

P

Nacimiento de un fenomeno

~ De 0 a 3.000 millones en 5 años~





48 horas de video por minuto
~ Ratio de subida de video a YouTube ~



**En 2 meses, You Tube acumula más contenido que si
ABC, NBC & CBS hubieran estado emitiendo nuevo
contenido 24 horas al día desde 1948...**



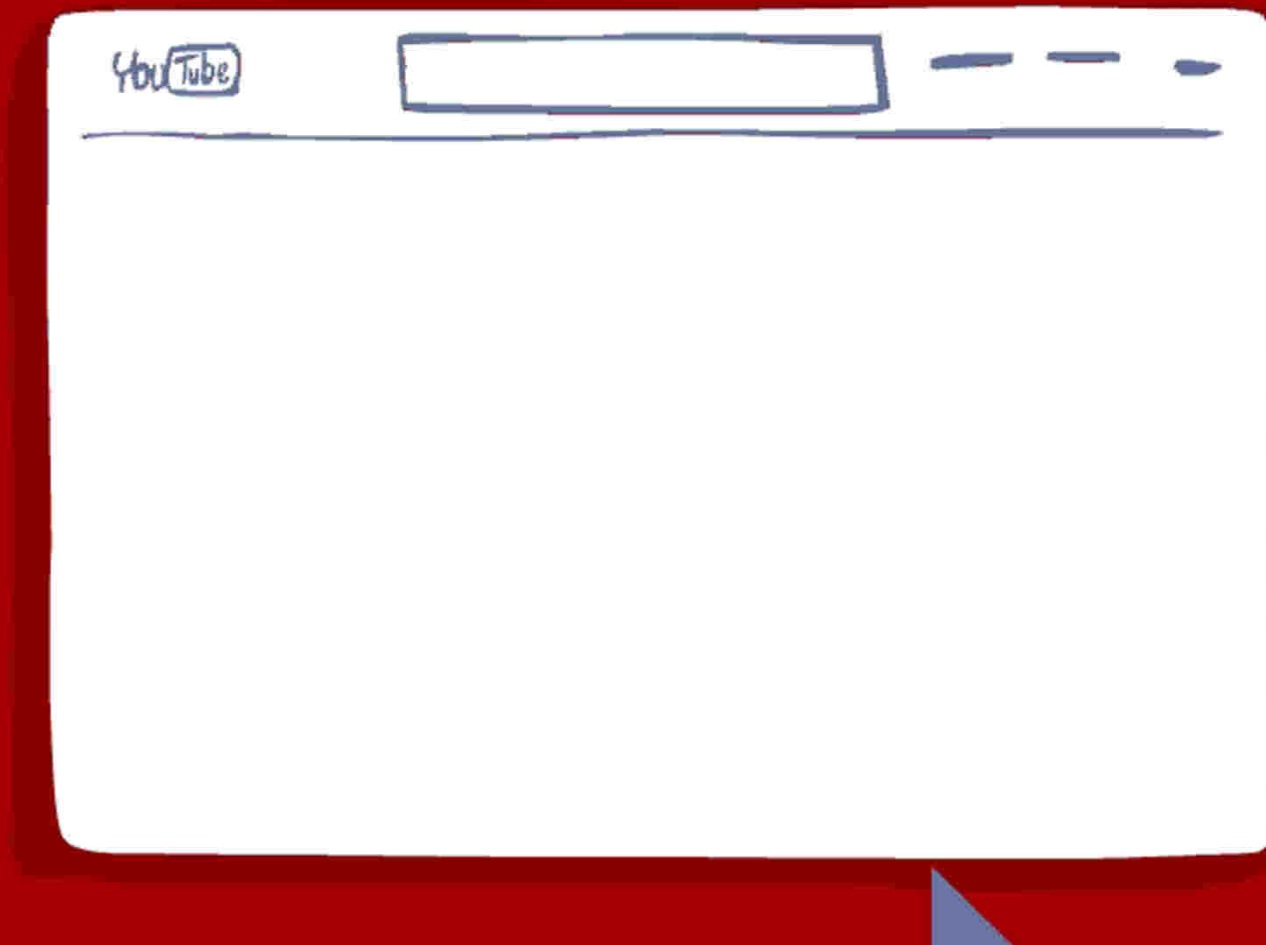
Mas de 450 millones globalmente

~ Ven videos cada dia ~

En España, 15 MM al mes usan You Tube



La 1ra plataforma de ocio y el 2do mayor Buscador del mundo



Consumidores de todo tipo

~ Alcanzando a personas muy distintas ~



En España:

55% Hombre ~ 45% Mujer

Edades: 30+: 50%

Cobertura mensual en 15-24: 70%

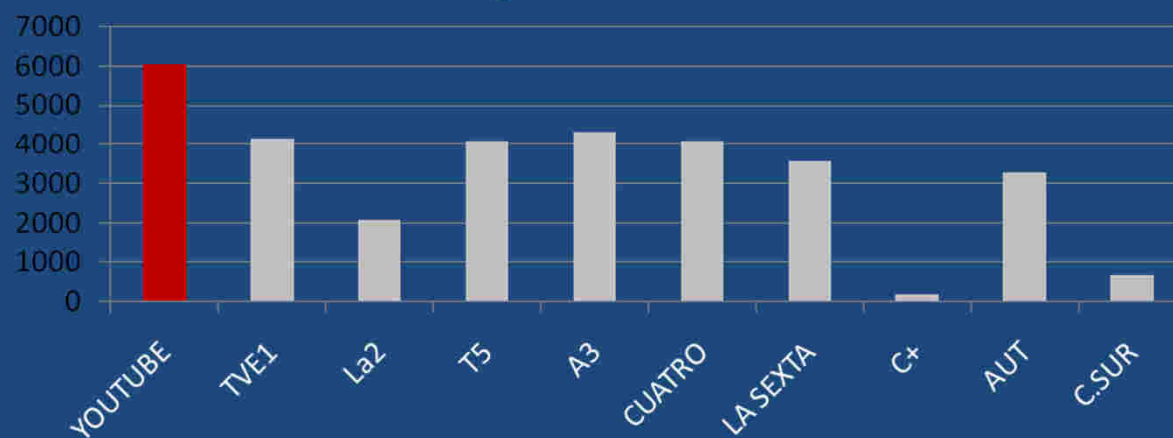
España: Alta cobertura en todos los targets

