

Proyecto

RedeSociales

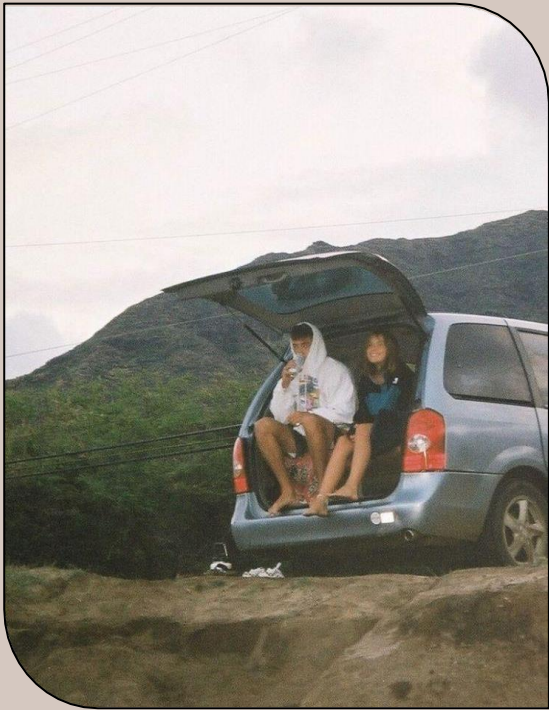
Prensa Ibérica

*El mejor Branding
para las marcas*

Contexto



Estamos **SOBREESTIMULADOS**



Constante evolución

- Consumo de la información
- Comportamiento del consumidor
- Actualización de las tendencias
- Hábitos de consumo



COMO MEDIO

Reto constante

Proyecto

RedeSociales



Proyecto



Estrategia de SHORT VIDEO

Contenido propio
de calidad

Formatos
EVOLUCIONADOS

INVOLUCRAR a la audiencia

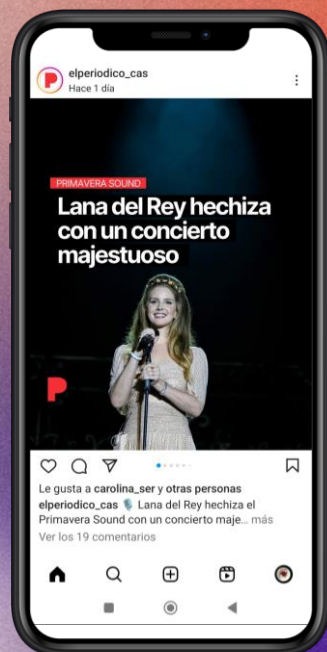
INTEGRACIÓN de marca

FORMATOS BRANDEABLES

Cabeceras



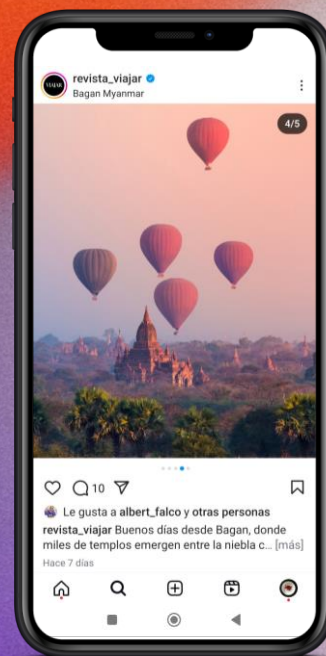
Código Nuevo



El Periódico



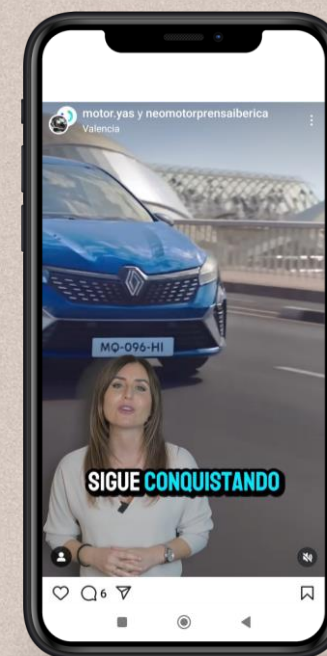
Woman



Viajar



Sport



Neomotor



Visibilizar temas en tono informativo, ágil y dinámico, en un contenido educativo de máximo 60 segundos.

TE LO CUENTO



Los datos curiosos son clave para captar la atención de la Gen Z y Millennials, sirviendo como gancho para dar visibilidad a una acción de marca partiendo con el dato más ¡WOW!

