



LA CORRESPONDANCE

Innovación, tendencias y tecnología



¡Bienvenid@ a la Píldora mensual! de Havas Media

01
ACTUALIDAD

ESTUDIO DE INFLUENCERS
HINFLUENCE 2021

02
DÍA A DÍA

PRIVACY SANDBOX:
NUEVO CALENDARIO
COOKIELESS

03
INSPIRACIÓN

LA TECNOLOGÍA PARA
PULSAR UN BOTÓN SIN
CONTACTO

01 Actualidad

El objetivo del estudio consiste en ofrecer un insight exclusivo y de valor que complete los parámetros que deben intervenir en el diseño de una campaña de influence marketing.

La muestra del estudio se ha centrado en los públicos: Generación Alpha, Generación Z y Millenials.

- Se acaba de publicar en España el **Estudio de Influencers 2021** por el departamento de especialistas de **HAVAS H-INFLUENCE**.
- A pesar de la creciente variedad de formatos en redes sociales, **todos los formatos que los influencers usan para las prescripciones publicitarias son valorados de forma positiva** por más de 6 de cada 10 usuarios de todas las generaciones.
- En cuanto a los formatos, **todas las generaciones coinciden en otorgar una buena valoración al carrusel en Instagram, IGTV y los vídeos en YouTube**. Estos formatos permiten un desarrollo más extenso del contenido, son audiovisuales y están muy asentados en el mercado publicitario.
- Destaca la **capacidad del vídeo de YouTube para despertar un alto interés de compra entre la generación Alpha**. A pesar del tirón creciente de TikTok, los más pequeños siguen consumiendo y creyendo firmemente en YouTube, donde más oferta de contenido encuentran.
- El **vídeo de Instagram TV** recibe no solo una buena valoración global sino que **también destaca en intención de compra, especialmente en las generaciones Alpha y Millenial**.
- **TikTok es una plataforma de gran notoriedad pero todavía con cierto grado de inmadurez** respecto a la credibilidad y confianza que le otorgan por una parte los menores y por otra los senior.
- **Los influencers mejor valorados son de las categorías coaching, mascotas y comida**. ofrecen información y consejos muy válidos para el día a día de capas muy transversales de la audiencia, menos aspiracionales y más prácticos
- **Los influencers más creíbles pertenecen a hogar, decoración & bricolaje y a Ecología y veganismo**. Son categorías que exigen un dominio de información cualitativa. En muchos casos los influencers han probado previamente el producto. Son *feeds* muy cuidados con muchas soluciones creativas de la categoría.

CATEGORÍAS DESTACADAS:

- Gaming, humor y moda: estables en su liderazgo. Sin embargo, no son las categorías mejor valoradas. Categorías más adecuadas para campañas de alcance o notoriedad.

- Comida, hogar y hábitos saludables: categorías mejor valoradas como creíbles y útiles, sin embargo, no son de las más seguidas. Idóneas para campañas de consideración.

PRIVACY SANDBOX: NUEVO CALENDARIO COOKIELESS

02 Día a día

Google acaba de anunciar una actualización del calendario para la eliminación de Third-party data en Chrome.

El proyecto PRIVACY SANDBOX se retrasa a finales de 2022.



ACTUALIZACIÓN CALENDARIO

- Google ha pospuesto a finales de 2022 la eliminación de las *cookies* de tercera parte en su navegador Chrome.
- Entienden que el proyecto sigue evolucionando, pero que se necesita más tiempo para desarrollar bien *PRIVACY SANDBOX* en la industria digital.

ESTÁNDARES ABIERTOS

- Google plantea la necesidad de trabajar conjuntamente para desarrollar una serie de estándares abiertos para fortalecer la privacidad en la web, dando a los usuarios **más transparencia** y mayor control sobre cómo está siendo utilizados sus datos.
- Cada propuesta pasará por un riguroso proceso de desarrollo público incluyendo periodos de test.

INICIATIVA PRIVACY SANDBOX

- La iniciativa pretende crear diferentes **tecnologías** para la web que, por un lado, **protejan la privacidad de los usuarios** y, por otro, **ofrezcan a empresas y desarrolladores herramientas para construir modelos de negocio digitales** que mantengan la web abierta y accesible par todos.

FASES

- **Fase 1 (empezando a finales de 2022):** una vez que se completen las pruebas y sean lanzadas las APIs en Chrome, anunciarán el inicio de la fase 1. En esta fase, la industria de *publishers* y anunciantes, tendrá tiempo para migrar sus servicios.
- **Fase 2 (empezado a mediados de 2023):** Chrome eliminará las *cookies* de tercera parte durante un periodo de 3 meses terminando a finales de 2023.



- **Más información:** <https://blog.google/products/chrome/updated-timeline-privacy-sandbox-milestones/>

LA TECNOLOGÍA PARA PULSAR UN BOTÓN SIN CONTACTO

03 Inspiración

HEADLINES

KINETIC TOUCHLESS 2.0.
Una nueva tecnología que
permite pulsar un botón
físico mecánico sin
contacto.



<https://thetartle.tumblr.com/post/646643819373264896>



LA CORRESPONDANCE

Innovación, tendencias y tecnología