Mayor que Tele 5 en 16 34

Total Audiencia



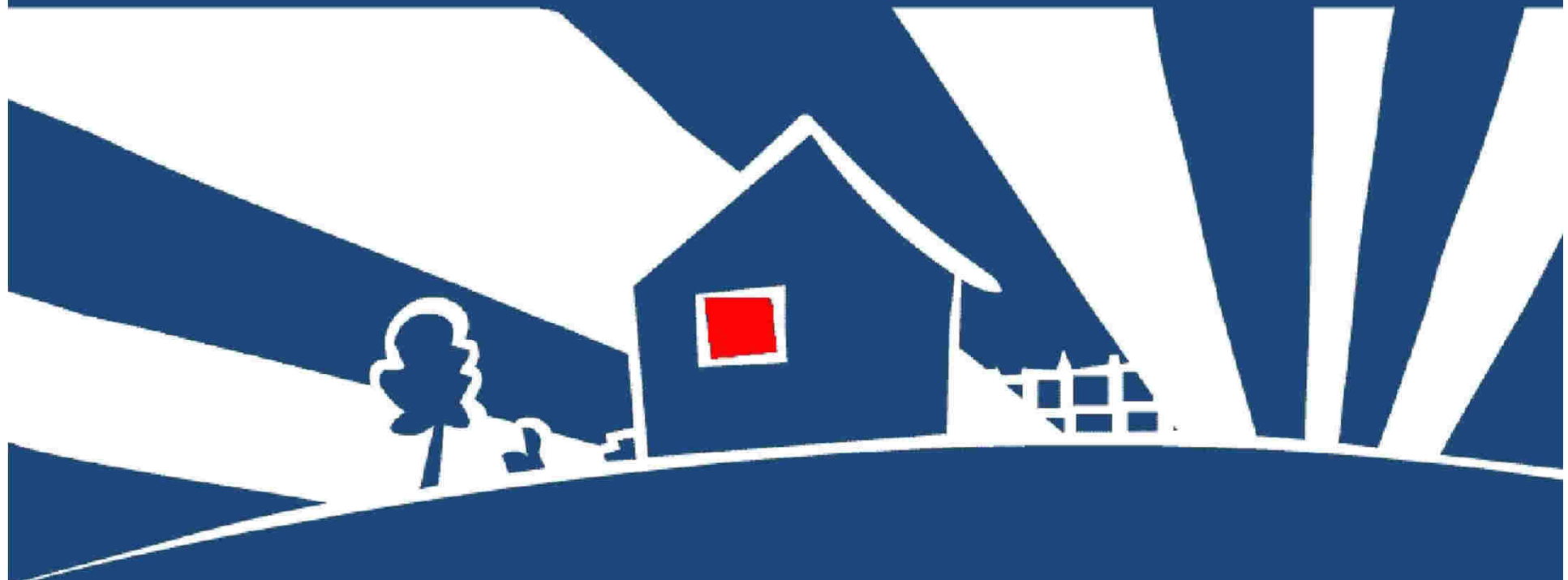
Target 16-34



Fuente: TNS. Audiencia Acumulada TV. Nielsen NetView Usuarios Únicos – Septl 2010

Base YouTube: Total usuarios internet
Base Canales: TV light users

Video is a third of web traffic



By 2013 it will be 90%

Source: Cisco

Gente que “emite” contenido cada día

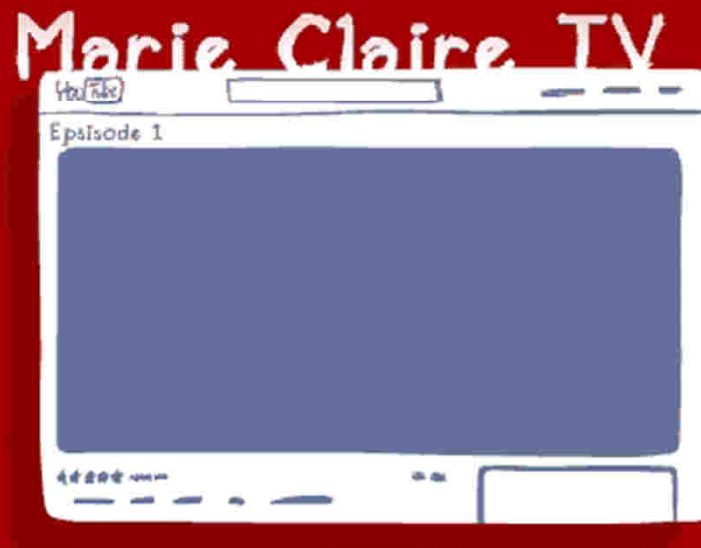
~ Contenido de usuarios y partners
que ofrece mucha diversidad ~



people



La gente busca contenido de calidad
~ 17 de 20 videos mas visionados son de partners ~





Una audiencia muy exclusiva
~ El 40% solo visiona videos de Youtube ~



**Casi un 25% de los videos de YouTube
son visionados fuera del site**

La palabra clave es “compartir”^{YouTube}
“Siembra”, promociona y la comunidad hará el resto



Por eso los videos de YouTube son ya el centro de muchas conversaciones en redes sociales

Por ejemplo, mas de 50% de todos los usuarios de Facebook tambien visitan YouTube en un mes





**Un medio que engancha fuerte
a atención en YouTube es 1.5 veces mas alta que en T**



**De hecho, hemos descubierto que la “conexion”
con los anuncios puede ser amplificado hasta**



**El consumo de YouTube se distribuye
de forma mas uniforme a lo largo del dia que la TV**



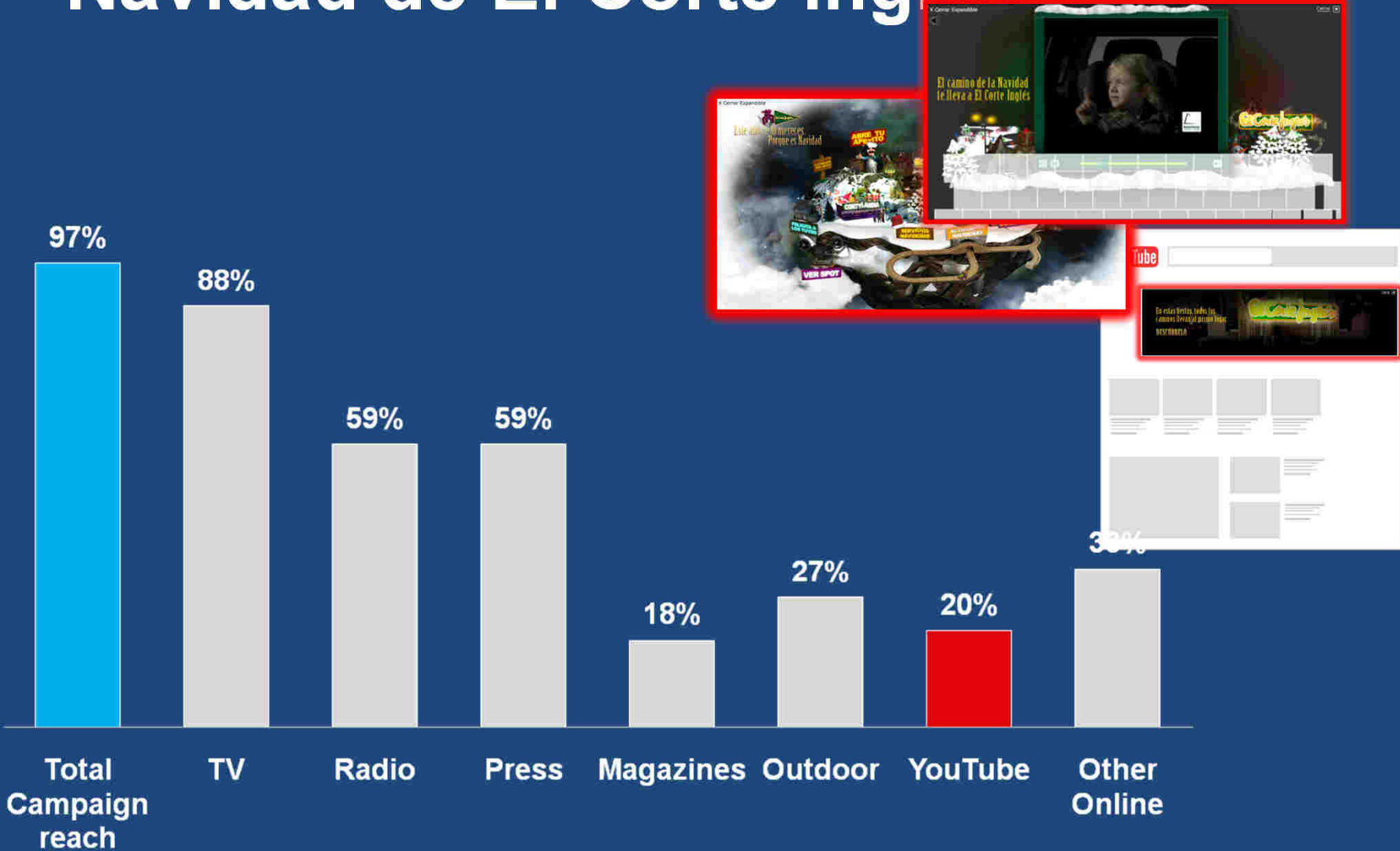


La palabra clave es “compartir”
embra, promociona y deja que la comunidad haga el re

Estudios de efectividad Cross-media con:

The logo for El Corte Inglés, featuring the brand name in a green, stylized, cursive font on a white rectangular background.

