

HAVAS
M E D I A



El nuevo consumidor

Junio 08

arena
MEDIA COMMUNICATIONS

HAVAS
DIGITAL

HAVAS SPORTS

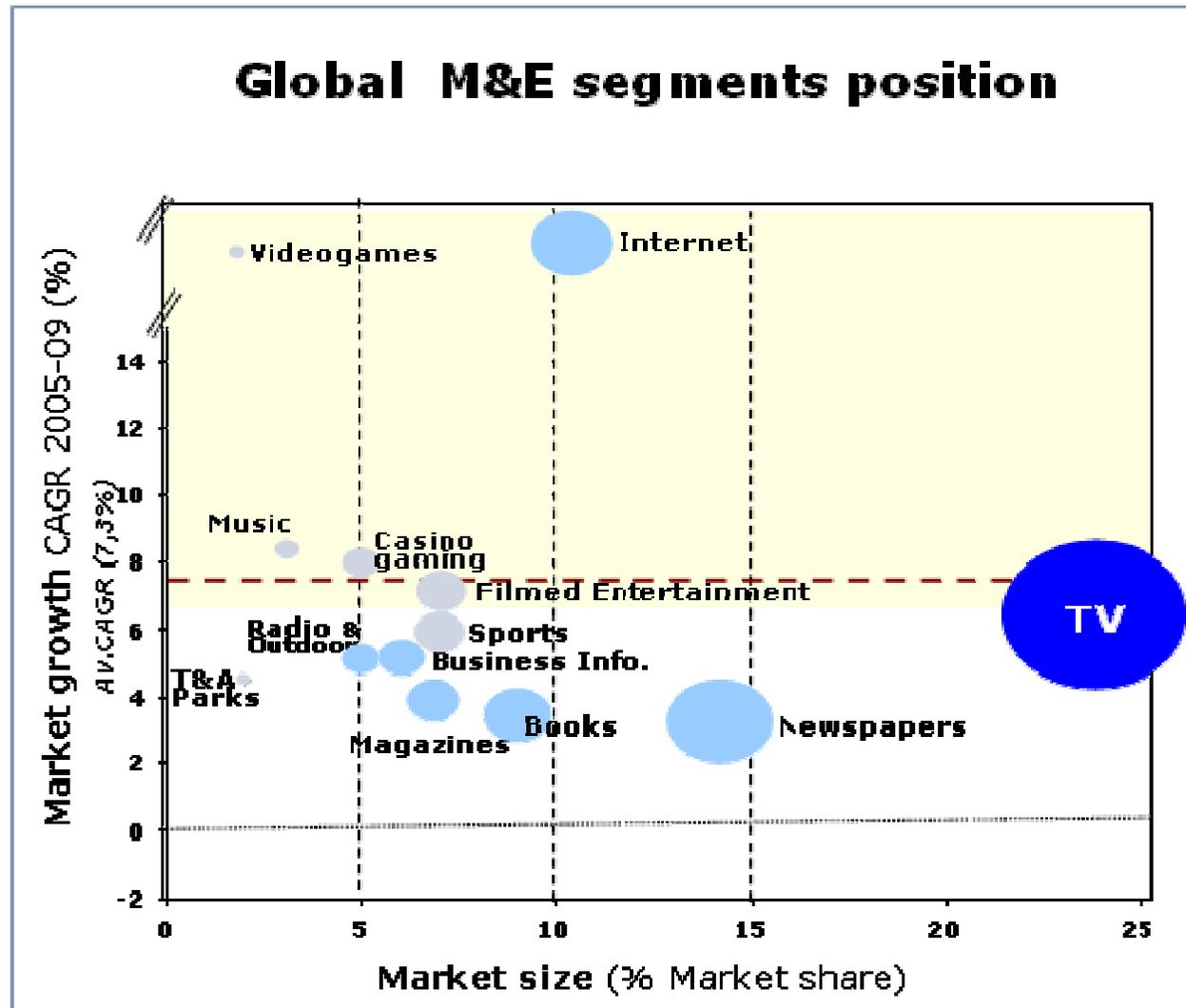
HAVAS
ENTERTAINMENT

MPG

1. ¿Cuál va a ser la evolución de los medios? ¿Qué vamos a ver, oír ...?
2. ¿Cómo se va a relacionar el consumidor con estos nuevos medios?
¿Cuáles van a ser las “dimensiones del cambio?”
3. ¿Qué consecuencias tendrán estos cambios sobre la publicidad?

