

# ENSALADAS

## El rincón innovaddoor

César Núñez. [cesar@addoor.net](mailto:cesar@addoor.net)




FACEFLYERS: MARKETING 1 A 1 MASIVO EN FACEBOOK, PARA AGENCIAS

## MANGA PARA NO FUMAR

El trabajo desarrollado por el estudio de animación japonés 4°C y la digital Unit, junto a DDB París, es un proyecto con estética anime que realmente nos ha cautivado. Se trata de una animación interactiva de Koji Morimoto, de diez minutos de duración, en la que se narra la historia de tres jóvenes que se verán seducidos por la supuesta atracción que ejercen los fumadores.

Utilizando este hilo argumental, orientado a los adolescentes, <http://www.attraction-manga.fr> nos ofrece una narración a pantalla completa, integrada opcionalmente con Facebook, en la que tendremos que activar la webcam para, por ejemplo, buscar a los personajes por una discoteca llena de fumadores empedernidos, que parecen sacados de 'The walking dead'.

El site, que funciona perfectamente en otros navegadores, da ocasionales problemas en Safari, pero es la única pega que hemos visto a este brillante proyecto.



Das fotogramas del proyecto

Y, por fin, escalable. Sabemos que si pudiéramos conversar 1 a 1 con los integrantes de nuestro target, nuestros compradores potenciales, encontraríamos la tecla para que muchos comprasen. Les conduciríamos hasta la "conversión" a través del embudo de decisión, superando las fases de debate interno necesarias hasta que saquen la cartera.

Este tipo de "marketing" es posible para productos de gran volumen y margen como, por ejemplo, los asesores financieros de fortunas, que juegan al golf con sus "potenciales" hasta que les venden una inversión. Otros vendedores de otros 'produservicios', para que el tiempo dedicado a cada uno de esos "potenciales" se pueda rentabilizar, sólo pueden actuar sobre un punto del embudo de ventas. Los e-commerces y anunciantes de Internet normalmente se centran sólo sobre la salida, intentando hacer publicidad de respuesta directa y poco vuelo, como una web optimizada, adwords, e-mail marketing...; los anunciantes algo más sofisticados se centran en la entrada, haciendo publicidad masiva para generar branding, confiando en que sean otros mecanismos -ya fuera del control del publicitario- los que ayuden a que el "potencial" atraviese el embudo y llegue a la compra (colocación en el supermercado, vendedores).

Pero, ¿y si hubiese una plataforma publicitaria que aunase el alcance masivo con la personalización, y con herramientas para que el responsable publicitario de la mayoría de los productos/servicios pueda dar un tratamiento distinto a cada cliente potencial, según el grado de avance de éste en el embudo de conversión? Existe, y tú la conoces. En Addoor hemos combinado herramientas PRO con más de 4 años vendiendo comunicación en Facebook para crear Faceflyers, una consultoría que ayuda a agencias, e-commerces, anunciantes a sacar el máximo de su presencia publicitaria y de comunicación en Facebook.

Todos sabemos que Facebook es imbatible en cuanto a audiencia y a segmentación legal. Sin embargo, muchos anunciantes ahora están identificando Facebook como un territorio sólo para la "comunicación", más que para la publicidad. Aducen que los ratios de respuesta con la rudimentaria herramienta de Facebook Ads (Flyers) no son comparables a los banners o a Adwords. Pero son herramientas distintas, y no podemos comparar el precio de un huevo y una castaña porque tienen propiedades y nutrientes distintos.

Tampoco podemos caer en el otro extremo y pensar que Facebook sólo vale para anuncios CPC tipo SEM. Facebook puede dar grandes resultados, pero es difícil intentarlo directamente desde un Facebook Ad (Flyer). Normalmente hace falta respetar más pasos del embudo. El Facebook Ad es la entrada al embudo, pero si diriges el clic hacia una Facepágina, vas generando una base de datos de "leads", a los que poder ir pulsando las teclas adecuadas en cada momento del tiempo hasta llevarlos a la conversión.

Para poder lograr un éxito suficiente, hace falta entrar de la mano de una agencia. Los mejores anunciantes de Google invierten en Adwords a través de agencias que evitan la lógica tendencia de Google de ser juez y parte "asesorando" a unos clientes a subir la puja en contra de otros de sus clientes.

Del mismo modo, ya hay agencias focalizadas en Facebook, que conjugan los Facebook Ads (Flyers, la gestión de FacePáginas, el análisis de conversiones y el feedback estratégico. ¿Te las presento? Esas agencias, empero, no pueden ser un hombre-orquesta. Eso no funciona. Filosofía open, como las agencias de medios: contar con proveedores tácticos, como Faceflyers, para que el manejo y optimización de los Facebook Ads no consuma todo el tiempo que debería ser dedicado a pensar. ¿Hablamos? Envíame un mail!