



COMPRA PROGRAMÁTICA



1

“LA COMPRA PROGRAMMATIC
ES RTB (REAL TIME BIDDING)”



VERDAD

EL REAL TIME BIDDING ES UNA FORMA DE COMPRA QUE OFRECE EL ECOSISTEMA PROGRAMMATIC, PERO NO ES LA ÚNICA. A TRAVÉS DE UN ALGORITMO, EL RTB PERMITE A LOS ANUNCIANTES O AGENCIAS HACER OFERTAS EN TIEMPO REAL POR CADA IMPRESIÓN DISPONIBLE EN UN SITIO WEB.





2

“EL INVENTARIO VENDIDO A TRAVÉS DE LA COMPRA PROGRAMMATIC ES DE BAJA CALIDAD”



MITO

LA COMPRA Y VENTA DE IMPRESIONES SE BASA EN DATOS DE AUDIENCIA RECOLECTADOS, ANALIZADOS Y ACTIVADOS POR PLATAFORMAS COMO EL DMP (PLATAFORMA DE MANEJO DE DATOS). ESTO PERMITE MEJORAR EL TARGETING DE USUARIOS Y POR ENDE OFRECER INVENTARIO DE MAYOR CALIDAD.





3

“LA COMPRA PROGRAMMATIC
VA A REEMPLAZAR A LOS
EQUIPOS COMERCIALES”



MITO

SI BIEN LA COMPRA PROGRAMMATIC OFRECE HERRAMIENTAS AUTOMATIZADAS, SE NECESITAN EQUIPOS CAPACITADOS PARA PONER DICHAS HERRAMIENTAS EN FUNCIONAMIENTO, ASEGURAR LAS VENTAS, MEDIR RESULTADOS Y APLICAR OBSERVACIONES PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DE FUTURAS CAMPAÑAS.





4

“PROGRAMMATIC ES SÓLO
PARA DESKTOP”



MITO

**LA COMPRA PROGRAMMATIC EVOLUCIONA RÁPIDAMENTE
Y SE ADAPTA CON CADA VEZ MÁS FUERZA A NUEVOS FORMATOS
COMO MOBILE, TV, RADIO Y VÍA PÚBLICA.**





“PROGRAMMATIC MATA
LA CREATIVIDAD”



MITO

LA COMPRA PROGRAMÁTICA ESTÁ ESTABLECIENDO FUNDAMENTOS PARA UNA NUEVA FORMA DE PENSAMIENTO CREATIVO, PERMITIENDO A LOS PUBLICISTAS ESCALAR DIFERENTES ACTIVIDADES PARA DIFERENTES AUDIENCIAS. POR EJEMPLO DCO (OPTIMIZADOR DE CREATIVIDADES DINÁMICAS) PERMITE DAR LA CREATIVIDAD PERFECTA AL USUARIO.





6

“ESTÁ TODO AUTOMATIZADO EN PROGRAMÁTICA.

SOLO HAY MÁQUINAS HABLANDO

CON MÁQUINAS”



MITO

EL MUNDO DE LA COMPRA-VENTA PROGRAMÁTICA NO ESTÁ 100% AUTOMATIZADO. LA COMPRA PROGRAMÁTICA SIGNIFICA AUTOMATIZAR EL PROCESO DE VENTA PARA HACERLO MÁS EFICIENTE. LA TECNOLOGÍA CAMBIA COMO LO HACEMOS Y NO QUÉ HACEMOS Y PERMITE OPTIMIZARLO.





1

“LA COMPRA PROGRAMÁTICA
PONE EN RIESGO LA DATA”



MITO

TODA LA DATA QUE SE TRANSACCIONA EN LAS PLATAFORMAS ESTÁ ENCRYPTADA Y SIN ACCESO UNITARIO. ESTO SIGNIFICA QUE DE NINGUNA MANERA PUEDO IDENTIFICAR A UN USUARIO ESPECÍFICO, SÓLO HÁBITOS DE NAVEGACIÓN DE AUDIENCIA AGRUPADAS POR SEGMENTO.





“LA COMPRA PROGRAMÁTICA
PERMITE HACER COMPRAS
DE BAJO COSTO”



MITO

DEPENDE DEL OBJETIVO. CUANDO HAGO COMPRA PROGRAMÁTICA DEBO MIRAR EFICIENCIA DE LA MISMA, MÁS QUE EL COSTO EN SÍ MISMO. TODO DEBE CALZAR CON EL OBJETIVO INICIAL, COMO ALCANCE, FRECUENCIA EFECTIVA, ROI, ETC.





NOS **VEMOS** EN UN **PRÓXIMO**
MITOS Y VERDADES
PARA **SEGUIR** **DESCUBRIENDO**
LOS MEDIOS TAL COMO
SON!