1. ¿Cuál va a ser la evolución de los medios? ¿Qué vamos a ver, oír ...?
2. ¿Cómo se va a relacionar el consumidor con estos nuevos medios?
¿Cuáles van a ser las “dimensiones del cambio?”
3. ¿Qué consecuencias tendrán estos cambios sobre la publicidad?

La TV va a seguir siendo la reina



La relación de los consumidores con los medios será diferente...

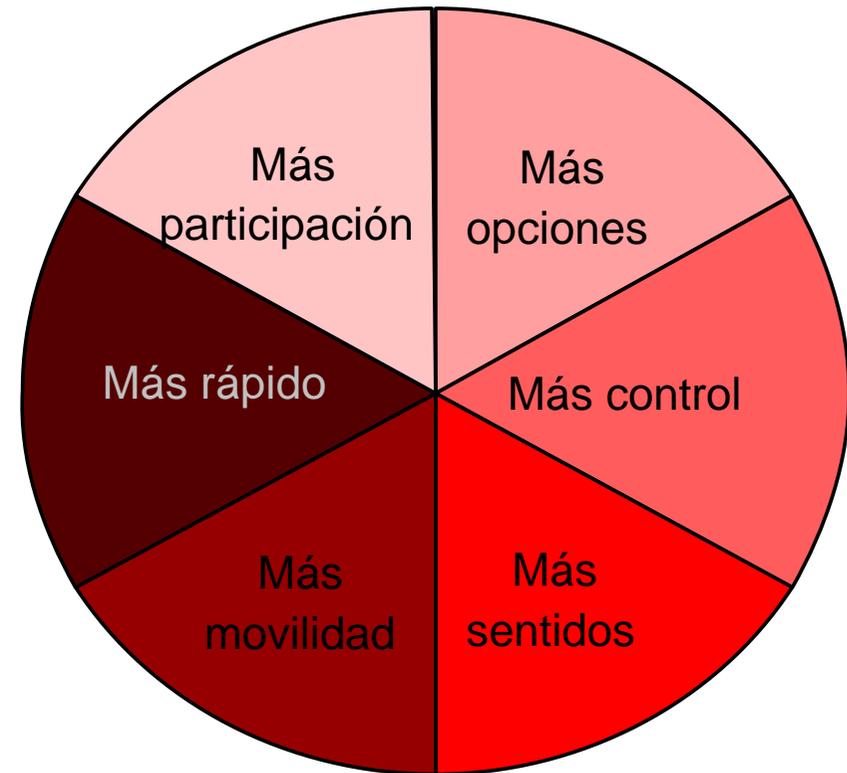


... de hecho ya lo es hoy entre los más jóvenes

1. ¿Cuál va a ser la evolución de los medios? ¿Qué vamos a ver, oír...?
2. ¿Cómo se va a relacionar el consumidor con estos nuevos medios?
¿Cuáles van a ser las “dimensiones del cambio”?
3. ¿Qué consecuencias tendrán estos cambios sobre la publicidad?

Las dimensiones del cambio

- Más opciones
- Más control
- Más sentidos
- Más movilidad
- Más rápido
- Más participación



- Más opciones



Muchas más opciones...

	1986	2006	2016
Televisiones	1,5	+/- 50	?
Revistas	4.172	11.180	?
Radio	1.871	3.112	?
Exterior	50.000	150.000	?
Internet	-	∞	?

Más opciones también para ...

