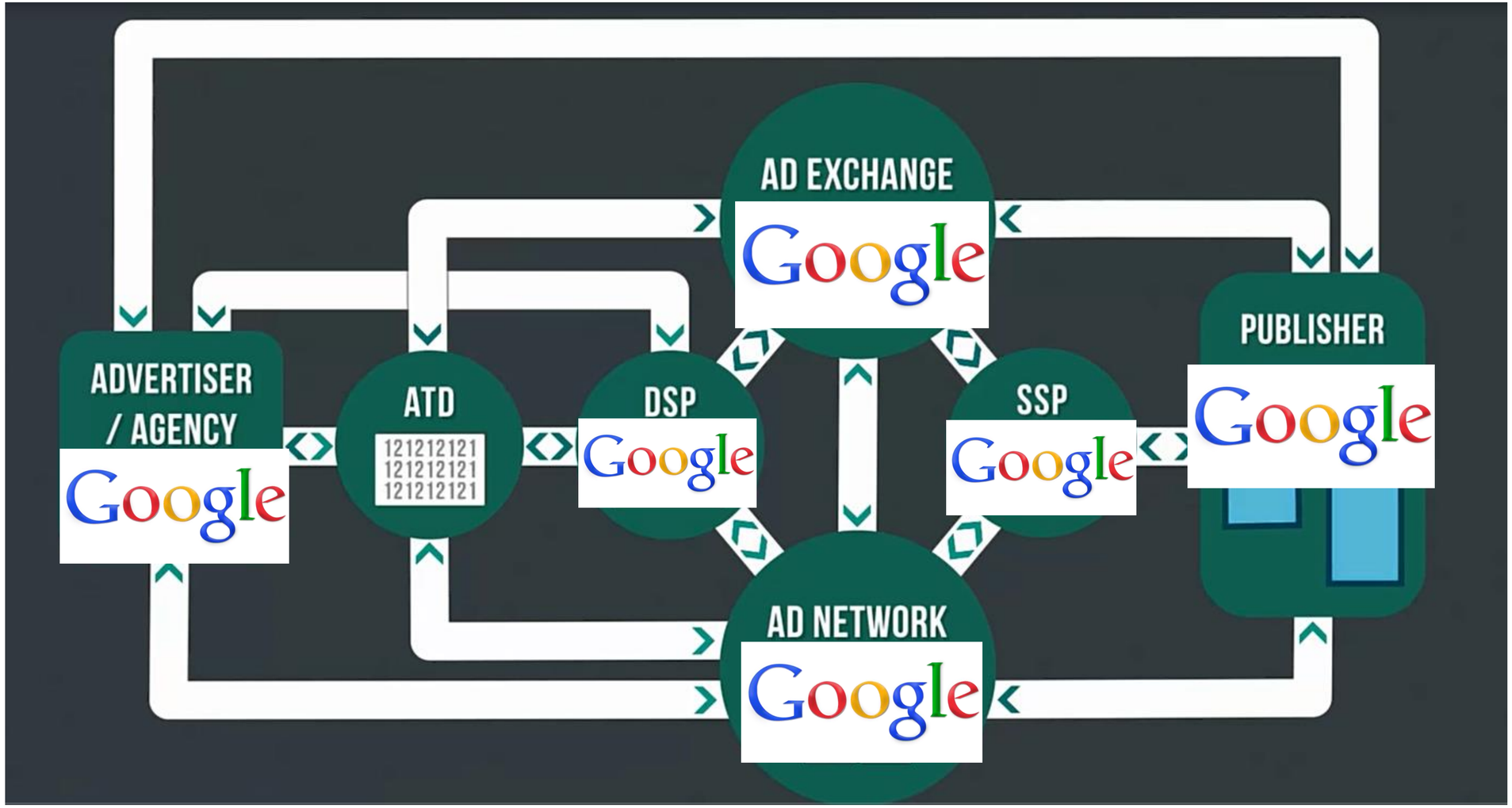
PERFIL

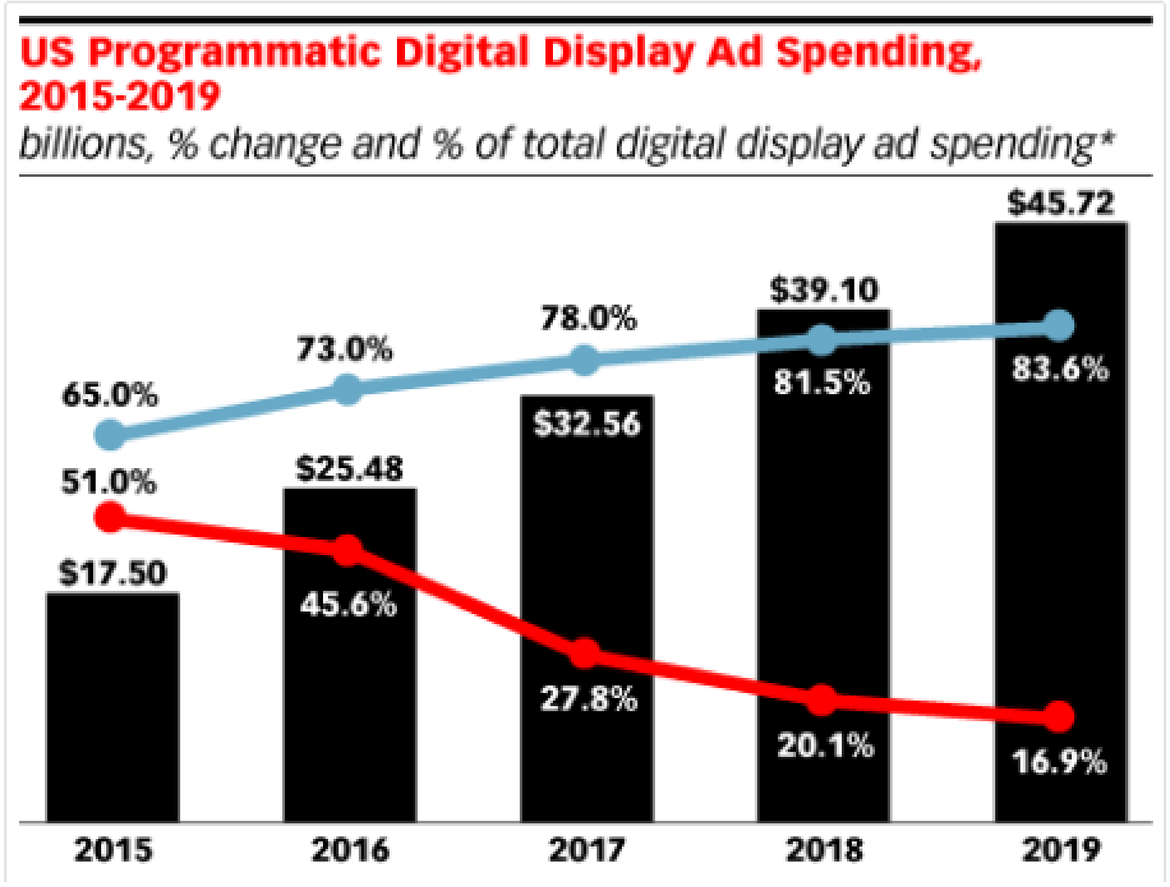
¿A quién enfrentamos?

En términos prácticos la publicidad programática funciona. **En términos económicos, NO para los medios. ¿Por qué?**



MERCADO-2018

El 82.5% del total de las compras de anuncios de display van a cursarse de forma programática.



“82.5% of all US digital display ads will be bought via automated channels in 2018”

¿A quién enfrentamos?

CIFRAS:

En 2017, alrededor del 85% de los ingresos de Google y de su matriz, Alphabet, fueron de la publicidad digital. Facebook más del 80%. Competimos por el mismo anuncio!

A Google ingresarán 40 mil millones de dólares en ingresos publicitarios en el transcurso de 2018, sobre un mercado de 94 mil millones, y Facebook ocupará el segundo lugar con 22 mil millones de dólares.

Un informe de la WARC, la autoridad internacional en publicidad y efectividad de los medios, publicado en marzo estimó que de los **$ 63.400 millones** se invirtieron en publicidad programática en todo el mundo el año pasado, “tan solo $ 17.800 millones (el 28%) pueden haber llegado al nivel de medios de comunicación.

