

REDES PUBLICITARIAS

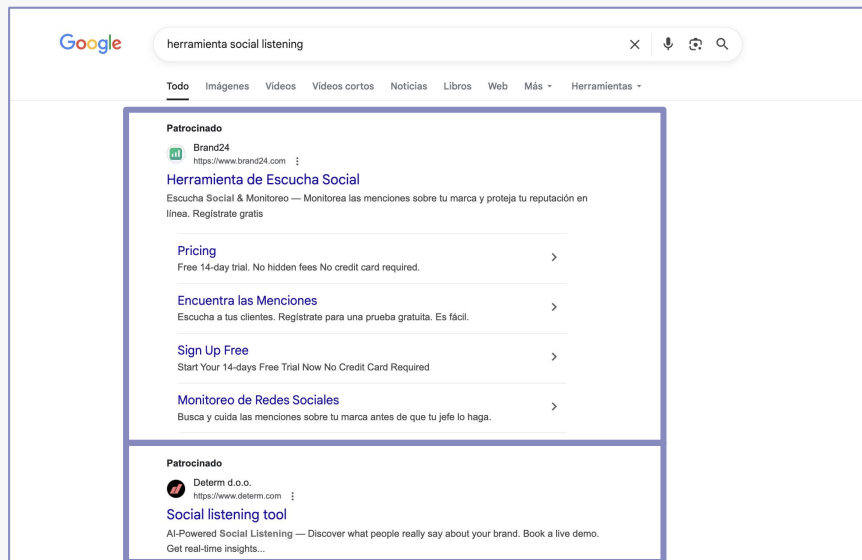
A close-up photograph of a computer keyboard where several keys are replaced with social media icons. The icons include RSS, Twitter, Facebook, Google+, Instagram, MySpace, Pinterest, Blogger, and Tumblr. A person's finger is visible in the bottom left corner, pointing towards the Pinterest key. A semi-transparent purple rectangular box is centered over the keyboard, containing the text '¿Qué son las redes publicitarias?'.

¿Qué son las redes publicitarias?

Las **redes publicitarias** son conexiones que acercan a los **anunciantes** con los **editores (publishers)** a través de los **AdServers**.

Editores (Publishers)

Son los propietarios de los activos digitales y su inventario (espacios disponibles para mostrar anuncios). Es el lugar en donde está la audiencia.



Ad Servers

Intermediario tecnológico que conecta el inventario disponible con los anunciantes.



Google Ads



Meta

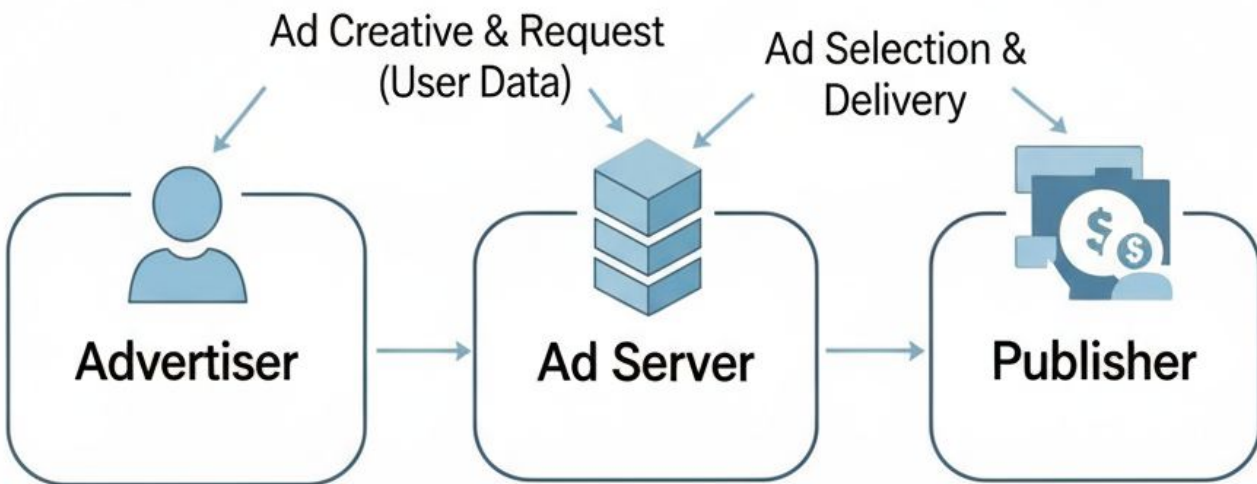


TikTok Ads

CRITEO

amazon ads

¿Cómo funciona?