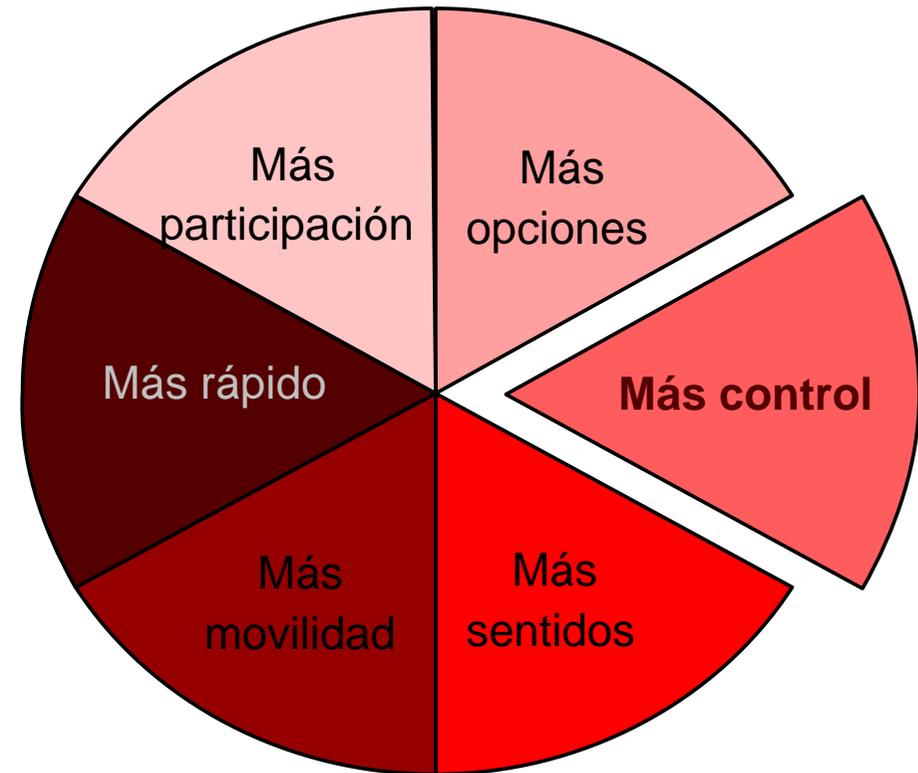
informarse



comprar



- Más opciones
- Más control



El consumidor controla...



La innovación tecnológica permite que el consumidor controle qué, como, cuando y donde quiere ver o escuchar.

El consumidor CONTROLA cada vez más

Uso simultáneo de múltiples canales

- On-line
- TV
- Hojeando un periódico
- Hablando por el móvil
- Jugando a un videojuego
- Escuchando i-pod
- PVR



El consumidor CONTROLA incluso su propia vida... su "segunda vida"

HAVAS
M E D I A

JOIN NOW
MEMBERSHIP IS FREE

SECOND LIFE IS A 3D ONLINE DIGITAL WORLD IMAGINED, CREATED, & OWNED BY ITS RESIDENTS.

- BUY & SELL LINDEN DOLLARS
- OWN VIRTUAL LAND
- REFER FRIENDS

VIEW INTERACTIVE MAP

UNDER 18? CHECK OUT TEEN SECOND LIFE

Total Residents:	1,901,172
Logged In Last 60 Days:	690,800
Online Now:	17,320
US\$ Spent Last 24h:	\$657,130
LindeX Activity Last 24h:	\$131,993

Casi 2 millones de "residentes", con un crecimiento de 300.000 residentes al mes

El consumidor **CONTROLA** incluso su propia vida...
su “segunda vida”

HAVAS
M E D I A

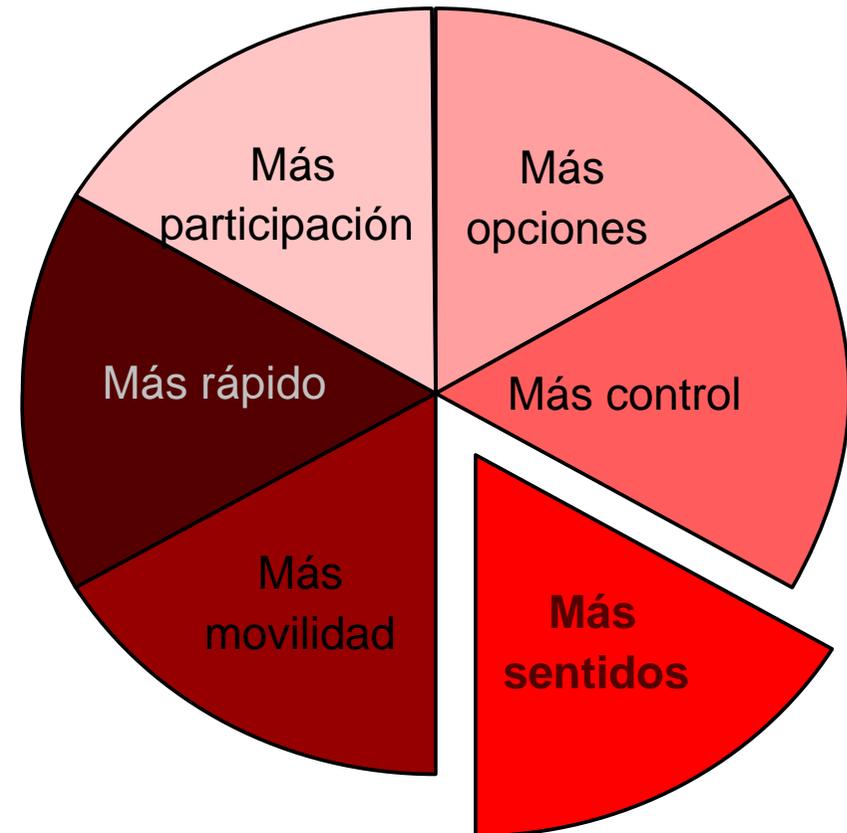
World Of Warcraft.
El MMORPG #1 en el mundo. 11 millones de jugadores inscritos
(cuota mensual: 13€)