Oh Casualiadad! **En sólo una década la cantidad de periodistas en Estados Unidos pasó de 55 mil a 27 mil.**

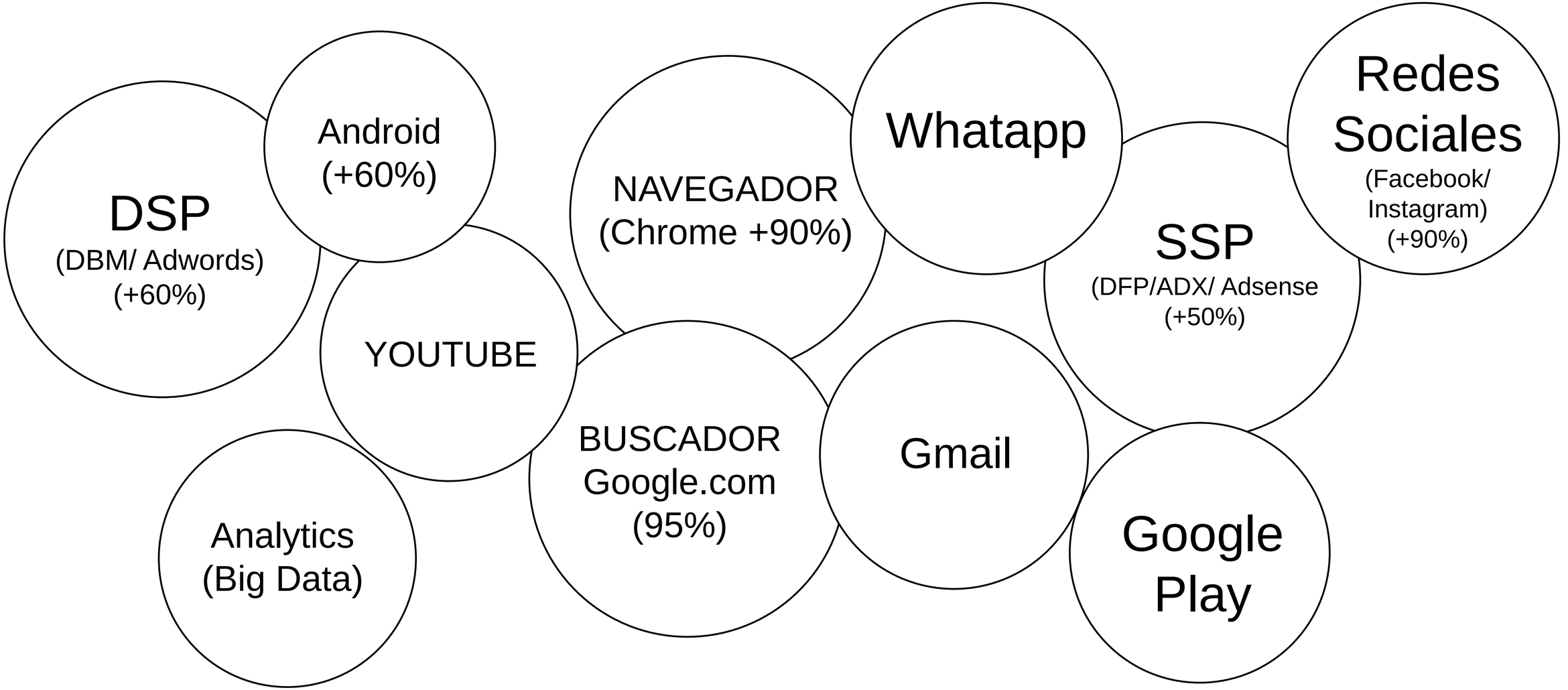
¿A quién enfrentamos?

En Argentina más del 80% de la inversión en medios digitales es absorbida por <u>Google Y Facebook.</u>
<u>Nos enfrentamos a un enemigo de escala planetaria que:</u>

-Desprecia el acto reflexivo (cantidad sobre calidad) - SESGO
-Monopoliza los ingresos publicitarios sobre contenidos producidos por terceros.
-No valoriza a los productores de contenido, menos a los periodistas.
-Manipula el impacto y el alcance de los contenidos en pos de su negocio
-Monopoliza los “resultados de busquedas” y las “búsquedas” y los “anuncios” sobre las “búsquedas”
-Controla las plataformas y el flujo de compra (a través de DBM y Adwords) y de venta de publicidad programática (a través de DFP, ADX y Adsense)
-Monopoliza la expresión de todos los sitios webs (a través Chrome)
-Monopoliza los datos de las audiencias, y hace uso cómo nadie del big data (Analytics)
-No se deja auditar. ¿Son realmente confiables las métricas que exponen? ¿Por que no podemos auditarlos?
-Controla, almacena y administra información y datos de más de 30 millones de argentinos.
-Centraliza y administra la tienda online de aplicaciones más grande de Argentina (Google Play)
-Administra y controla el sistema operativo móvil más utilizado por los argentinos: Android
-Administra y controla la mayoría de los emails enviados entre argentinos (desde gmail)
-Centraliza, administra y almacena todo el intercambio de mensajes (vía whatapp)
-Monopoliza el tráfico social vía Facebook e Instagram (+90%)
-Ante una amenza modifica radicalmente sus polítcas de uso, sin una superestructura que lo regule…

¿A quién enfrentamos?

Productos que interactuan en pos de los intereses comerciales de Google y Facebook.



¿A quién enfrentamos?

También hay que dar una pelea política...

AdAge

Ad Age @adage · 10 min

ICYMI: Google will stop reading your emails for Gmail ads bit.ly/2rPEdOr

Traducir del inglés

NOVEDADES Y NOTICIAS ANDROID

La Unión Europea contra Android, se avecina nueva multa millonaria a Google

La Unión Europea está estudiando la posición de Google dentro de Android: estudia una nueva multa millonaria por abuso de monopolio.

5/07/2017 a las 16:37 UTC

EN: GOOGLE

La Unión Europea está estudiando el abuso que hace Google del sistema Android. La obligatoriedad de instalar las Google Apps para tener acceso a la tienda de aplicaciones está en el punto de mira.

INTERNACIONAL ▸ MÉTRICAS EN DUDA

Las agencias le declaran la guerra a Facebook por su baja tasa de visibilidad publicitaria

La métrica llamada "viewability" en la red sociales es varias veces menor que el promedio normal.

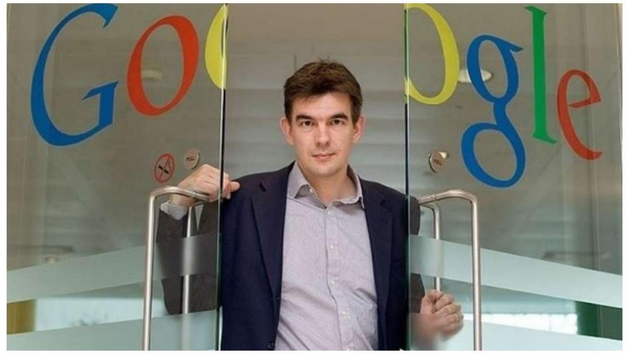
TECNOLOGÍA • Decisión histórica

La UE impone a Google una multa récord de 2.420 millones por abuso de posición dominante

PABLO R. SUANZES | Corresponsal | Bruselas 27 JUN. 2017 | 11:50

Por qué las grandes marcas retiran su publicidad de Google y YouTube

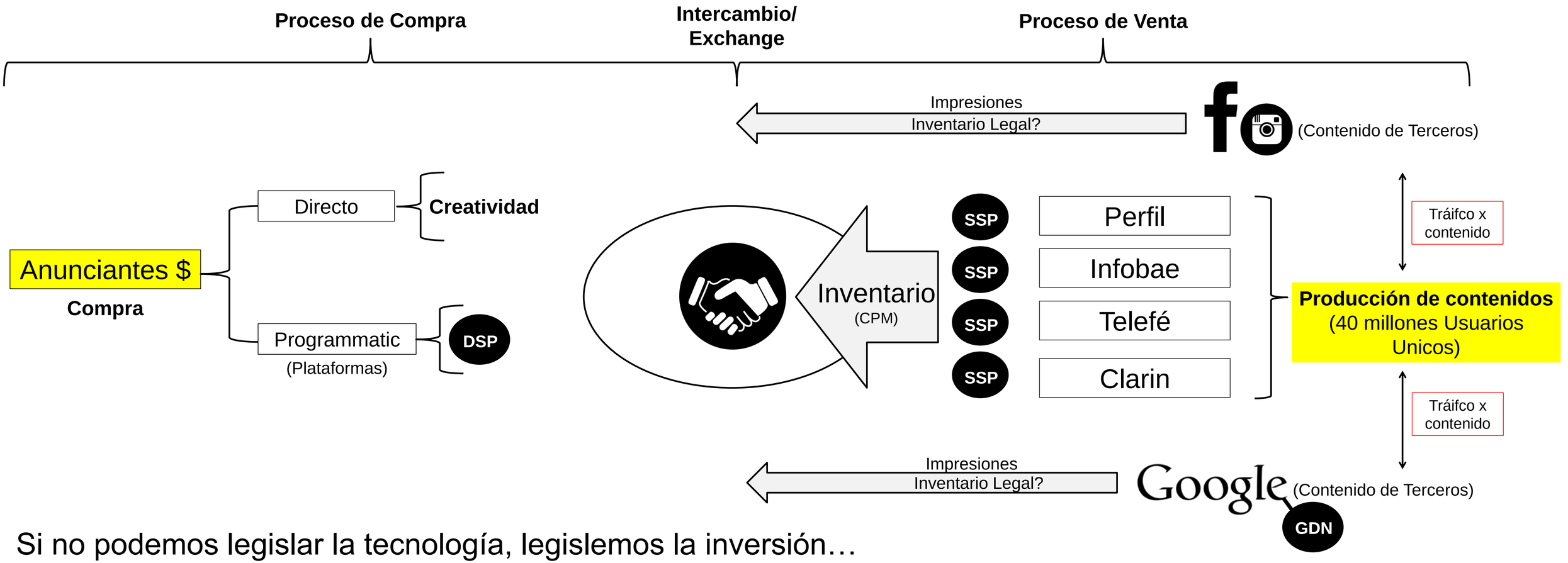
La polémica comenzó en Reino Unido y ahora se extendió a Estados Unidos. **Los detalles.**



Matt Brittin, director de Google en Europa, pidió disculpas a los anunciantes.

