

A blurred photograph of a crowd of people, likely at a conference or event, with a focus on the lower half of their bodies and legs. The background is out of focus, showing various colors and shapes of clothing.

#tourisMKT

Mauro A. Fuentes
Director de Social Media
Ogilvy PR

social@Ogilvy

Estrategias de engagement para convertir fans en clientes

¿Qué nos influye?



TO WHAT EXTENT DO YOU TRUST THE FOLLOWING FORMS OF ADVERTISING?

Global Average - Percent of Completely/Somewhat Trust

FORM OF ADVERTISING	2013	2007	DIFFERENCE 2013 VS. 2007
 Recommendations from people I know	84%	78%	6%
 Branded websites	69%	60%	9%
 Consumer opinions posted online	68%	61%	7%
 Editorial content such as newspaper articles	67%	*	*
 Ads on TV	62%	56%	6%
 Brand sponsorships	61%	49%	12%
 Ads in newspapers	61%	63%	-2%
 Ads in magazines	60%	56%	4%
 Billboards and other outdoor advertising	57%	*	*
 Ads on radio	57%	54%	3%
 Emails I signed up for	56%	49%	7%
 Ads before movies	56%	38%	18%
 TV program product placements	55%	*	*
 Ads served in search engine results	48%	34%	14%
 Online video ads	48%	*	*
 Ads on social networks	48%	*	*
 Display ads on mobile devices	45%	*	*
 Online banner ads	42%	26%	16%
 Text ads on mobile phones	37%	18%	19%

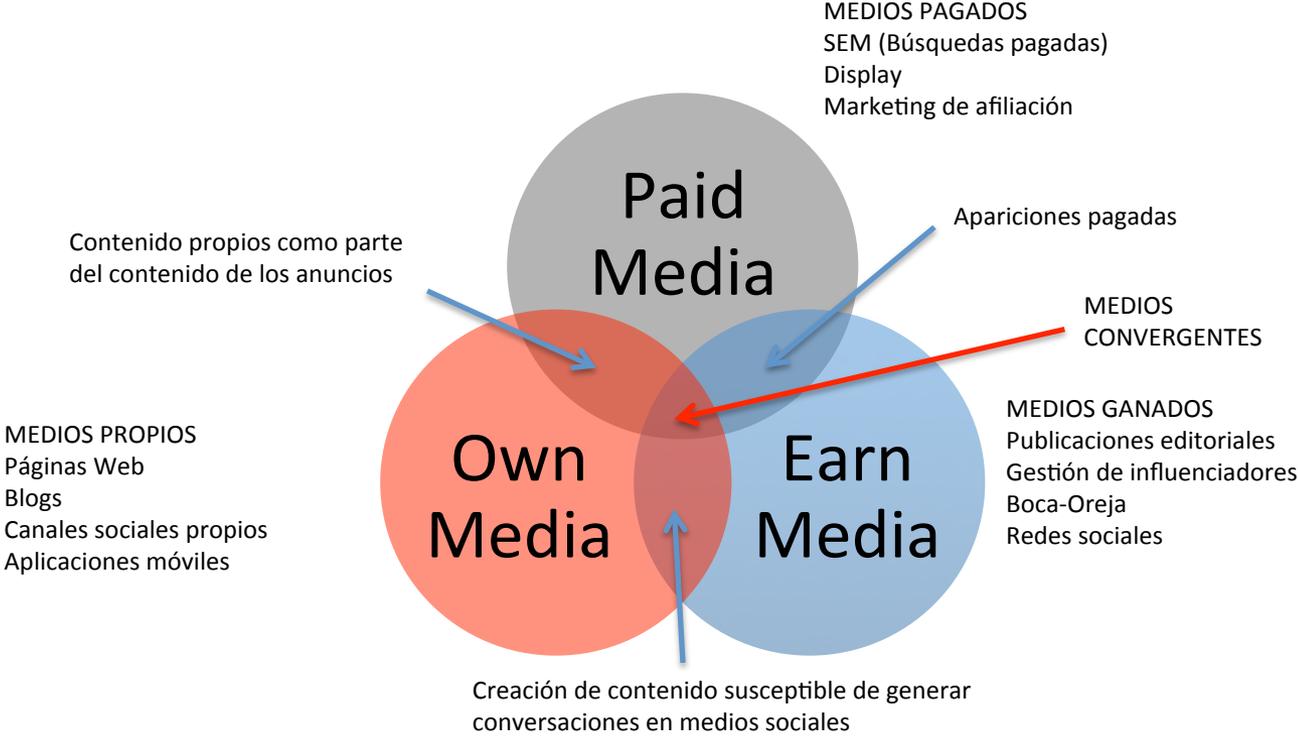
*Not included in Nielsen 2007 Global Survey.
Source: Nielsen Global Survey of Trust in Advertising, Q3 2007 and Q1 2013