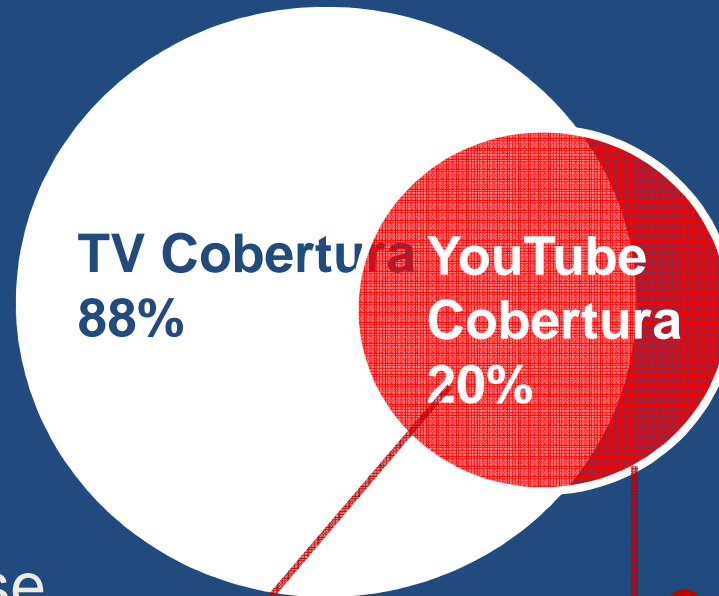
Una campaña hipermasiva: Navidad de El Corte Inglés



TV construye cobertura y frecuencia....

...incluso en campañas muy masivas

Contactos en TV



Contactos en YouTube

En el grupo que se solapa más del **50%** tuvo **menos de 3 contactos** con la campaña de **TV**.