Tipos de redes de anuncios

Horizontales

Premium

Verticales

Especializadas

Redes con altos niveles de inventario y un alcance extremadamente amplio.

Google Ads

Red de search
Red de display
y video

Meta Ads

Meta
Instagram
WhatsApp
Messenger
Threads
Audience Network

TikTok Ads

TikTok
Pangle
Search

Tipos de redes de anuncios

Horizontales

Premium

Verticales

Especializadas

Son redes que funcionan con editores de primer nivel, manejan tarifas altas y tienen restricciones para el ingreso.

media.net

CNN

ABC

The NY Times

Tipos de redes de anuncios

Horizontales

Premium

Verticales

Especializadas

Conecta a editores de un nicho relevante.

LinkedIn

Profesionales

App Lovin

Aplicaciones

Tipos de redes de anuncios

Horizontales

Premium

Verticales

Especializadas

Están restringidas a un inventario específico y un tipo de formato

Spotify

Retail Media

UBICACIONES Y FORMATOS

Ubicaciones y formatos

Dos conceptos distintos que, aunque trabajan en conjunto, definen aspectos diferentes de una campaña.

Ubicaciones:

Lugar o plataforma donde se muestra el anuncio.

Formato:

Apariencia, Naturaleza y características técnicas del anuncio.

Anuncios de texto

Se componen únicamente por texto y se muestran en las redes de búsqueda.

Algunas características:

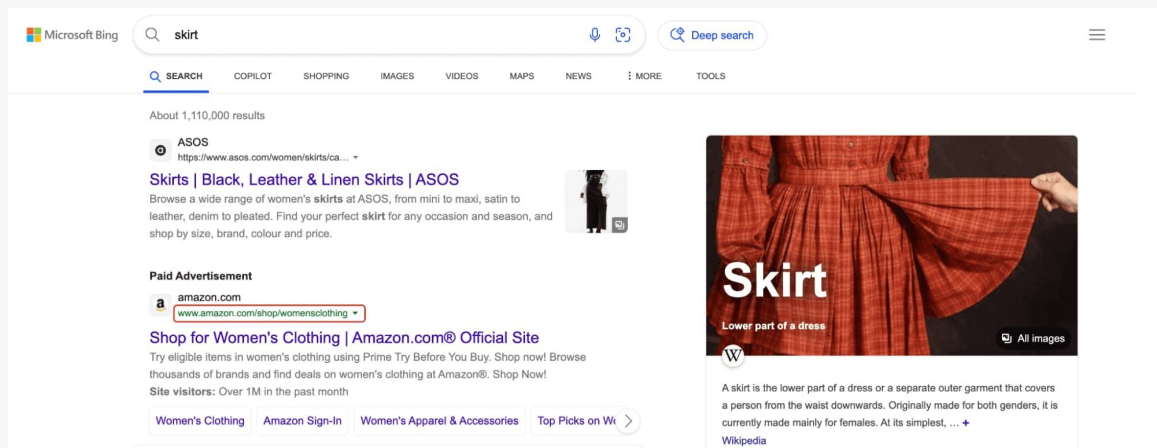
Se compra por CPC.

Se compran las palabras clave y si coincide con la búsqueda del usuario, el anuncio puede lograr una impresión.

Las tasas de conversión suelen ser altas.

Buena opción para lograr tráfico a los sitios y conversiones.

Se componen de Título, descripción y URL Visible.



Anuncios Display

Formato: Imágenes estáticas, animadas (GIFs) o interactivas de diferentes tamaños (ej: Header 728x90px o el rectángulo 336 x 280px)

Ubicaciones: Se muestran en sitios webs, blogs, aplicaciones.

Otras características:

Es un formato muy utilizado para generar alcance y conseguir tráfico.

Se compra por CPM y por CPC.

Se pueden conseguir mejores resultados si se trabajan las audiencias (Segmentación por intereses y bbdd)

Anuncios de video:

Formato: La duración, medida y posición del mismo depende de su ubicación.

