favourite game by becoming one of the stars in it.

THE EXECUTION
We created a tournament to find the best football videogame player in Spain, took him to Japan where the videogame creators developed his avatar, and introduce him inside the videogame so that every videogame fan all over the world could play with him.

THE TOURNAMENT

THE 3D PROCESS

THE AVATAR

FROM REAL TO VIRTUAL

PES 2013
Real Entertainment Success

RESULTS

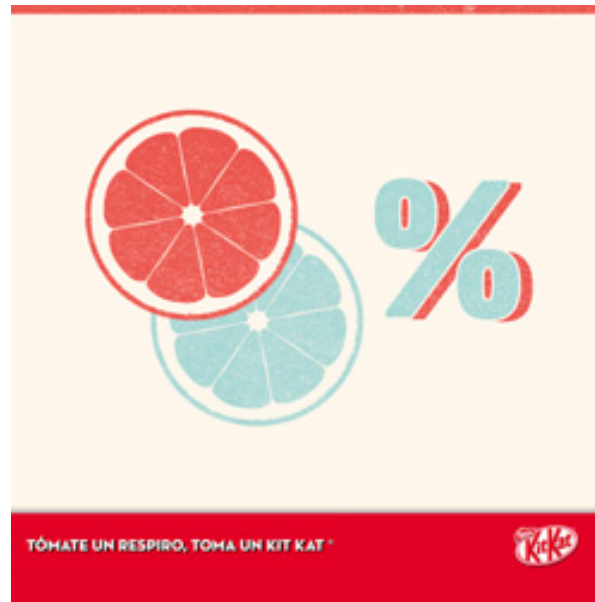
- +9 million users play everyday with Edu in their consoles.
- +100 million impacts generated worldwide with a local campaign.
- +3 Million € in Earned Media.
- We turned the product into a mission to directly connect with our target.

Please, watch the case movie.

<http://www.youtube.com/watch?v=KJ72fSuPJ3A>

2- Branded content

- Más casos de éxito.
 - Kit-Kat: Aplicación de test de san valentín.



2- Branded content

- Branded content vs patrocinio vs telepromoción vs branded placement
- **Patrocinio:** Supone una relación puntual entre la marca y el espacio, con el que existe una serie de valores que justifica la relación.
- **Telepromoción:** Es la publicidad en donde, durante un breve periodo de tiempo, personajes de series o rostros conocidos prestan su imagen a una marca para interpretar un pequeño guión relacionados con la serie o el programa.

2- Branded content

- Tanto en el patrocinio como en la telepromoción los anunciantes no participan de la producción del espacio, cosa que sí sucede en el branded content.
- **Branded placement:** Es la presencia puntual e integrada de una marca en el contexto espacial o narrativo del género de ficción, especialmente cinematográfico y televisivo.

Supone una presencia pasiva del producto y busca el impacto publicitario en lugar del engagement.

2- Branded content

- Branded placement:



3- Transmedia

- Transmedia es una nueva manera de contar historias teniendo en cuenta la nueva era de digitalización, nuevas tecnologías y medios interactivos, así como la capacidad de éstos para ofrecer experiencias que supongan una inmersión para el usuario, generando demanda de estos contenidos.

3- Transmedia

- Por lo tanto, transmedia (storytelling) es una técnica basada en la creación de mundos que desarrollan en múltiples medios y plataformas, integrando experiencias de carácter interactivo, este mundo narrativo no sería posible sin la participación del usuario.
- Aplicado a la publicidad, la novedad consiste por parte de las marcas en hacer llegar historias a sus audiencias y que sean estos los que se encarguen de transmitir las, participando en esta cadena de conversación, afinidad, experiencia porque así lo decidan, porque les interese.

3- Transmedia

- Casos de éxito:
 - Toshiba → “The inside experience”



http://www.youtube.com/watch?v=uAxBYrIY_no

3- Transmedia

- Casos de éxito:
 - Axe



3- Transmedia

- El transmedia (storytelling) como herramienta de marketing permite a la compañía contar historias y campañas paralelas para dar vida a la marca, aumentando el compromiso, la emoción por la historia y su mensaje.
- Las marcas necesitan cada más infiltrarse en la cotidianidad de los espectadores.

3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Knorr



<http://publi.es/2011/03/31/anuncio-knorr-las-aventuras-de-salty-and-pep/>

3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Cherry Coke → Un friki perdido en Japón para anunciar Coca Cola Cherry



<http://www.youtube.com/watch?v=PvThZrcnTo8>

3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Burguer King



3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Burger King



3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Burguer King



3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Burguer King

<http://www.youtube.com/watch?v=mtiuhJEyLeo>

<http://www.youtube.com/watch?v=LPCd00hKMAE>

3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Burger King

BURGER KING XBOX GAMES

CHALLENGE
Every year it gets more difficult for BURGER KING to reach its consumers. BK's core target now spends more time/week gaming than watching TV.

STRATEGY
BK made gaming history by partnering with Microsoft to develop BK-specific Xbox games. The games allowed BK to create a connection with these consumers and draw them into the King's world by featuring characters and products from our advertising. The games were sold only in BK restaurants.

RESULTS
We sold 3.2 million BK advertisements, placing us the 3rd best selling Xbox game of all time. The games helped BK to record traffic and sales during the promotion.



Game Packaging



Rolling Stone Print Ad



Game Review



PR Article



Pocket Bike Racer Trailer Screenshot



Big Burglar TV Screenshot



Sneak King Game Footage



3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Burguer King



3- Transmedia

- Más casos de éxito:
 - Serie Juego de tronos