2.1% cobertura incremental via YouTube

Y si bajamos a targets joven.... ...su cobertura incremental es impresionante

Contactos
en TV

Contactos en
You Tube

TV Cobertura
57%

YouTube
Cobertura
21%

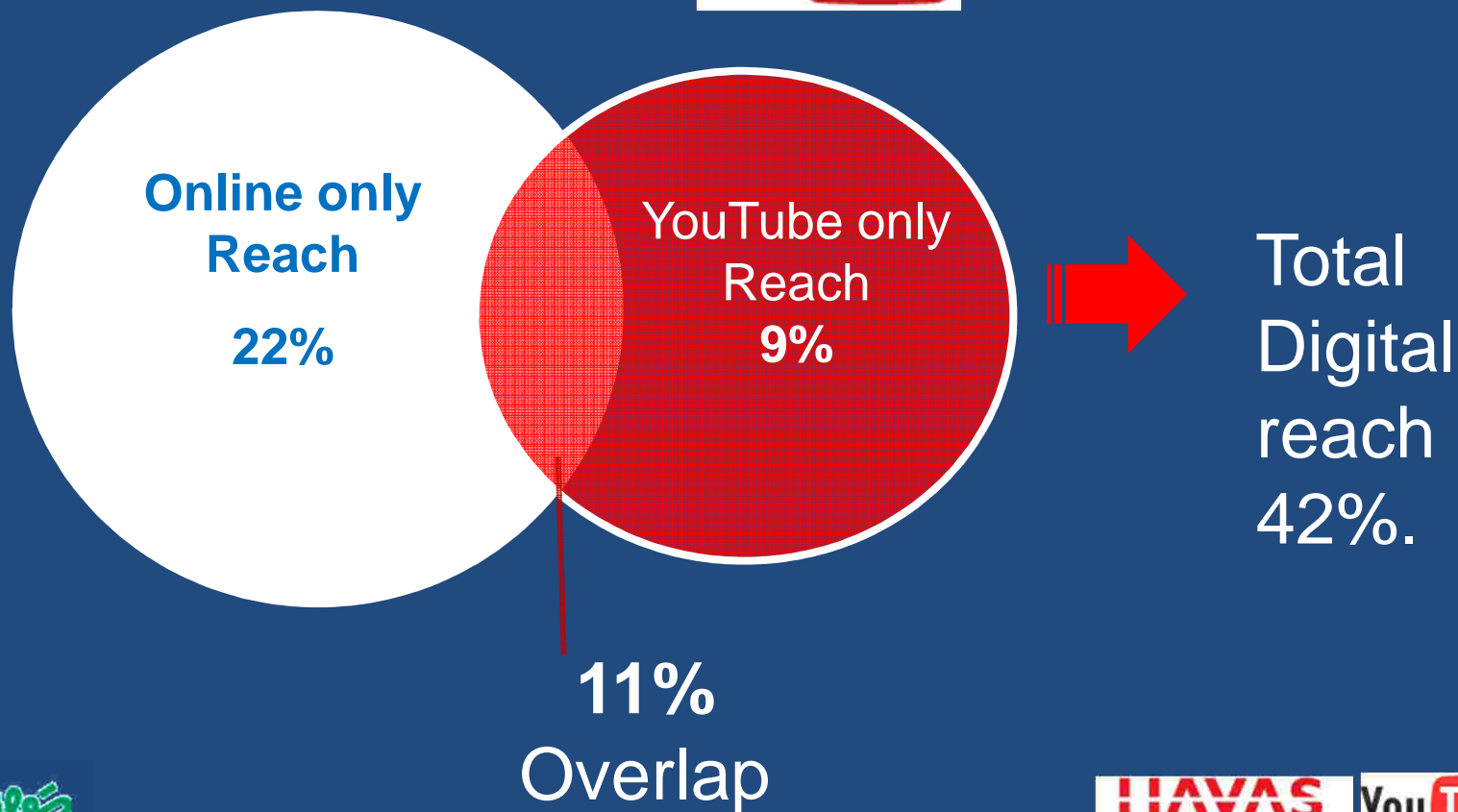
9%
cobertura
incremental
via YouTube



Ademas un % alto de la audiencia online es exclusiva de YouTube

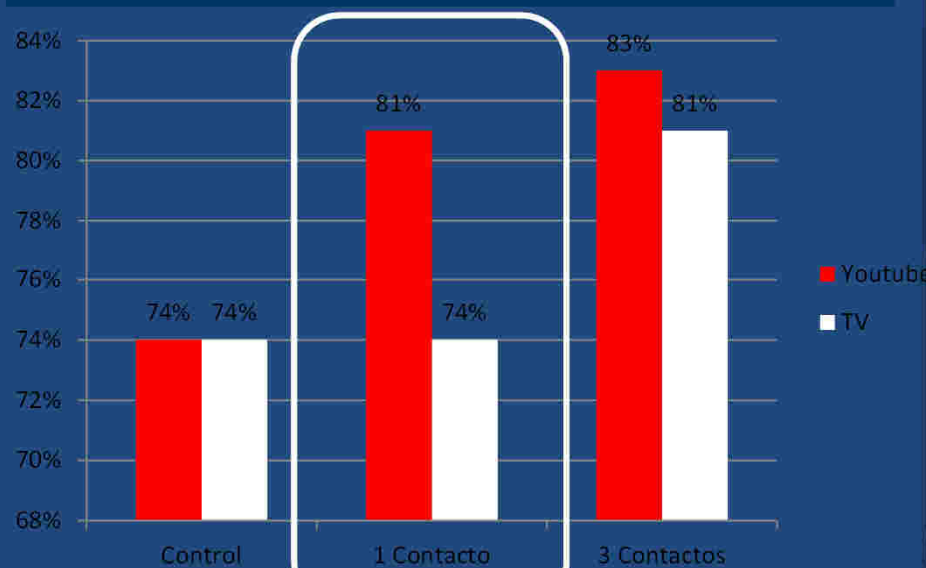
Online contacts

You Tube contacts

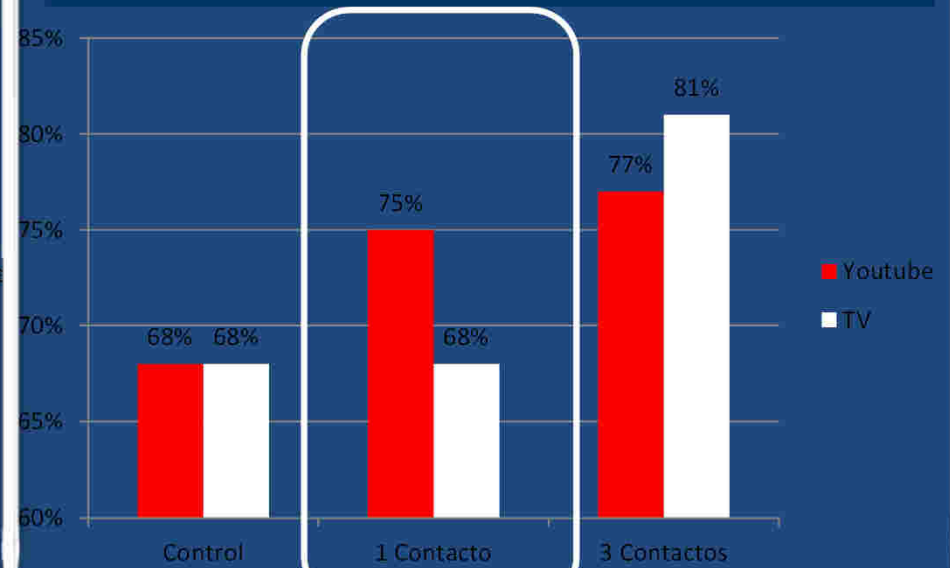


Como medio activo, 1 contacto en YT es más potente que el de la TV

Notoriedad espontáneo (grupo de control: 74%)

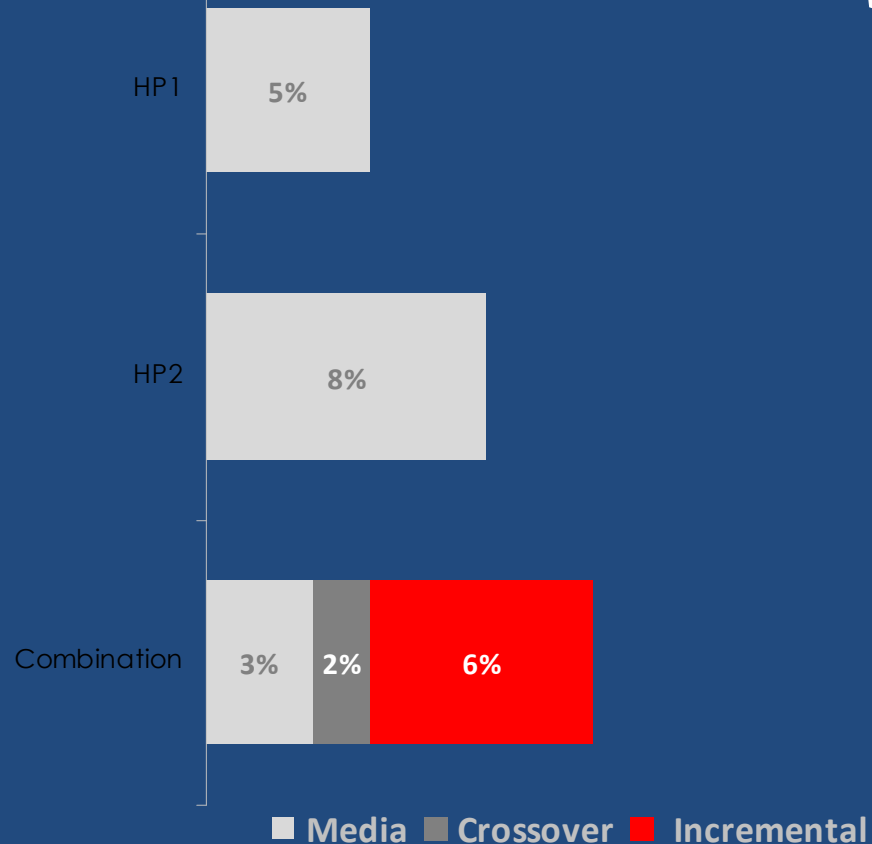


Reuerdo publicitario (grupo de control: 68%)



Maximizando cobertura con varios HPs

Cobertura HP 1 y HP 2



Media = HP1 only, Crossover = HP 1 +HP2, Incremental = HP2

Impacto HP 1 y HP 2

	Homepage 1 (n=575)	Homepage 2 (n=557)
Top of Mind ad recall	55%	60%
Spontaneous ad recall	75%	76%
Total ad recall	91%	94%
Consideration	77%	83%
Preference	42%	45%
El Corte Inglés is the best place for all my christmas shopping	72%	77%



**Significant increase
(95%)**



Significant decrease



Entonces, ¿cómo conectamos
con toda esta gente?

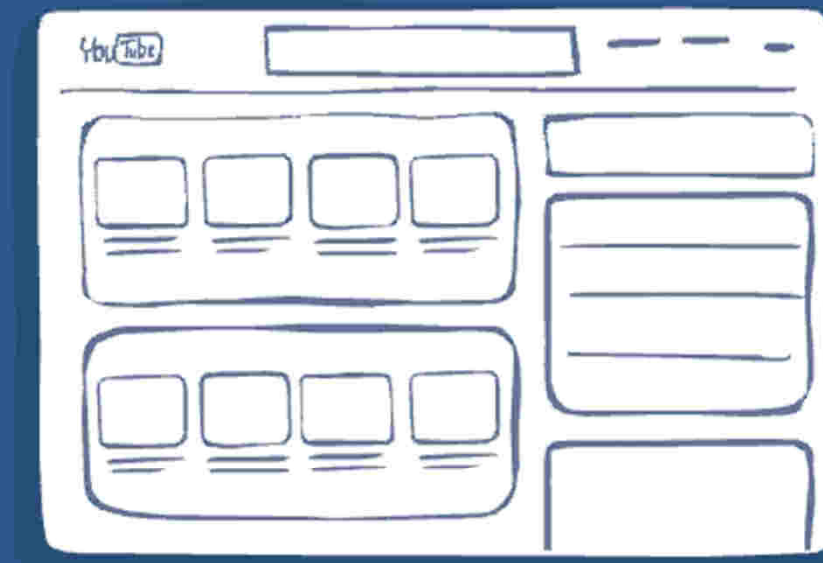




**Tube permite a las empresas
dirigir sus anuncios o contenidos a la gente adecuada
en el momento justo**

1 ~ La Home

anuncios en la home crean una rica experiencia interactiva
ofrece una vía impactante para llegar a una audiencia mas



 **Videos Being Watched Now** [\(view all\)](#)



ford sable smashes aerostar van

277,641 views
Davidsfarm
★★★★★



Favorite Summer Do + Teasing Tips

7,972 views
s2pandapple
★★★★★



This Week in Unnecessary Censorship

52,178 views
JimmyKimmelLive
★★★★★



2 8 ep 164 090801 무한도전 infinity challenge

26,037 views
1jennerayy
★★★★★

Want to customize this homepage?
[Sign In](#) or [Sign Up](#) now!

 **Featured Videos**



Movie Trailers

Get a sneak peek into upcoming movies!

YouTube News

See the latest breaking news

Trend: Alternate Channels for Charity

Tough economic times haven't stooped some of

Un spot de TV con mas impacto

The image shows a screenshot of the YouTube homepage. At the top left is the YouTube logo with the tagline "Broadcast Yourself™ Worldwide | English". To the right are links for "Sign Up", "QuickList (0)", "Help", and "Sign In". Below this is a navigation bar with tabs for "Home", "Videos", "Channels", and "Community", followed by a search bar and "Search" and "Upload" buttons. The main video player displays a large, scenic video of a waterfall. Below the player, there are sections for "Videos being watched right now..." (with five small video thumbnails), "Promoted Videos" (with four video thumbnails and their titles: "LIVE 09: The Art of Science", "Why I'm Happy, Why I'm Not Satis...", "Crowds gather for US inauguration", and "Business Update: Banks still hur..."), and a large advertisement for Enel. The Enel ad features the company logo and the text "L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA. PASSA AL MERCATO LIBERO CON ENEL ENERGIA.".