In Stream: Videos de hasta 30 segundos que se reproducen antes, durante o después de un video. (Pueden ser skipeables)

Out Stream: Se muestran fuera del contexto de un video, por ejemplo un artículo de blog. Se reproducen cuando aparecen en pantalla y se detienen cuando el usuario se desplaza.

Bumper: Videos cortos (6 segundos), no skipeables.

Anuncios de video nativos: Se integran de forma fluida en el feed o stories de redes sociales imitando el contenido orgánico.

Anuncios de video:

Ubicaciones:

- Plataformas de Video (YouTube, In Feed, In Stream y Bumper)
- Redes sociales
 - Facebook e Instagram (Feed de noticias, Stories, Reels y en la sección de video de Facebook)
 - TikTok: Se ubican en el feed del usuario
 - X: Timeline
 - LinkedIn: Feed.
- Red de display
 - Anuncios out-stream
 - Apps y juegos móviles
- TV Conectada (Ejemplo)

Anuncios Secuencia

Formato: Mínimo 2 y máximo de "10 tarjetas" (imágenes o videos) que el usuario puede deslizar. Cada una se compone de un Título, una descripción y una URL. Su aspecto es 1:1. (1080x1080px)

Ubicaciones:

Principales redes sociales. Feed o historias.

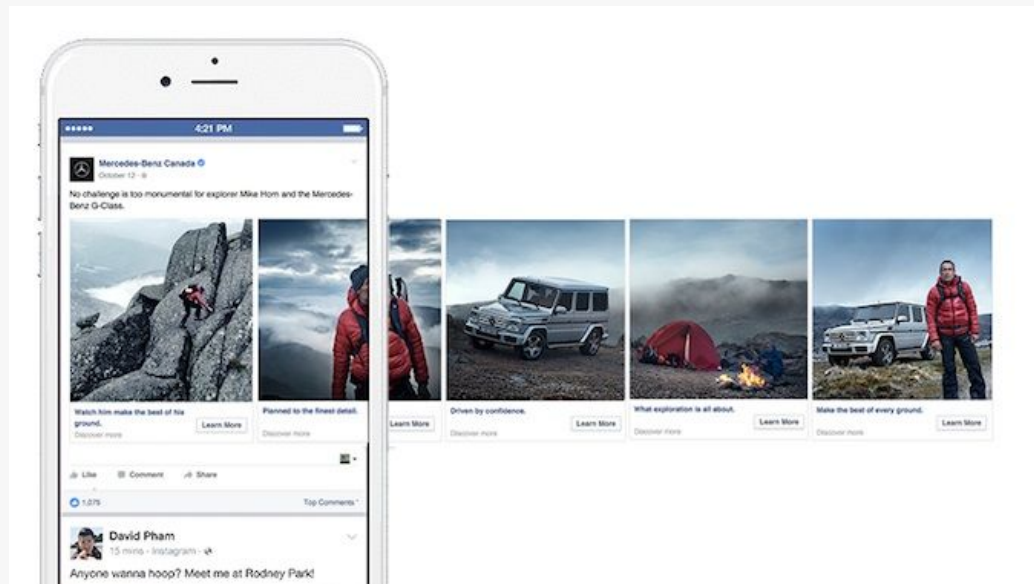
Otras

características:

Cuentan historias

Muestran productos

Se puede comprar por CPC o por CPM



Ubicaciones y formatos

Google Ads: <https://support.google.com/google-ads/answer/13676244?hl=es-419#zippy=>
Meta Ads: <https://es-la.facebook.com/business/help/279271845888065?id=369787570424415>
TikTok: <https://ads.tiktok.com/help/category?id=6dGs4bNMAZSdPr4pQ0KFuX>
Pinterest: <https://help.pinterest.com/es/business/article/pinterest-product-specs>
Spotify Ads: <https://ads.spotify.com/en-US/ad-formats/>
YouTube: <https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=es-419>
LinkedIn: <https://business.linkedin.com/es-es/marketing-solutions/success/ads-guide>
X: <https://business.x.com/es/advertising/formats>
Amazon Ads: <https://advertising.amazon.com/es-es/products>
Mercado Ads: <https://academy.mercadoads.com/student/page/1702600-mercado-ads-101>

SCAN HERE



Buen fin de semana!



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Facultad de
Información y
Comunicación