¿A quién enfrentamos?

Interacción entre el anunciante y lo medios



Si no podemos legislar la tecnología, legislemos la inversión…

-¿Por qué las agencias y los gobiernos invierten sumas siderales en plataformas que no soportan auditorías?

-¿Por qué las agencias y los gobiernos siguen invirtiendo sumas incrementales en plataformas que se nutren de inventario y contenido de terceros? Mientras los medios ofrecen resultados y formatos superiores, y métricas cristalinas…

PERFIL

¿Cómo nos defendemos?

¿Cómo nos defendemos?

En un contexto digital tan centralizado y poco regulado…

-Primeramente intentamos ganar escala y potenciar los clusters de audiencias que administramos.

-Buscamos desarrollar tecnología ad hoc tanto a nivel editorial cómo a nivel comercial (publicador, player de video, widgets de contenidos, plataforma de email marketing, kiosco digital, etc)

-Generamos acuerdos con proveedores latinoamericanos y empresas de tecnología que escapan al control y al financiamiento de Google (Appnexus, E-planning, Tail Taget, Level3, etc)

-Desarrollamos formatos publicitarios diferenciales, y acciones de brand content que escapan a la maquinaria estandarizada de Google y Facebook. Potenciando así la relación con nuestros anunciantes.

-Apostamos a la transparencia de las acciones implementadas. Transparentamos todas nuestras métricas tanto editoriales cómo comerciales. Generamos accesos a nuestro analytics, a nuestro DMP, a nuestro adserver, configuramos reportes específicos, etc.

-Apostamos a la calidad de los contenidos, a no defraudar a los 12 millones de usuarios que nos visitan mes a mes. Entedemos que no hay mejor defensa que la producción de contenidos de calidad.

USUARIOS ÚNICOS 2018

PLATAFORMAS ARGENTINA

DIGITAL: 12 Portales, 12 millones de Usuarios Únicos. **ALCANCE > 12M**
Ver más: http://mediakit.perfil.com/mediakit.html

PRINT: 12 Revistas + Diario Perfil **ALCANCE > *1M***
Ver más: http://kioscoperfil.com/

VIA PÚBLICA/INDOOR: Red inteligente de dispositivos en vía pública e indoor. **ALCANCE> 500K**
Ver más: http://www.elemidia.com.ar/

TV: NET TV (Canal de Aire)

RADIO: AM 1190 Radio América

EVENTOS/PREMIOS: Premios Perfil, Premios Fortuna, Caras Moda, etc.

ESCUELA DE PERIODISMO: Buscamos replicar nuestro ADN. Ver más:
http://escueladecomunicacion.com.ar/

PLATAFORMAS BRASIL

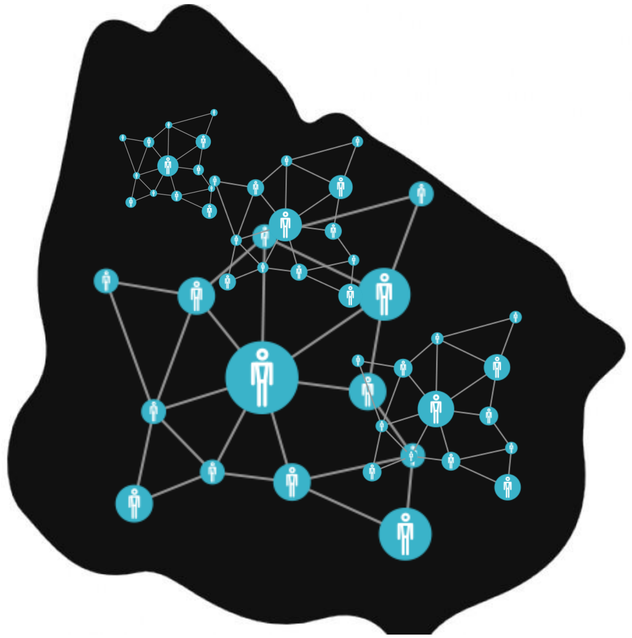
DIGITAL: 13 Portales, 15 millones de Usuarios Únicos. **ALCANCE > 15M**
Ver más: http://caras.uol.com.br/novoportal/anuncie/CARAS_midia_kit_2017.pdf

PRINT: 13 Revistas: **ALCANCE > 5M**
http://caras.uol.com.br/novoportal/anuncie/CARAS_midia_kit_2017.pdf

VIA PÚBLICA/INDOOR: Red inteligentede dispositivos en vía pública e indoor. **ALCANCE > 10M**
Ver más: http://www.elemidia.br/

EVENTOS/PREMIOS: Isla Caras, Regata Caras Caras Moda, etc.

PLATAFORMAS URUGUAY



DIGITAL: 2 Portales, 500 MIL de Usuarios Únicos. **ALCANCE > 500K**

PRINT: 2 Revistas **ALCANCE > 50K**

VIA PÚBLICA/INDOOR: Red inteligente de dispositivos en vía pública e indoor.
http://www.elemidia.com.ar/

EVENTOS/PREMIOS: Punta del Este Fashion Show, Regata Caras Caras Moda, etc.

ARGENTINA

SON SEXYS, FAMILIEROS Y ESPIRITUALES. ARQUETIPOS DEL "HOMBRE PERFECTO".
VETROSEXUALES: LA HORA DE LOS LINDOS SENSIBLES

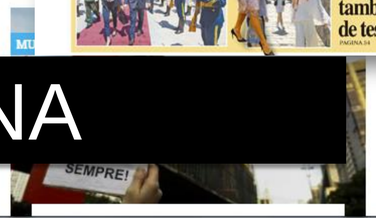
NOTICIAS
CASO SIVAK: El estremecedor libro de su hijo Martín
Comienza la era del
POST KIRCHNERISMO
CFK está rodeada: empate técnico, soledad política,

NOTICIAS
Jueves 22.3.2018 | 16:51
POLÍTICA SOCIEDAD ECONOMÍA MUNDO CULTURA

RIU

POLÍTICA
CAUSA NISMAN: DAMIÁN PATCHER SE NEGÓ A REVELAR SU FUENTE Y ASEGURÓ QUE RECIBIÓ APRIETES

POLÍTICA


SEMPRE!

LA REVANCHA DE LOS GORDO
NOTICIAS

TEST: RENAULT CAPTUR 1.6 CVT
TEST: CHEVROLET CAPTIVA 2.2 D
Parabrisas
TEST
VW POLO
Ahora con silueta hatchback: más seguridad y tecnología de punta
TEST GEELY

DOCUMENTO. LA NUEVA GRIETA ECONÓMICA: SHOCK VERSUS GRADUALISMO
ECONOMIA NEGOCIOS Y PLACERES
Fortuna
CRECER O RETROCEDER
Diez especialistas explican qué pasará con el crecimiento, la inflación, el dólar, el déficit, la inversión y el comercio exterior. ¿Podrá Macri revertir la tendencia que indica que el país solo crece en años electorales?
mía que viene

Pesca
Río de la Plata: paties de 14 kilos
Pejerreyes para anticiparse a la temporada
Grandes dorados en arroyos
Llanura pampeana con mosca
Lisas de gran porte
Corvinas en kayak.
Tiro
.338 Win Mag: el calibre de moda para la brama
Nuevas miras alemanas para distancias extremas.
Weekend
50 Pasaporte a la aventura
lugares increíbles
para explorar en Semana Santa
Los mejores atractivos de cada provincia para descubrir, en familia o con amigos. Datos para planear un fin de semana largo muy diferente.
NAUTICA
Presentación de la Vision 200, una nueva lancha para ocho personas
Prueba de resistencia de los fuera de borda Mercury SeaPro
Por qué el combustible junta agua y cómo evitarlo.

Super CAMPO
DE LA HUERTA A LA ESTANCIA
Actualidad Agricultura AgroAgenda Agronegocios Apicultura Ganadería Expoagro Lecheria Huertas y jardines
Maquinarias El tiempo Inmuebles
ESCUELA DE COMUNICACION
CARRERA DE PERIODISMO
PARA ESTUDIANTES CON TITULO SECUNDARIO
INFORMES: escuela@perfil.com
INSCRIPCION 2018
HORTICULTURA 22/03/2018
Más controles para erradicar la mosca de frutos
Senasa controla 1 millón de hectáreas para
ESPECIAL SUPERCAMPO Expoagro
ESPECIAL SUPERCAMPO INMUEBLES RURALES

