
Movemos personas,
ideas y empresas
hacia el futuro.
Negocios
Metro de Medellín



Llevando a Metro de Medellín al siguiente nivel

METRO DE MEDELLÍN
CALIDAD DE VIDA

|

um

Agenda



01 Quiénes somos?

02 Tecnología al Alcance de Metro

04 Staff y Remuneración

01

Quiénes somos?

Hoy la evolución continúa

OMNICOM MEDIA

Commercial & Central Delivery

OM Investment

KINESSO

OUTDOOR MEDIA GROUP

Client Delivery

um

Initiative

omd

PHD

&

MEDIAHUB°WW

Data, Identity & Analytics

ACXIOM

annalect

Rappi

Mathilde-ads

mercado libre

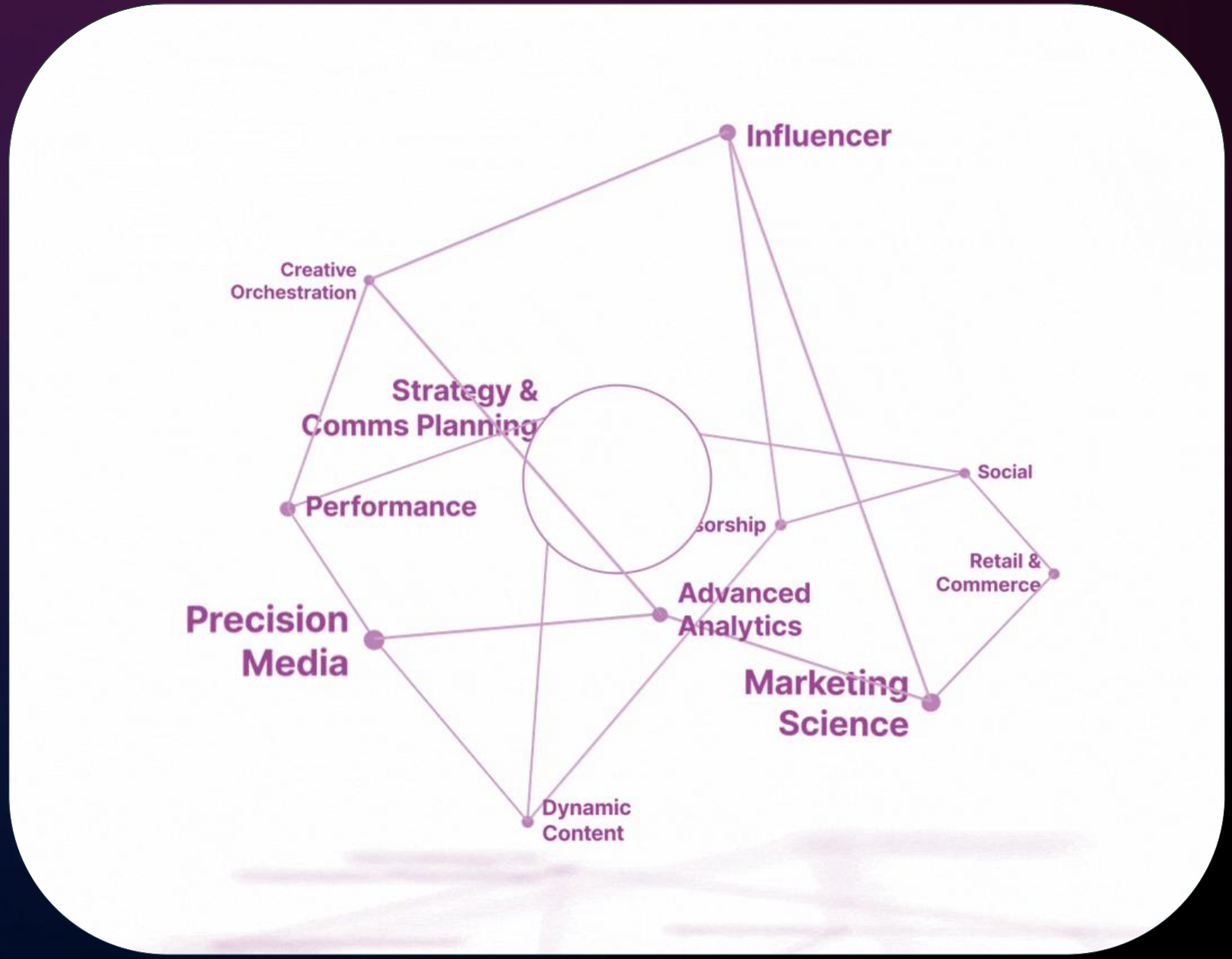
Specialized Services

FUSE

TRKKN

CREO

Un enfoque centrado en el cliente que une todas las capacidades de marketing



Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Aprendizajes y mejores prácticas: know-how en marcas con foco en posicionamiento y performance

