

Reconocimiento de Marca

Cómo mejorar el reconocimiento de tu marca y asegurar el futuro de tu negocio

Nuevas formas para conseguir un alcance eficiente y relevancia de anuncios a gran escala

Conoce nuestras últimas innovaciones en Ads



Eliel Frydman

Líder de Activación de Video en YouTube - Latinoamérica

El mundo cambió. En los últimos seis meses, casi todos los anunciantes tuvieron que redefinir sus prioridades y reorientar sus presupuestos para adaptarse a los nuevos comportamientos de los consumidores. Mejorar el conocimiento de la marca es esencial para el crecimiento del negocio a largo plazo. Sin embargo, al mismo tiempo, es cada vez más importante ajustar el presupuesto de medios y hacerlo más eficiente. Con niveles de consumo cada vez más altos, el video digital nos ofrece herramientas y soluciones automatizadas que nos permitirán, a la vez, llegar a más clientes, mejorar la relevancia de nuestros anuncios y fortalecer el reconocimiento de marca para apuntalar el negocio en el largo plazo.

La forma de consumir medios cambió radicalmente. Con más y más personas quedándose en casa, el consumo de medios en el hogar creció dramáticamente. Hoy, más que nunca, la gente recurre a videos online para entretenerse, comprar lo que necesita e interactuar con su comunidad. La búsqueda de nuevos contenidos y el aumento de los dispositivos conectados aceleró, aún más, el reemplazo de la televisión tradicional por el video digital.

Es fundamental llegar a los consumidores cuando están buscando nuevas marcas. Cada vez más, las personas buscan satisfacer sus necesidades a través de videos online y, a causa de ello, están conociendo y probando nuevas marcas y productos. Conectar con los consumidores en los inicios de sus recorridos es clave para el desarrollo de tu negocio.

Adopta soluciones automatizadas para capturar la demanda y mejorar los resultados. Estar presente en el momento y el contexto adecuados nos ayuda a responder rápidamente a las necesidades de nuestros clientes y mejorar la percepción de marca. Nuestras soluciones automatizadas utilizan una gran cantidad de señales de intención que nos permiten conocer los intereses de los consumidores en tiempo real y generar contenidos relevantes para los distintos formatos de video, logrando campañas más eficaces y con mayor impacto.



37%

de los usuarios de YouTube en Hispanoamérica declaran que **el contenido de video patrocinado por marcas en YouTube** hace más probable que compren esa marca.¹



Durante agosto de 2020, **el televisor fue el dispositivo que más creció en tiempo de visualización de videos de YouTube** en Perú, Colombia, México, Argentina y Chile.²

Desde Google desarrollamos nuevas funciones en nuestros productos que te ayudarán a fortalecer tu marca, escalar y mejorar tus resultados

Alcanza tus objetivos con nuestras últimas innovaciones:



Aumenta el impacto de la marca con las selecciones dinámicas de contenido de YouTube

Las selecciones dinámicas de contenido se basan en la orientación contextual avanzada, la última solución de orientación por contenido de YouTube. ¿Cómo funcionan? Por medio del aprendizaje automático, analizan el contenido de los videos (imágenes, sonidos y texto) para crear anuncios más relevantes para nuestro público. Podemos maximizar el alcance y generar un mayor impacto de marca sumando las señales de orientación contextual a nuestra estrategia de audiencia actual. Para ello, debes crear una campaña separada para las selecciones dinámicas.

Google te ayuda a acelerar tu transformación digital.

Prepárate para lo que viene. Utiliza la automatización para responder de inmediato a las señales cambiantes de los consumidores.

El momento es ahora. Por eso, desde Google, creamos soluciones que te ayudarán a fortalecer tu marca y lograr un crecimiento sostenido.

Conece más sobre nuevos insights, herramientas y recursos, [aquí](#).

Inspírate con los mejores

**Usa la automatización para
llegar a más clientes y mejorar
el conocimiento de tu marca**

Cómo transformar los datos en historias y conectar con nuevas audiencias

A partir de un profundo conocimiento de su público, Aeroméxico creó “Personas que son destinos”, una campaña que combinó creatividad, innovación tecnológica y un buen uso de YouTube.