VAIS
A FLIPAR



La sección "Infiltrada" nace de la necesidad de mostrar a la audiencia cómo nos adentramos en distintos escenarios o planes para que puedan conocer de primera mano cada experiencia.

INFILTRADA



Una sección que se ha convertido en el formato favorito, batiendo registros. En ella, nuestro anfitrión sorprende a alguien en la calle y le propone un plan inesperado, generalmente eventos o experiencia.

INVITADO
A UN RANDOM



Código Nuevo destaca por sus formatos de calle en los que hablamos de tú a tú con la audiencia Z y Millennial sobre temas de interés general (salud, belleza, etc).

VÍDEO
DE CALLE



Nuestrxs hosts aprenden una profesión para mostrar la experiencia de estar en prácticas. A nivel branded, se visibiliza el producto / servicio de la mano de una voz experta.

EN PRÁCTICAS



Un "host" (creador de contenido) comentará los 5 titulares más importantes de la semana de una manera cercana e innovadora.

5 Noticias de
EL PERIÓDICO



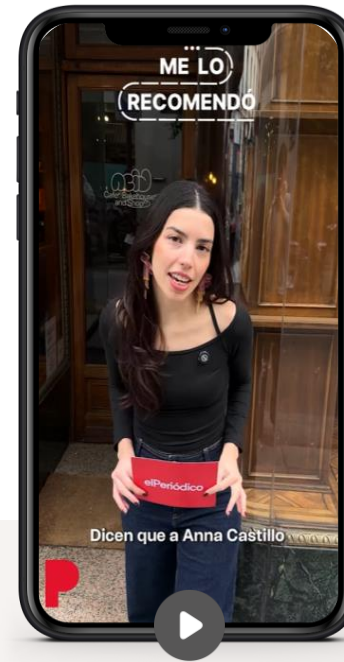
Un "host" (creador de contenido) dará a conocer 3 titulares de noticias: 2 falsas y una real. Nuestros seguidores deberán adivinar la verdadera.

Desmontando
FAKE NEWS



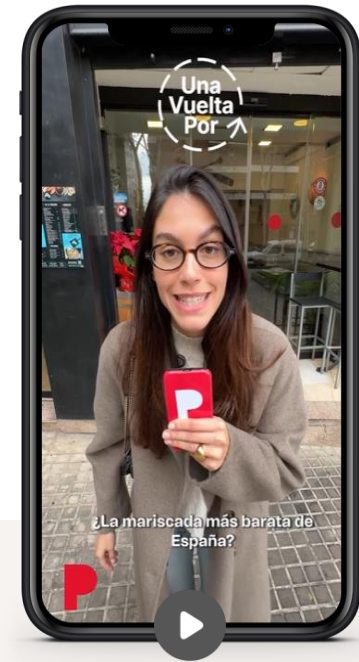
Participación ciudadana para cococer lo que piensan los ciudadanos de Cataluña sobre los temas de actualidad.

LA CALLE
HABLA



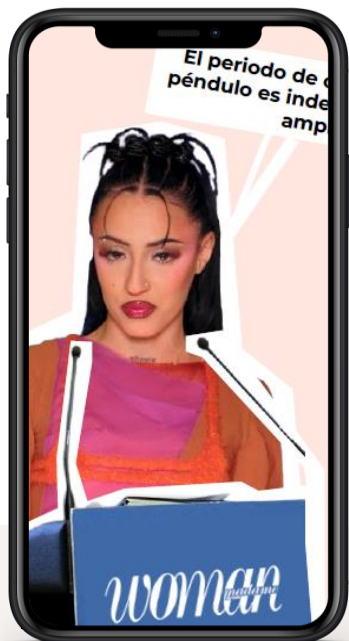
Formato foodie/de planes con lugares recomendados por Celebrity. La celebrity dará nombre a la sección.

"X" ME LO
RECOMENDÓ



Planes para hacer sólo o en compañía en Barcelona a través de nuestro host. Formato adaptable con talents: Lola indigo, Aitana Bonmatí...

UNA VUELTA -
Barceloneando



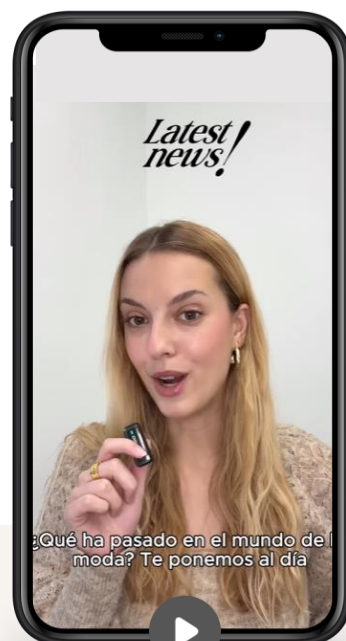
Recopilaremos los momentos más ICONIC de nuestras referentes teatralizando sus 'quotes' más célebres bajo el paraguas de contenidos de Woman.