nielsen AN UNCOMMON SENSE OF THE CONSUMER™

Copyright © 2013 The Nielsen Company

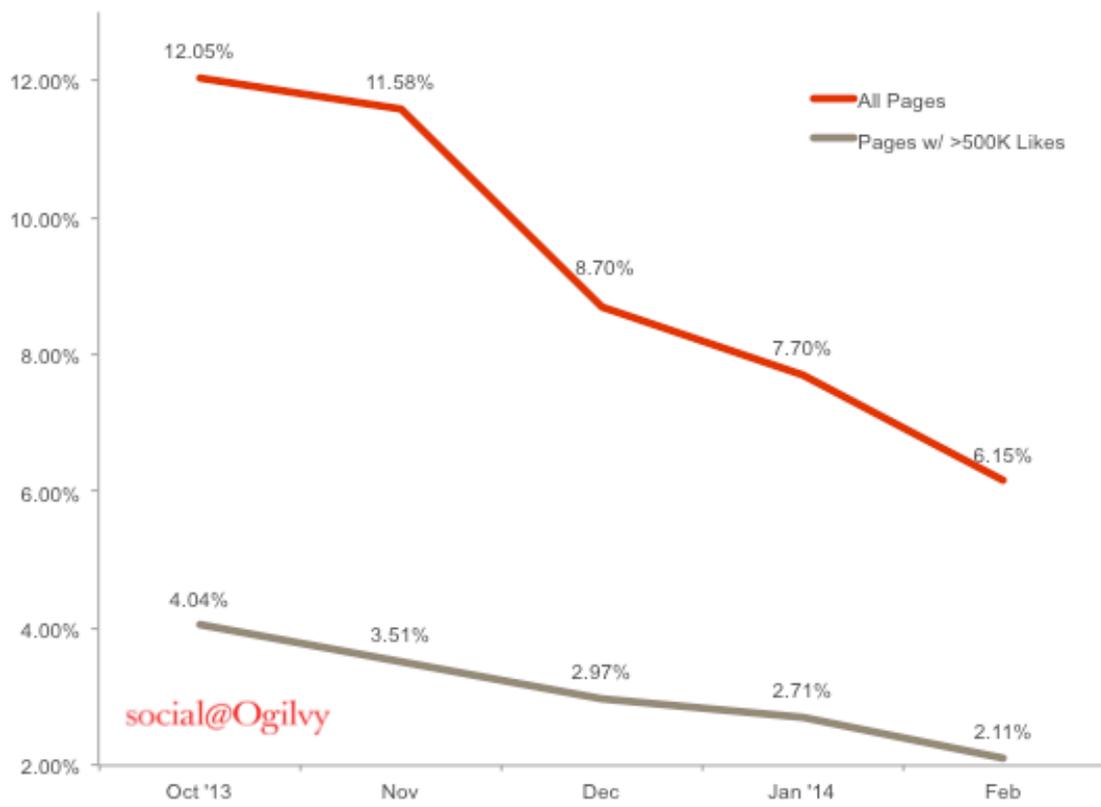
@fotomaf - @OgilvyES

Modelo poem y la importancia del earn



El alcance orgánico decrece rápidamente

Average Organic Reach of Content Published on Brand Facebook Pages



Analysis of 100+ Facebook Brand Pages around the world with more than 48 million total fans conducted by Social@Ogilvy in February 2014. Please see our report, "Facebook Zero" at <http://social.ogilvy.com> for details.

