

Ibermática digital

**Transmisión del mensaje
consumo responsable y
moderado del Vino**

Luis Álvarez Andrés

l.alvarez@ibermatica.com

Desarrollo de negocio Cliente Digital

Diciembre 2017

ÍNDICE

1. “Personalización” de CocaCola

2. Grados de Personalización

3. Herramientas

“Personalización” CocaCola

- Personalización de contenidos y mensajes
- Personalización de formatos
- Personalización de canales:
Web, RRSS, Eventos físicos,
Gamificación, Mass Media

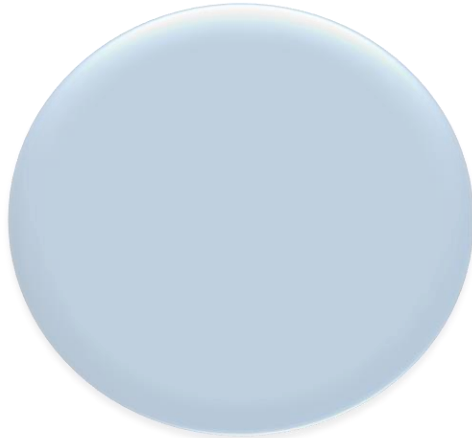




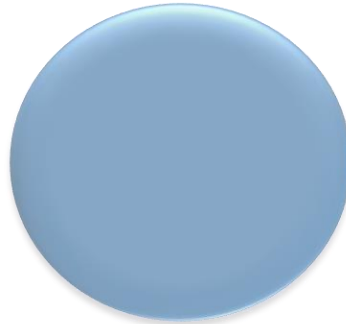
Grados de personalización

Pocos datos de muchos usuarios

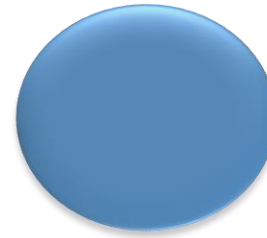
Muchos datos ricos y fiables de pocos usuarios.



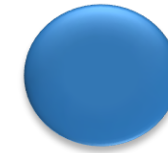
Contextual



Conductual



Probabilístico



Declarativo

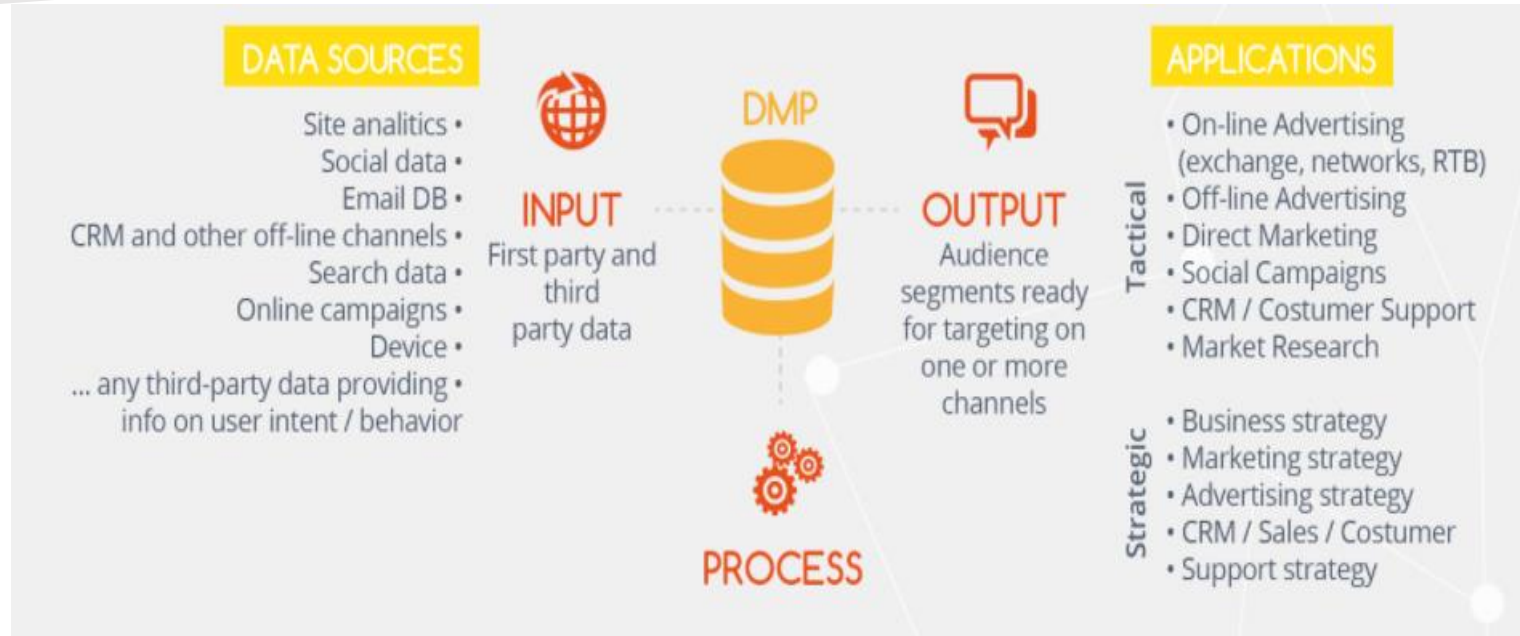


Poca capacidad de personalización



Mucha capacidad de personalización

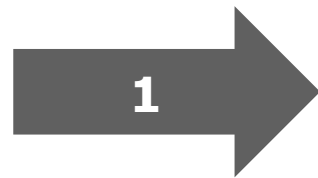
Herramientas: DMP



Optimización ROI campañas

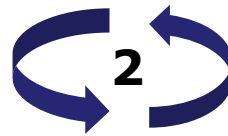
Optimización inventario

Personalización del CX



Colecta de datos

On-line y Off-line
First Party
Second Party
Third party



Procesamiento de datos

Big data + IA



Accionamiento de los datos API

e-mkt, Ad Server, plataformas programáticas, CRM, analíticas, personalización contenidos y journeys.

GRACIAS