

# REDES PUBLICITARIAS

## FORMAS DE TRABAJO

### POR MODELO DE NEGOCIO

- ★ Especialista
- ★ No Especialista

### POR CONTRATO

- 🔗 Exclusivista
- 🔗 No Exclusivista

### ESPECIALIDAD

- 📄 Formato
- 📶 Cobertura
- 📱 Dispositivo
- 🔧 Tecnología



### DEFINICIÓN SEGÚN IABpedia

Compañías que basan su actividad en la compra y venta de publicidad de terceros bien bajo la fórmula de representación en exclusiva (en cuyo caso comparten función con las denominadas Sales Houses o exclusivistas) o mediante la adquisición directa de impresiones en nombre de un tercero.



### MÉTODOS DE PAGO SEGÚN OBJETIVOS

MÉTODOS	CPA	CPL	CPC	CPM	CPV	CPE
	🏠	👤	👁️	👁️	👁️	👁️
OBJETIVOS	Ventas	Resgistros	Visitas	Branding	Visionado	Engagement

### MODELO BRANDING

- Formatos especiales (personalizaciones, rich media...)
- Modelo de negocio: CPM.
- El anunciante elige soportes para posicionar su marca.

### MODELO PERFORMANCE

- Formatos estándar.
- Modelo de negocio: CPC, CPL, CPA.
- La red optimiza soportes para alcanzar resultados.

## FLUJO DE TRABAJO

ANUNCIANTE



REDES PUBLICITARIAS

SOPORTE



VISITANTE



## FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

### INTERMEDIACIÓN

- 🔗 Conectan anunciantes interesados en publicar sus productos y servicios con varios soportes publicitarios con espacio disponible, en tiempo y forma.
- 🛒 Facilitan la plataforma y/o medios tecnológicos necesarios para servir la acción publicitaria y realizar el seguimiento de sus resultados.
- 💰 Realizan, en representación del anunciante, los pagos a los soportes.
- ⚙️ Pueden incorporar a la acción publicitaria tecnologías y funcionalidades de optimización y segmentación.

### AGREGACIÓN DE VALOR PARA EL ANUNCIANTE

- 🎯 Seleccionan los soportes más adecuados en función de los objetivos de la acción publicitaria (tipo de audiencia, volumen de la misma, formatos disponibles...)
- 📄 Proporcionan acceso directo y automático a grandes volúmenes de inventario.  
*Resultados del Día de las Redes según datos de comScore:*
- 👁️ IMPRESIONES X7MM    📶 COBERTURA 42%
- 👛 Gestionan la identificación, captación, incorporación, seguimiento y pagos con un gran número de soportes, de una forma más eficiente y efectiva en costes.
- 💬 Pueden asesorar al anunciante sobre los resultados de la acción y realizar recomendaciones de optimización.

### AGREGACIÓN DE VALOR PARA EL SOPORTE PUBLICITARIO

- 🛠️ Ofrecen servicios completos (marketing, comunicación, fuerza comercial) al soporte.
- 🔑 Facilitan el acceso a un gran número de anunciantes y marcas.
- 🔍 Proporcionan una plataforma y/o unos medios tecnológicos transparentes e imparciales para el seguimiento de los resultados de la acción.
- 💰 Cualifica la monetización del inventario.

### OTROS VALORES DESTACADOS

- 🔒 Agregación en un entorno seguro (Publisher conocidos y reconocidos).
- 🤝 Buena relación con los soportes.
- 📊 Presencia en top sites (top 100/400/500 de ComScore).
- 📄 Garantía de inventario contratado.
- ✉️ Capacidad de selección -por parte del anunciante.
- 👥 Capacidad de unificar audiencia y segmentar afinidad por canales, alcanzando audiencias iguales o mayores que las de sites nicho.
- 📖 Transparencia.

### MIEMBROS DE LA COMISIÓN DE REDES PUBLICITARIAS:

- Fox
- Adconion
- Affilinet
- Cyberclick
- Atres Advertising
- Google
- Impresiones Web
- DG
- Orange Advertising
- Tradedoubler
- Valueclick
- Weborama
- YuMe
- Adcloud
- Adspot Media
- Antevenio
- Conteneo
- Delivery Media
- Hi-Media
- Publicidad.net
- Microsoft
- Publimedia Gestión
- Exponential
- Videology
- Yahoo! Network
- Zoomin TV