Transform how
you measure



Adopt global
norms



Apply a test-and-learn
mindset

Comunicaciones clave

Conoce a tu público.

Utilizar los datos de audiencia para entender las motivaciones de tu público objetivo te permite orientar tu estrategia y ofrecer contenidos relevantes y personalizados.

Apela a las emociones.

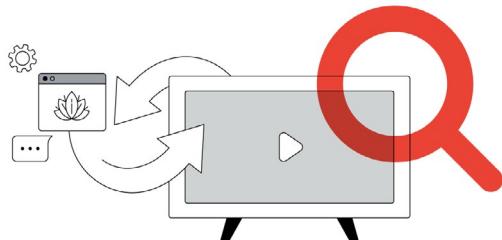
Aprovecha tus recursos creativos, como los videos personalizados, para lograr una conexión emocional entre el público y tu marca, y mejorar la percepción y el reconocimiento de tus productos y servicios.

Utiliza soluciones innovadoras.

Soluciones de YouTube como **Google Preferred** (que te permite reservar espacios en los canales más populares), o el formato de anuncios **Masthead** (que aparece exclusivamente en la página principal), te ayudan a optimizar el rendimiento de tu campaña y a fortalecer el conocimiento de tu marca.

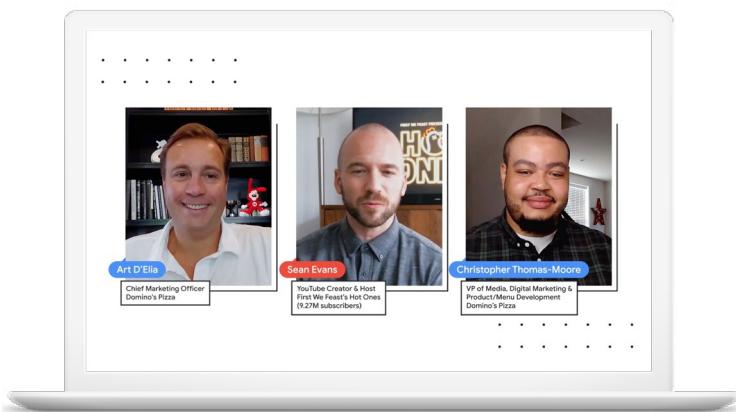
Qué revelan las tendencias de video sobre las necesidades de los consumidores durante la pandemia

La antropóloga cultural Susan Kresnicka nos cuenta cómo aprovechar las tendencias de YouTube para definir las estrategias de marketing.



Domino's cuenta su “picante” transformación

En este episodio de The Update, el director de Marketing de Domino's, Art D'Elia, y el vicepresidente de Medios e Innovación, Christopher Thomas-Moore, se unen a Sean Evans, creador de contenido en YouTube y presentador de "Hot Ones", para hablar sobre cómo la transformación digital cambió desde el desarrollo de producto hasta la planificación de medios.



Comunicaciones clave

✓ Todos compartimos las mismas necesidades básicas.

Las personas de todo el mundo comparten las mismas necesidades de cuidado personal, conexión social e identidad.

✓ La gente recurre al video en busca de soluciones.

Al pasar más tiempo en casa, YouTube se ha convertido en el lugar al que las personas acuden para buscar lo que necesitan. Las vistas de videos relacionados con “sonidos de la naturaleza” aumentaron un 25% en Argentina³ y, en México, entre marzo y septiembre, las vistas de videos de ejercicios “en casa” o “sin equipo” aumentaron más del 258% respecto del mismo período del año anterior.⁴

✓ Genera propuestas de valor.

Es importante entender el rol que juega tu producto o servicio en la vida de las personas. Ofrecerles propuestas valiosas en el momento adecuado te permitirá conectar con tu público y reforzar el conocimiento y la preferencia de tu marca.

Comunicaciones clave

✓ Transformar con tecnología.

La tecnología digital ayudó a Domino's a simplificar los pedidos y reducir al máximo los clics en todas las plataformas.