EL STATEMENT



El noticiero retro más moderno, en el que tendrán cabida vestidos, peinados, anécdotas de celebrities con un toque estético diferencial.

ARCHIVO



Actualidad y moda desde temáticas diferentes:

- Top de la semana
- Actualidad
- Pasarela

LATEST NEWS



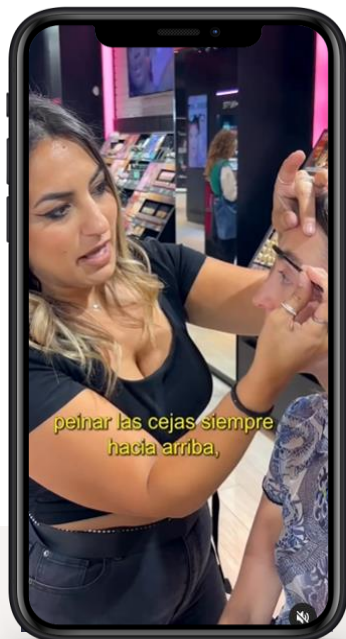
El auge del streetstyle y el street marketing nos invita a escuchar a las calles. Exploraremos la ciudad en busca de personas creativas y con estilo que representen el espíritu Woman.

CITY ICONS



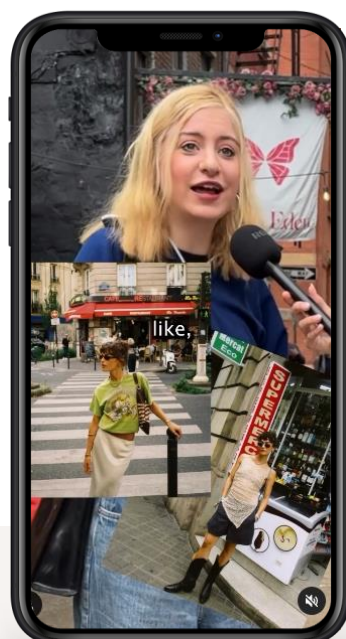
Sección en la que daremos a conocer experiencias junto a marcas top que busquen conectar a través del autocuidado.

MOMENTO W



Nuestra audiencia vivirá experiencias relacionadas con el beauty de la mano de las marcas. Mediante el Social listening conectaremos la experiencia y las tendencias.

LA MASTER CLASS



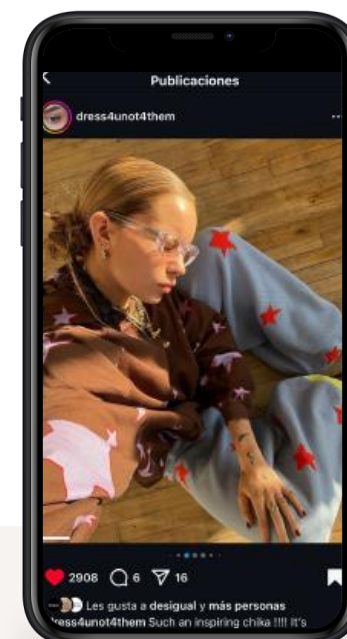
Entrevistas en la calle a personas con un look llamativo. Buscaremos nuevos estilos y tendencias.

STREET STYLE



Woman tendrá el reto de ver cómo se construye el feed de un talent pasando el día con la persona. Mostraremos lo que sucede detrás de cada post mediante entrevistas creativas

EN EL FEED DE...



Consiguiendo la foto soñada. En esta sección acompañaremos a una influencer a que recree una foto icónica de alguna celebridad que le inspire.

LA INSPO

VIAJAR

VIAJAR



Videos de creadores mostrando sitios de interés, siempre con el fin de inspirar.

WANDERLUST



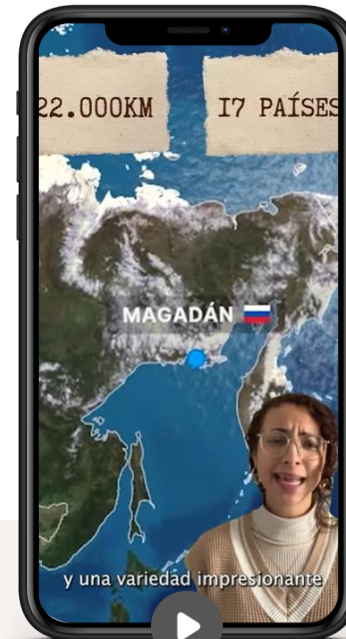
Usamos Google Maps para descubrir sitios desconocidos de manera interactiva.