50%

del Top 10

8,3

TRR

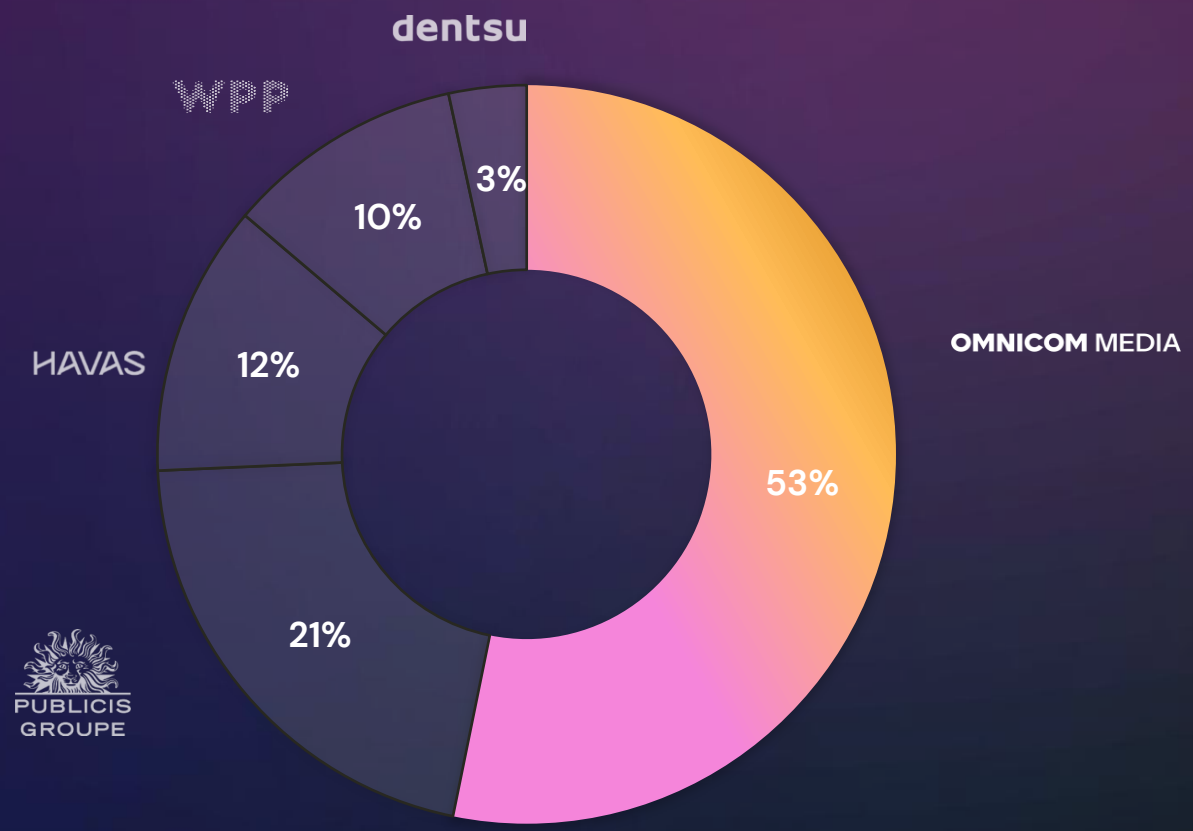
25

Effie Awards 2025

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

El grupo de medios más grande del mundo, ahora también en Colombia.

Market share en Colombia



Escala

#1
Colombia (Recma)

+1.500
Especialistas en medios

Beneficios

6%	Admon. Digital
0%	Comisión Medios
2.7	FTE´s
39.3%	Optimización

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

02

Tecnología al Alcance del Metro de Medellín

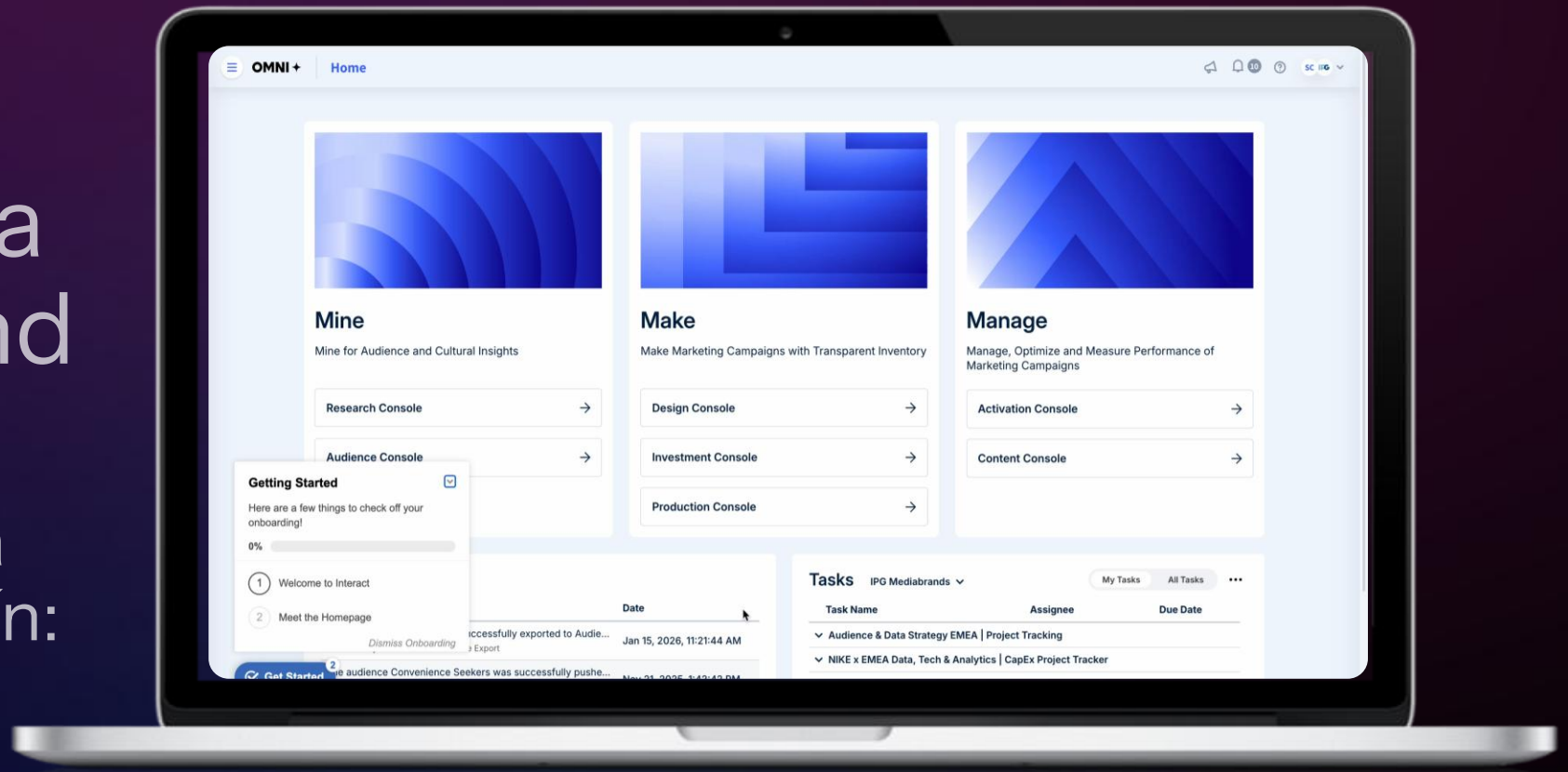


Así lo lograremos:
Tecnología y herramientas al alcance de Metro de Medellín

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

OMNI

Plataforma end- to end



Beneficios para Metro de Medellín:

CRECIMIENTO BASADO EN AUDIENCIAS REALES

- Identificación de segmentos de alto valor por vertical con mayor probabilidad de conversión.
- Adaptación de contenidos según perfil, momento y necesidad

ORQUESTACIÓN FULL-FUNNEL EN UN SOLO ECOSISTEMA

- Activación más rápida gracias a automatización y data centralizada.
- Conecta TOM, consideración y conversión sin fricción evitando silos entre branding y performance.

OPTIMIZACIÓN DE LEADS Y CONVERSIÓN (CRO)

- Identificación de cuellos de botella en el funnel y optimización en tiempo real para mejorar calidad y volumen de leads..
- Plataforma que integra media con creatividad, haciendo mas eficiente el non working media

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

03

SOLUCIÓN DEL CASO

Optimización de Procesos

UM ha evolucionado para permitir ordenaciones de formal ágil la ordenación de medios locales y aliados. Con está actualización de procesos evitaremos procesos de creación.

Brief

Ejecutar una estrategia de pauta multicanal para retener a los usuarios actuales de la red Metro y consolidar la reputación positiva de la marca entre sus grupos de interés. Maximizar una óptima y eficiente cobertura para cada una de las campañas

Posicionamiento Reputacional

Difundir los resultados de la Memoria de Sostenibilidad 2025 relacionados con los atributos reputacionales que evalúa MERCO Empresas

Retención de usuarios

Divulgar los atributos diferenciales del servicio de transporte prestado por la red Metro

Retención de usuarios

Divulgar los atributos diferenciales del servicio de transporte prestado por la red Metro

Cívica y App Cívica (sistema de recaudo)

Transición a Cívica 2.0. Consolidación como medio de pago nacional y billetera digital.