✓ Transformar a través del video.

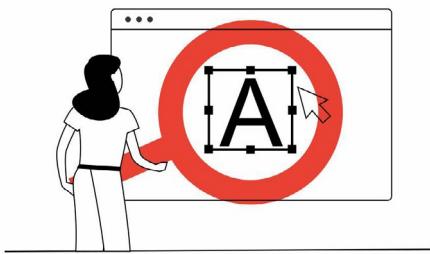
YouTube multiplicó las posibilidades de llegar a más clientes. La plataforma representó el 4% de las impresiones totales de la campaña de Domino's en TV y YouTube, pero alcanzó el 43% del total de las audiencias A18-49, mejorando el retorno de la inversión.⁵

✓ Transformar en un momento difícil.

Con la ayuda de la tecnología digital, Domino's logró idear un sistema de entrega y envío a domicilio ágil, seguro y eficiente para proteger a sus empleados y clientes durante la pandemia.

¿Quieres mejorar la salud de tu marca? El buscador de Google puede ayudarte

Aparecer en el primer puesto de los resultados de búsqueda con mensajes relevantes y oportunos te ayuda a mejorar las ventas y a potenciar tu marca entre quienes buscan tus productos y servicios.



Comunicaciones clave

✓ Destácate en los resultados de búsqueda.

Aparecer en primer lugar en la búsqueda de Google con un anuncio relevante te ayuda a estar primero en la mente de tus consumidores, fortalece los atributos de la marca e impulsa la consideración al momento de la compra, entre otros beneficios.

✓ Utiliza las Ofertas Inteligentes.

Activa la estrategia de Porcentaje de impresiones objetivo, para obtener de manera automática la mejor visibilidad en la página de resultados, o la de Maximizar clics, para conseguir el mayor número posible de clics con el presupuesto asignado.

✓ Automatiza las recomendaciones.

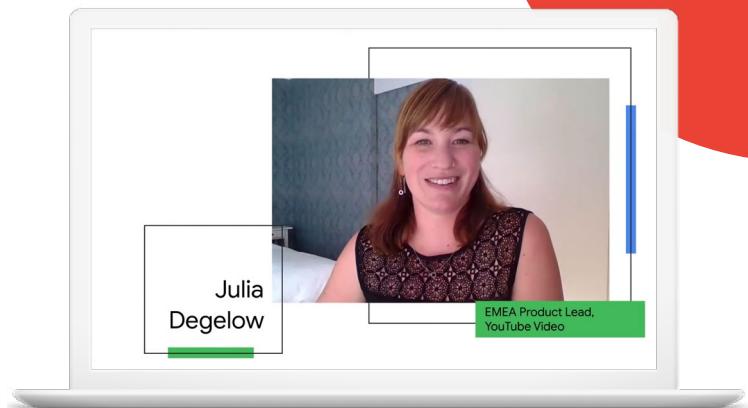
Las recomendaciones de rendimiento automáticas de Google Ads te ayudan a mejorar tus anuncios y a mantener tus campañas actualizadas para aprovechar tu presupuesto.

Aprovecha al máximo tu inversión publicitaria

Aprende de la mano de nuestros especialistas en productos

Llega a más personas con las campañas de Alcance de video

En esta capacitación, los expertos en productos de Google nos muestran cómo las campañas de alcance de video eligen automáticamente el formato de anuncio más eficiente para mejorar el conocimiento de marca o el alcance.



Comunicaciones clave

- ✓ Las campañas de alcance de video utilizan el aprendizaje automático para optimizar el conocimiento de marca o el alcance. Además, simplifican el manejo de la campaña, ya que no es necesario optimizar manualmente.
- ✓ Las campañas de alcance de video muestran el formato adecuado para cada usuario, optimizando las señales de ubicación, demográficas, de audiencia y de dispositivos a través de tres formatos: Bumper, anuncios que se pueden omitir y anuncios In-Stream, que no se pueden omitir. La combinación de múltiples formatos mejora la eficiencia y el alcance de la campaña.