15

Las dimensiones del cambio

- Más opciones
- Más control
- Más sentidos



La comunicación es más multisensorial ...

HAVAS



sonido



olfato



interactividad



3-D



video

Y se intenta sorprender...

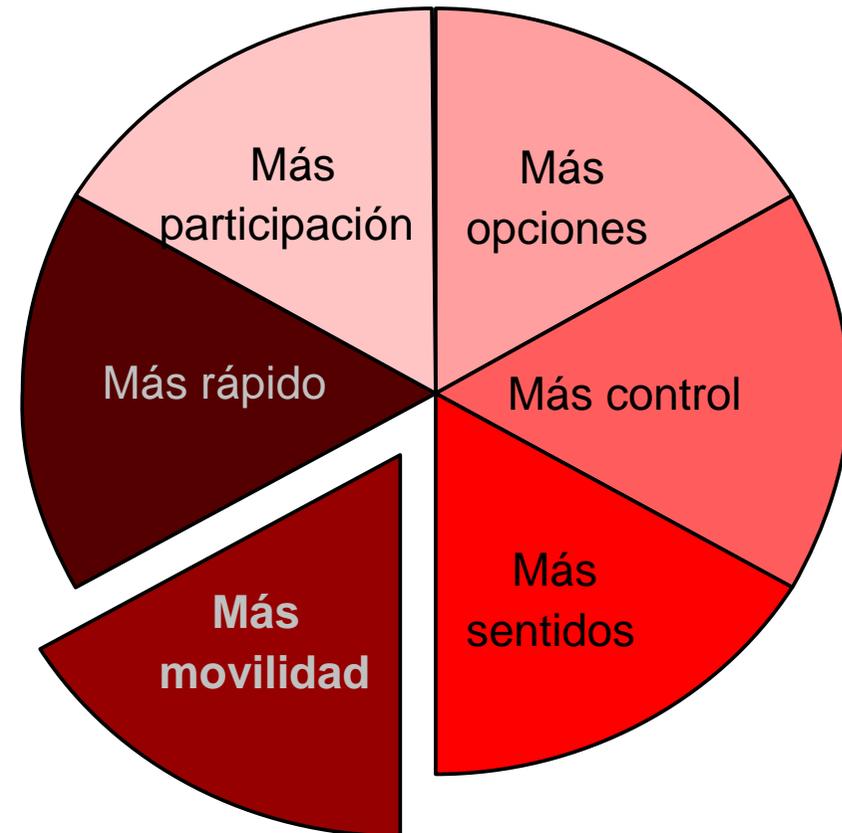
Wilkinson, por ejemplo, encontró un medio de comunicación en un lugar muy poco común: una caja de huevos



Parece sorprendente, pero es real. La marca de cuchillas Wilkinson Quattro Titanium ha escogido este soporte tan original para apelar a su capacidad de rasurar el vello.

Los consumidores belgas quedaron impactados cuando al abrir la caja de huevos comprada en el supermercado, encontraron unas sonrientes caras con sus orgullosas calvas.

- Más opciones
- Más control
- Más sentidos
- Más movilidad



Todos los medios se hacen portátiles...la TV, Internet

HAVAS
M E D I A



Las Olimpiadas 2008 a través del móvil

Author: pekin olimpiadas 2008 JJOO Filed under: olimpiadas 2008, tecnologia pekin 2008, noticias olimpiadas, pekin2008, pekin 08 Juegos Olimpicos 2008 © Date: May 20, 2008

La Corporación RTVE y Adsmidia han firmado un acuerdo que permitirá a los espectadores, oyentes y usuarios seguir los **Juegos Olímpicos de Pekin (Olimpadas 2008)** a través del teléfono móvil. Este portal permitirá al canal público ofrecer diferentes contenidos y servicios a través del móvil, a partir de la señal emitida por la cadena pública, entre los que destacan las emisiones en directo de TVE 1, La 2 y Teledeporte, vídeos resumen con lo mejor de la jornada o entrevistas y reportajes en formato reducido para móvil.