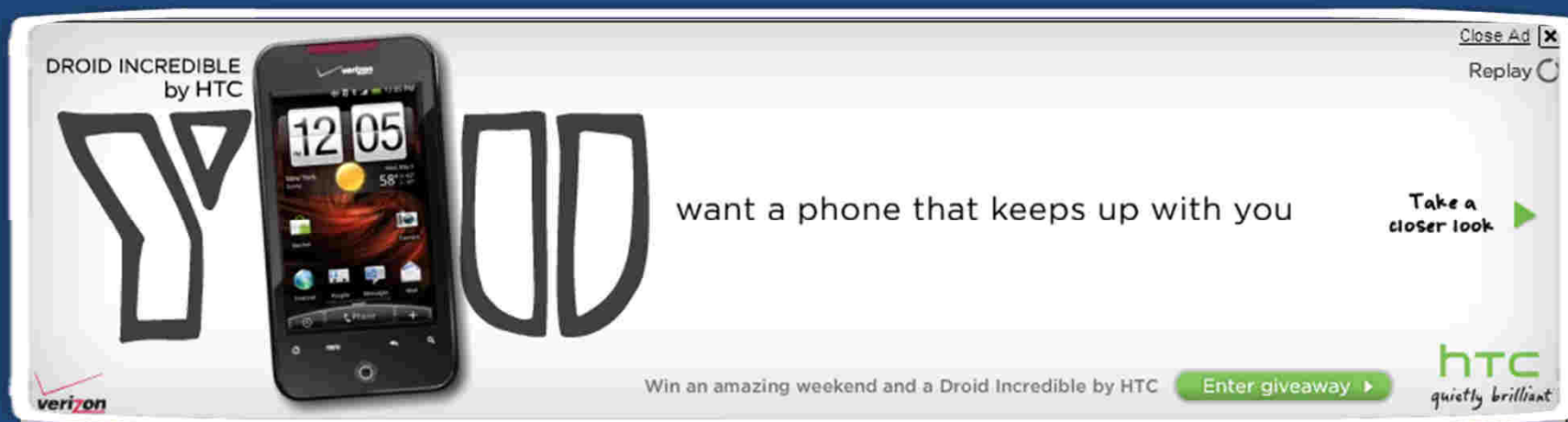
Aprovechando la funcionalidad de un microsite



RENAULT


PROVA RENAULT PER UN GIORNO INTERO.
SCEGLI FRA 6 NUOVI MODELLI

> CLICCA PER ESPANDERE <



DROID INCREDIBLE
by HTC

Close Ad X
Replay C



want a phone that keeps up with you

Take a closer look ▶

Win an amazing weekend and a Droid Incredible by HTC [Enter giveaway ▶](#)

HTC
quietly brilliant

verizon

Y porque no respuesta directa?

new real fruit smoothies from McCafé®
A beautiful blend of fruit, ice and creamy low-fat yogurt.

strawberry banana
wild berry

Ready to create your own art?

\$1 off
any frappé
or real fruit smoothie

enter your name
click to print

spin something cool

© 2010 McDonald's. At participating McDonald's.

Valid only at participating U.S. McDonald's. Offer expires August 15, 2010.

\$1 off

Present this coupon at participating U.S. McDonald's® to receive \$1 off when purchasing any size and flavor McCafé® real fruit smoothie or frappé.

new real fruit smoothies
or
try frappé

Expires 8/15/10. Valid only at participating U.S. McDonald's that sell with a coffee offer discount. Coupon is non-transferable. Cash value .001¢. Limit one coupon per visit. Coupon may not be transferred, auctioned, sold, copied or duplicated in any way or transferred via electronic media. Void where prohibited. May not be used for custom orders. ©2010 McDonald's

McDonald's
McCafé

0002323873062332



Integracion redes sociales, mapas y mas...

This is a video player interface for an advertisement. On the left, there is a logo for LG with the slogan "Life's Good" and the text "BROUGHT TO YOU BY newchocolate BL40". The main video area shows a close-up of a blue Na'vi face from the movie Avatar. On the right side of the video, there is text that reads "FROM THE DIRECTOR OF 'TITANIC' AVATAR IN CINEMAS DECEMBER 17". Below this, there is a "LIVE TWITTER FEED" section with two tweets: "XMW2: Heyaaa!! I have just downloaded Avatar movie!!! ..." and "ANJO1987: avatar is a cool...". At the bottom left of the player, there is a "CLICK TO EXPAND" button and standard video control icons (play, pause, stop, volume, and progress bar).

This is an interactive map interface for the Avatar advertisement. At the top, it says "BROUGHT TO YOU BY LG newchocolate BL40" and "AVATAR IN CINEMAS DECEMBER 17". Below this, there are navigation options: "HD TRAILER", "BUY TICKETS", and "SHARE:" with icons for Facebook and Twitter. On the right, it says "EXCLUSIVE: GLOB". The main area is a map of London and surrounding areas, with several red location pins placed in the central part of the city. A partial image of a man's face is visible on the left side of the map. At the bottom right of the map, there is a small copyright notice: "Datos de mapa ©2010 Tele Atlas - Términos de us".



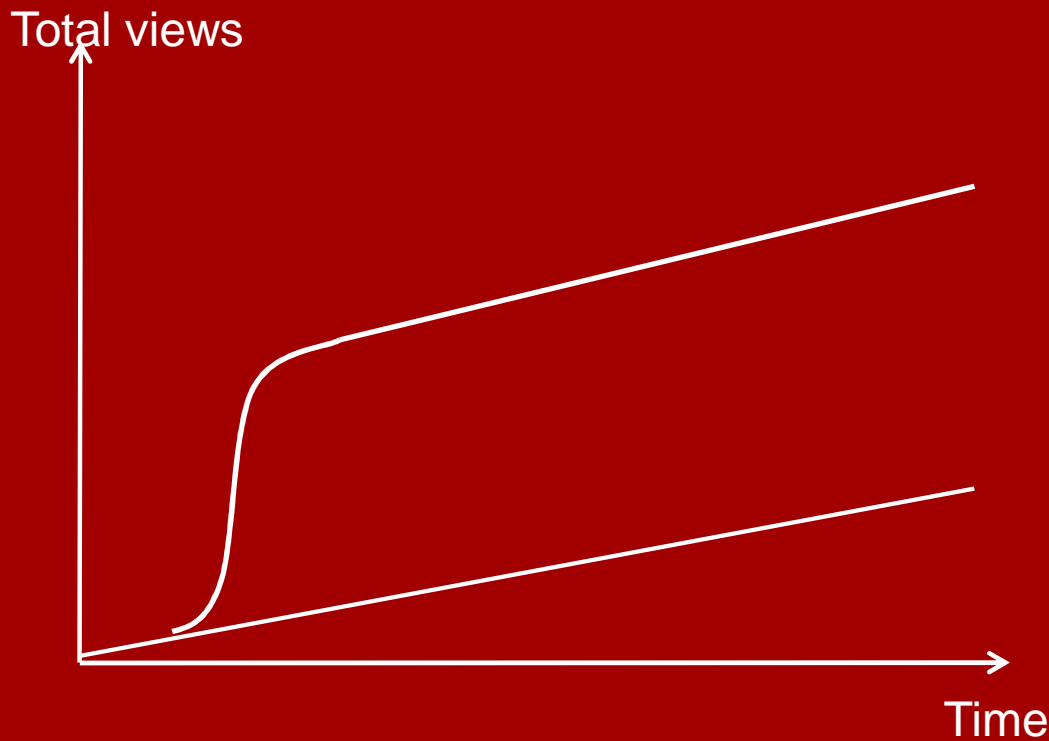
Integrados con Off...