Obsoleto: Crear comunidades de seguidores



Obsoleto en Facebook. El alcance orgánico alimenta el Boca-Oreja y por tanto los medios ganados



Ahora: Pasar por caja para apoyar los medios ganados y el boca-oreja



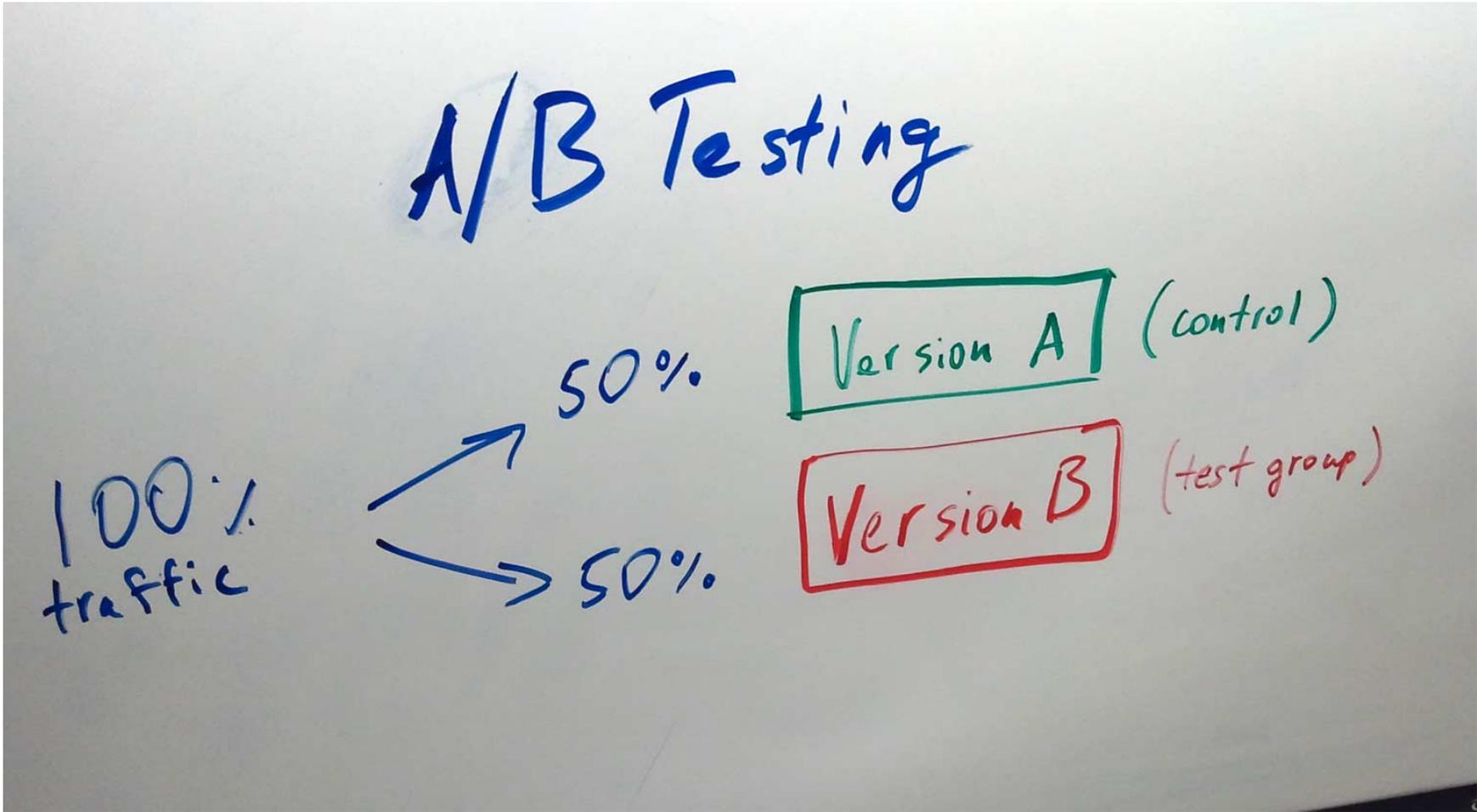
Contenido: Un buen trabajo editorial cada vez más importante.