Los usuarios de noticias deportivas leídas en imágenes.

SE LLAMARÁ 'SUPERVILLANOS', SE VERÁ EN OCTUBRE Y COSTARÁ 1 MILLÓN DE EUROS
Globomedia prepara una serie para que veas en tu móvil

le los

Compártelo

J. L. GARCÍA QUINERO
imglobomedia.com

Una familia de extraterrestres con superpoderes y muy malas intenciones será la protagonista de la primera serie rodada especialmente para que te descargues en tu móvil. Una chica sexy, un niño con su mascota de tres dimensiones, un padre y una madre, forman esta familia que aterrizará por acción.

PODRÁS DESCARGARTE LA SERIE DE TRES MINUTOS UNA VEZ A LA SEMANA

Contará con caras conocidas como una serie de TV

"Super villanos" va a ser rodada, según Manuel Valdivia, uno de los productores ejecutivos de la serie, como cualquier serie o "tv movie" que quiera emitirse en "prime time". Nose van a estimar gastos y se buscará que los intérpretes sean caras conocidas, "saben que ésta es una experiencia única".

Será una comedia ácida y satírica **muy de jóvenes**

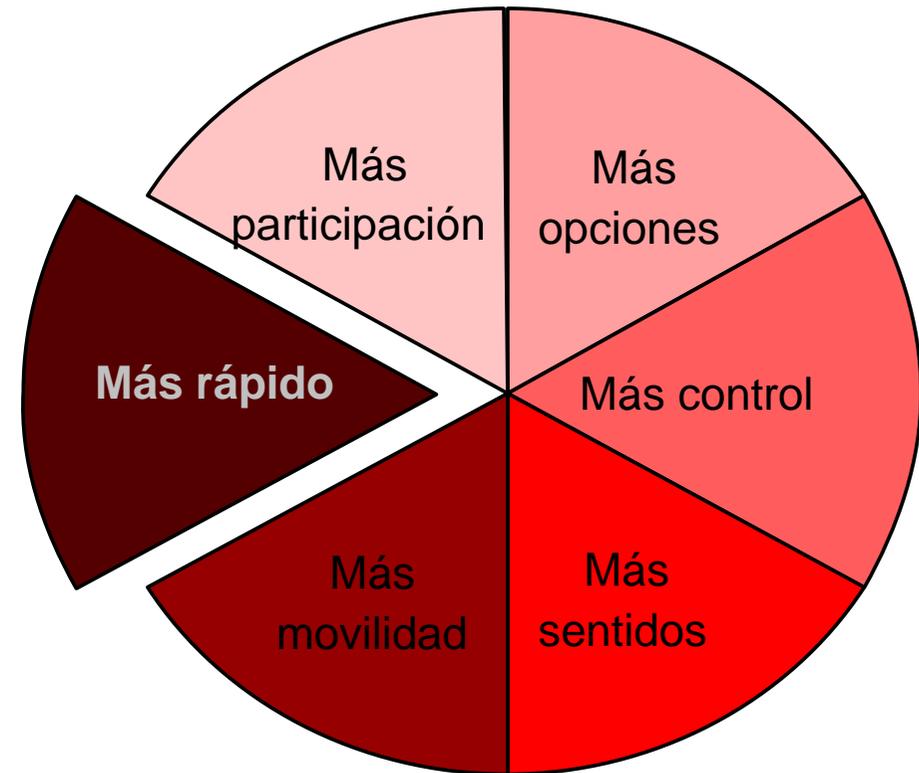
Desde Globomedia se confirma que la serie será más corrosiva y ácida que "Los señores" y otras.

No va a ser usual, sino atrevida y arriesgada que merezca la pena pagar por descargarla todas las semanas.