PERFIL
Perfil.com
CON ESTA EDICION L'Osservatore Romano y cinco suplementos.
SAMPAOLISTA Icardi está entre los convocados del nuevo DT.
#ReformaDaPrevidência
#AcordadoXLeg
#Terceir
Temer, acorralado. El máximo fiscal de ese país lo acusó de corrupción y de obstruir a la Justicia. El presidente brasileño resiste para negociar: quiere evitar que su salida del poder sea un viaje directo a la cárcel.
Pacto por el Lava Jato argentino
Odebrecht y la Justicia buscan acordar la entrega de datos
Abogados de la constructora y el fiscal Sergio Rodríguez mantienen reuniones cada diez días para acercar posiciones. Pedidos de la compañía y negativas del juzgado.
Gobierno minimiza el efecto de la crisis de Brasil en la economía. Arman equipo binacional para investigar. PAGINAS 2, 22 y 34
UNA EMPRESA DEL GRUPO, INVOLUCRADA EN ALLANAMIENTOS QUE ORDENO BONADIO
GISELA, EMBARAZADA PAGINA 58
Los dos se mostraron, por separado.
Reaparición de Scioli y su ex, con pancita
RESUMEN PAGINA 68
Acusan a 19 policías bonaerenses
Por liberar zonas y redes de trata. Uno, prófugo. PAGINA 66
Mahiques, preferidos PRO. Un camarista, un consejero de la Magistratura y un fiscal, de la familia. PAGINA 12
Cine vs. videogame. Una disputa que mueve millones en Hollywood por el entretenimiento. ESPECTACULOS
Demandada. Piden $ 3 millones a una vecina acusada por el GCBA. Quiso frenar una obra del subte. PAGINA 62
Escriben Roberto García, Biloria, Fernando Henrique Cardoso, Kohan, Casas, Link, Garodkicher, Guebel, Aros, Spregelburd y Fontevecchia
Hay 21% de pobres entre mayores de 60
PUNTAPIE INICIAL PAGINA 64
Son internas del penal de San Martín.
Rugby femenino con un equipo de reclusas
JULIANA PLANEA SU FUTURO
La gira presidencial también sirvió de test para Awada
PAGINAS 5 y 6
CIERRE EN JAPON
Macri vuelve de Asia con promesas de inversiones
PAGINAS 7 y 26

mía que viene
D. Marx
G. LoCane
Clara Marx

Parabrisas
NOTICIAS TEST ADELANTOS ESPECIALES MERCADO MANEJO PREVENTIVO EL MÁS BUSCADO
NOTICIAS
NOTICIAS
NOTICIAS
s el nuevo VW Touareg

MENU
PERFIL
PERIODISMO PURO
AHORA COLUMNISTAS POLÍTICA ECONOMÍA DEPORTES ESPECTÁCULOS MUJER CIENCIA 50Y50 TURISMO BA TIMES CÓRDOBA PROTAGONISTAS
TEMAS DEL DÍA FACEBOOK ARA SAN JUAN INFLACIÓN ABORTO DÓLAR CRISTINA KIRCHNER CRISTÓBAL LÓPEZ ELISA CARRIÓ

MUERTE DEL FISCAL
Caso Nisman: Damián Pachter no reveló su fuente y denunció aprietes
POR MAXIMILIANO SARDI
16:32 | El fiscal E
informar la muer
joven argentino

Piden el embargo de Echegaray y levantar el secreto fiscal sobre López y De Sousa
POLITICA
La Corte pidió que se investigue al tribunal que benefició a López

CARAS
ARACELI Y MAZZEI: "SI NO LLEGA UN HIJO VAMOS A ADOPTARLO"
A un año y medio de casada, la pareja habla de la pasión, los miedos y la convivencia.
PAMPITA CELEBRO SUS DIEZ AÑOS DE AMOR CON VICUÑA
MESSI CAMPEON ADELANTA EL "DIA DEL PADRE"

COTO
Yo te conozco.
HOY JUEVES
15% DE DESCUENTO
COMUNIDAD COTO
BENEFICIO EXCLUSIV
SI SOS MIEMBRO DE NUESTRA COMUNID
(NO INCLUYE ELECTRODOMÉSTICOS)

CARAS
www.caras.com.br
ANA HICKMANN LEVA ALEXANDRE JR. PARA A ILHA DE CARAS
EXCLUSIVO
Nas belas paisagens da Espanha, top de 35 anos afasta a ideia de aposentadoria: "Sou realizada com o que construí na minha vida profissional"
Perfil
ALESSANDRA AMBROSIO
20 ANOS DE S
Ana Maria
É o fim do cabelo elástico
PETISCOS AMIGOS DA DIETA
Receitas deliciosas de Páscoa
manequim
kids
fresh
50 MOLDES
OUTONO
titi
Segundo Sol, a próxima das 9, começa a todo vapor
Luciano faz festa dos sonhos para as gêmeas Helena e Isabella
Superpôster de Felipe Titto, o colírio do horário nobre
AVENTURAS NA HISTÓRIA
130 ANOS DA ABOLIÇÃO
minha novela
CAMILA MORGADO
Atriz descobre como lidar com o público jovem, ao viver a professora Gabriela, em Malhação: Vidas Brasileiras
LETÍCIA SABATELLA
"A gente precisa lutar. É o momento de batalhar pelos nossos direitos"
ORGULHO E PAIXÃO
Susana flagra beijo de Darcy e Elisabeta
DEUS SALVE O REI
Afonso se rebela contra Rodolfo
MALHAÇÃO
Pérola percebe o caso de Alex e Alice
O OUTRO LADO DO PARAÍSO
TODOS CONTRA SOPHIA
GAEL DENUNCIA A MÃE PELOS SEUS CRIMES • MARIANO ESTÁ VIVO E SE PREPARA PARA SE VINGAR DA EX-AMANTE • ZÉ VICTOR AMEAÇA MATAR A PATROA • XODÓ DEDURA A VILÃ PARA O FILHO DELA • BRUNO INVESTIGA A MILIONÁRIA DO MAL
contigo!
FEMINEJO
NATHÁLIA DILL
XUXA MENEGHEL
ANA HICKMANN
"Cansei de ouvir que era burra por ser loira e bonita"

BRASIL

TECNOLOGÍA

-Renegociación de acuerdos con los distintos partners tecnologicos logrando reducir sustancialmente los costos de tecnología.
Adserver-DMP (Tail Taget)- Player de Video- CDN- SSP-DSP

-Incansablemente se generaron acuerdos con los principales players del mercado global. Buscando así configurar e Implementar un stack tecnológico económicamente viable, de vanguardia e hiper competitivo (por fuera de los carriles de Google).

-Hoy el inventario de Perfil se ecuentra disponible en todos los mercados del mundo y conectado a las principales fuentes de demanda.

-Así también tiene la potencialidad de canalizar cualquier tipo de venta directa.

BASES SÓLIDAS

-Durante el 2016 se implementaron 1.118 campañas, durante el 2017 se implementaron 1.067 campañas

-Se implementaron 3 SSPs propios (DoubleClick, Appnexus y Taggify)

-Se implementaron y optimizaron todos los enlaces y los circuitos con RPA (mapeo, taggs y passbacks) posibilitando así una comunión exitosa desde lo tecnológico (Crecimiento 600%)

-Se implementaron dos plataformas de datos (DMP): Tail Target y Cxence. Con ambas tecnologías buscamos granular las audiencias a un nivel similar al que apelan Google y Facebook.

-Se implemtaron dos plataformas de compras buscando así aplicar audience extension e impactar a las audiencias de Perfil en otros medios: Appnexus y SiteScout.

-Se generaron las condiciones dentro del inventario para poder implementar todos los formatos rich media demandados por el mercado, todos los formatos de video y la gran mayoría de los formatos tradicionales.

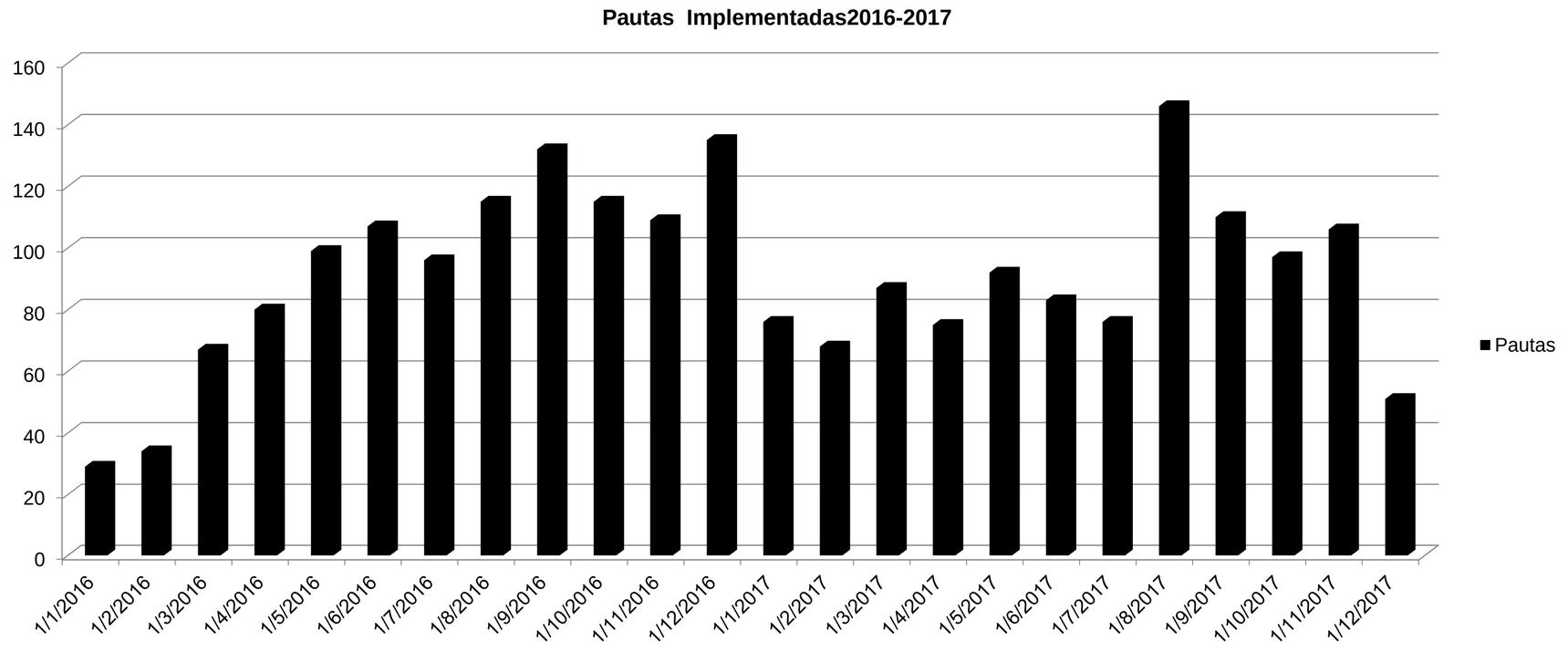
-Se implementaron códigos de seguridad (txt) para validar a las plataformas que conviven en nuestra ecosistema.