3 consejos para llevar adelante una campaña de alcance de video:

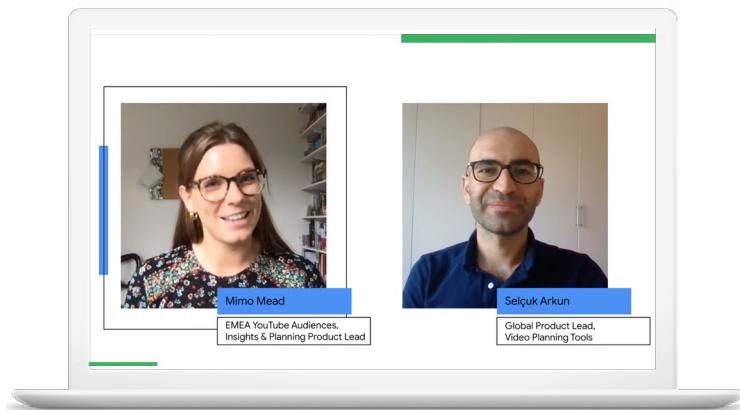
Usa las métricas adecuadas. Los principales indicadores de rendimiento de las campañas de alcance son el costo por respuesta y el costo por usuario único alcanzado. Elige la que sea más relevante de acuerdo a tu objetivo.

Define tus objetivos. Si buscas llegar al mayor número posible de usuarios únicos, selecciona Maximizar el alcance. Si, en cambio, tu objetivo es maximizar las vistas, selecciona Conocimiento de marca.

Usa los Experimentos de video para hacer pruebas A/B con tu creatividad. Esta es una herramienta de Google Ads que compara tus diferentes recursos creativos midiendo, por ejemplo, el conocimiento de marca y la recordación lograda por cada versión del anuncio. Funciona sin costo adicional y entrega resultados en tan sólo tres días.

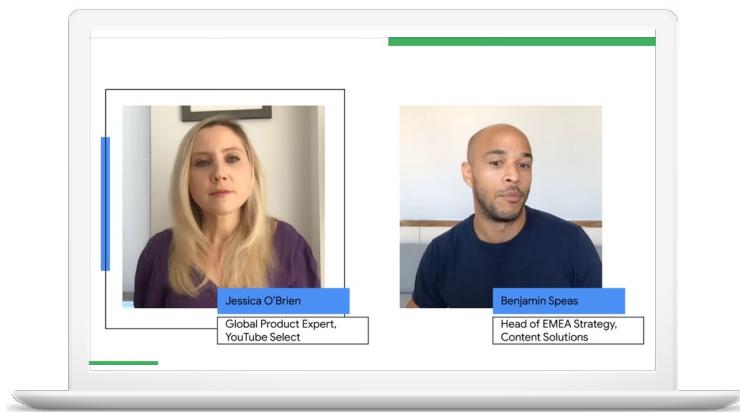
Diseña correctamente el plan de medios de tu campaña con el Planificador de alcance

Los expertos en productos de Google nos muestran cómo el nuevo Planificador de alcance utiliza datos propios y de terceros para diseñar el plan de medios más adecuado para tu campaña.



Aparece en el momento y el contexto más adecuado para tu audiencia con YouTube

En esta capacitación, te mostramos cómo las nuevas herramientas de YouTube y la orientación contextual avanzada te ayudan a conectar con tu público mientras éste disfruta de su contenido favorito en YouTube.



Comunicaciones clave

✓ El Planificador de alcance te sugiere la combinación de formatos de anuncios más adecuada para aumentar el conocimiento de marca en YouTube y en los sitios y aplicaciones de Socios de video.

Usa esta herramienta para diseñar el plan que mejor te permita llegar a tu público objetivo.

✓ El Planificador de alcance te ayuda en cinco puntos clave de tu plan de medios:

Presupuesto, Alcance estimado, Combinación de formatos publicitarios, Configuración de la campaña e Inclusión de la TV junto a YouTube.

✓ El Planificador de alcance te permite sumar los datos históricos de televisión de terceros para que puedas proyectar el desempeño en ambos medios, TV y YouTube, a la vez.

