

Publicidad inteligente en ómnibus y playas

Febrero 1, 2017 05:00

TIEMPO DE LECTURA: 4 MINUTOS

SQ AdMobile comenzó a vehicular publicidad a través de ómnibus de Copsa y 30 puntos en las playas de Rocha



C. DOS SANTOS

El director de SQ AdMobile, Pablo Trysker

La publicidad transmedia, que se define como aquella historia que comienza a contarse en un medio tradicional -como la radio o la televisión- y termina en un medio digital, se presenta como una manera interactiva de intentar "atrapar" la atención del público. Además, segmentada y dirigida a un público específico, con contenido personalizado y distinto para cada usuario, busca su lugar ofreciendo su opción bajo la denominación de "publicidad inteligente".

Un ejemplo de este tipo de publicidad es [SQ AdMobile](#), que ha empezado a consolidar su propuesta. Dio sus primeros pasos en 2011, cuando lo digital "empezaba a avanzar" en el mundo, aunque con lentitud en Uruguay, según comentó el director de SQ AdMobile, [Pablo Trysker](#).

Hace un año comenzó a trabajar con la empresa de transporte Copsa, con la instalación de WiFi en 100 ómnibus. "La idea es que se brinde el servicio gratuito de WiFi y a cambio la gente recibe una imagen a pantalla completa con impacto publicitario, que dura de 5 a 7 segundos, y después se navega libre", explicó Trysker.

Quienes sostienen ese medio son los anunciantes que quieren llegar con contenidos segmentados a los consumidores, y que lo pueden conseguir con una inversión que arranca desde los \$ 10.000.

"Un pequeño anunciante, con una sola imagen, puede llegar sectorizado en un ómnibus. También puede pautar en un programa de radio, llegando a la gente que está cerca. Se aprovecha la masividad del medio pero se llega segmentado", sintetizó el director.

Además, la empresa llegó a un acuerdo con la Intendencia de Rocha para instalar WiFi en playas del departamento, con 30 puntos instalados que funcionan desde principio de año.

Sin embargo, el principal objetivo para este año es cerrar acuerdos con emisoras de radio y canales de televisión, para empezar a trabajar desde medios tradicionales y masivos. "Rondamos los 120.000 contactos por mes entre Copsa y Rocha, y la TV nos va a dar más masividad", dijo el director de SQ AdMobile.

En el modelo de negocios que plantea la compañía, los anunciantes no tienen que pensar en el medio en el que van a pautar, sino que comprarán perfiles de público, algo similar a lo que ocurre con la compra programática. "No importa en qué medio publiciten, pero van a llegar al perfil que quieren", agregó.

Además, en el WiFi pueden llevar, a través de una publicidad a pantalla completa, hacia el sitio de [e-commerce](#) del anunciante. Eso, según Trysker, es lo que "está costando que suceda: redirigir de una publicidad móvil al sitio de [e-commerce](#)", explicó.

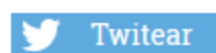
Unirse a digital

Aunque el concepto transmedia puede resultar difícil de entender para algunos anunciantes y medios, Trysker destacó que es importante que éstos últimos no se opongan al avance de otros medios no convencionales, sino que se unan a ellos.

"(La publicidad) digital tiene varias ventajas. Por ejemplo, se puede personalizar y que a cada persona le llegue algo distinto. Trabajamos para que ese contenido pueda llegar desde la vía pública, la televisión o la radio, hasta puntos de venta o WiFi", explicó.

"No importa el medio en que publiciten, pero van a llegar al perfil que quieren".

Pablo Trysker, cofundador de SQ AdMobile



Twitear

A modo de ejemplo señaló que si en un programa de televisión se invita a una votación, la persona puede ingresar y vota a través del celular, y previamente tendrá un impacto publicitario personalizado. "Si es mujer se le puede dar un contenido diferente a si es hombre. Se segmenta además por edad, zona, u otras variables", comentó el empresario.

Emprender en publicidad

Los casos de [emprendedores](#) que inician un proyecto en el ámbito publicitario no son mayoría en Uruguay. Sin embargo, Trysker y sus socios utilizaron la experiencia adquirida trabajando en distintas áreas de la publicidad tradicional, para arraigar el concepto de publicidad transmedia en Uruguay.

Para eso, estuvieron pre-incubados en el Centro de Innovación y Emprendimiento (CIE) de la Universidad ORT, y para conseguir financiación de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), se incubaron en la agencia da Vinci. "Hay muchas instituciones que pueden ayudar a generar el plan de negocios y hacer los testeos", comentó Trysker, pero añadió, como consejo, que "hay un punto en el que hay que dejar de ser emprendedor para sentirse empresario".

Empezar la consolidación para salir al exterior

Luego de afianzar el negocio de la publicidad transmedia en Uruguay, cerrando acuerdos con medios tradicionales como la radio y la televisión, el siguiente objetivo de SQ AdMobile es cruzar el charco y lograr acuerdos con canales argentinos. "Hemos tenido reuniones con interés por nuestra propuesta pero nos preguntan para qué medios trabajamos acá", explicó Trysker.

La idea de la compañía es lograr que los anunciantes uruguayos puedan llegar a canales argentinos -muchos se sintonizan en las señales de cable locales-, a través de anuncios segmentados para el público local. "Ahora pasa que la publicidad de los canales de cable son extranjeras, y para una empresa pequeña es inviable pautar en una señal argentina", dijo el director.

"Uruguay es un muy buen mercado de prueba por el tamaño. Desde acá es que nos vamos a proyectar, aunque no tenemos intención de atomizar en un montón de mercados, sino consolidarnos en los que estemos", puntualizó el empresario.

Informar un error en la noticia

Las más leídas



Inmet extendió advertencia amarilla por tormentas para todo el país



¿Cómo afectaron los cambios de IRPF e IASS a sus ingresos de enero?



Seis uruguayos construyen la torre solar más alta del mundo



05:00 El ranking de las mutualistas según sus servicios



Fox extendió su plazo de negociación con DirecTV

Blogs

La odisea de Blanca Luz Brum



05:00 Una morocha de Pan de Azúcar que migró del comunismo al nacionalismo y usó su

por Miguel Arregui

Design Miami/Basel: nuestro recorrido edición 2016



Design Miami es una feria internacional bianual que se lleva a cabo junto a su gemela, en Basilea

por Gabriela Pallares

El fin social detrás de la inversión

¿De qué estamos hablando cuando hablamos de inversión de impacto?

por Isabelle Chaquiriand

Sr. Trump, no construya ese muro



de la pobreza en 20 años no se hizo con muros sino con puentes

por Ricardo Peirano

Tweets por @ObservadorUY



El Observador @ObservadorUY

Tres de los casos de mujeres asesinadas ocurrieron entre madrugada del domingo y el lunes.
[elobservador.com.uy/cuatro-mujeres...](#)



Cuatro mujeres asesinadas en enero, d...
Tres de los casos ocurrieron entre madr...
[elobservador.com.uy](#)



El Observador @ObservadorUY

El film será un drama sobre la producción y el rodaje del clásico cinematográfico, El Padrino.
[elobservador.com.uy/hbo-prepara-un...](#)

Insertar

Ver en Twitter

Ver más

Publicidad

internet

televisión digital