Disponiendo del contenido adecuado cualquiera puede ser nuestro amplificador, e incluso nuestro embajador



Usa el contenido organico para probar y aprender



Subdivide comunidades

Page Posts Custom Audiences Funding sources Billing

ence Add Users Remove Users Create Ad Using Audience Revert Change

Audience Size	Status	Time Updated	ID
---------------	--------	--------------	----

Create Audience

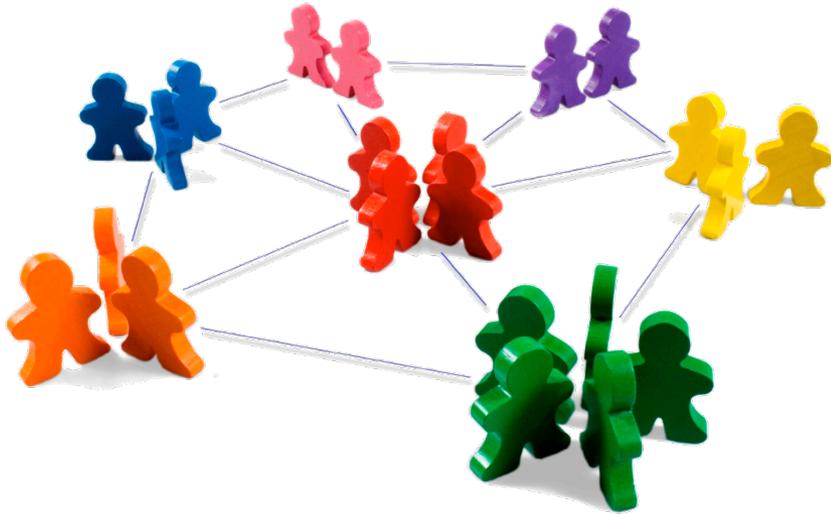
Audience Name:

File: No file chosen

Type: Emails [?]
 UIDs [?]
 Phone Numbers [?]

Files need to be in CSV or TXT format with one entry per line.
Any personally identifying information will be hashed before being uploaded to Facebook. [Learn how this works.](#)