- Lanzado Sept 2010
- Ya mas de 1.7 millones de vistas
- Mas de 1000 suscriptores



YouTube homepage. Promocion amplia views 5 veces



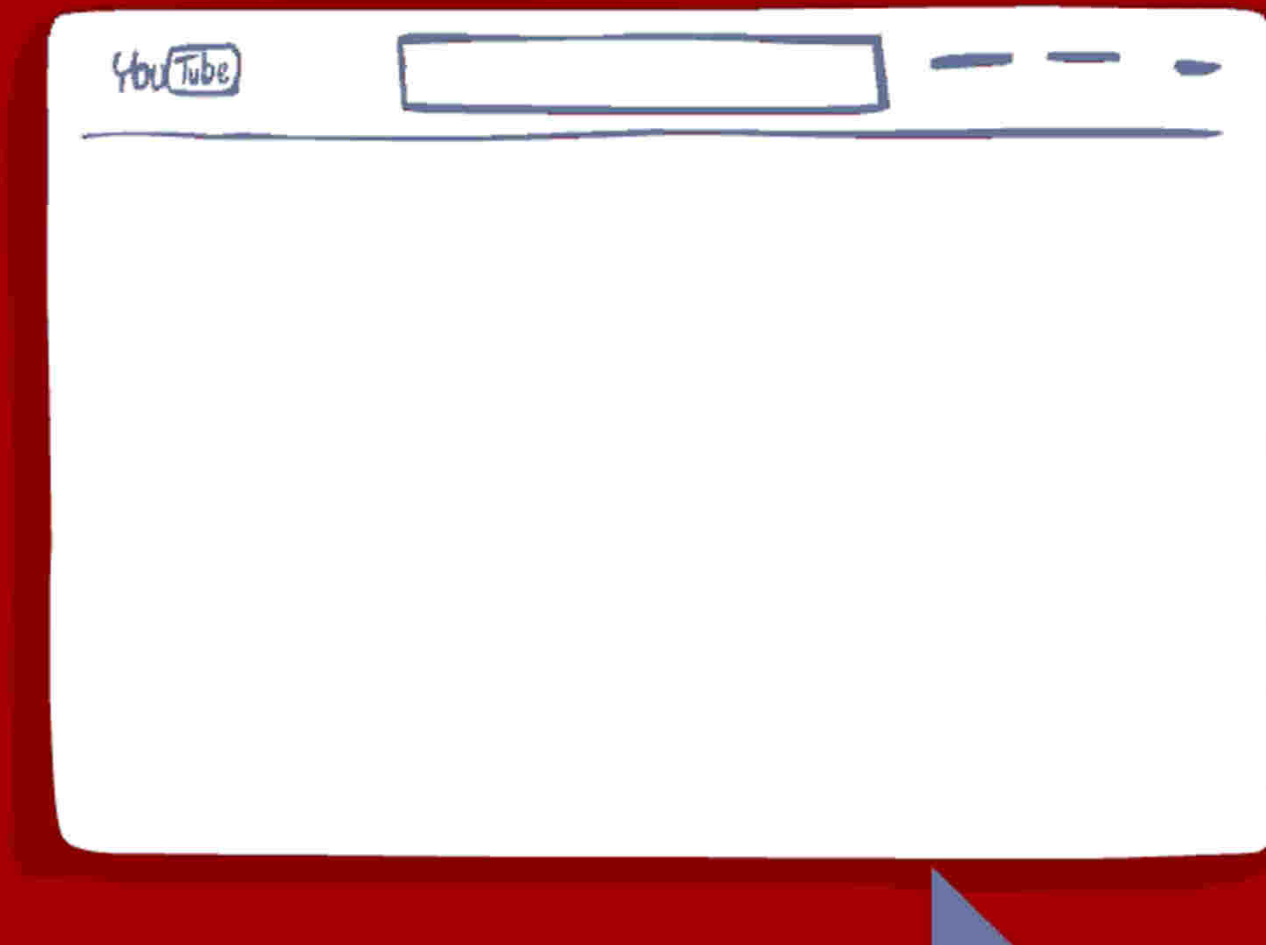
57%
Ad views
(24 hour
impact)

14%
Creative-only
driven views
("natural viral")



2 ~ Descubre

Los videos promocionados ayudan a activar tus videos y canal en los usuarios que buscan temas afines o ven videos a



2 ~ Descubre

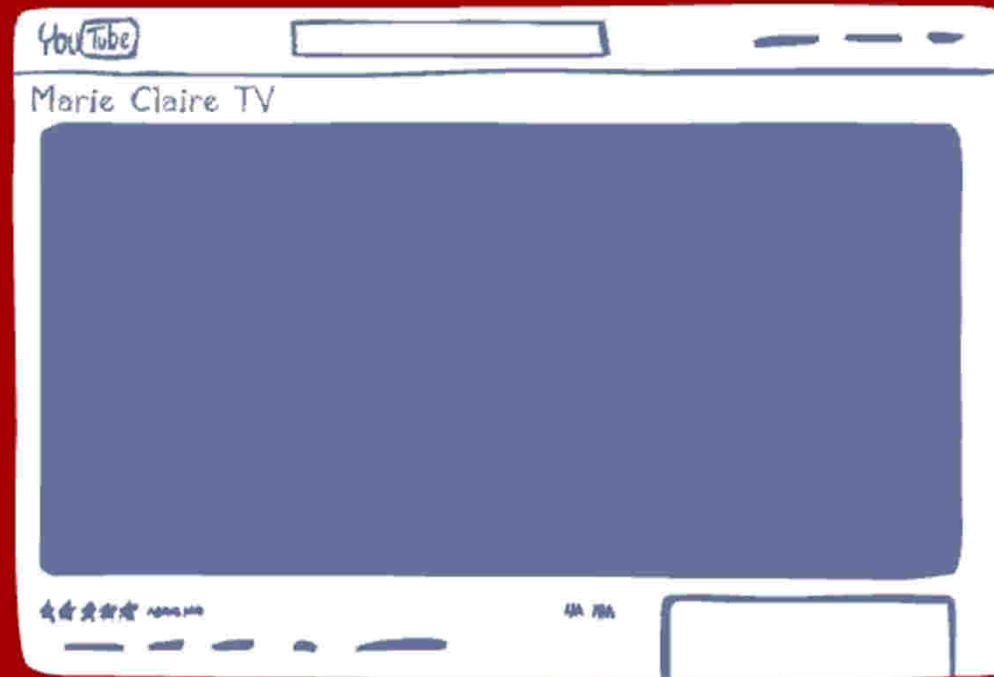
Los videos promocionados ayudan a activar tus videos y canal en los usuarios que buscan temas afines o ven videos a

The screenshot shows a YouTube search interface with the following elements:

- Search Bar:** Contains the text "coche".
- Navigation:** "Buscar", "Explorar", "Subir", "Crear cuenta", "Acceder".
- Search Options:** "Opciones de búsqueda".
- Search Results:**
 - Related Searches:** "car", "susto", "susto en la carretera", "el coche del miedo", "carretera".
 - Video 1:** "Toyota Auris Híbrido HSD" by toytaes, 27 reproducciones.
 - Video 2:** "¿Quién es este chico?" by channel054, 22964 reproducciones. Labeled "Videos promocionados".
 - Video 3:** "!coches a lo loco!" by doctordree12, 586789 reproducciones.
 - Video 4:** "el coche nuevo de Mickey" by FannyPhantom14, 21496829 reproducciones.

