

h n l a

n r a n i a s

por volver

reन्द्रिरि

no lindirno no

qué es

holding

Sociedad financiera que posee la mayoría de acciones y lleva la administración de un conjunto de empresas que se dedican a diversas actividades económicas o industriales.

holding + publicitario

Sociedad financiera que posee la mayoría de acciones y lleva la administración de un conjunto de empresas que se dedican a diversas actividades económicas o industriales.

holding + publicitario

Sociedad financiera que posee la mayoría de acciones y lleva la administración de un conjunto de empresas que se dedican a diversas actividades económicas o industriales.

+ publicitario

rranndee

cuáles son los más relevantes

Interpublic Group · WPP · Omnicom Group · Publicis · Dentsu

WPP

WPP ocupa el primer puesto en el ranking mundial en términos de facturación y contratación de personal. En sus inicios Wire and Plastics Products PLC (WPP) centraba sus negocios en el alambre, pero Martin Sorrell la hizo renacer como una empresa internacional. A día de hoy está presente en los 5 continentes, bate récords en el Festival de Cannes, y cuenta con algunas de las agencias de mayor relevancia.

Esta compañía cuenta con agencias de publicidad, digital, sports marketing, direct, B2B, departamentos de investigación, etc. WPP cuenta con más de 162 mil empleados en 358 compañías entre las que destacan Crossmedia, Dentsu, Young & Rubicam, Grey Group, Hill + Knowlton Strategies, JWT, Kantar, Mediacom, Mindshare, Millward Brown, Ogilvy & Mather, TNS, Wunderman, Thompson, entre otras.



Martin Sorrell...googleen!

IPG

Interpublic Group of Companies (IPG) cuenta con más de 47 mil 200 empleados en cien países del mundo y cuenta con decenas de compañías que se especializan en publicidad, marketing digital, planning, compra de medios, relaciones públicas y marketing especializado.

Algunas agencias que son parte de Interpublic son FCB, BPN, Magna Global, Deutsch, Lowe and Partners (mullenlowe), McCann Worldgroup, Momentum Worldwide, R/GA, Tierney Communications, entre otras.



Martin Sorrell...googleen!

Publicis

Esta compañía se fundó como agencia de publicidad en Francia en 1926 por Marcel Bleustein, quien eligió el nombre porque combinaba “publicidad” y “seis”, su número favorito. En sólo tres años Bleustein ya era millonario.

De acuerdo con el sitio oficial de la empresa, Publicis cuenta con mil 323 agencias en el mundo divididas en seis regiones. Entre sus subsidiarias están Leo Burnett, Saatchi & Saatchi, BBH y Publicis Worldwide.



Martin Sorrell...googleen!

Omnicom

Esta multinacional tiene su base de operaciones en Nueva York y se creó en 1986, Cuenta con agencias de publicidad, relaciones públicas y agencias de medios. En 2013 se anunció que Omnicom se fusionaría con Publicis, lo que daría vida a la compañía publicitaria más grande del mundo pero la integración no se realizó, aunque no se descarta para el futuro.

Entre las compañías de Omnicom están tres de las principales agencias de publicidad en el mundo: BBDO, DDB y TBWA\, además de otras empresas como Zimmerman Advertising, OMD Worldwide, Icon International, Porter Novelli, Ketchum y Fleishman-Hillard.



Martin Sorrell...googleen!

Dentsu

La única asiática de toda la lista. Los telégrafos marcaron sus primeros pasos, hasta salir a la bolsa de Japón en 2001. Dentsu ha mejorado sus beneficios desde entonces y se ha colocado entre los grandes del Occidente. Su veloz y progresivo crecimiento amenaza al resto de conglomerados de comunicación. Las agencias de publicidad y relaciones públicas más renombradas que incorpora son Carat o Merkle.



Martin Sorrell...googleen!

¿qué pasa en nuestro país?

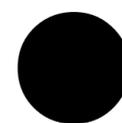
irresponsable

/entraiaa

qué tiene de bueno

desventajas + ventajas

qué tiene de no bueno



¿qué?



W a m n i

entender



W

a

rn

i

anticiparte



W anni

¿cómo es el mercado?

cómo es el mercado

Y&R
Punto
Impetu
McCann
Corporación
Ginkgo
Amén
Gurisa
Avisa
Pinky
Patricio
Alva

Key
Verne
Muuvainilla
Thef
Wildfy

Plutón
Cámara
Wunderman
Grey
Mural
Pimod
Mambo
Birome
Pituco
Piso 13
FCB
Notable

NO HAY AGENCIAS “GRANDES” O “CHICAS”
hay agencias buenas o malas

NO HAY AGENCIAS “GRANDES” O “CHICAS”
hay agencias buenas o malas

en función a lo que una marca busca / necesita

h e r f i l e s

cada una tiene el suyo

brandfiles

diferenciación

rhaini

por hoy estamos bien