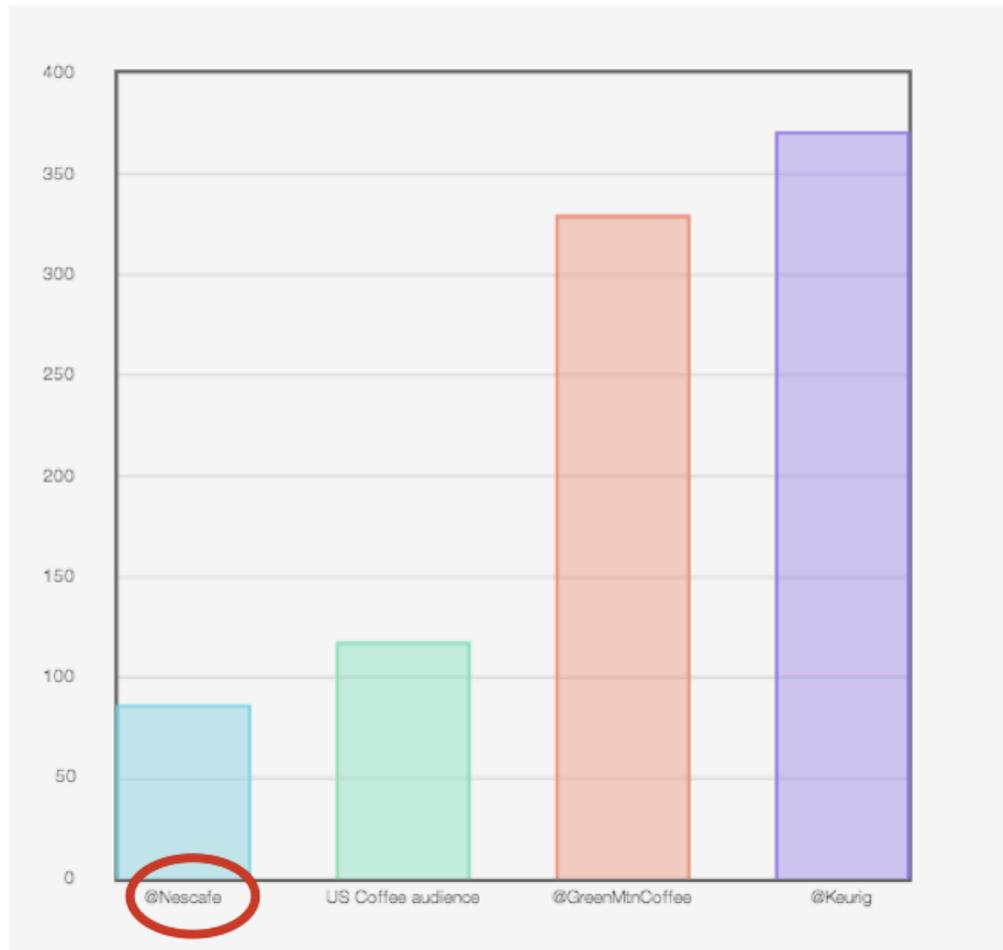
[Custom Audience Terms](#)



PiQ: How does your audience talk about a given topic?

SHARE OF #DISNEYFROZEN MENTIONS - 30 DAY

Relevance



@Keurig's audience cared more about Frozen than @nescafe's audience

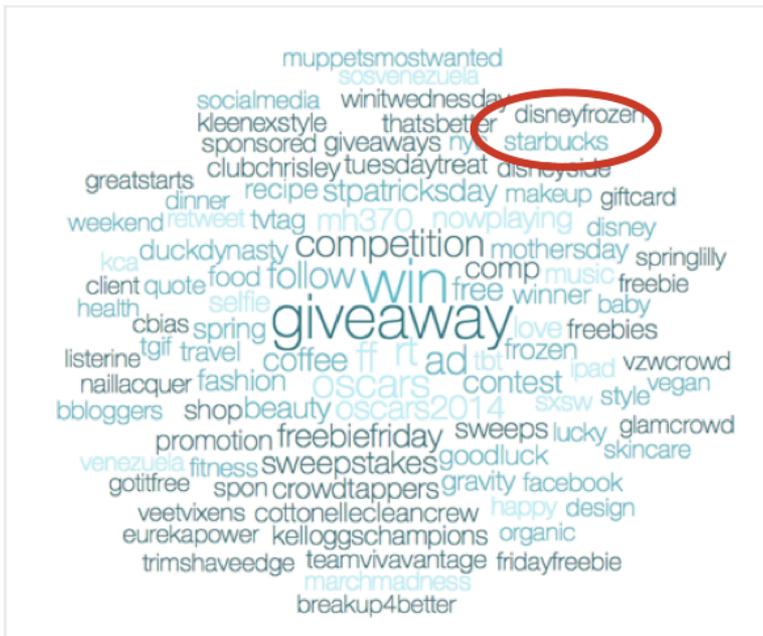
PeerIndex

Por ejemplo, en Twitter

PiQ: What does your audience talk about?



