

Darwin Social Noise empieza a trabajar para Cinco Jotas

La firma Cinco Jotas, marca del grupo Osborne dedicada a la elaboración y distribución de jamones de bellota cien por cien ibéricos, ha confiado a Darwin Social Noise el desarrollo de su estrategia en redes sociales, tras un proceso de selección en el que compitieron varias agencias.



Nova Life, nuevo portal temático de Atresmedia dedicado a la mujer

Nova Life es el nuevo portal temático de Atresmedia dirigido a la mujer. Según sus creadores, el site se dirige a una mujer independiente, crítica, resolutiva, que quiere la igualdad, preocupada por su salud y su sexualidad, y que cuida su aspecto pero sin obsesionarse... Con este lanzamiento, Atresmedia refuerza su oferta de webs temáticas.

Convocados los Premios Liderpack 2018 de packaging y PLV

Ya está abierta la convocatoria de los Premios Liderpack 2018 que organizan Graphispack Asociación y el salón Hispack de Fira de Barcelona. Cada año, estos galardones reconocen el packaging más innovador fabricado en España, además de las mejores soluciones de publicidad en el lugar de venta (PLV). El plazo de inscripción finaliza el 14 de septiembre.

El consumo de TV cayó en junio pese al Mundial

El efecto Mundial no pudo evitar que el consumo de televisión cayera tres minutos el pasado mes de junio respecto al de mayo. Comparando con el mismo periodo del año anterior, los espectadores españoles redujeron cuatro minutos su tiempo frente al televisor.

Phone House adjudica su cuenta de medios a UM

Phone House ha adjudicado su cuenta de medios a la agencia de medios UM, que se encargará de gestionar su inversión publicitaria en España. La adjudicación se produjo tras un concurso. UM trabajará en colaboración con Conversion, agencia actual de performance digital de Phone House España.



La red de agencias publicitarias creativas de **Publicis Communications España** ha nombrado a **Miriam Aguirre de Cárcer** chief talent officer. Aguirre de Cárcer será la responsable de identificar, atraer y fidelizar el talento, así como de transmitir los valores, diseñar estrategias y generar actividades de formación.



Daniel Borrás ha sido promocionado al cargo de director de **GQ España**, cabecera del grupo editorial multimedia Condé Nast, desde el puesto de redactor jefe de moda de *Vogue*, que ocupaba desde 2015. Licenciado en periodismo por la Universidad Cardenal Herrera CEU de Valencia, Borrás comenzó su carrera en *El Mundo*.



Óscar Orellana ha sido nombrado director general de **Wunderman España**, agencia digital que forma parte del grupo WPP. Orellana cuenta con una larga trayectoria dentro de la compañía, en la que empezó en 1999 como director de cuentas y de cuyo equipo directivo pasó a formar parte en 2002.

Leer más en ipmark.com

Beon Worldwide adquiere la agencia creativa Avantine

El grupo de comunicación Beon Worldwide ha reforzado su posicionamiento con la adquisición de la agencia sevillana Avantine.

Con esta adquisición, Beon refuerza su división de comunicación, área que engloba los servicios de creatividad y comunicación.

Tras veinte años de historia en el mercado andaluz, Avantine está especializada en la prestación de servicios creativos. Cuenta con una plantilla de 52 empleados y con una cartera de clientes entre los que figuran compañías como Mercedes, Estrella Galicia, Porsche, Eurocar, entre otras. Miguel Mora, CEO de Avantine, pasará a ser el director de la división Beon Comunicación.

Se trata de la segunda adquisición que el grupo Beon Worldwide realiza en un periodo inferior a dos años, después de haber comprado Sørensen, agencia de eventos y publicidad con sedes en Barcelona y Madrid.

En la actualidad, Beon Worldwide cuenta con cinco divisiones, en las que trabajan más de 400 profesionales: Beon Events, agencia de eventos; Beon Communication, que incluye publicidad, marketing, servicios de comunicación y relaciones públicas; Beon Production, que alberga todas las necesidades de producción, imagen, sonido, producción audiovisual, decoración, interiorismo, mobiliario e impresión; Beon Entertainment, animación y espectáculos; y Beon Technology, desarrollo de software y de hardware.

Marketing conversacional y asistentes virtuales para unificar la estrategia digital

La última novedad de Google Assistant nos ha dejado boquiabiertos: Google Duplex es capaz de realizar llamadas telefónicas en nombre del usuario. En su presentación, se mostró al asistente pidiendo cita en una peluquería —tras la orden de un usuario— con una increíble precisión. Este sistema conversacional se debe a una Red Neuronal Recurrente, entrenada con conversaciones telefónicas anónimas.

La inteligencia artificial está entrando en nuestras vidas casi sin que nos demos cuenta. Asistentes virtuales como Siri, Alexa o el propio Assistant luchan por entender con total precisión al usuario y darle una respuesta certera. En este escenario es donde el marketing conversacional cobra una gran importancia: los asistentes se convierten en intermediarios entre consumidor y empresa.

El marketing conversacional se desarrolla en tiempo real y en base a las necesidades expresadas directamente por el usuario. Así, los *smart speakers* jugarán un papel fundamental en la unificación de la estrategia digital. Las búsquedas de voz realizadas con el objetivo de encontrar recomendaciones en el marco de un proceso de compra ganarán terreno según la tecnología se haga más precisa y se normalice el uso de asistentes domésticos como Amazon Echo o Google Home.

Está claro que los e-commerce tienen una gran oportunidad. Los *etailers* deben atender a un escenario donde las palabras clave seguirán siendo importantes, pero la semántica y el dominio conversacional marcarán la diferencia. No olvidemos que el objetivo no será ya estar entre los primeros puestos del ranking, sino conseguir el trofeo de "resultado único".



JONATHAN LIEGE
GENERAL MANAGER DE KANLLI