Negocios del Conocimiento

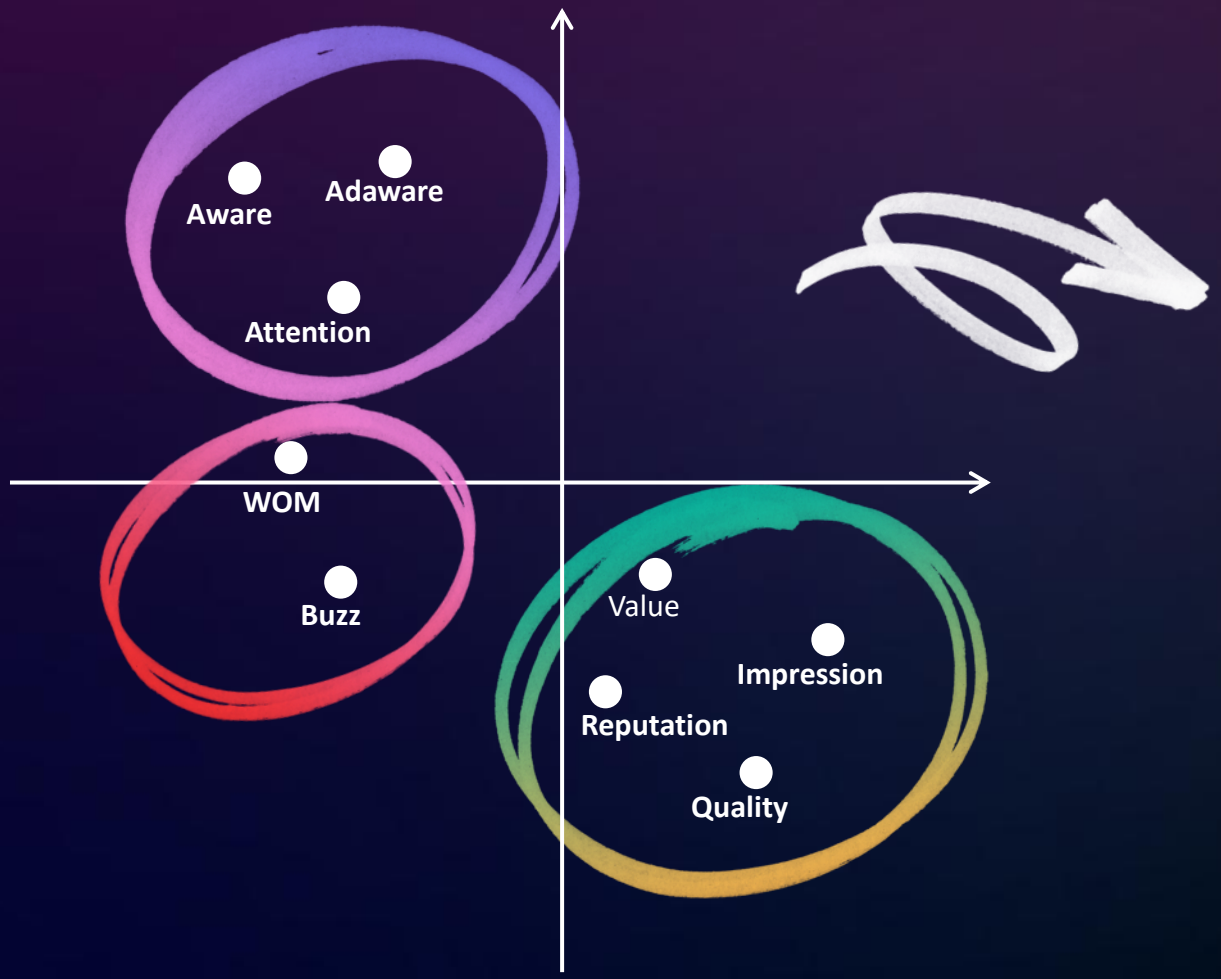
Posicionamiento como operador experto nacional e internacional

Gestión Urbana

Maximizar la ocupación de espacios comerciales y la renta de activos publicitarios en el sistema


Full
Color

Nuestro proceso estratégico



Visibility	Vibrancy	Variability
Ad Awareness	Buzz	Impression
Attention	WOM	Value
Awareness		Quality
		Reputation

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

¿Cuáles son nuestras audiencias?



TOMADORES DE DECISIÓN
(Nacional)

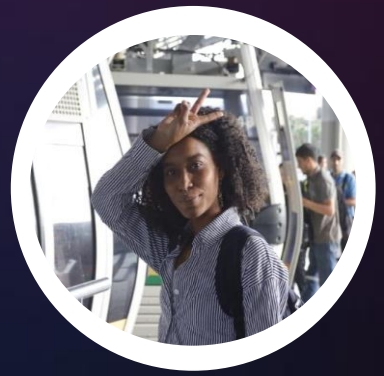
2.3 M



EJECUTIVO

(Medellin)

444 K



USUARIOS METRO
(Medellin)

2.1 M



TURISTAS
(Nacional)

8 M

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

TOMADORES DE DECISIÓN

Gerentes con visión estratégica, orientados a la adquisición de terrenos con alto potencial de valorización y desarrollo. Analizan variables como ubicación, proyección urbanística, retorno de inversión y regulaciones locales, buscando oportunidades que se alineen con los objetivos de crecimiento de sus empresas. Son tomadores de decisiones informados, con una mirada a largo plazo, alta capacidad de negociación y enfoque en maximizar el valor del suelo a través de proyectos sostenibles y rentables.



2.8 M

Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for P

TOMADORES DE DECISIÓN

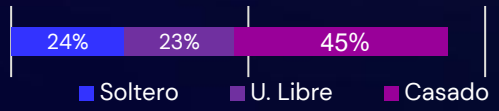


DEMOGRÁFICOS

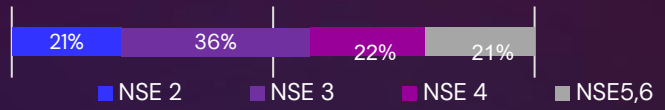
Genero:



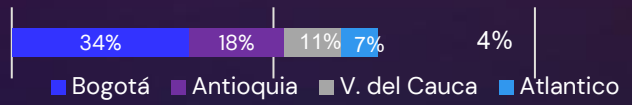
Estado civil:



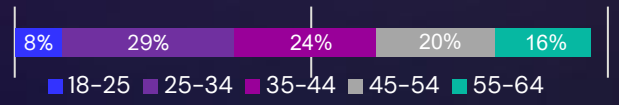
Estratos:



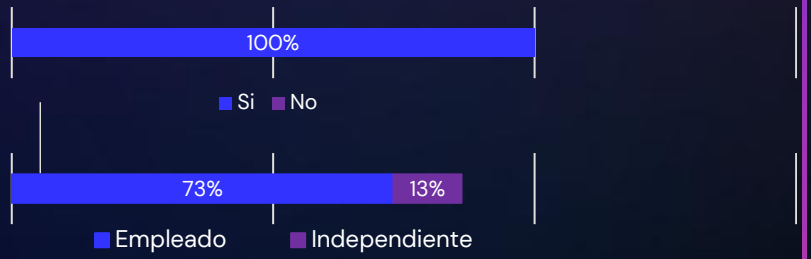
Regiones:



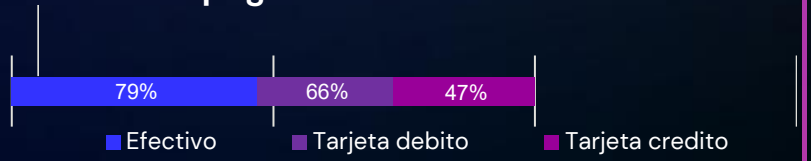
Edades:



Trabaja:



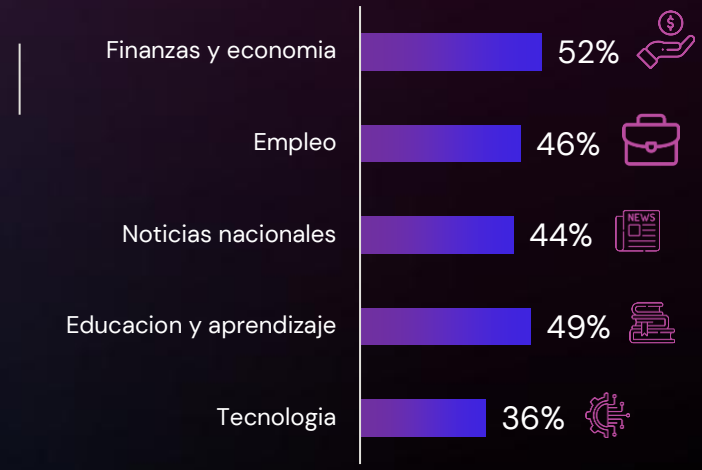
Método de pago:



ACTIVIDADES

	% Reach	Index
Salir a cenar	**60%**	**106 ix**
Leer libros	**38%**	**112 ix**
Salir a caminar	36%	93 ix
Cocinar	**34%**	**109 ix**
Ir a centros comerciales	33%	100 ix
Salir de la ciudad	**30%**	**108 ix**

INTERESES



DRIVERS

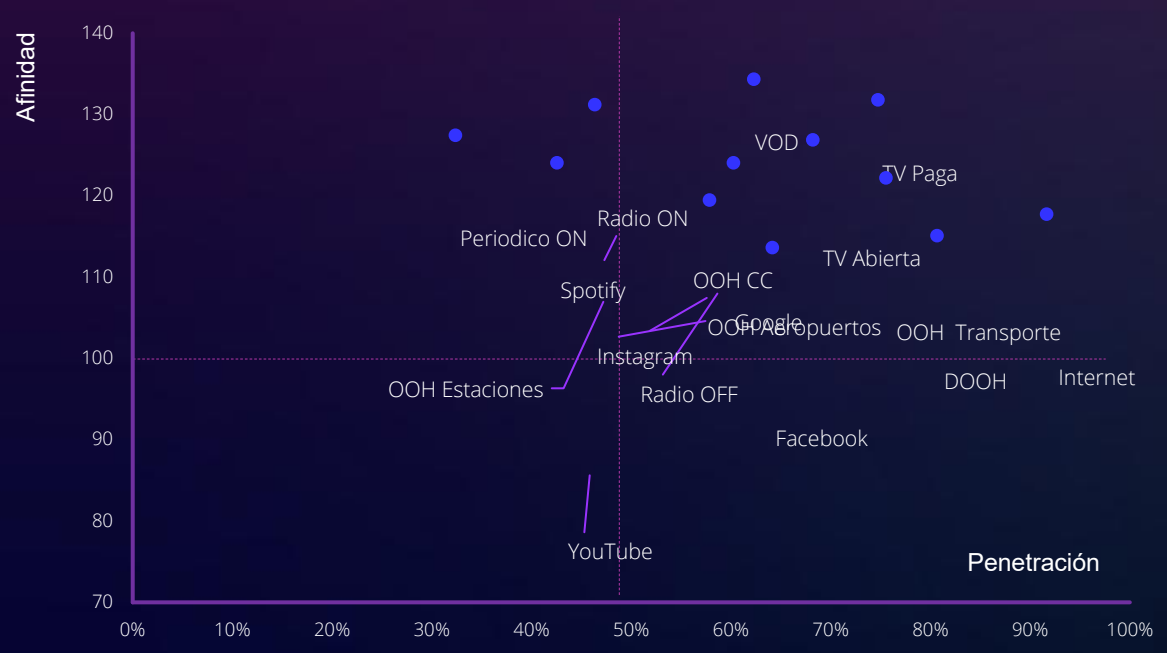


Fuente: TGI CO R1 2026

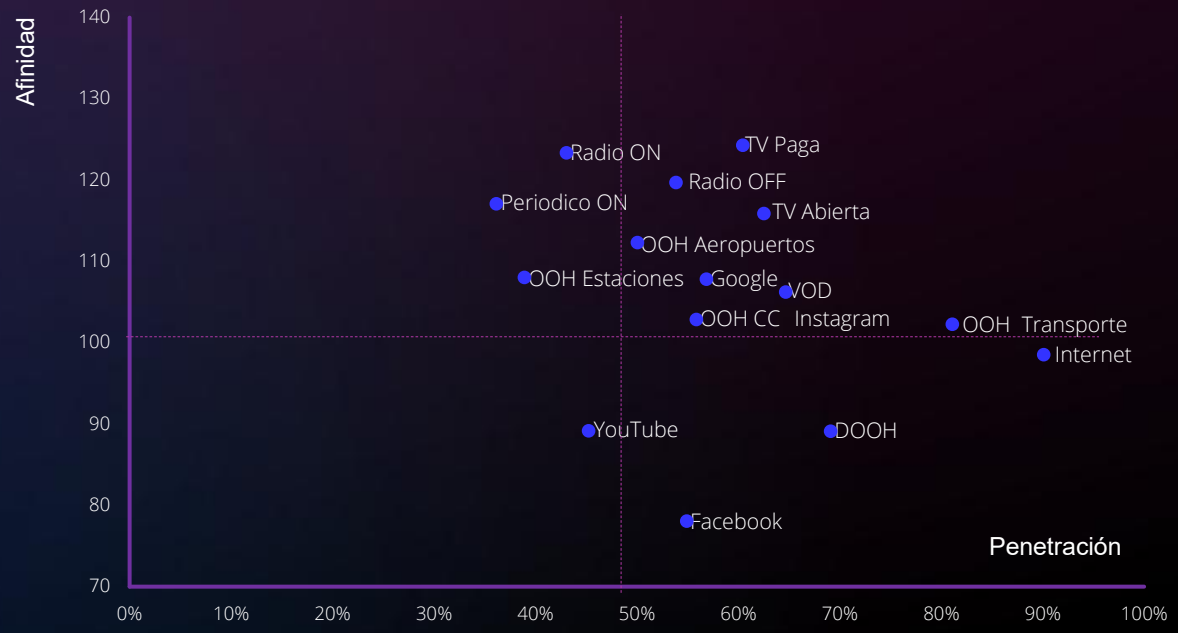
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Conectando con su consumo de medios