3 ~ Participa en la experiencia

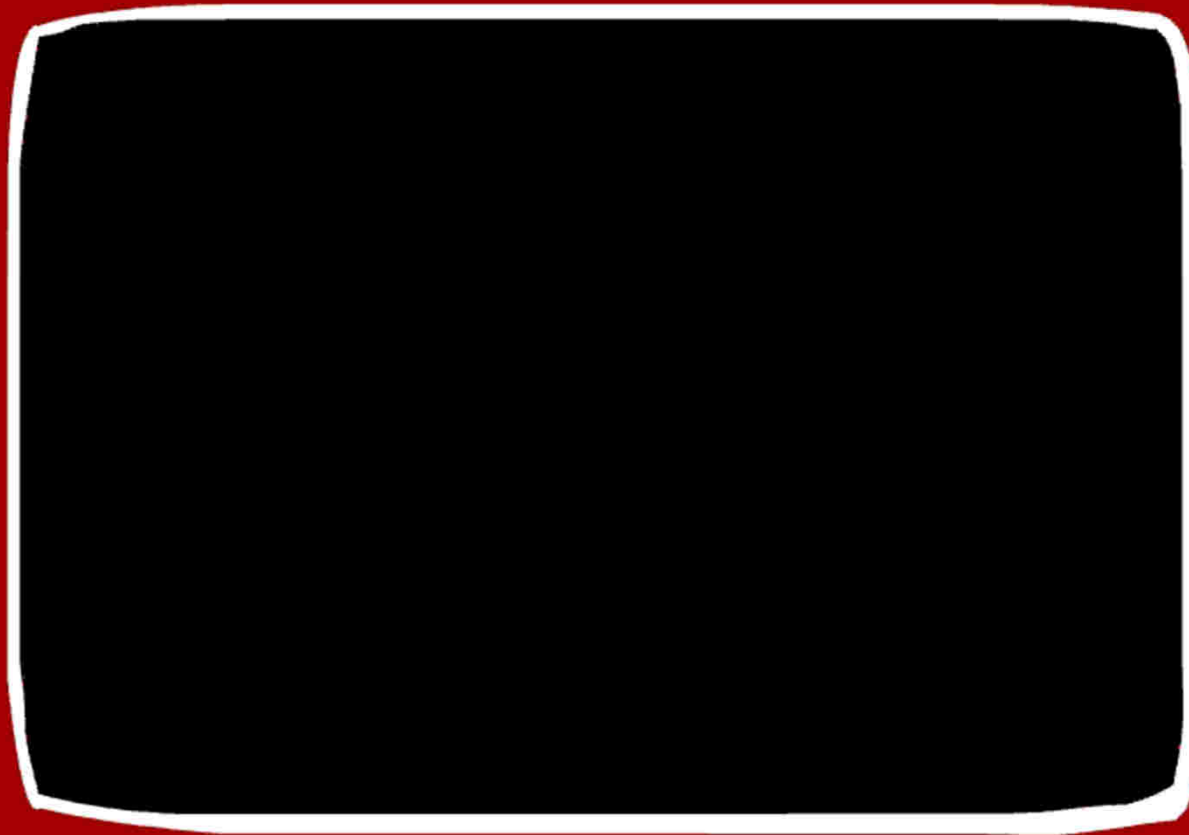
~ Captura el momento con los Pre-rolls ~



Pre-rolls colocan tu mensaje delante del contenido pre
capturando la atención en un modo receptivo

4 ~ Interactua

~ Con tu propio canal en YouTube ~



canales ofrecen un destino en YouTube donde puedes interactuar con tus usuarios para disfrutar de una experiencia rica y interactiva.

Video es el medio más social y que más engancha

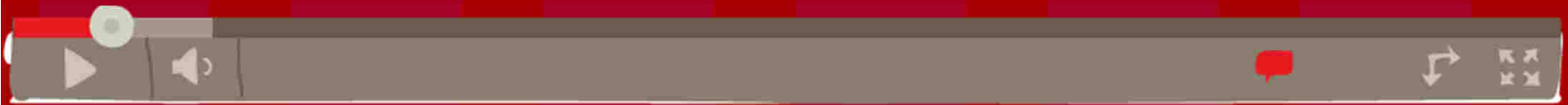
1 de **3** video viewers comentan

2 de **5** suben videos

1 de **2** regularmente comparten videos

You Tube Es la “casa” del video

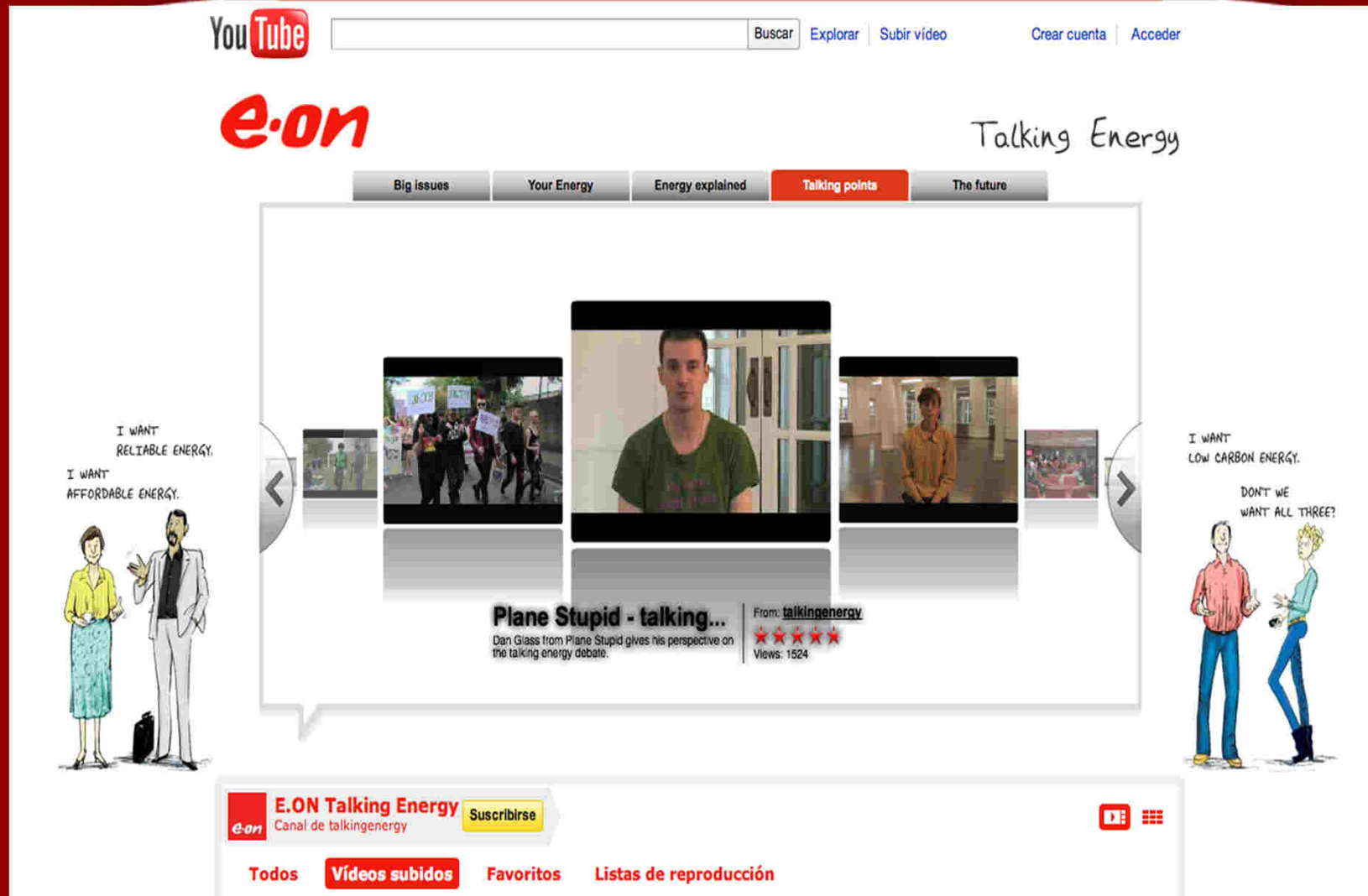
48 3 ` 100



YouTube es Social.