-Se desarrolló conjuntamente con E-planning una solución de video capaz de potenciar exponencialmente el inventario de video, aumentando así su potencial de monetización a iguales niveles de producción editorial.

CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS

Desglose Implementación:

Pautas Implementadas por Mes 2016/2017	
Fecha	Pautas
01/01/2016	29
01/02/2016	34
01/03/2016	67
01/04/2016	80
01/05/2016	99
01/06/2016	107
01/07/2016	96
01/08/2016	115
01/09/2016	132
01/10/2016	115
01/11/2016	109
01/12/2016	135
01/01/2017	76
01/02/2017	68
01/03/2017	87
01/04/2017	75
01/05/2017	92
01/06/2017	83
01/07/2017	76
01/08/2017	146
01/09/2017	110
01/10/2017	97
01/11/2017	106
01/12/2017	51
Totales	2.185



2016: 1.118 Campañas

2017: 1.067 Campañas (parcial)

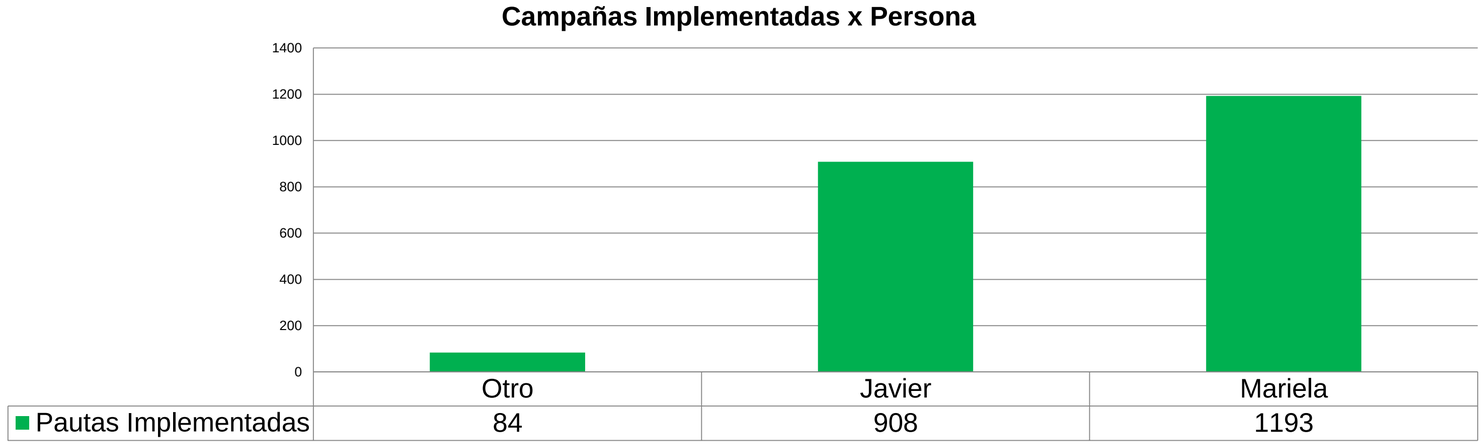
CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS

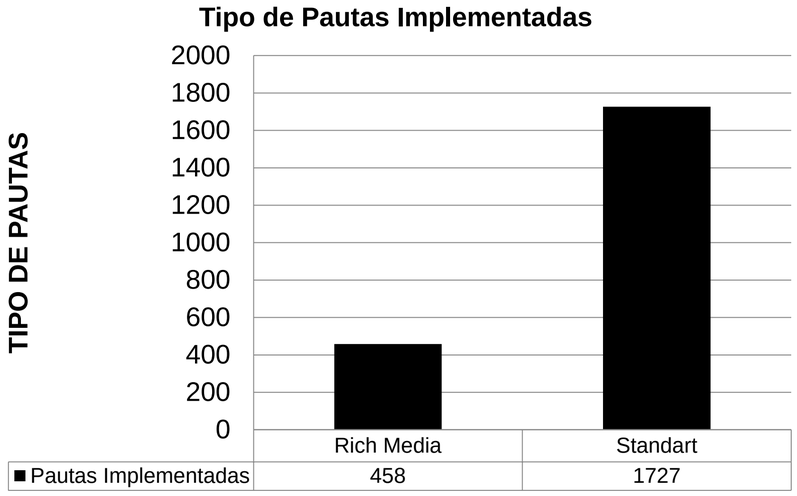
Desglose Implementación:

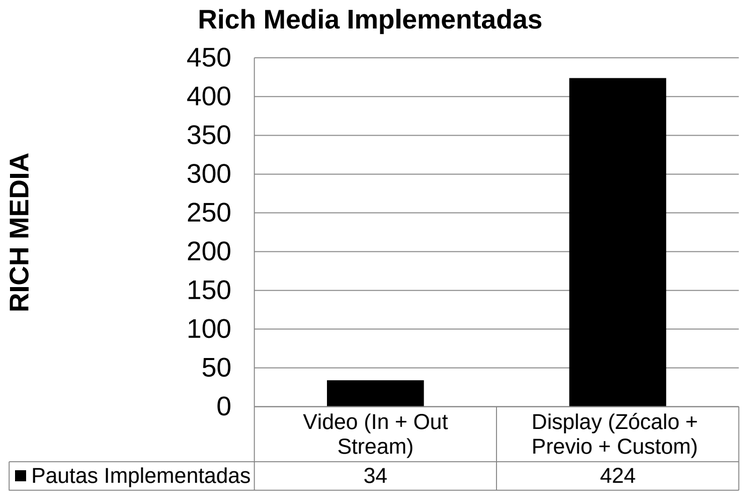
Traffiker	Pautas Implementadas
Otro	84
Javier	908
Mariela	1193
Totales	2185

Tipo Pautas	Pautas Implementadas
Rich Media	458
Standart	1727
Totales	2185

Rich Media	Pautas Implementadas
Video (In + Out Stream)	34
Display (Zócalo + Previo + Custom)	424
Totales	458





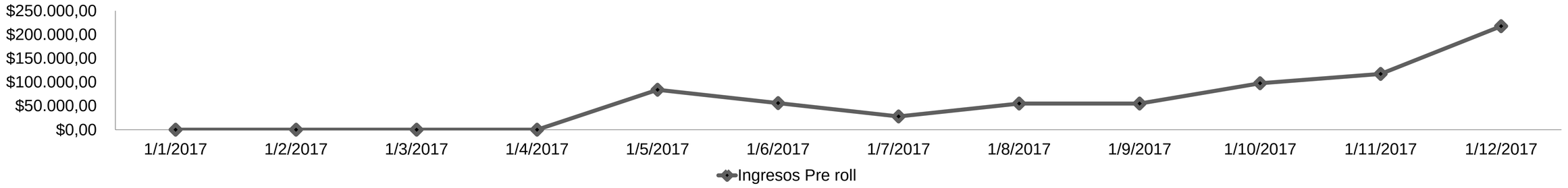


VIDEO: PRE-ROLL

Desglose ventas e Ingresos (nueva estructura): Ahorro + $14,000 (dolares)