CONSUMO DE MEDIOS NACIONAL



CONSUMO DE MEDIOS MEDELLIN



Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

EJECUTIVOS

Hombres y mujeres entre 30 a 65 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos 4 a 6 en Colombia, con foco en Medellín, que gozan de una vida estable y acceso a bienes y servicios de calidad. Se caracterizan por buscar productos y experiencias que combinen funcionalidad, respaldo y prestigio, alineados con sus aspiraciones personales y sociales. Son consumidores informados, que valoran la confianza y la trayectoria de las marcas, y que responden positivamente a propuestas que les brinden confort, exclusividad y beneficios que fortalezcan su bienestar y proyecten su estilo de vida.



444 K

Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for P

EJECUTIVOS



DEMOGRÁFICOS

Genero:



Estado civil:



Estratos:



Regiones:



Edades:

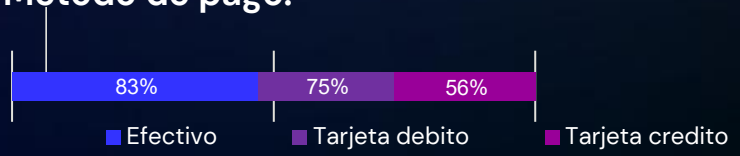


Trabaja:





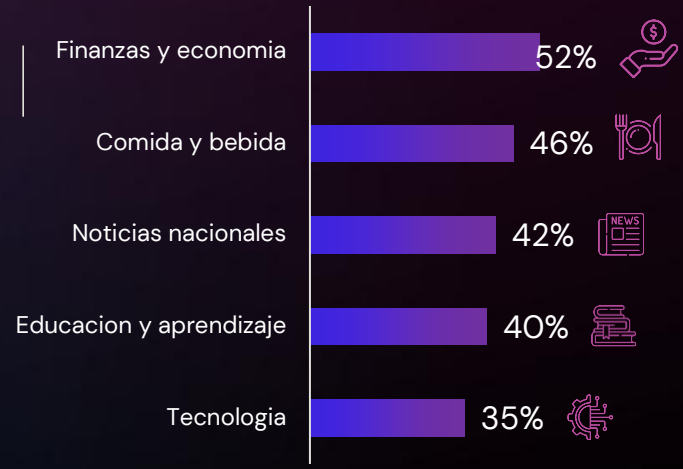
Método de pago:



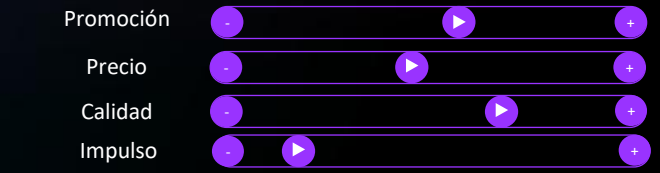
ACTIVIDADES

	% Reach	Index
Ir a centros comerciales	61%	104 ix
Salir a caminar	**44%**	**106 ix**
Leer libros	**42%**	**111 ix**
Cocinar	40%	114 ix
Escuchar música	36%	106 ix
Ir a parques públicos	**28%**	**114 ix**

