



social  
noise

**MIGUEL PEREIRA**  
**CEO, SOCIAL NOISE**  
**@MiguelPereira**

**¿QUÉ AGENCIA NECESITA  
EL NUEVO ANUNCIANTE?**

**¿QUIÉN ES EL NUEVO  
ANUNCIANTE?**

**Nuevo anunciante: marca  
inteligente en constante evolución,  
que comprende la tecnología, con  
conciencia social, y que busca  
conectar con su público de una  
forma cualitativa y duradera como  
forma de generar valor de negocio.**

**El reto es la complejidad del entorno cambiante, y la enorme diversidad de posibles proveedores. Este panorama dificulta la toma de decisiones por parte de los responsables de marca.**



**El reto es la complejidad del entorno cambiante, y la enorme diversidad de posibles proveedores. Este panorama dificulta la toma de decisiones por parte de los responsables de marca.**

*“Una mente especialista es esclava de su especialidad”*

— **Mokokoma Mokhonoana**

**¿QUÉ CONOCIMIENTOS  
NECESITA EL NUEVO  
ANUNCIANTE?**

A paved path leads through a volcanic landscape. The path is dark and textured, flanked by dense green vegetation and dark volcanic rocks. The sky is overcast and grey. The text "LA ESTRATEGIA" is overlaid in the center of the path.

# LA ESTRATEGIA

**La principal responsabilidad de un directivo de marca es elegir el camino, trazar la estrategia a largo plazo.**

**La agencia debe aportar investigación, inspiración, inteligencia... Pero la marca debe trazar la estrategia de negocio.**

**Una vez definida la estrategia de negocio, la agencia debe ayudar a la marca a recorrer ese camino, comprendiendo las grandes tendencias, y declinando la estrategia de negocio en estrategia de comunicación.**

# **TENDENCIAS DE MARKETING PARA EL NUEVO ANUNCIANTE**

**5 TENDENCIAS DE  
MERCADO POR LAS QUE  
NECESITARÁS A UNA  
AGENCIA VANGUARDISTA.**

# TECNOLOGÍA

**Herramientas digitales**

*Big data*

**VR**

**Inteligencia artificial**

**IOT**

**etc.**

# TECNOLOGÍA ENTRETENIMIENTO

*Branded content*

*Advertainment*

**Youtubers**

**Series**

**Juegos**

TECNOLOGÍA  
ENTRETENIMIENTO  
EMOCIÓN

**La emoción garantiza la memorabilidad. Recordamos una pequeña parte de lo que oímos, bastante de lo que vemos, y casi todo lo que sentimos.**

TECNOLOGÍA  
ENTRETENIMIENTO  
EMOCIÓN  
**TIEMPO REAL**

**Conexión con la audiencia en tiempo real, en el instante decisivo:  
RTB, streaming, second screen, geomarketing, social listening, bots, etc.**

TECNOLOGÍA

ENTRETENIMIENTO

EMOCIÓN

TIEMPO REAL

**RESPONSABILIDAD SOCIAL**

**La responsabilidad social debería nacer de motivaciones éticas, pero además de los fines sociales que persigue, refuerza la credibilidad y la simpatía de la marca.**

**ASÍ PUES, ¿QUÉ AGENCIA  
NECESITA EL NUEVO  
ANUNCIANTE?**

# VISIÓN HOLÍSTICA

VISIÓN HOLÍSTICA

**CAPACIDAD TECNOLÓGICA**

VISIÓN HOLÍSTICA  
CAPACIDAD TECNOLÓGICA  
**FORTALEZA CREATIVA**

VISIÓN HOLÍSTICA  
CAPACIDAD TECNOLÓGICA  
FORTALEZA CREATIVA  
**INTELIGENCIA**

VISIÓN HOLÍSTICA

CAPACIDAD TECNOLÓGICA

FORTALEZA CREATIVA

INTELIGENCIA

**DOMINIO DE NARRATIVAS AV**

VISIÓN HOLÍSTICA

CAPACIDAD TECNOLÓGICA

FORTALEZA CREATIVA

INTELIGENCIA

DOMINIO DE NARRATIVAS AV

**ÉTICA**

**¿QUÉ ANUNCIANTE  
NECESITA LA NUEVA  
AGENCIA?**

**Buscamos un anunciante**

**Buscamos un anunciante que  
conozca su negocio, sus  
necesidades y sus objetivos,**

**Buscamos un anunciante que  
conozca su negocio, sus  
necesidades y sus objetivos, que  
valore el trabajo de la agencia,**

**Buscamos un anunciante que**  
conozca su negocio, sus  
necesidades y sus objetivos, que  
valore el trabajo de la agencia,  
**que trabaje con ética,**

**Buscamos un anunciante que conozca su negocio, sus necesidades y sus objetivos, que valore el trabajo de la agencia, que trabaje con ética, y que confíe en sus colaboradores.**



social  
noise

**TECHNOCREATIVE  
THINKING.**

**End.**

**Thank you!**

**MIGUEL PEREIRA**

@MiguelPereira

[miguel.pereira@socialnoise.com](mailto:miguel.pereira@socialnoise.com)