E-On: Canal limpio y organizado




YouTube [Buscar](#) [Explorar](#) [Subir video](#) [Crear cuenta](#) [Acceder](#)



e-on Talking Energy

[Big issues](#) [Your Energy](#) [Energy explained](#) **[Talking points](#)** [The future](#)

I WANT RELIABLE ENERGY.
I WANT AFFORDABLE ENERGY.

I WANT LOW CARBON ENERGY.
DON'T WE WANT ALL THREE?

Plane Stupid - talking... From: [talkingenergy](#)
Dan Glass from Plane Stupid gives his perspective on the talking energy debate. 
Views: 1524

E.ON Talking Energy [Suscribirse](#)
Canal de talkingenergy  

[Todos](#) **[Videos subidos](#)** [Favoritos](#) [Listas de reproducción](#)

Canal Iberdrola: Integración Twitter



You Tube [Buscar](#) [Explorar](#) [Subir video](#) [Crear cuenta](#) [Acceder](#)


IBERDROLA

[VÍDEOS](#) [FOTOS](#) [IBERDROLA](#)

La Torre Iberdrola estren
Video que nos acerca a la biografía de Jesús María Lazkano, autor del mural que decora la Torre Iberdrola

Visita de Antonio López
El pintor Antonio López visita la Torre Iberdrola en Bilbao

Parque Eólico de Dos Pt
Inaugurado en 2008, este parque ha contribuido al desarrollo local y al impulso económico de la zona.

Iberdrola. Cambio climat
Cambio climático

 [SALA DE PRENSA](#)  [ÚLTIMOS TWEETS](#)

GE Ecomagination: Participacion Usuarios



The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top, there is a search bar with the text "Buscar" and "Explorar". Below the search bar, there are navigation links for "QE.com", "Follow" (with social media icons for Twitter and Facebook), and "Share" (with social media icons for Facebook and Twitter). The main navigation bar includes "What's New", "GE Reports", "ecomagination", "healthymagination", and "More from GE". Below this, there are sub-navigation links: "Eco Challenge", "Technologies", "Wind Blade Tour", and "Tag Your Green". The video player itself shows a video of Jeffrey Immelt at a NYC ecomagination Meetup. The video title is "Jeffrey Immelt at NYC ecomagination Meetup 9/1/2010 Clip # 5". The description below the title reads: "GE CEO Jeffrey Immelt discusses idea submissions and how they might be shared and developed with GE." To the left of the video player, there is a small graphic of a wind turbine on a small island. Below the video player, there is a progress bar with a play button icon. At the bottom of the page, there is an "Updates" section with the text "Real-time updates from official feeds and fans all around the world." and a video thumbnail for "Episode 6 of The GE Show".

YouTube Buscar Explorar Subir video Crear cuenta Acceder

QE.com > Follow   Share  

What's New GE Reports ecomagination healthymagination More from GE ▾

Eco Challenge Technologies Wind Blade Tour Tag Your Green

Sean d Participat

Jeffrey Immelt at NYC ecomagination Meetup 9/1/2010 Clip # 5

GE CEO Jeffrey Immelt discusses idea submissions and how they might be shared and developed with GE.

Updates Real-time updates from official feeds and fans all around the world.

Episode 6 of The GE Show

ational Geographic: Concurso Planet Inspire



YouTube [Buscar](#) [Explorar](#) [Subir](#) [Crear cuenta](#) [Acceder](#)

YouTube & NATIONAL GEOGRAPHIC PRESENT **PLANET INSPIRED** POWERED BY THE NORTH FACE

HOME FINALISTS CONTEST DETAILS VIEW ALL ENTRIES DONATE NOW!

PLANET INSPIRED

The winner has been announced!

The YouTube community has cast their votes and chosen "Water Conservation Starts at Home" by stoictales. Stoictales has received a National Geographic Weekend Photography Workshop and a \$1000 gift card from The North Face.

Watch the winning video and don't forget to check out the Finalists and other entries. Thanks to everyone who participated!

[VIEW FINALISTS](#)

[VIEW ALL ENTRIES](#)

Water Conservation Starts at Home From: stoictales



0:03 / 0:37 360p



Volkswagen: Think Blue

Volkswagen España
Canal oficial de YouTube



VOLKSWAGEN

TEST DRIVE

CONFIGURADOR

FACEBOOK

Spots

Conducción

Eventos

Think Blue

Beetle Stories

Golf GTI Experiment

Think Blue
Think Blue. Reduce compensa y contribuye.
<http://www.thinkblue.es/>

From: [volkswagenesp](#)
★★★★★
Views: 30

Hyundai LiveSmart

[Buscar](#) | [Explorar](#) | [Subir video](#)

jaimepele

Este video no está clasificado. Solo pueden verlo los usuarios que conozcan el enlace correspondiente. [Más información](#)

Live Smart Website Walkthrough

BrettGunheart98 7 videos [Suscribirse](#)



0:18 / 0:39
360p

Me gusta
 Añadir a
 Compartir

31 reproducciones

Subido por [BrettGunheart98](#) el 03/12/2010

ninguna descripción disponible


[Mostrar más](#)

Sugerencias

- 

[Hyundai Live Smart - Tucson](#)
de BrettGunheart98
Visto 67 veces
- 

[Flintstones Theme Song - It's quitting time.](#)
de BrettGunheart98
Visto 4595 veces
- 

[No sitting on the washing machines.](#)
de BrettGunheart98
Visto 280 veces
- 

[The making of a commercial campaign with no car...](#)
de BrettGunheart98
Visto 35 veces
- 

[get free xbox live codes online ***** ...](#)
de sarahwells822
Visto 73 veces
- 

[Stuart Smalley's famous quote](#)
de sloneramone

YouTube WorldView

YouTube™ WORLD VIEW

Powered by Google Moderator

Compartir 

[Página de inicio](#)[Preguntar](#)[Votar](#)[Ver](#)[Las tres preguntas](#)[Suscribirse](#)

La tres preguntas

Kumi Naidoo: An experience that changed my wor...



Elige un líder



Selecciona una pregunta



Cuéntenos alguna experiencia que haya cambiado su forma de ver el mundo.




Si pudiera plantear una pregunta a un líder mundial, ¿cuál sería y a quién iría dirigida?



¿Cuál es el mayor problema al que se tendrá que enfrentar la próxima generación y qué deberíamos hacer en la actualidad para resolverlo?



Que hace Google




[Acerca de Google](#) > [Compañía](#) > [Iniciativas](#)

- [Visión general](#)
- [Tecnología](#)
- [Empresa](#)
- [Cultura](#)
- [Dirección](#)
- [Historial](#)
- Iniciativas**
- [Oficinas](#)
- Nuestra filosofía
 - [Diez conclusiones](#)
 - [Principios de software](#)
 - [Principios de privacidad](#)
 - [Principios de diseño](#)
 - [Sin ventanas emergentes](#)
 - [Seguridad](#)

Iniciativas

Google ha invertido en varios programas que, aunque no están directamente relacionados con nuestras principales actividades, se han diseñado para motivar la innovación en áreas que nos conciernen.


[Google Ventures](#)



Nuestra sección de capital riesgo

Somos un equipo heterogéneo de inversores, empresarios y expertos que mantiene la firme creencia de que las grandes empresas tienen el poder de cambiar el mundo.

[Iniciativas ecológicas](#)



Nuestro compromiso con las energías limpias

La sostenibilidad es un valor clave para Google por el que nuestros fundadores siempre han apostado, y creemos que el compromiso con el medio ambiente es un valor seguro para las empresas.

Conclusiones

- YouTube es grande, muy grande
- YouTube tiene una audiencia amplia y variada
- YouTube tiene contenido profesional de alta calidad
- YouTube capta la atención del usuario
- YouTube puede crear comunidades de marca en torno a valores ambientales
- En YouTube se pueden crear estrategias para sensibilizar
- Y por eso pensamos que.....

the shape



of the future