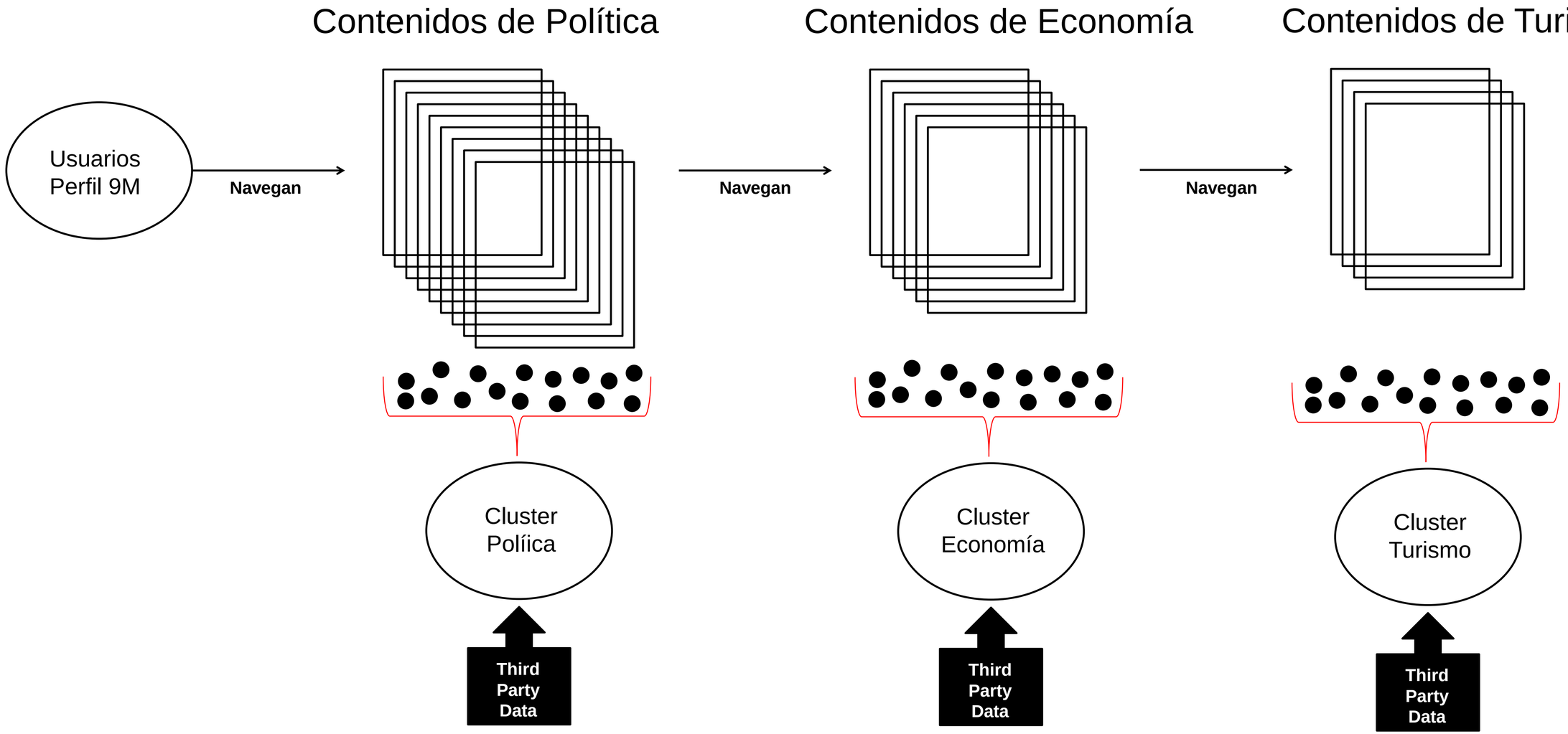
>Inventario Disponible: Ilimitado

FECHA	Ingresos Pre roll	Total	Rev Share	Ingresos Netos Perfil	Ingresos E-Planning
01/01/2017	$ 0,00	$ 0,00	25,00%	$ 0,00	$ 0,00
01/02/2017	$ 0,00	$ 0,00	25,00%	$ 0,00	$ 0,00
01/03/2017	$ 0,00	$ 0,00	25,00%	$ 0,00	$ 0,00
01/04/2017	$ 0,00	$ 0,00	25,00%	$ 0,00	$ 0,00
01/05/2017	$ 83.979,00	$ 83.979,00	25,00%	$ 62.984,25	$ 20.994,75
01/06/2017	$ 55.986,00	$ 55.986,00	25,00%	$ 41.989,50	$ 13.996,50
01/07/2017	$ 27.933,00	$ 27.933,00	25,00%	$ 20.949,75	$ 6.983,25
01/08/2017	$ 55.000,00	$ 55.000,00	25,00%	$ 41.250,00	$ 13.750,00
01/09/2017	$ 55.000,00	$ 55.000,00	25,00%	$ 41.250,00	$ 13.750,00
01/10/2017	$ 97.756,00	$ 97.756,00	25,00%	$ 73.317,00	$ 24.439,00
01/11/2017	$ 117.388,00	$ 117.388,00	25,00%	$ 88.041,00	$ 29.347,00
01/12/2017	$ 217.616,00	$ 217.616,00	25,00%	$ 163.212,00	$ 54.404,00
Total	$ 710.658,00	$ 710.658,00	25,00%	$ 532.993,50	$ 177.664,50



¿Cómo nos defendemos?

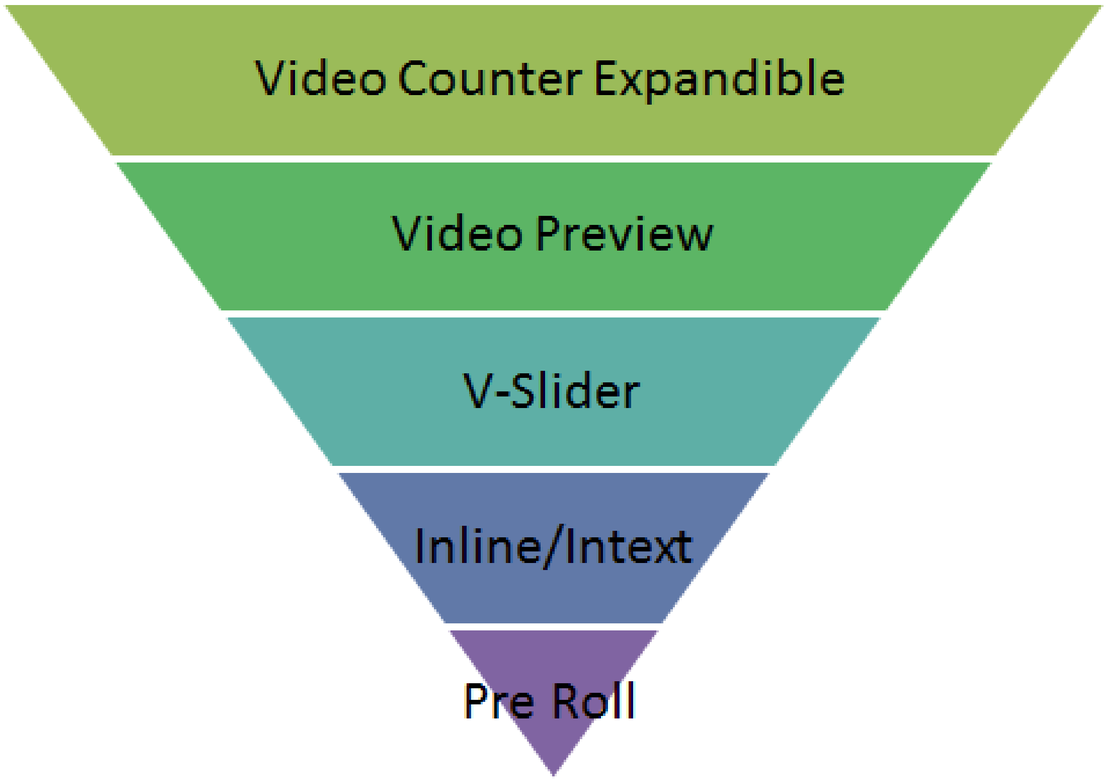
Aplicando tecnología de avanzada que nos permite segmentar los mensajes y llegar al usuario correcto.



¿Cómo nos defendemos?

Junto a nuestros proveedores desarrollamos formatos innovadores que escapan de la orbita de Facebook y Google.

Ejemplo de nuestra estructura comercial de video ¿Por qué comprar videos en Youtube o Facebook cuando pueden hacerlo en un contexto de brand safe, auditar el desempeño y obtener mejores métricas?



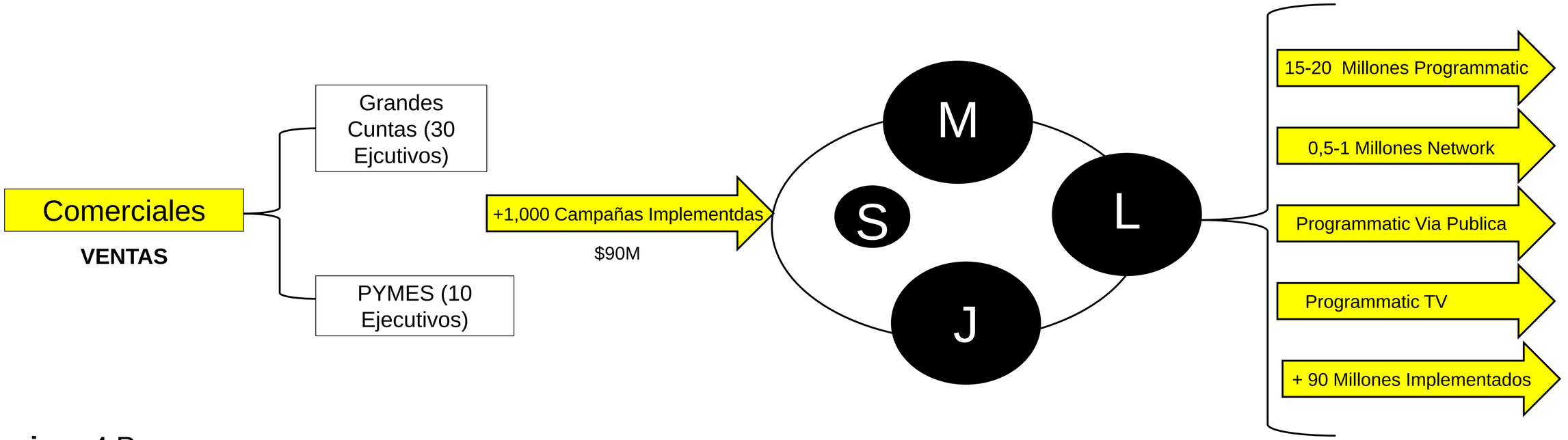
1) Video Counter Expandible: http://richmedia.e-planning.net/DemosRichMedia/VideoCounterExpandible/

