



PUBLICIDAD

El video online busca instalarse como herramienta efectiva para las marcas

Tres emprendedores crearon Spotlike, una plataforma que conecta empresas e influenciadores.

FOTO



Equipo. Sanquineti, Ovalle y Petcho están al frente del emprendimiento. (Gentileza Spotlike)



Vota por esta noticia:

09 sep 2016

★★★★★ 0 votos

Me gusta 0

TEMAS

publicidad - youtubers - Spotlike - consumo de video online

Los contenidos de humor, noticias y tutoriales lideran en el mundo (y en Uruguay también) las preferencias de los usuarios que ven videos en redes sociales, lo que hace de ese formato un instrumento poderoso de comunicación para las marcas.

Frente a ello, tres emprendedores locales crearon Spotlike, una plataforma especializada en medición de audiencia y analítica de video online en redes sociales. La startup conecta anunciantes y agencias de publicidad con influenciadores (creadores de contenidos en social media) para generar acciones publicitarias.

El servicio permite a las empresas posicionarse ante su público objetivo (caracterizado por la visualización de videos), mientras que para los influencers la plataforma representa una vidriera donde mostrar su trabajo a las marcas y una posibilidad de monetizar sus contenidos. A la vez, Spotlike funciona como una herramienta de análisis del consumo de video, lo que permite a marcas e influenciadores entender el comportamiento de ese público creciente, comentaron Bruno Petcho, Nicolás Ovalle y Marcelo Sanguinetti, cocreadores de la startup. Adicionalmente, la plataforma actúa como un espacio para que los influenciadores se conozcan y creen contenidos de manera colectiva, agregaron.

El funcionamiento de Spotlike gira en torno a un «robot» capaz de relevar, segmentar y generar —de modo automático— una lista de influenciadores en función de los atributos que el cliente (la marca o la agencia) requiera.

A diferencia de plataformas similares que operan en otros mercados, Spotlike no busca reclutar celebridades, sino influenciadores «bajo el radar» pero que destacan por lograr un alto engagement entre sus seguidores.

La plataforma se apoya no solo en su software, sino también en la comprensión del mercado. La startup realizó un estudio junto a la consultora Grupo Radar, que dimensiona el crecimiento del consumo de video en Uruguay.

Sobre el alcance, el estudio (que abarcó a personas de entre 12 y 65 años) reveló que el 96% de los usuarios de Internet miró videos online en la última semana.

A nivel de redes, Youtube es la predilecta de los consumidores de video (95%), seguida por Facebook (79%), Instagram (24%) y Snapchat (8%). Mientras que las dos últimas cautivan al público más juvenil, Youtube y Facebook atraen a las franjas etarias más altas.

Si se excluyen los clips musicales, los contenidos de humor son los más vistos por los usuarios. El 61% de los encuestados mira videos con esa temática, el 49% opta por las noticias y el 39% por los tutoriales.

El estudio reveló además que para los consumidores de video online el tipo de publicidad que les resulta menos molesta es la presencia de productos y marcas en el propio video. Ese dato reforzó la estrategia de la plataforma, que abarca acciones de product placement y branded content ya «que no interrumpen el contenido, sino que forman parte de la narración», aclaró Ovalle.

Spotlike dará a conocer el resto de la investigación y hará su presentación en sociedad el próximo miércoles en el Auditorio de la Facultad de Comunicación y Diseño de la Universidad ORT. Los emprendedores apuestan a consolidar el proyecto en Uruguay para luego expandirse al exterior.

NOTICIAS DE HOY



ESPAÑA
Apronten las gargantas: volvió el tridente



ESTADOS UNIDOS
Una mujer se casó con su hija, 8 años después de hacerlo con su hijo



VELOZ MARCHA ATRÁS
Cae el gerente general de Alur nombrado por Sendic



OINCS - EL PAÍS
El tránsito en Montevideo

tvshow

EMOCIÓN

REGRESO

Eunice Castro volvió a la tv argentina

EN @PEATONALTV

SHOWMATCH

La verdad sobre la renuncia de Agustín Casanova y Fer Vázquez

MIRA EL VIDEO

Cantante de cumbia cheta perdió dientes jugando al rugby

OVACIÓN DIARIO DEPORTIVO

NACIONAL SEBASTIÁN FERNÁNDEZ

Por afuera, de punta o enlace juega un papel importante

PERANOS

Yefferson Quintana va desde el arranque ante Wanderers

SELECCIÓN URUGUAYA

Habrá un cambio en el fondo: Contes por "Josema"

COMENTARIOS

Comentarios (0)



Iniciar Sesión para comentar

¿Olvidó su contraseña?

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte.

Si no estas registrado todavía, puedes hacerlo ingresando a [Registro de Usuarios](#)

No recuerdas tu contraseña? puedes acceder a [Registro de Usuarios](#) y solicitar que te la enviemos a tu email como recordatorio.

OPINIONES

EDITORIAL DE HOY

El mundo del revés

Se ha recaudado en forma implacable bajo un modelo capitalista, y se ha gastado de manera indisciplinada bajo una visión socialista que profundiza cada vez más la brecha social.

Hernán Bonilla

Nuevos datos, mismo escenario

Leonardo Guzmán

Wimpi y el tipo de hoy



ÚLTIMO MOMENTO

Últimas noticias

Apronten las gargantas: volvió el tridente
Barcelona vuelve a contar con sus tres delanteros luego de tres meses.
09:04

Una mujer se casó con su hija, 8 años después de hacerlo con su hijo
Madre e hija fueron acusadas de incesto en el estado de Oklahoma y se enfrentan a una condena de 10 años.
08:50

Cae el gerente general de Alur nombrado por Sendic
Ancap anuló el convenio de su subsidiaria que incluía ajustes bimstrales.

GALLITO

Automotores

Inmuebles



Trabajo

Clasificados

EDICION IMPRESA

EL PAÍS

Más casos de empleados del astorismo "en negro"

CLUB EL PAÍS

EL PAÍS
9 de Septiembre de 2016

Descargar PDF