



Cómo establecer una estrategia de monetización eficaz a mediano plazo

• Estrategias de mercado, herramientas e indicadores

PRESENTACIÓN

01

ESTRATEGIA DIGITAL

Antes de monetizar,
¿cuál es la estrategia
digital del medio?

02

INGRESOS

De dónde pueden venir
los ingresos (y cómo
elegir esas fuentes de
ingresos)

03

TABLE OF CONTENTS

04

**VENTA
PROGRAMÁTICA**

Herramientas y
características

05

**CONTENIDO
MULTIMEDIA**

Cómo planificar
contenido más caro)

06

PREGUNTAS Y DUDAS





01

PRESENTACIÓN





Ezequiel Arbusti

Ezequiel Arbusti es especialista en desarrollo de audiencias, planeación y creación de contenidos digitales para sitios web y Social Media de medios de comunicación y marcas. Actualmente se desempeña como consultor asociado de WAN-IFRA y capacitador en temas de Medios Digitales.



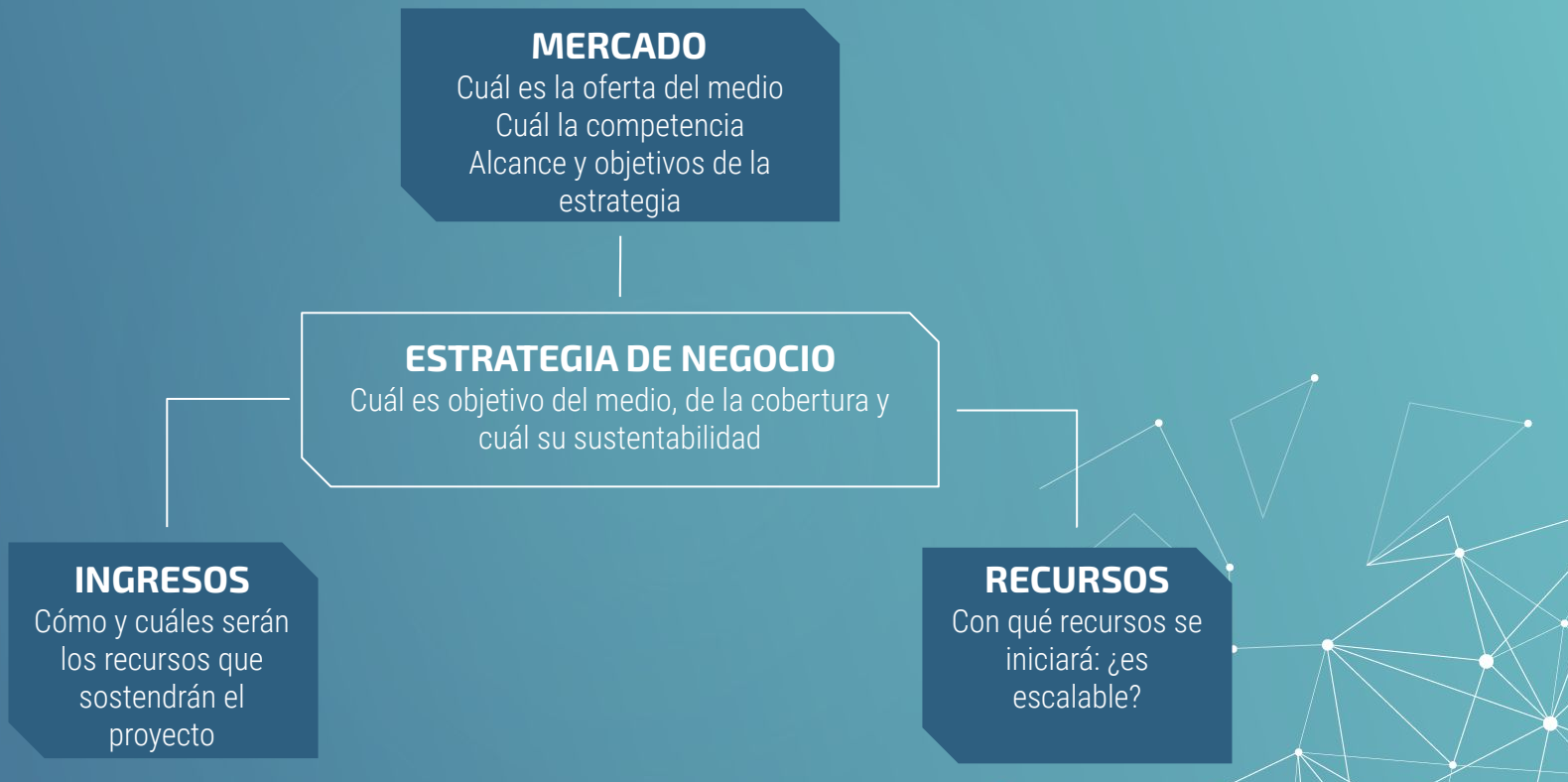
02

ESTRATEGIA DIGITAL

Antes de monetizar, ¿cuál es la estrategia digital del medio?