2) Video Preview: http://richmedia.e-planning.net/DemosRichMedia/VideoPreview/index_rl.html

3) V-slider: http://richmedia.e-planning.net/DemosRichMedia/VideoSlider/index.html

ORGANIGRAMA

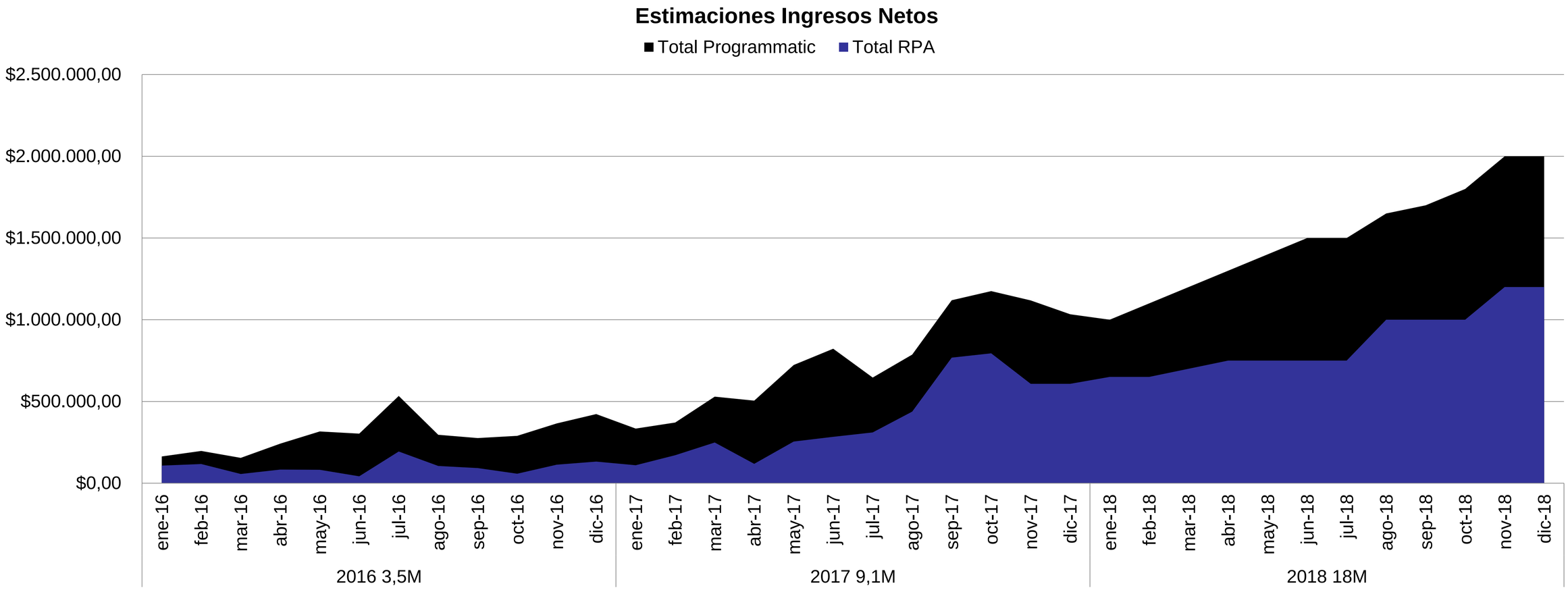
Equipo Programático/ Implemetación:



Equipo: 4 Personas
Campañas Estimadas: + de 1.000
Ingresos Proyectados Programmatic: $15M-$20M
Ingresos a Implementar : + de $90.000.000
Plataformas Operadas en Simultaneo: + de 15
Impresiones gestionadas: + 700 millones por mes
Sitios Adminitrados: +22 **Secciones Administradas:** +1.000 **Espacios Administrados:** +10.000
Objetivos: Comerciales, tecnológicos y operativos.

PROYECCIONES PROGRAMMÁTIC

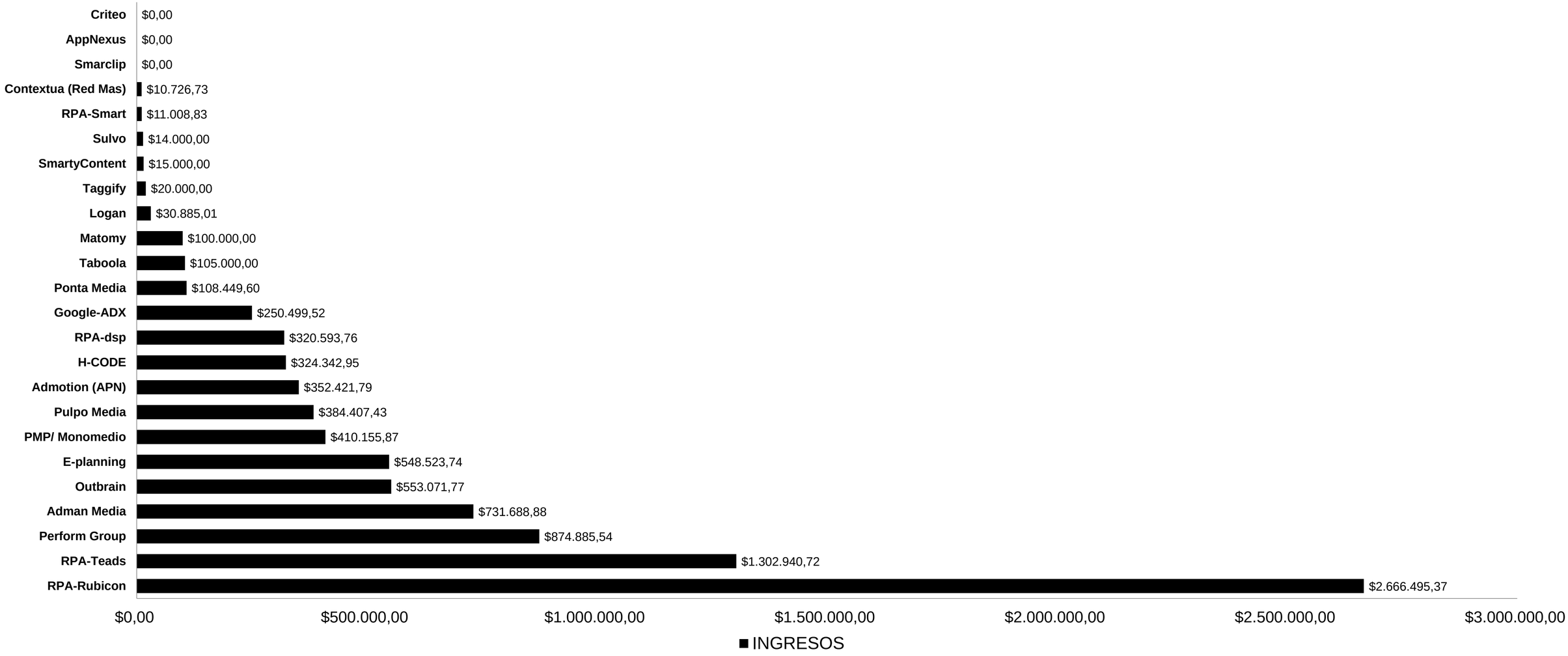
Proyección 2018: (+$18,000,000)



2018 18M													
ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTALES 2018
$ 1.000.000,00	$ 1.100.000,00	$ 1.200.000,00	$ 1.300.000,00	$ 1.400.000,00	$ 1.500.000,00	$ 1.500.000,00	$ 1.650.000,00	$ 1.700.000,00	$ 1.800.000,00	$ 2.000.000,00	$ 2.000.000,00	$ 18.150.000,00
$ 650.000,00	$ 650.000,00	$ 700.000,00	$ 750.000,00	$ 750.000,00	$ 750.000,00	$ 750.000,00	$ 1.000.000,00	$ 1.000.000,00	$ 1.000.000,00	$ 1.200.000,00	$ 1.200.000,00	$ 9.200.000,00
65,00%	59,09%	58,33%	57,69%	53,57%	50,00%	50,00%	60,61%	58,82%	55,56%	60,00%	60,00%	50,69%

FUENTES DE INGRESOS

Socios/ Tecnologías/ Proveedores (2017)



ESTRATEGIA COMERCIAL

Editorialmente sabemos generar audiencia, comerciamente sabemos cómo conectarla:

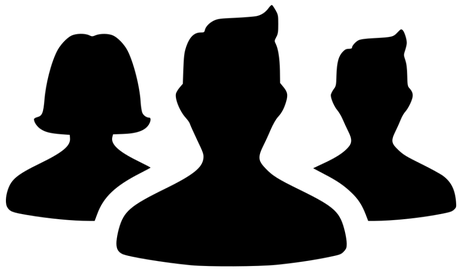
Brand Content (Contenidos)	Publicamos contenidos, generamos contenidos, coberturas y entrevistas relevantes para la Marca o la Personalidad**. Impulso Editorial**
Anuncios y videos	Ofrecemos los mejores y más avanzados formatos publicitarios del mercado global**.** Combinamos Creatividad con potencia y alcance. **Impulso Publicitario**
Eventos	A través de Caras, Noticias y Perfil diseñamos los mejores eventos. Premios, Galas, Desfiles y Fiestas**. Impulso Social**
Programmatic	Utilizando Tecnología de Vanguardia conectamos los espacios publicitarios a los compradores más eficientes. Transferimos impresiones y audiencias. **Impulso Tecnológico** (Big data/ microtargeting)