Comunicaciones clave

✓ Las selecciones de contenido te permiten conocer los intereses de tu público y llegar a él cuando está viendo videos relacionados con tus productos o servicios.

✓ YouTube Select selecciona y destaca contenido verificado de los creadores más populares. También te permite crear selecciones personalizadas con el contenido más relevante para tu campaña (disponible sólo para algunos mercados).

✓ Las selecciones dinámicas de contenido se basan en la orientación contextual avanzada, la última solución de orientación por contenido de YouTube. Por medio del aprendizaje automático, analizan el contenido de los videos (imágenes, sonidos y texto) para crear selecciones específicas basadas en la temática, los momentos o los niveles de popularidad.

✓ Tenemos estudios de reconocimiento de marca disponibles en todas las selecciones incluida la opción de medición a través de las visitas a la tienda para las selecciones dinámicas de contenido en Google Ads.

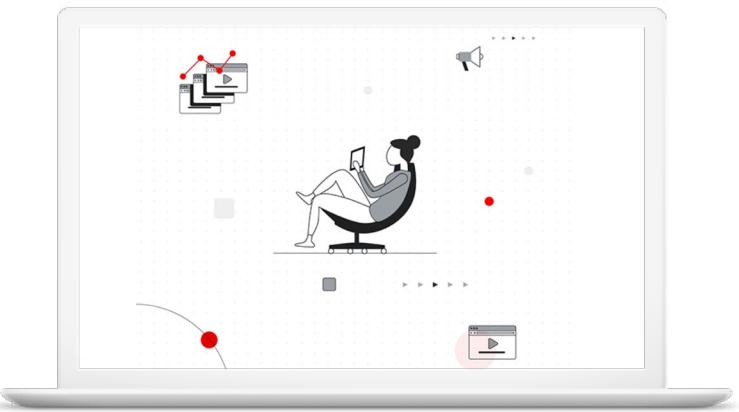
Win with Video

Este evento virtual te permite conocer las últimas tendencias de los consumidores y te muestra cómo YouTube te puede ayudar a adaptarte a un mercado que ofrece nuevos desafíos todos los días.

Comunicaciones clave

Los 5 pasos para alcanzar resultados mediante estrategias de video son:

- ✓ **Objetivos y KPIs:** El video te permite alcanzar reconocimiento, consideración y acción. De acuerdo al objetivo planteado, debes analizar diferentes indicadores (usuarios únicos alcanzados, vistas, VTRs, clics al sitio y conversiones, respectivamente).
- ✓ **Formato:** Existen diferentes formatos de anuncios de video. Elegir el más adecuado es clave para alcanzar el objetivo deseado.
- ✓ **Audiencia:** YouTube te ayuda a llegar al público más relevante para tu objetivo. Una estrategia de audiencias robusta fortalece la relación con actuales clientes y crea nuevas oportunidades para desarrollar tu negocio.
- ✓ **Planificación de campañas:** YouTube te ofrece soluciones automatizadas que te ayudarán a planificar tu campaña de acuerdo a tu objetivo.
- ✓ **Creatividades de Video:** Con Video Builder, la herramienta que te ayuda a crear videos en tres simples pasos, y Bumper Machine, que automatiza la creación de videos de 6 segundos, tener contenidos relevantes y atractivos para tu campaña es muy fácil.



En la sección de Reconocimiento del [Centro de soluciones de publicidad](#) encontrarás contenido útil e información sobre nuevos productos que te ayudarán a aumentar el conocimiento de tu marca.

Aprende más sobre los anuncios de video con estas capacitaciones online

Especialízate en anuncios de video de Google con Skillshop

Aprende los principios básicos del video y consigue la certificación de Google Ads.



Comunicaciones clave

- ✓ Cómo utilizar las soluciones de audiencia de YouTube para ofrecer anuncios más relevantes a los clientes en cada etapa del recorrido
- ✓ Utiliza los diferentes formatos de video de YouTube para aumentar el conocimiento y la consideración de tu marca e impulsar a los clientes a tomar decisiones.
- ✓ Contar buenas historias te ayuda a captar la atención de tu audiencia.

