

Material creativo personalizado: Director Mix



El poder de la personalización se hizo fácil

Director Mix facilita que las marcas tengan conversaciones casi personales con sus audiencias. Te permite personalizar videos, lo que impulsa la atención y un involucramiento más profundo. ¿Se le antoja alguna comida a tu audiencia? Presenta un anuncio sabroso. ¿Busca noticias? Brinda un video temático. La personalización inigualable que ofrece Director Mix te ayuda a montar la punta de la próxima gran ola en la innovación de películas. Mejor alcance, mejor personalización y mejores resultados.

Pero primero, cómo funciona Director Mix

Director Mix de YouTube es nuestra herramienta para crear videos personalizados a escala, presentar anuncios adecuados a los intereses e intenciones de tu audiencia. Esto significa que puedes personalizar un activo de video base con elementos creativos relevantes: titulares, imágenes, precios, traducciones y más. El video y los elementos se unen y producen con rapidez y a escala, lo que reduce la

Create with Google

necesidad de ediciones interminables. Esto genera miles de variaciones de video con un esfuerzo relativamente pequeño.

Personaliza múltiples capas:

Sonido. Ofrece distintas pistas de sonido o voces superpuestas para distintos usuarios.

Texto. Cambia titulares o llamadas a la acción con la inclusión de precios, enlaces o variaciones del idioma local.

Imágenes. Las imágenes en el video podrían cambiar según lo que el usuario esté por ver.

Audiencias. Haz referencia a la hora del día, la ubicación o los intereses del usuario.

Lo simple es eficaz

Una gran manera de comenzar es mantener los activos y las variables sin complicaciones. De esta manera, no se volverá confuso al comenzar a ajustar ese mensaje para que sea atractivo para distintos grupos. A menudo, las campañas exitosas comienzan con un solo activo de video sencillo, el cual se personaliza posteriormente con una gama de títulos. Esto resulta en un enfoque actualizado con la visualización de cada individuo.

Encuentra a tu audiencia

Google obtiene información de millones de señales y puntos de datos, así que el mensaje adecuado llega a la persona correcta en el momento oportuno. El uso de la red de productos de Google asegura que los distintos grupos de audiencia puedan ver, oír y entender diferentes cosas como parte de la misma campaña creativa.

Considera los temas

Con la rápida respuesta de los nuevos activos de video, los anuncios pueden incorporar eventos sobre noticias, entretenimiento, tendencias culturales o notas deportivas importantes. Puedes sacar partido de la versatilidad de Director Mix con una idea creativa ingeniosa que sea flexible para trabajar con una gama de temas.

Actúa a nivel local

Los lugares se pueden usar para traer al usuario a la ejecución. Presenta la ciudad del usuario en tu anuncio o cambia el idioma, la promoción o el llamado a la acción, lo que lo hará específico para la ubicación del usuario. Vale la pena mencionar que ser demasiado granular disminuirá significativamente los números de la audiencia. Evita esto enfocándote en ciudades, en vez de en suburbios.

Aprovecha las fuentes de datos

Quizá ya tengas la personalización que necesitas justo al alcance de la mano. Piensa en los precios existentes del sitio web, el clima, la disponibilidad del almacén o cualquier información a mano que sea relevante para la audiencia. Lo que sea mejor para crear una conexión con el usuario. Puede ser tan sencillo como usar texto de reseñas en línea para añadir autenticidad.

Abre camino a las posibilidades

Nos encontramos justo en el comienzo de lo que Director Mix puede hacer. Hay tantas oportunidades distintas para ir más allá de los límites, en cualquier categoría, de maneras en las que nunca antes se ha hecho. Esta nueva forma vanguardista de contar historias está lista para dar sus frutos y los creadores deberán mostrar hacia dónde se dirigirá después.

Para comenzar: Director Mix

YouTube ha facilitado que los anunciantes de todas las variedades aprovechen el tremendo poder del video personalizado. Al no requerirse más que los activos primarios y una clara perspectiva de su audiencia, puedes diseñar e implementar campañas de anuncios altamente personalizadas con recursos mínimos.

El juego creativo

Algunos disparadores de ideas para ayudarte a comenzar:

- ¿Tienes un concepto que podría funcionar para una variedad de mensajes?
- ¿Tienes un concepto que podría funcionar para una variedad de audiencias?
- ¿Cómo agregarás valor a la idea el hecho de entregar mensajes hiperrelevantes?
- ¿Qué elementos creativos deberán intercambiarse (y en qué punto) en el video?
- ¿Quiénes son tus audiencias relevantes?
- ¿Qué otras estrategias de audiencia podrías aplicar (geográfica, de afinidad, palabras clave)?

Datos útiles para apoyar tu idea creativa

Los anuncios de video relevantes reciben el triple de atención en comparación con el anuncio promedio de video.

Fuente: Google/Ipsos, Video Mobile Diary, EE. UU., 2017

Las campañas que usan la orientación basada en la intención en dispositivos móviles tienen 50 % más de elevación de conciencia de la marca, 30 % más de elevación de la consideración y 40 % más de elevación de la intención de compra con respecto a las campañas que solo usan una orientación demográfica.

Fuente: Fuente: Elevación de la marca de Google, Global, teléfonos inteligentes (análisis restringido a los teléfonos inteligentes para aislar el impacto de la orientación), de julio de 2017 a junio de 2018