

KEY MESSAGES

- 1. Los influencers son un mercado al alza impulsado por la tecnología**
 - 2. Vivimos la era dorada de la personalización del contenido. Con VIDDOLS pasamos de la distribución individualizada a la producción bajo demanda.**
 - 3. Viddols es un servicio de vídeo con el que los ídolos crean mensajes personalizados para sus fans.**
-

DETAILED KEY MESSAGES

- 1. Los influencers son un mercado al alza impulsado por la tecnología**
 - a. Son referencia para los usuarios
 - Los influencers y celebrities son una guía de lifestyle para el 50% de la población mundial.
 - Las nuevas generaciones buscan crear situaciones con las que poder mostrar su imagen personal y compartirla en las redes sociales. El objetivo de estas acciones es conseguir el reconocimiento de su audiencia generando de esta manera una posible influencia y aceptación social.
 - Los perfiles de influencers o personas de alto reconocimiento tienen la capacidad de llegar a audiencias amplias y con un alto grado de fidelidad. Esto permite a las marcas visibilizar espacios, productos y servicios para ampliar su relevancia en las comunidades de followers.
 - La influencia se basa precisamente en el grado de confianza que alguien es capaz de generar entre una determinada audiencia.
 - Hoy en día los usuarios escuchan más la voz de las personas que la voz de las marcas. Si seguimos el consejo de familiares, amigos y conocidos ¿por qué no lo íbamos hacer de nuestros ídolos favoritos?

- Según Forbes, el 85% de los usuarios confían más en los contenidos generados por otras personas que en los generados por las marcas
- El grupo más grande de influencers son los micro-influencers que tienen entre 5K y 20K seguidores. Representan el 50,5% de todos los influencers.
- La relevancia obtenida puede ampliarse, perdurar y crecer gracias a las audiencias sociales que mantienen el interés por una figura.

b. Los influencers son más interesantes para las marcas que los famosos

- Los influencers son los nuevos líderes de opinión. Crecen impulsados por las inversiones de las marcas. Los usuarios confían en sus recomendaciones y les imitan: es el boom de los influencers.
- A través del marketing de influencers, las marcas crean espacios ad hoc con productos y servicios atractivos para captar nuevas audiencias.
- En los últimos 3 años, las marcas han incrementado notablemente sus presupuestos de branding en marketing de influencers.
 - o Un 46,8% retribuye a los influencers con cantidades económicas por publicación.
 - o Un 22,6% les remunera económicamente por packs de publicaciones prolongadas en el tiempo.
 - o El 16,1% retribuye mediante la entrega de muestra de productos.
- El marketing de influencers es rentable para las marcas: La cantidad de marcas que utilizan el marketing de influencers ha aumentado durante el último año y más del 75% de los especialistas en marketing utilizan influencers como herramienta de venta.¹

¹ <https://hypeauditor.com/blog/state-2020/>

- En 2019 las empresas invirtieron en España 35M€ en campañas con influencers, un 400% más que en 2018.
- El 56,5% de las marcas españolas encarga a agencias especializadas sus campañas con influencers. ²
- Los famosos no son interesantes para las marcas si no tienen una comunidad fiel de seguidores sobre los que influir.

c. Las redes sociales, plataformas clave para la consolidación de los influencers y famosos.

- Las redes sociales no solo crean estrellas, sino que también les ayudan a mantener su fama por más tiempo.
- Permiten a la masa acceder a figuras con relevancia social y compartir momentos con ellos.
 - Las redes sociales se han convertido en canal de acceso al mundo exterior, al que, sin este tipo de plataformas, no podríamos observar y conocer tan de cerca.
 - El acercamiento es una de las cualidades más destacadas que nos ofrecen.
 - Los usuarios son capaces de conocer de forma constante la vida de personas populares con las que no pueden tener un contacto directo.
- Son una fuente de inspiración para reafirmar y potenciar nuestros gustos:
 - Las personas más influyentes del panorama actual usan las redes sociales como una herramienta esencial para mostrar sus vidas y enseñar diferentes formas de desarrollar hábitos y tips a nivel global.
- Instagram (2010) cuenta con más de más de 1.000M de usuarios activos mensuales (MAU) y su

² (Marketing_de_Influencers_en_España_2018).

facturación representa casi el 20% de los ingresos de Facebook Inc. en 2020.

- TikTok está valorada en 75 Billones de dólares. Desde 2016, más de 2.000M de personas han descargado la aplicación y actualmente cuenta con 500M MAU.

2. Vivimos la era dorada de la personalización del contenido. Con VIDDOLS pasamos de la distribución individualizada a la producción bajo demanda ("made-to-order").

- La personalización de contenido es una práctica real que abre infinitas oportunidades en la industria digital.
- La tecnología nos permite ofrecer a cada usuario un catálogo individualizado de contenidos, anuncios y servicios.
 - o Las plataformas OTTs son un claro ejemplo de cómo se puede ofrecer a cada usuario recomendaciones basadas en sus intereses.
 - o La publicidad segmentada es una realidad rentable que se ha integrado en el entorno digital para ofrecer una distribución individualizada.
- Existe una nueva manera de ofrecer servicios mediante la producción bajo demanda de un usuario.
 - o Se basa en un modelo que produce únicamente lo que el usuario solicita.
 - o La característica principal de este tipo de modelo de negocio frente a la distribución individualizada es el grado de personalización durante el proceso para ofrecer un producto único e inimitable.
 - o En contraposición, la distribución individualizada opera dentro del mismo proceso para una cantidad de usuarios que normalmente tienen intereses comunes.
 - o La producción a la carta es una tendencia nueva para usuarios y creadores de contenido.

3. Viddols es un servicio de vídeo donde los ídolos crean mensajes personalizados para sus fans.

- a. La tecnología permite desarrollar modelos de negocio innovadores basados en la personalización de contenido inimitable.
- b. Viddols tiene como objetivo convertir la fama en una importante fuente de ingresos.
- c. Viddols acerca más que nunca los fans a sus ídolos, ya sean recientes o pasados:
 - Los famosos pueden utilizar su marca personal para dirigir a sus usuarios mensajes personalizados y obtener ingresos con ello.
 - Viddols es una nueva manera de explotar la popularidad. Telecoming desarrolla un canal exclusivo de comunicación entre los famosos y sus fans.
 - Los influencers que participan en Viddols generan ingresos por la grabación de mensajes personalizados en videos cortos.
 - Ayuda a las personas famosas a monetizar su relevancia aunque ya no sean el centro de atención en otros medios de comunicación.
- d. Viddols pasa de la personalización en distribución a la personalización en la producción.
 - No se trata de producir videos y distribuirlos de forma segmentada (por muy afinada que sea esa segmentación), sino de crearlos bajo demanda para un usuario concreto.
 - Las producciones son únicas para cada usuario.

ABOUT THE SERVICE

Viddols es un servicio de videos personalizados de famosos con mensajes para sus fans. La plataforma comercializa piezas grabadas de forma informal y creadas bajo demanda.

El servicio ha sido desarrollado por Telecoming, compañía especializada en tecnología de monetización, y ofrece a influencers y celebrities una

nueva manera de generar ingresos a través de la creación de contenidos personalizados para un fan.