Topics: Nescafé's men

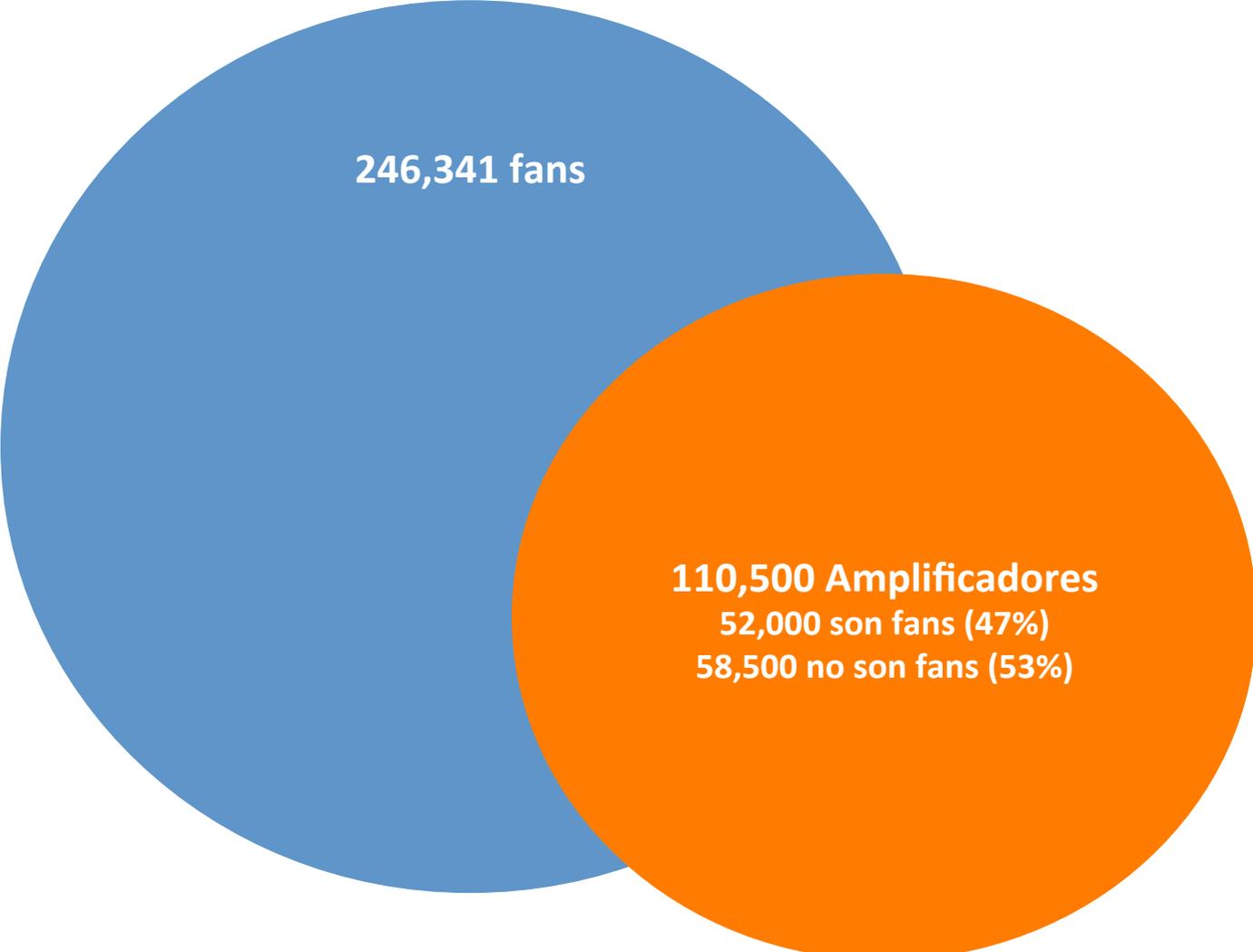


Topics: Nescafé's women

Size = volume; Darker = more relevant



Hay que cambiar el foco de fans a amplificadores



Hacer segmentación en medios pagados destinado a generar amplificadores genera, de media, 5 veces más boca oreja que hacer la segmentación solo sobre los fans.

Y prepárate para ofrecer atención al cliente y prospect.