¿ CUÁL ES LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO ?





03

INGRESOS

De dónde pueden venir los ingresos (y cómo elegir esas fuentes de ingresos)

FUENTES DE INGRESOS



Muro de pago



**Suscripción/
Newsletter**



Venta directa

Cada opción de monetización responde a las necesidades específicas, la estrategia de producción y de mercado de cada medio y los recursos, alcances y limitaciones de cada medio



**Venta
programática**



Branded content

04

VENTA PROGRAMÁTICA

Herramientas y características

VENTA PROGRAMÁTICA

A diagram illustrating the flow of programmatic advertising. It features a teal background with a white network of interconnected nodes and lines. At the top, the text 'VENTA PROGRAMÁTICA' is written in white. Below it, a light blue rectangular box contains the word 'OFERTA' in dark blue. A white line starts from the right side of the 'OFERTA' box, moves right, then down, then left, and finally down again into a second light blue rectangular box on the right side of the slide, which contains the word 'DEMANDA' in dark blue.

OFERTA

DEMANDA

VENTA PROGRAMÁTICA



Desempeño

Redes de anuncios

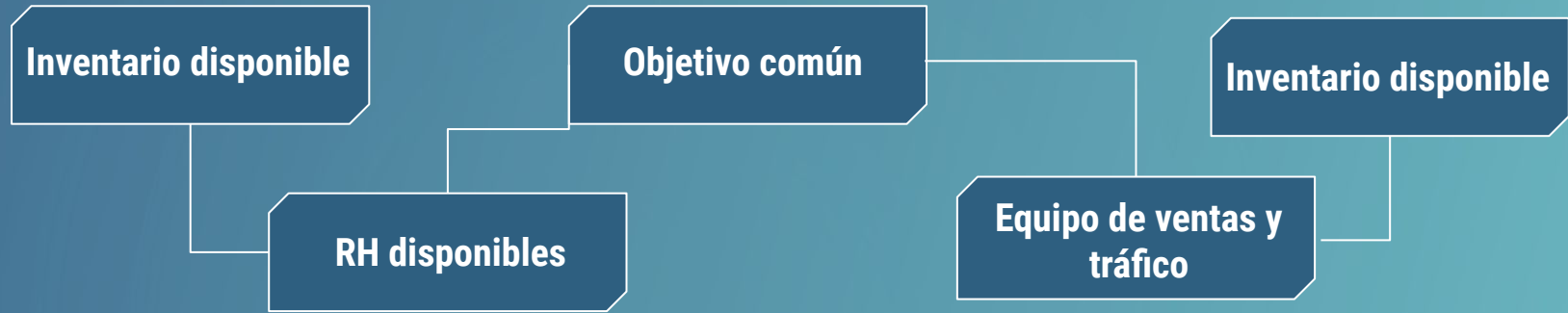


Fill Rate

ECPM



VENTA PROGRAMÁTICA



**Formatos
publicitarios**

RichMedia

Standard



MODELOS DE VENTA PROGRAMÁTICA

Open Auction

**Acuerdos
preferentes**

**Acuerdos
garantizados**

Subasta privada

VENTA PROGRAMÁTICA

PXQ

¿Qué es y por qué es tan importante tenerlo en cuenta?

ESTRATEGIAS DE VENTA PROGRAMÁTICA

FBIA

- Impresiones
- CTR
- eCPM
- Densidad de anuncios

AdX - Ad Exchange

- Vista AMP
- Visibilidad de anuncios
- eCPM
- Cantidad de anuncios
- Ubicación de bloques de anuncios

05

CONTENIDO MULTIMEDIA

Cómo planificar contenido más caro



VIDEO Y CONTENIDO MULTIMEDIA





06

DUDAS Y COMENTARIOS





¡GRACIAS!

ezequiel.arbusti@wan-ifra.org

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**.

Please keep this slide for attribution.

