

C!Print volvió a reunir al mercado de la impresión digital en Madrid

C!Print, el salón nacional que muestra las posibilidades de la impresión digital a interioristas, decoradores, arquitectos, agencias de comunicación, retail y marketing, se celebró en Madrid del 26 al 28 de septiembre, cerrando sus puertas con 11.901 visitantes, una cifra de asistentes que se mantiene estable con una visión enfocada de forma transversal.

El salón ha contado con más de 270 expositores, 80 de ellos nuevos, y se consolida como el encuentro de referencia en el sector de la impresión digital. Esta edición, además, ha puesto de relieve la importancia de la impresión digital en sectores como la decoración y el retail, ya que les facilita numerosas posibilidades de creatividad, personalización y ahorro.

Expositores como HP, Epson, Canon, Mutoh, Roland, Fujifilm, Antalis, Hexis, Estudios Durero, Emiliano Martín, Polyprint, Regatta Profesional o Mímaki, y proveedores de servicios han confluído con interioristas, decoradores, arquitectos y agencias de comunicación y marketing para mostrar las ventajas de la impresión digital y mostrar sus lanzamientos y novedades, como los últimos avances tecnológicos que permiten realizar tiradas cortas y personalizadas, reducir costes y afrontar las demandas más variadas de cualquier sector.

Otra de las tendencias de este año ha sido la incorporación de las tintas ecológicas y de máxima seguridad. En el campo de la decoración, C!Print ha plasmado el uso de tintas que no desprenden productos tóxicos o tintas para textil que evitan las alergias. Todo ello, asegurando un perfecto resultado final.



Smartclip crea los Premios Vértice a las mejores estrategias multimedia

La red de branding y vídeo multipantalla Smartclip (Atresmedia) ha creado los Premios Vértice que reconocen las mejores campañas publicitarias audiovisuales multimedia. De periodicidad anual, los premios correspondientes a la primera edición se entregarán en febrero de 2018.

El objetivo de los nuevos premios es poner en valor acciones de comunicación completas que comprendan el consumo multidispositivo de los usuarios. Para ello se han establecido cuatro criterios de evaluación, con el mismo peso en la decisión final: multimedia, multipantalla multiformato e innovación y creatividad.

Los premios se dividen en diez categorías: Automoción, Tecnología y Teleco, Entretenimiento y Cultura, Finanzas y Seguros, Moda y Belleza, Alimentación y Bebidas, Viajes, Distribución y Restauración, Energéticas, y Hogar y salud. En cada una de ellas se elegirá un ganador y tres finalistas.

Además de estos premios se otorgarán dos reconocimientos especiales a la mejor estrategia y al profesional de referencia e impulsor en innovación y transformación digital.

AMC Networks International Iberia lanza una unidad de branded content transmedia

La productora de canales de televisión AMC Networks International Iberia ha creado la unidad de negocio CBrand, especializada en la producción y distribución de branded content transmedia. La responsable de CBrand es María Rodríguez, directora comercial de la compañía.

La nueva unidad CBrand crea los contenidos bajo diferentes modelos de producción: delegada, coproducción y producción, y los distribuye no solo en la televisión sino también entre los más de tres millones de usuarios de sus páginas, redes sociales y aplicaciones móviles, así como entre el medio millón de socios de los clubes de fidelización de cada canal.

En España AMC Networks International Iberia produce y distribuye 15 canales temáticos de diferentes géneros entre los que se encuentran AMC, Canal Hollywood, Canal Cocina, Historia o Sundance TV.

Supperstudio, multipremiada en los Pentawards

Por cuarto año consecutivo, los diseños de Supperstudio fueron premiados por el jurado de los Pentawards. En la gala celebrada en Barcelona el 23 de septiembre, el diseño de las trufas de Chocolocuras,



el de leche Pascual Sin Lactosa, el diseño de los cafés origen de Eroski Seleqtia y el de los té con algas de la marca de souvenirs gastronómicos Young and Beautiful fueron reconocidos con un oro y tres premios de plata, respectivamente.

Paco Adín, director creativo de Supperstudio, ha declarado: "Ver nuestros diseños seleccionados un año más entre los mejores del mundo en categorías tan diferentes nos hace sentirnos muy satisfechos con nuestro trabajo y nos obliga a seguir trabajando con el mismo nivel creativo. La calidad de los trabajos presentados es muy buena y que el jurado se fije en nosotros, además de hacernos sentir muy felices, pone de manifiesto junto a la calidad de otros trabajos premiados el buen hacer y el nivel de trabajo en España".

¿En qué invierto mi presupuesto de marketing digital en 2018?

Este último trimestre es decisivo en la planificación de la estrategia de marketing del próximo año y conviene identificar aquellas áreas en las que invertir recursos y presupuesto. Al margen de continuar con las acciones habituales en SEO, SEM, Medios o Social Media, entre otras, es importante tener claro qué áreas tendrán gran calado en 2018.

La primera de ellas tiene que ver con móvil y omnicanalidad. En plena cultura *mobile* —en la que el usuario vive permanentemente conectado— el concepto de móvil *on-the-go* cobra fuerza, sobre todo como asistente de compras online.

El data debe ser la gran apuesta en 2018: enriquecer con datos de terceros la información de navegación que ya posees te ayudará a construir tu plataforma DMP.

Si llevas a cabo campañas de performance marketing, evalúa invertir dinero y recursos en CRO, con el objetivo de optimizarlas al máximo y obtener mayor rendimiento. La analítica también es un campo importante. No basta con disponer de una herramienta, es necesario parametrizarla en función de lo que deseas medir u obtener.

Los *influencers* siguen ganando valor entre las marcas como prescriptores en redes sociales. Si tu marca es apta para una estrategia de *influencer marketing*, plantéate lanzar una campaña con los adecuados.

No está de más que destines una pequeña parte de tus recursos a indagar en terrenos de gran potencial futuro —como la inteligencia artificial aplicada al análisis de datos y al marketing predictivo— y que no pierdas de vista tendencias como *visual web*, *visual* y *voice search* o audio online. Estar a la vanguardia sólo te dará buenos resultados.



GONZALO IBÁÑEZ
CEO DE KANLI