Mira cómo están
aumentando las empresas
el conocimiento de sus marcas



Nestlé Purina, empresa líder en alimentos para mascotas, llevó adelante una encuesta en Chile y Filipinas para saber si los resultados en el buscador de Google impactaban en métricas claves de la marca, como el conocimiento, la consideración y la intención de compra. Para ello, se mostraron a diferentes personas que tenían perros resultados simulados de la búsqueda de “comida para perros” en los que Purina figuraba en distintas posiciones o directamente no aparecía. Las conclusiones fueron reveladoras: en los escenarios en los que figuró entre los resultados destacados, Purina fue la primera marca en la percepción de liderazgo, coincidiendo con un aumento en las métricas de recordación y de reconocimiento de marca.

+55% percepción
de marca

+44% conocimiento
de marca



A fin de minimizar los casos de fraude, **Santander México** lanzó una innovadora tarjeta de crédito que no tiene a la vista números ni información personal de los clientes. Su estrategia de comunicación se centró en los productos de YouTube, específicamente TrueView, y en Display como plataforma complementaria. La campaña se dirigió a personas de entre 25 a 54 años y tuvo presencia en páginas relacionadas con diferentes temáticas, para poder alcanzar a un público diversificado. El éxito de la estrategia fue rotundo. En YouTube, la campaña alcanzó 70 millones de visualizaciones y, con sus distintos videos, generó 173 millones de impresiones. El conocimiento de marca aumentó 8,8% y se recibieron 58.000 solicitudes de las nuevas tarjetas de crédito.

70M de
visualizaciones

173M de
impresiones

+8,8% conocimiento
de marca

Tres pasos para lograr un mayor conocimiento de marca

01

Mejora el alcance

Logra una mayor efectividad de tu plan de medios utilizando el [Planificador de alcance](#) para comparar el alcance estimado, la frecuencia y el porcentaje bruto de audiencia (GRP) entre la TV, YouTube, y los socios de video de Google.

02

Aparece en los momentos más relevantes

Es importante que el contenido de tus anuncios esté alineado con los intereses y el contexto de tu público objetivo. La orientación hacia audiencias de la parte superior del embudo, como las [afines y demográficas](#), presenta un alto potencial de alcance y oportunidad. Aprovecha el auge de las transmisiones en vivo para llegar a tus clientes cuando están viendo su programa favorito de [YouTube en el televisor](#).

03

Mide los resultados

Ofrece experiencias relevantes para lograr mejores resultados de tu campaña. [Brand Lift](#) te ayuda a medir el impacto de tus anuncios en el conocimiento, la consideración, la preferencia, la intención de compra y el interés de la marca (midiendo la búsqueda orgánica). Las [métricas de alcance único](#) muestran la cantidad de personas a las que se les mostró tu anuncio en diferentes dispositivos, formatos y redes.

Obtén el máximo provecho de tu inversión en Google Ads



Creación de anuncios de vídeo

[Video Builder](#) es una herramienta fácil de usar que te ayuda a crear anuncios de video de 15 o 6 segundos a partir de imágenes y textos.



Mejores prácticas

[La Guía de Mejores Prácticas para el Conocimiento de marca de YouTube](#) te explica paso a paso cómo implementar o mejorar tus campañas de video en Google Ads.

Fuentes

1. Google/Talkshoppe, Estudio del porqué de los videos, México, Argentina, Chile, Colombia, Perú Agosto 2020, n=1'497 A18-64 Usuarios de YouTube de Genpop.
2. Datos de Google, Perú, Colombia, Mexico, Argentina, Chile 2019 vs 2020 YTD.
3. Google Trends, Argentina, búsquedas en YouTube entre el 3 de junio y el 1º de septiembre de 2020.
4. Google Trends, búsquedas en YouTube de “Ejercicios en casa”, México, marzo a septiembre de 2020 vs. marzo a septiembre de 2019.
5. Total Ads Ratings custom study commissioned by Google, Domino's 1/20/20-1/26/20 campaign across TV and YouTube among P18-49.