Otros pasos que no se pueden olvidar

- Revisa todos y cada unos de los días la posibilidad de generar interacción de calidad, aunque tu calendario editorial marque otra ruta
- Trata de manera “agresiva” la captación multiplataforma.
- Asegúrate de que mantienes una pequeña parte de caja para impulsar aquellas publicaciones que más éxito han tenido

Es el momento de parar y que revises tu estrategia.



Caso: Ciudad del Cabo.



Caso: Palladium Hotel Group

**PALLADIUM
WELCOME
PACKAGE**

MÁS INFO

Palladium te da más!

- ✓ MEJOR PRECIO GARANTIZADO
- ✓ REGALOS EXCLUSIVOS RESERVANDO EN NUESTRA WEB
- ✓ SIN CARGOS ADICIONALES
- ✓ PAGO EN HOTEL

✓ **MEJOR PRECIO ONLINE GARANTIZADO**

SOCIAL MEDIA: f, t, g+, y, w, v

LINKS: SOBRE NOSOTROS, NOTICIAS, EMPLEO, CONTACTO, COLABORADORES

NEWSLETTER: Suscríbete a nuestra newsletter. Introduce tu e-mail [] ENMAR

NUESTRAS MARCAS: LEER MÁS +

NUESTROS PRODUCTOS: LEER MÁS +

© 2013 Información exclusiva de Palladium Hotel Group. | Términos y condiciones | FAQs



Ushuaia Beach Hotel @ushuaiaibiza

QQCCMH ¿Te imaginas venir gratis al hotel donde están Roi, Gonzalo, Sergi y Edgar? Pues hoy lo tienes fácil #Ushuaia bit.ly/17ImNSp

RETWEETS 5 FAVORITES 6

11:58 PM - 23 Oct 2013

Reply to @ushuaiaibiza

16 Silvia Ruiz @SilviayRuben · Oct 24 @ushuaiaibiza me encanta!

54 Edgard QQCCMH @EdgardQQCCMH · Oct 26 @ushuaiaibiza yo repetiría [ajajajajaj]



THE USHUAIA BLOG

INICIO USHUAIA INSIDE FIESTAS ENTREVISTAS USHUAIA STYLE IBIZA CONCURSOS CALENDARIO CONTACTO

CONCURSO #QQCCMH

¿QUE QUIERE CASAREE CON MI HIJO?

Sorteamos **NOCHE GRATIS** para 2 personas en **USHUAIA IBIZA BEACH HOTEL**

www.ushualabeachhotel.com

¿Te gusta el Hotel en el que Roi se aloja en Ibiza? Pues dinos con qué personaje de **QQCCMH** te rifas a pasar un día a Ibiza y por qué, y podrás ganar una noche de hotel en el exclusivo Ushuaia Ibiza Beach Hotel para la temporada 2014.

Participa y vive tu mismo la misma experiencia que los concursantes!

Participa y gana 1 noche de hotel en el exclusivo Ushuaia Ibiza Beach Hotel

Participa enviando el siguiente formulario y entre las respuestas más originales elegiremos al ganador/a una noche de hotel para 2 personas en el Ushuaia, el mismo hotel donde Roi ha elegido con quién continuar en el concurso.

¡No pierdas tu oportunidad de que el verano 2014 sea inolvidable!

*Obligatorio

Nombre *

Gonzalo QQCCMH @guztopog

ADIÓS IBIZA EMPEZAMOS YAAAA!! #qqccmh8 @ushuaiaibiza pic.twitter.com/yJb5aT8X5n

RETWEETS 7 FAVORITES 24

10:13 PM - 30 Oct 2013

Reply to @guztopog @ushuaiaibiza

38 Carlos Luengo G. @CarGL · Oct 30 @guztopog ¡ai y como lo dices... parece que te vas a ir tú eliminado :-)



Síguenos en: OgilvyES | OgilvyES | SocialOgilvy

<http://about.me/fotomaf>



Sígueme en: maurofuentes | fotomaf | maurofuentes
@fotomaf - @OgilvyES