TRIP TO
GOOGLE MAPS



Cartas emotivas dedicadas a lugares y personas significativas para los viajeros, como amigos del Erasmus, familiares en el extranjero o el pueblo natal.

QUERIDX...



Un host explica curiosidades y da información útil sobre viajes - formato Greenscreen.

TE LO CUENTO



Videos con imágenes de stock y voz en off que presentan recomendaciones y lugares, comenzando siempre con un gancho intrigante.

LO QUE NO
SABES SOBRE...

VIAJAR

VIAJAR



Entrevistas en la calle para conocer trucos, lugares favoritos y anécdotas de viaje. Posibilidad de trasladar a la Red Carpet.

VIAJEROS
RESPONDEN



Uso del humor para conectar con los viajeros a través de memes.

MEMES



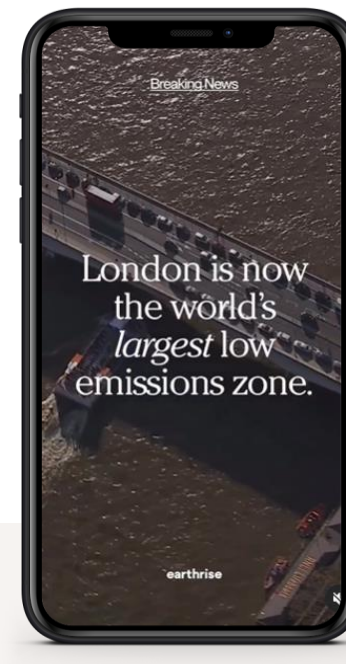
Talents e influencers comparten sus trucos para hacer una maleta perfecta.

LA MALETA DE...



Tips y curiosidades para convertir a los turistas en viajeros más conscientes.

DE TURISTA
A VIAJERO



Información sobre turismo responsable y datos relevantes del sector.

CONSCIOUS
NEWS



Noticias originales, análisis con datos, nostalgia, reportajes especiales y audio vídeos con enviados especiales al lugar del evento.

SPORT REPORT



Videos vintage sobre momentos históricos del deporte y el presente de antiguas leyendas y nuevas, usando efectos como pantalla partida o chroma.

¿QUÉ FUE DE?



Recogemos la voz de la afición sobre temas cotidianos relacionados con el deporte, usando preguntas divertidas en bares, peñas o previas de partidos.

FAN ZONE



Nuestro host nos cuenta novedades y puntos de vista de especialistas con pantalla partida y apoyo visual.

SPORT POV



Conectar con los protagonistas y ofrecerles un espacio para mostrar su lado más personal, creando contenido cercano y auténtico.

DESDE DENTRO



Crear contenido visual en la calle donde se están realizando actividades deportivas con carruseles de imágenes, audiovídeos. Combinará moda, tecnología deportiva, música y aficiones.

STREETPLAY



Formato carrusel informativo que destaca los highlights más importantes de una noticia para conectar con la comunidad.

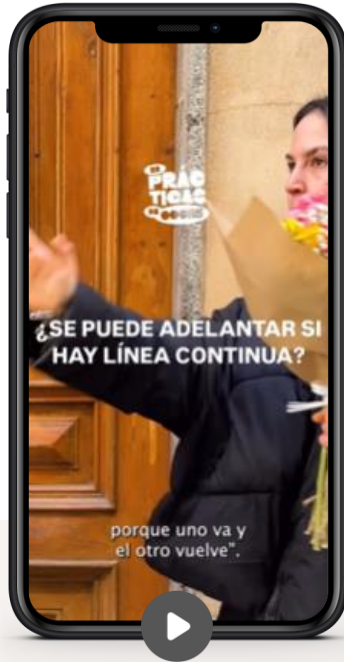
EL CARRUSEL ES EL COMODÍN



Este formato juega con la estética a través de la originalidad en la tipografía, tamaños, colores y rostros de los protagonistas.

DISEÑO CREATIVO 3/3

neomotor



Salimos a la calle para ver si la gente sigue conociendo las diferentes señales de tráfico. Interactuamos con la gente para dinamizar una temática.

EN PRÁCTICAS



Cada vez hay más tecnologías que facilitan los ciberataques a vehículos. Hoy salimos a la calle para hablar sobre medidas de seguridad para protegerlos.