INTERESES



DRIVERS

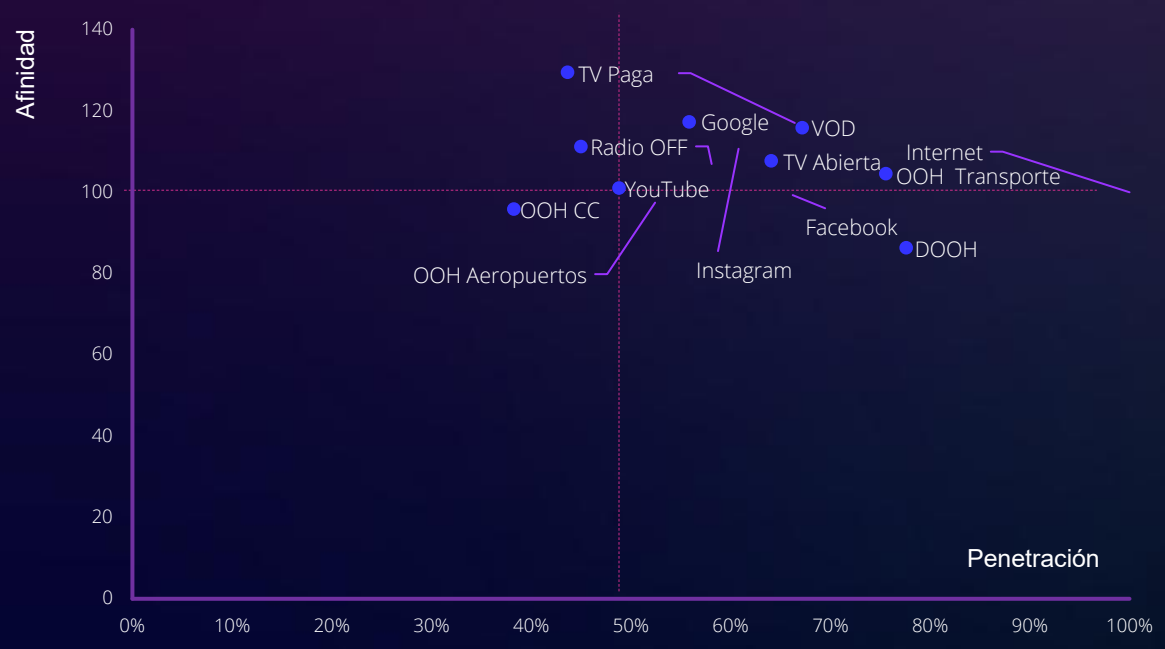


Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

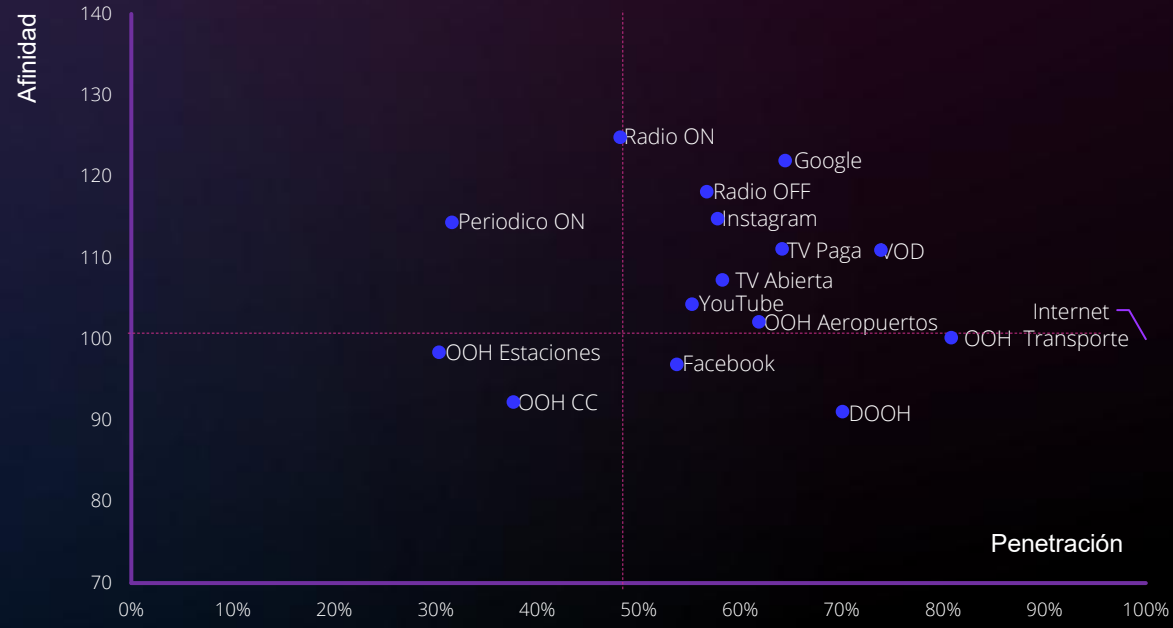
Conectando con su consumo de medios

CONSUMO DE MEDIOS NACIONAL



Fuente: TGI CO R1 2026

CONSUMO DE MEDIOS MEDELLIN



Fuente: TGI CO R2 2024

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

USUARIOS

Son personas que valoran la eficiencia, la puntualidad y la seguridad en sus desplazamientos diarios. Utilizan este sistema de transporte como una solución confiable para movilizarse por la ciudad, ya sea por trabajo, estudio o actividades personales. En su mayoría, son ciudadanos comprometidos con el orden y el respeto por lo público, que ven en el Metro un símbolo de cultura ciudadana y progreso urbano.

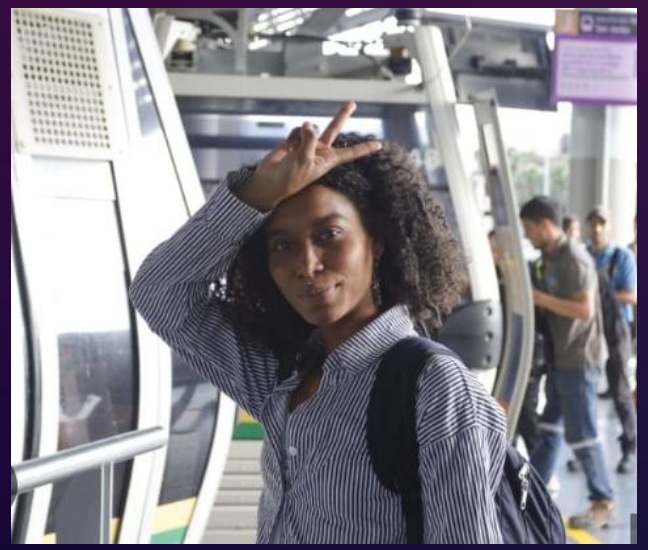


2.1 M

Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for P

USUARIOS

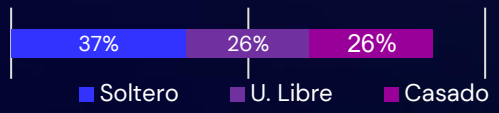


DEMOGRÁFICOS

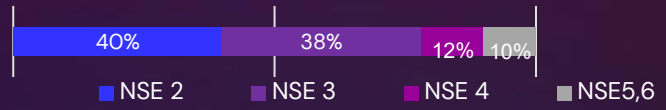
Genero:



Estado civil:



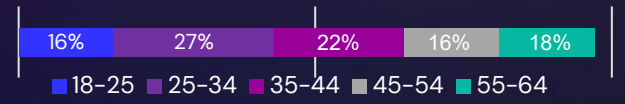
Estratos:



Regiones:

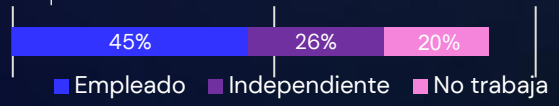


Edades:

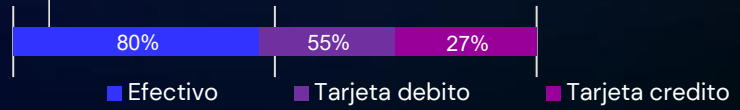


Trabaja:





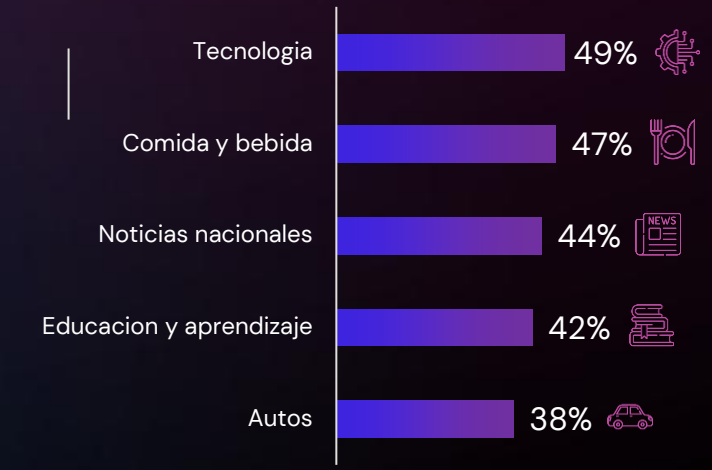
Método de pago:



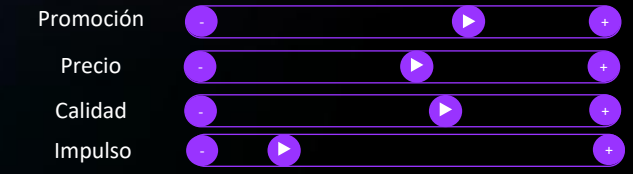
ACTIVIDADES

	% Reach	Index
Escuchar música	**54%**	**109 ix**
Salir a cenar	36%	89 ix
Ir centros comerciales	**30%**	**108 ix**
Cocinar	29%	81 ix
Salir a caminar	**28%**	**104 ix**
Cocinar	**24%**	**110 ix**

