

La inversión en tecnología, clave en estrategias de digital media con servicios como streaming, vídeo bajo demanda, videoteca cloud, análisis de consumo...

La nube abre las posibilidades de negocio a la industria de contenidos audiovisuales

- *acens Cloudstage debate en su edición XI sobre “Cloud y Digital Media: explotación de contenidos audiovisuales online”, donde la nube permite probar nuevos contenidos y experiencias de interés para los usuarios sin complejas infraestructuras ni elevados costes.*
- *El uso de tecnologías cloud permite la producción y gestión de contenidos de forma más rápida y flexible, desde la producción hasta la entrega al usuario.*
- *La clave, producir contenidos que ayuden a construir marcas, marcas capaces de englobar todo tipo de contenidos.*
- *En tan sólo un mes 21 millones de españoles visionan 4.100 millones de vídeos¹.*
- *Las compañías apuestan por el poder del vídeo para captar la atención del público: el 87% de las empresas han incluido los vídeos en su estrategia de marketing seguidos de los posts en blogs, con un 66,7%².*
- *El 86% de los españoles ha cambiado su hábito de consumo para ahorrar y un 85% de la población considera que no es un buen momento para comprar aquello que desea o necesita³.*
- *Las marcas deben generar una reputación de marca online al ser un elemento esencial en la decisión de compra: el 61% de los internautas en el mundo y el 52%⁴ en España utiliza internet para hacer investigaciones sobre su compra.*
 - *Los anuncios de vídeos online en la red logran impactar al 20% de consumidores⁵.*

Madrid, 07 de febrero de 2013.- acens Cloudstage, el primer encuentro afterwork de cloud que celebró en Madrid su XI edición, ha abordado la gestión de contenidos de vídeos online con éxito en plataformas cloud de la mano de Alfredo Peña como experto en Digital Media.

En España el consumo mensual de vídeo supera con facilidad los 4.000 millones de vídeos por 21 millones de usuarios. Esto, unido a que el 86% de los españoles ha cambiado sus hábitos de consumo para ahorrar y que el 52% investiga en Internet antes de realizar una compra, convierte a la gestión de contenidos online de vídeos en un elemento clave de marketing; de hecho, el 86% de las empresas ha incluido el vídeo en su estrategia de marketing.

El entorno de consumo de vídeo está sufriendo por tanto un cambio que se produce gracias a la tecnología cloud, que permite asumir fluctuaciones de picos de demanda de usuarios que consumen contenidos bajo demanda -en muchas formas distintas, en

1 Datos del último estudio de comScore a diciembre 2012

2 Estudio Outbrain 2012

3 Datos de nielsen estudio octubre 2012

4 Datos de nielsen estudio octubre 2012

5 Datos de nielsen estudio abril 2012

todo tipo de dispositivos y en cualquier momento- frente a la oferta tradicional de consumo en línea.

acens Cloudstage contó en su décimo primera edición con **Alfredo Peña**, experto en Digital Media para la explotación de contenidos audiovisuales en Internet y Director de multimedia de La Sexta durante los últimos seis años. “Es muy importante hoy en día centrarse en producir marcas, no sólo vídeos. Marcas que sean capaces de englobar todo tipo de contenidos: eso es lo que le da fuerza a la marca y lo que hace que se pueda exportar a muchas plataformas y mercados”, explicó Peña.

“En el caso del vídeo online, desde la edición hasta servirlo al usuario es posible realizarlo con herramientas de cloud. Además sería impensable hoy la TV en directo en Internet si no existiese la nube sobre todo en los casos de eventos masivos.”, señaló Alfredo Peña.

Entre las conclusiones para una correcta estrategia de marketing de contenidos online, las empresas deben tener en cuenta:

1. El *contenido de vídeo* hoy es el rey con más de 4.000 millones de visualizaciones en un mes por más de 20 millones de espectadores en Internet.
2. La *inversión en tecnología* es esencial, ya que la utilización de herramientas y tecnología como la nube supone mayor rapidez y flexibilidad.
3. El espectador ha cambiado. Los usuarios hoy son sociales, multitarea y multiscreen. El contenido debe estar *disponible bajo demanda* para el usuario en cualquier momento, lugar, formatos y adaptado a los distintos dispositivos posibles.
4. Las plataformas y herramientas en *la nube permiten adaptarse a la oferta* de contenidos bajo demanda con fórmulas de pago por uso y almacenamiento ilimitado.
5. *No se debe producir cualquier contenido. Produce contenidos que ayuden a construir marca. Las marcas deben ser capaces de englobar todo tipo de contenidos*
6. Es necesario analizar la conveniencia de tener *una plataforma propia de contenidos, que puede tener muchos beneficios para la reputación de marca a un coste muy razonable.*
7. La marca es un parámetro de búsqueda más o menos relevante según cada ventana online. Hay que conocer el *patrón de comportamiento de los usuarios en cada ventana* online. Cada canal de contenidos debe tener una estrategia independiente.
8. La medición es fundamental pero “es preciso gestionar el todo”, no sólo cada ventana sino *interrelacionando* el canal propio con otros.
9. Innovación y creatividad pero coherencia global (el concepto, el envase, el producto y todo ello reflejado en la comunicación online).
10. Tiempo, cariño y piensa en grande.

1 Datos del último estudio de comScore a diciembre 2012

2 Estudio Outbrain 2012

3 Datos de nielsen estudio octubre 2012

4 Datos de nielsen estudio octubre 2012

5 Datos de nielsen estudio abril 2012



Vea la entrevista en: www.acens.tv

Descargue las fotos aquí

Puede inscribirse al próximo acens Cloudstage desde este enlace

Acerca de acens

acens, adquirido por Telefónica en junio de 2011, es una empresa pionera en el desarrollo de las soluciones de Cloud Hosting más completas y competitivas del mercado, proveedora de servicios de "Hosting", "Housing" y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial. Desarrolla su actividad desde 1997, cuenta en la actualidad con presencia en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, y posee dos Data Centers con más de 6.000 metros cuadrados, siendo una empresa líder en su sector de actividad. En la actualidad, la cartera de clientes supera las 100.000 empresas, con un amplio abanico de servicios contratados que comprenden desde el alojamiento de páginas Web hasta soluciones de VPN (Red Privada Virtual) con "outsourcing" de servidores y aplicaciones y tránsitos de salida a Internet y soluciones de nube híbrida, públicas y privadas para cubrir todas las necesidades tecnológicas y de negocio de las empresas.

acens gestiona casi 400.000 dominios en Internet, aloja miles de servidores y administra un caudal de salida a Internet superior a los cuatro Gigabits a través de una red troncal multioperador con presencia en los puntos neutros (Espanix, Catnix...).

acens Cloud Hosting ofrece a pequeñas y grandes empresas modelos de trabajo más flexibles, seguros y eficaces, tanto en entornos de clouds privados como en públicos y mixtos.

Para más información:

Noitze Media para **acens**

Carmen Tapia / Ricardo Schell

ctapia@noizzemedia.com / ricardo.schell@noizzemedia.com

646 892 883 / 699 983 936

acens

Inma Castellanos

inma@acens.com

1 Datos del último estudio de comScore a diciembre 2012

2 Estudio Outbrain 2012

3 Datos de nielsen estudio octubre 2012

4 Datos de nielsen estudio octubre 2012

5 Datos de nielsen estudio abril 2012