



Historia de la publicidad digital: cinco curiosidades que quizás no sepas

Desde que se publicó el primer anuncio de banner, la publicidad digital no ha dejado de sorprendernos. Echa un vistazo a algunos de los momentos que han marcado dos fascinantes décadas de innovación digital.

1. AdWords nació con una langosta bajo el brazo



Corría el año 2000 y Google AdWords revolucionó el mundo de la publicidad con una función de autoservicio que permitía a los anunciantes crear los anuncios ellos mismos.

La función, de carácter limitado y disponible para muy pocos usuarios de Google, no era más que un enlace que rezaba "¿Quieres ver tu anuncio aquí?". Los ingenieros, que esperaban impacientes, vieron como el primer anuncio de AdWords aparecía ante sus ojos en menos de media hora. Era publicidad sobre un servicio de venta de langostas por correo.

2. El amor llama a la puerta de YouTube



1. Donec dictum congue dolor, quis efficitur sem dapibus eu. Aliquam id urna ac turpis malesuada consectetur.

¿Sabías que YouTube empezó como un sitio web de citas? En el 2005, Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim idearon un sitio web para que quienes buscaban el amor pudieran compartir vídeos en los que describían a su pareja ideal. Por suerte para nosotros, cambiaron de opinión y convirtieron el sitio web en la plataforma que todos conocemos y que tanto nos gusta. Sin embargo, el espíritu romántico nos acompañará para siempre, ya que los creadores registraron el nombre "YouTube" el Día de San Valentín.

3. Dos récords batidos: la superación de la barrera del sonido fue la transmisión en directo más vista



El 14 de octubre del 2012, Felix Baumgartner saltó 39 km desde la estratosfera después de haber ascendido en globo. En su afán por batir varios récords mundiales, consiguió romper la barrera del sonido y casi hace caer Internet. Presenciaron el momento a través de YouTube la friolera de 9,5 millones de espectadores, con lo que se convirtió en la transmisión en directo más vista de la historia. No solo eso, sino que además se consumió una séptima parte del ancho de banda de todo el mundo.

4. Besos virtuales



En el 2014, los besos viajaron a través del móvil. Con su campaña "Burberry Kisses", la firma de moda británica Burberry permitió a los usuarios enviar un beso real a cualquier persona del mundo. Solo tenían que besar la pantalla de su teléfono de pantalla táctil, añadir un mensaje y, si querían, darle un toque de color con uno de los tonos de barra de labios Burberry. El remitente enviaba el beso a su ser querido y le seguía el rastro por todo el mundo. El triunfo de esta campaña estuvo en boca de todos.

5. Descubre todo lo que ofrecen las tiendas de la zona... desde el teléfono



En el 2016, gracias a los anuncios de inventario local de Google, River Island se convirtió en la primera marca de moda del Reino Unido en llegar a los compradores que buscaban desde el móvil cerca de sus tiendas. A estos compradores se les dirigía a una página de escaparate local donde se indicaba la disponibilidad verificada del artículo que les interesaba y las tiendas más cercanas donde podían encontrarlo. Para los consumidores supuso el equivalente digital a ver escaparates; un puente muy útil entre las búsquedas y las compras.