PARADA
TÉCNICA



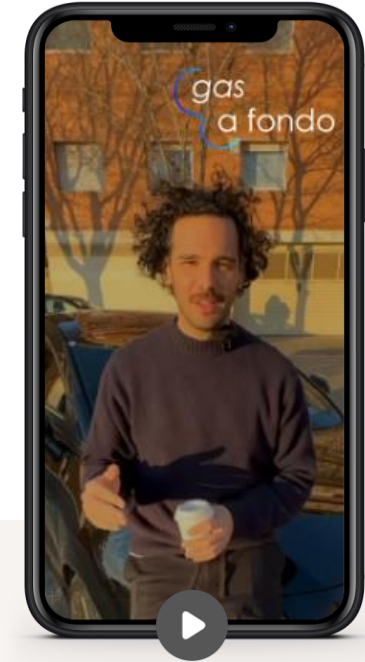
Cada vez hay más tecnologías que facilitan los ciberataques a vehículos. Hoy salimos a la calle para hablar sobre medidas de seguridad para protegerlos.

MOTOR TALKS



En esta sección haremos rankings y recomendaciones sobre automóviles. Por ejemplo, "Ranking de los coches más vendidos en 2024"

EL RANKING



Cuestionarios divertidos y rápidos a influencers vinculados al motor.

GAS A FONDO



Usaremos las declaraciones / entrevistas de personas relacionadas con el mundo del motor para crear un contenido en formato "citas". Post estático.

QUOTES



Mostraremos planes para hacer en coche / moto y lo cerraremos con la recomendación del coche que más encaje. Por ejemplo, para un plan de montaña, cerraremos con Toyota Rav 4.

TENGO
UN PLAN

Por qué

Por qué Prensa Ibérica

Credibilidad y confianza

Tráfico de Calidad y Conversión

Brand Safety

Comunidad Fiel y Segmentada

Humanizar a la marca

Datos



Acciones

Paid Social

Estrategia y dinamización del contenido
para obtener un resultado más eficaz y targetizado

Objetivos **Paid**

Branding

Consideración

Conversión

Leads

Branding

Consideración

Paid Post link



Imagen o vídeo + link para redirigir tráfico a la web del cliente.

Paid Post video



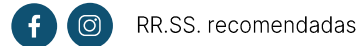
Formato ideal para conseguir visualizaciones de vídeo. Recomendación duraciones entre 10 y 30".

ThruPlays:

Si el vídeo > 15" debe reproducirse al menos un 97%.

Si el video < 15" se debe visualizar al menos esos 15".

In Feed native video



Video post nativo.

ThruPlays:

Si el vídeo > 15" debe reproducirse al menos un 97%.

Si el video < 15" se debe visualizar al menos esos 15".

Slideshow



Secuencia vídeo a partir de diferentes imágenes.

Se crea un vídeo de 6" ideal para mostrar colecciones o conjuntos de productos de forma ágil.

Objetivo:

ThruPlays y clics

Engagement

Alcance

Conversión

Carrusel & Carrusel de Stories

f i RR.SS. recomendadas



Secuencia de 2 a 10 imágenes. Capacidad de dar a conocer una gama de productos sin salir de la propia red social.

Clics

Catálogo o Collection

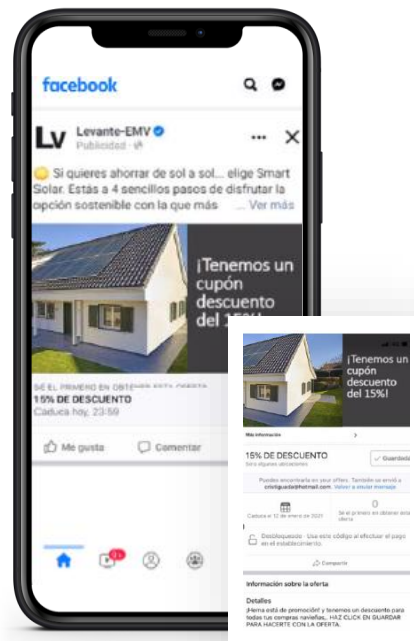
f i RR.SS. recomendadas



Cada anuncio de colección incluye un vídeo o una imagen con cuatro imágenes más pequeñas. Formato muy notorio.

PPL con cupón u oferta

f RR.SS. recomendada



Publicación que al desplegarse nos lleva a un cupón dentro de Facebook.

Alcance

Leads

Lead Ad

f i RR.SS. recomendadas



Permite obtener leads rápidamente mediante un formulario instantáneo que se autocompleta con la información del perfil del usuario.

Engagement

Instagram Stories Pools

i RR.SS. recomendada



Los anuncios interactivos de Instagram Stories, como los stickers de encuesta, permiten a las empresas mostrar contenido más atractivo.



Gracias

Prensa Ibérica

*El mejor Branding
para las marcas*