

LA PUBLICITAT INTERACTIVA A ESPANYA

Paco Cabrera

Director creatiu de Barcelona Virtual

irem una mica enrere...

1997: he sentit a parlar d'Internet... Què puc fer?

Algunes de les idees de les empreses

– *Ambiciosa*

Sé què és Yahoo i vull que la meva empresa sigui així.

– *Narcisista*

La foto i el missatge del nostre president abans que res.

– *Pràctica*

Una petita presentació i el correu electrònic.

– *Planificada*

Anem a informar-nos-en i crearem un dossier molt complet per a decidir.

Algunes de les nostres respostes

– *Ambiciosa*

www.totimes.com (dues mil pàgines i molta informació).

– *Narcisista*

www.quebonsom.es (La Companyia).

– *Pràctica*

www.fotoiemail.com (Aquí estem).

– *Planificada*

Tot està preparat... Sortim l'any que ve.

1999: què aporta la interactivitat a la meva estratègia de comunicació? Algunes de les estratègies de les empreses

– *Productiva*

Vull atraure públic a les meves rebaixes.

– *Amistosa*

Vull crear una comunitat d'internautes que es relacionin amb mi.

– *Informativa*

Com donar informació personalitzada?

– *Atrevida*

Ja tenim seu virtual!

Però, què ha passat? Senzill, en el dia d'avui estem descobrint els beneficis de la interactivitat. Està canviant la manera de comunicar-nos! Per què? Vegem-ne la resposta...

Productiva: El Corte Inglés, campanya moda jove

– Comunicació massiva.

– Campanya de publicitat *on-line* que remet a un espai especial.

– Un test interactiu per a mostrar la moda que més t'agradarà.

Benefici Micro-site: ofereix informació, *branding*, atrau públic.

Amistosa: Avecrem.com

– Una comunitat.

– Campanya de comunicació en línia.

– Una comunitat de cuiners internautes molt activa i amb llarga presència en el temps.

Benefici de comunitat: ofereix interessos afins, continguts atractius, fidelització i BBDD, participació.

Informativa

– Pàgina personalitzada.

– Una relació estable i fluida entre marca i client.

– Ambdós se'n beneficien, ambdós avancen junts.

– Parlen de tu a tu. Se li ofereix el que necessita.

Atrevida

– La seu virtual.

– Tota la comunicació està personalitzada.

– Els clients poden obtenir molta informació.

– Els productes es venen a si mateixos, es presenten, conversen...

Què és el que està canviant?

1. ¡Hola, Júlia!

Podem parlar amb cada usuari, crear comunitats afins al nostre producte, intercanviar informació...

2. Les marques estan vives.

La meua pastilla per a donar sabor ara em dóna receptes, regals, m'ajuda a conèixer altres cuiners novells, etc.

Però, si tots fan el matoix... com atrauen el públic? Com s'ha fet sempre!

– Afilant l'enginy

Essent memorables i *cliquejables!*

Creant *banners* i campanyes en línia creatives servint-se de la darrera tecnologia.

– Buscant, buscant

Patrocinant i oferint continguts en llocs afins a la marca amb un públic seleccionat.

– Essent coherents

Potenciant la interactivitat, la simplicitat.

Oferint continguts de qualitat.

Pensant com un usuari.

Parlant-los de tu a tu.

El nostre benefici, comunicar

– Per a diferenciar productes

Creant noves posicions molt clares.

– Per a assolir el nostre públic

Parlant-hi i relacionant-nos-hi.

I a partir d'ara...

– Fer negocis, vendre...

– Conèixer nous clients, vendre productes, simplificar tràmits, crear nous serveis.

Com serà el futur?

– Competitiu

S'acaben les proves; ja podem recollir-ne fruits.

Cada vegada més empreses apostaran molt seriosament.

– *Més saturat*

Tots a la xarxa, tots comunicant, venent.

Nous suports més segmentats.

– *Integrat*

La interactivitat formarà part de la comunicació, del màrqueting directe, del màrqueting relacional...

Transformació de les empreses, de la informació.

– *Més interactivitat*

No només existeix Internet; la tecnologia avança: TV digital, CD-ROM, DVD, etc.