No se descarta que pase a la tele si triunfa

No es lo mismo rodar una serie que va a ser

- Más opciones
- Más control
- Más sentidos
- Más movilidad
- Más rápido



La rapidez en la evolución y en la demanda

- La evolución de los medios está siendo cada vez más acelerada
- El consumidor se “cansa” de los mensajes que recibe en un tiempo cada vez más breve (los mensajes “caducan” antes)
- El consumidor no está dispuesto a esperar: si lo que le apetece tarda demasiado en descargarse, prefiere cambiar a otra propuesta más ágil

Resultados 1 - 10 de aproximadamente 18.900.000 de jornadas. (0,16 segundos)

- Más opciones
- Más control
- Más sentidos
- Más movilidad
- Más rápido
- Más participación



La creatividad y la participación al poder

El consumidor es extraordinariamente creativo y participativo... y los medio actuales le permiten mostrar sus habilidades

CGM: (in Millions)	2003	2004	2005	2006
Online Discussion Boards/ Forums / Review (Opinion) Sites	768 MM	960 MM	1200 MM	1500 MM
Google Groups / Usenet Forums	42 MM	48 MM	52.8 MM	58 MM
Blogs (i.e. Weblogs, Digital Diaries)	25 MM	84 MM	168 MM	252 MM
Total CGM	835 MM	1092 MM	1421 MM	1810 MM
% Consumers creating CGM	18%	20%	24%	32%

Un 32% de los consumidores están creando contenidos

La creatividad y la participación al poder

Cuando una marca “entra en el juego” y permite que el consumidor participe ... su agradecimiento establece un vínculo muy sólido con la marca

El afán por innovar pone de moda los contenidos generados por los consumidores

Filipinos y Cepsa son algunas de las marcas que en España ya han apostado por esta fórmula. Invitaron a los consumidores a crear spots para televisión e internet. La convocatoria de Filipinos (“Tú haces los anuncios, nosotros hacemos los Filipinos”) generó 350 vídeos y más de 120.000 visitas a la página web; Cepsa, por su parte, consiguió que más de 80.000 personas mostraran interés por las Historias Cepsa.



Doritos, el segundo anunciante que emitirá un spot creado por los consumidores en la SuperBowl

Siguiendo los pasos de Chevrolet, que también ha lanzado un concurso abierto a los universitarios para que creen su próximo spot para la SuperBowl, Doritos, propiedad de

Pepsi, también ofrece a los estadounidenses hacer su próximo anuncio para la televisión y estrenarlo en la SuperBowl.

1. ¿Cuál va a ser la evolución de los medios? ¿Qué vamos a ver, oír...?
2. ¿Cómo se va a relacionar el consumidor con estos nuevos medios?
¿Cuáles van a ser las “dimensiones del cambio?”
3. ¿Qué consecuencias tendrán estos cambios sobre la publicidad?

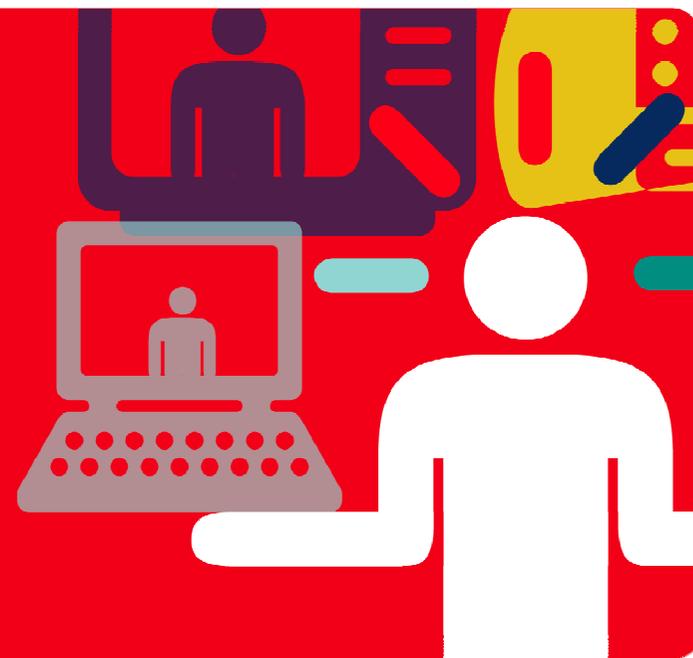
Buscar la diferenciación

- TV + Internet + Móvil + Search... 360° explotando las características especiales e innovadoras de cada medio
- Internet: más vídeo, más PR online
- Más personalidad, más interacción, más participación, más colaboración ... para combatir la saturación y la hiperfragmentación

Interesar al ciudadano,
sorprender al consumidor.



HAVAS
M E D I A



Gracias!