INTERESES



DRIVERS

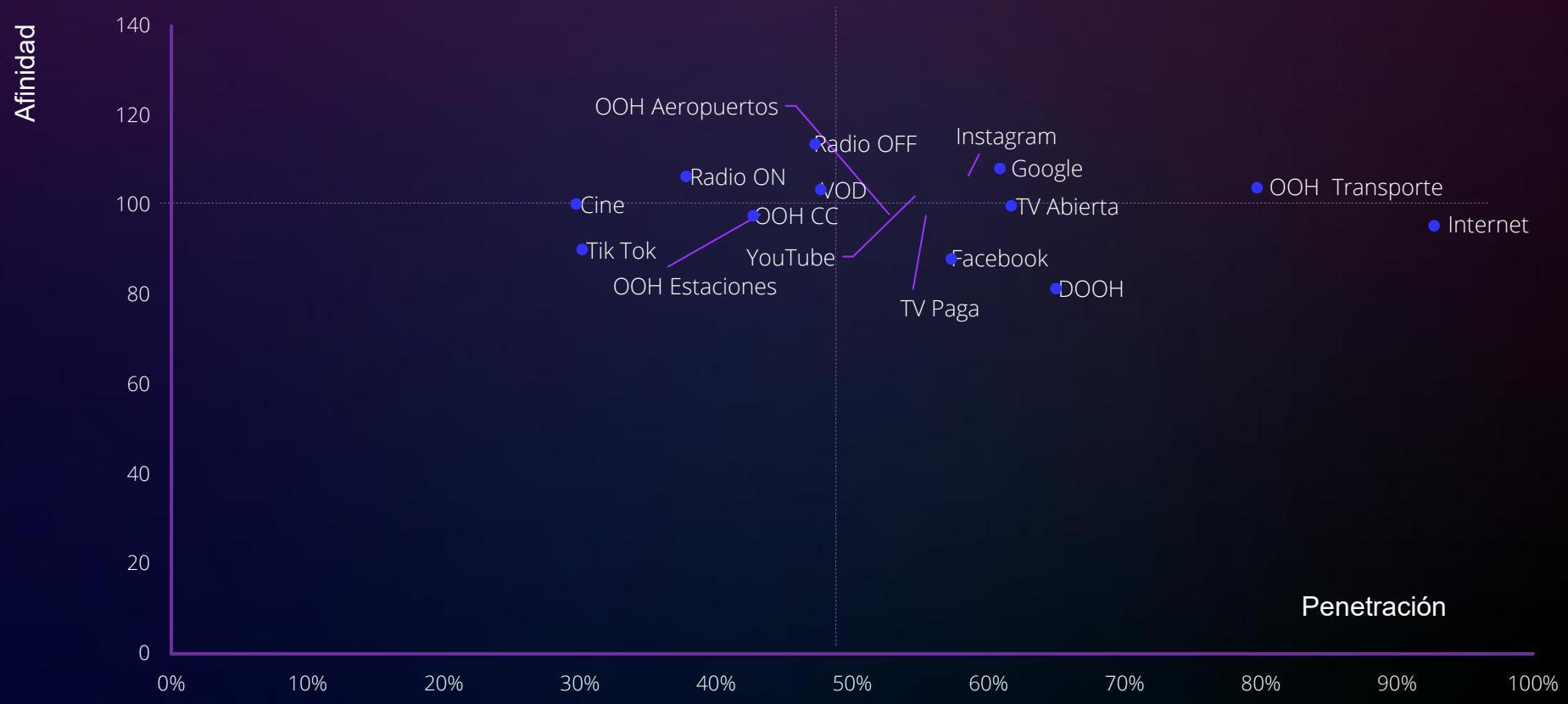


Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Conectando con su consumo de medios

CONSUMO DE MEDIOS



Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

TURISTAS

Turistas nacionales e internacionales atraídos por la transformación urbana, la oferta cultural y la calidez de Medellín. Buscan experiencias auténticas que combinen historia, arte, gastronomía local y naturaleza, moviéndose entre lo tradicional y lo moderno. Suelen planear recorridos por lugares icónicos como Comuna 13, el Metro y los parques naturales, valorando la seguridad, la hospitalidad y la posibilidad de conectarse con la vida local en una ciudad vibrante y en constante evolución.



8 M

Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for P

TURISTAS

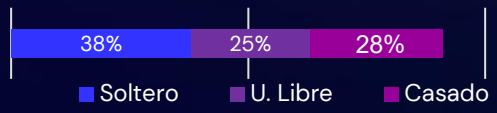


DEMOGRÁFICOS

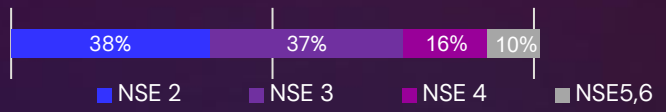
Genero:



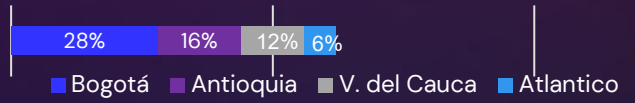
Estado civil:



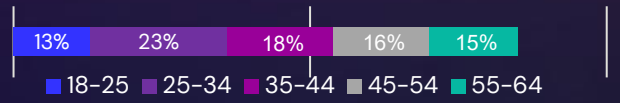
Estratos:



Regiones:



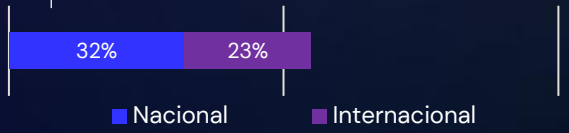
Edades:



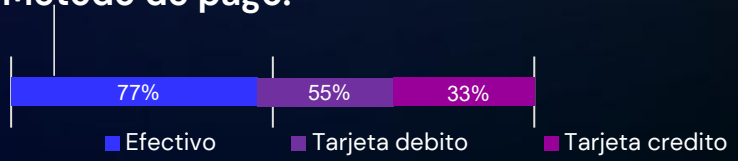
Trabaja:



Destino:



Método de pago:



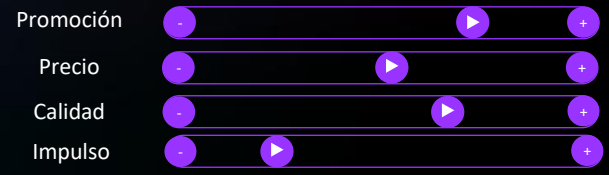
ACTIVIDADES

	% Reach	Index
Salir a cenar	61%	104 ix
Salir a caminar	**44%**	**106 ix**
Ir a parques públicos	**42%**	**111 ix**
Ir a centros comerciales	40%	114 ix
Reunirse con amigos	36%	106 ix
Ir a la playa	**28%**	**114 ix**