Hacia un modelo de Blockchain y Atribuciones

Ingresos x Usuario mes de Enero: $0,32

	ene-18	Ingresos Enero	Ingresos x Usuario	Impresiones Totales
Usuarios Unicos Perfil	12.838.326	$ 4.150.900,34	$ 0,32	633.000.000

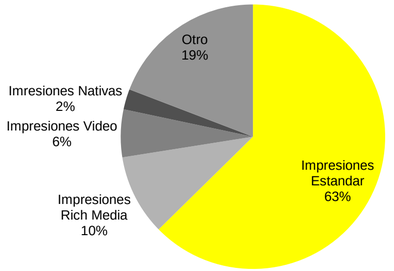
Ingresos por tipo de impresiones	Ingresos por tipo de impresiones	Ingresos por tipo de impresiones	Ingresos por tipo de impresiones	Otro
$ 2.600.000,00	$ 409.326,00	$ 242.000,00	$ 103.326,00	$ 796.248,34
Impresiones Estandar	Impresiones Rich Media	Impresiones de Video	Impresiones Native	Otro
566.265.803	26.173.000	4.918.824	35.642.373	-
Ingresos x impresion	Ingresos x impresion	Ingresos x impresion	Ingresos x impresion	-
$ 0,0046	$ 0,0156	$ 0,0492	$ 0,0029	-
Impresiomes x usuario	Impresiomes x usuario	Impresiomes x usuario	Impresiomes x usuario	-
44,10744851	2,038661427	0,383135932	2,776247698	-
Ingresos x usuario x Estandar	Ingresos x usuario x rich	Ingresos x usuario x video	Ingresos x usuario x native	-
$ 0,20	$ 0,03	$ 0,02	$ 0,0080	$ 0,06



$0,32

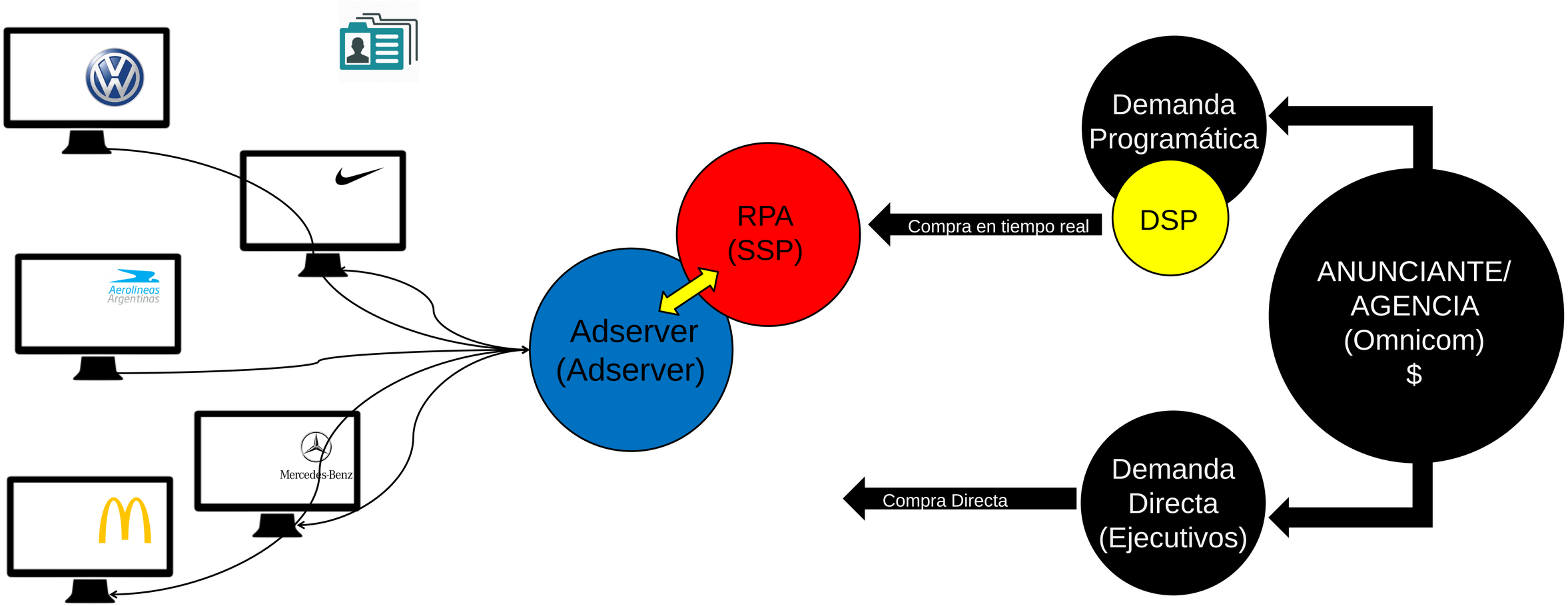
- Genera $0,2 Imprimiendo Anuncios Estandar
- Genera $0,03 Imprimiendo anuncios Rich Media
- Genera $0,02 Imprimiendo anuncios de Video
- Genera $0,008 imprimiendo anuncios Nativos
- Genera $0,06 por otras formas de monetización

Composición $0,32

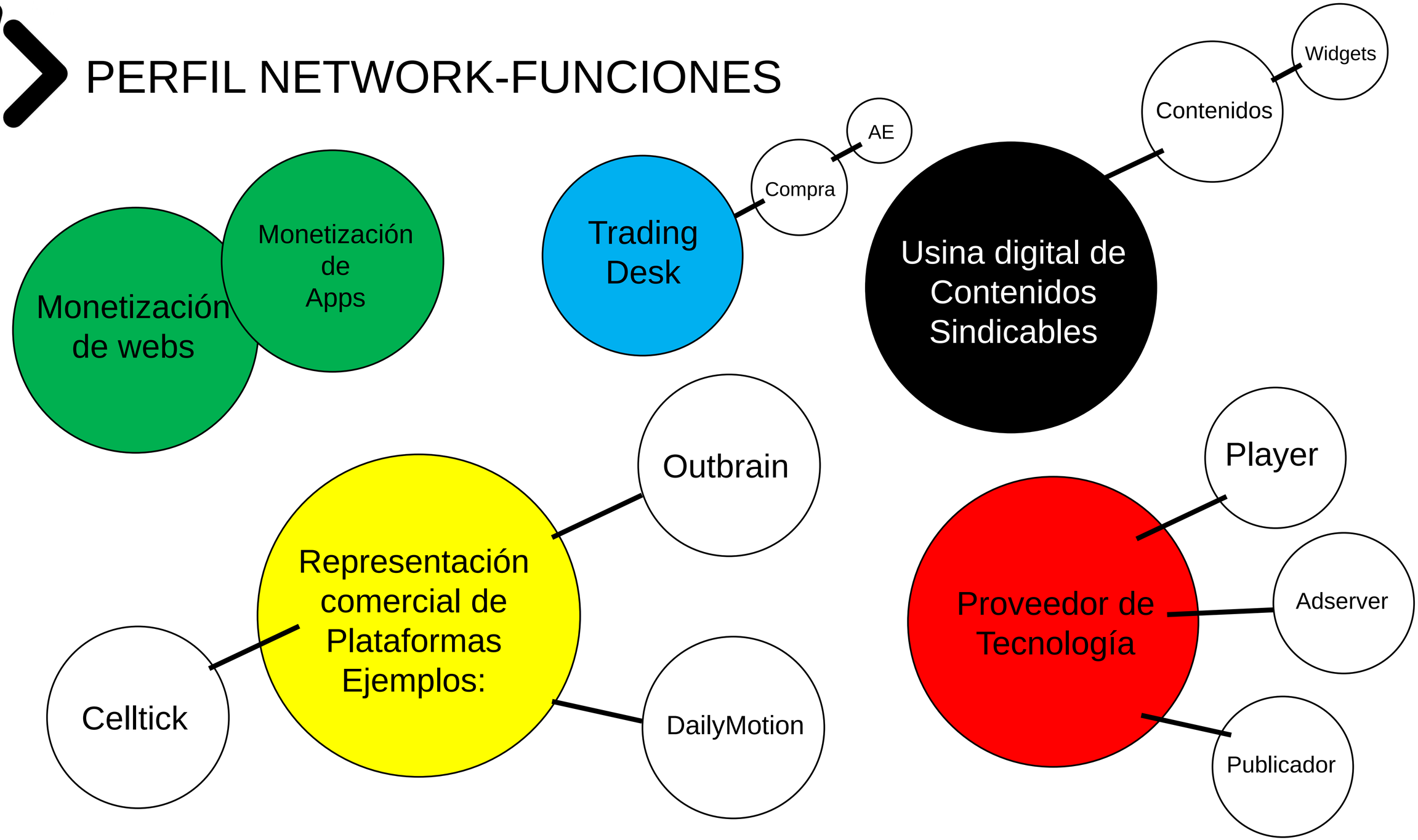


INVENTARIO + DATA

Perfil en tiempo real.



PERFIL NETWORK-FUNCIONES



EDITORIAL PERFIL

Continuará…