INTERESES



DRIVERS

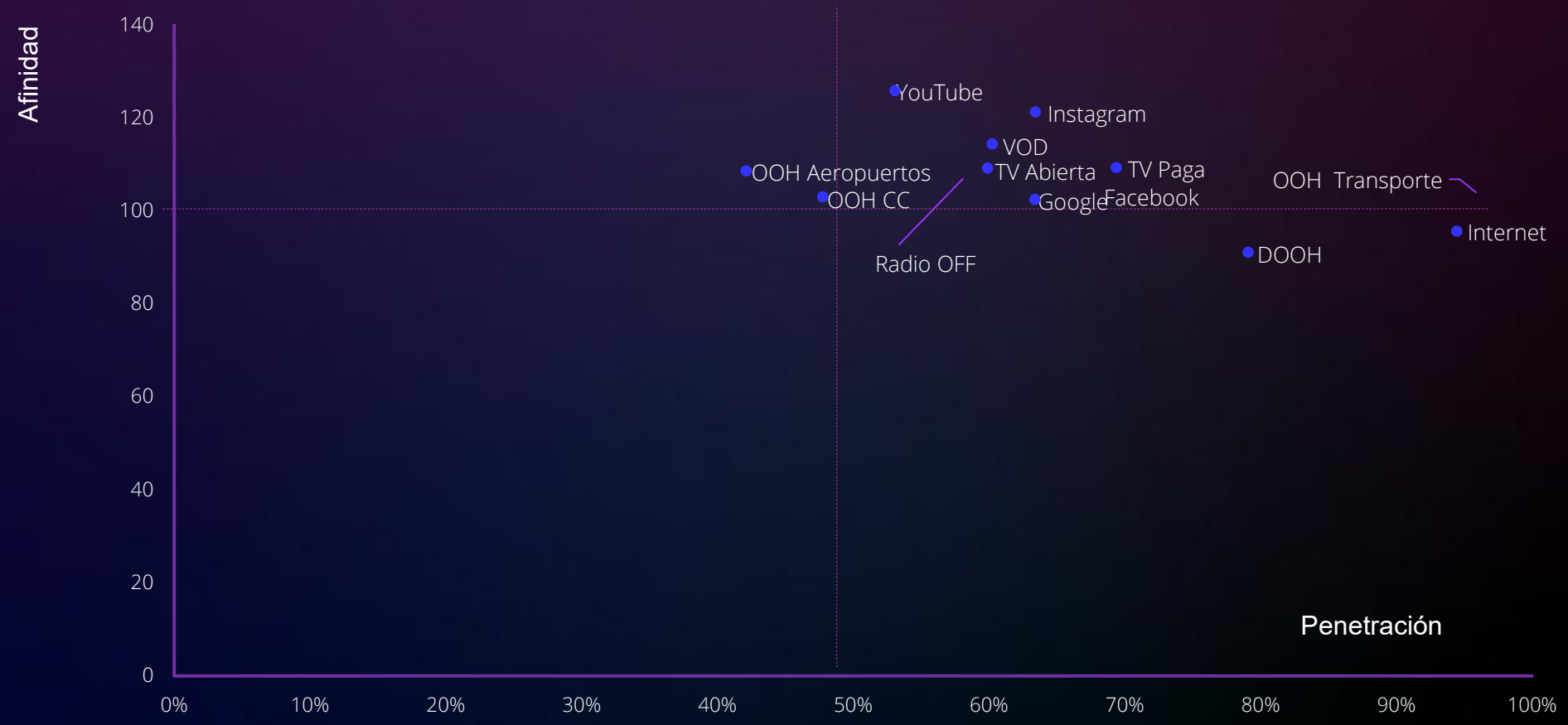


Fuente: TGI CO R1 2026

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Conectando con su consumo de medios

CONSUMO DE MEDIOS



Fuente: TGI CO R1 2026

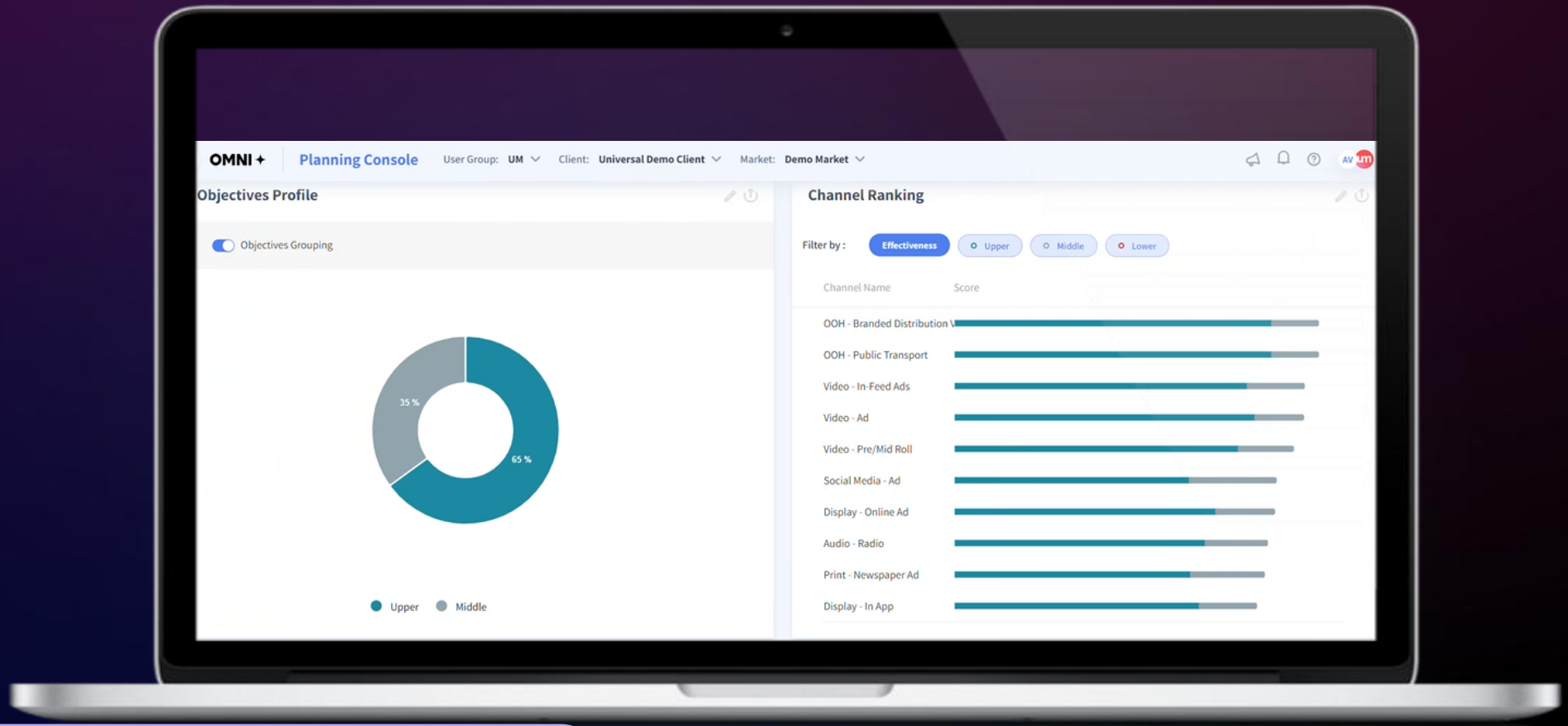
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution



CONEXIÓN USUARIOS

OMNI. Selecciona eficazmente los medios de acuerdo con las necesidades para el segmento partiendo del brief

Segmento (Usuarios Metro de Medellín)



Medios Foco

- Radio
- Digital
- Impresos
- Dooh ascensores - Tv. Regional

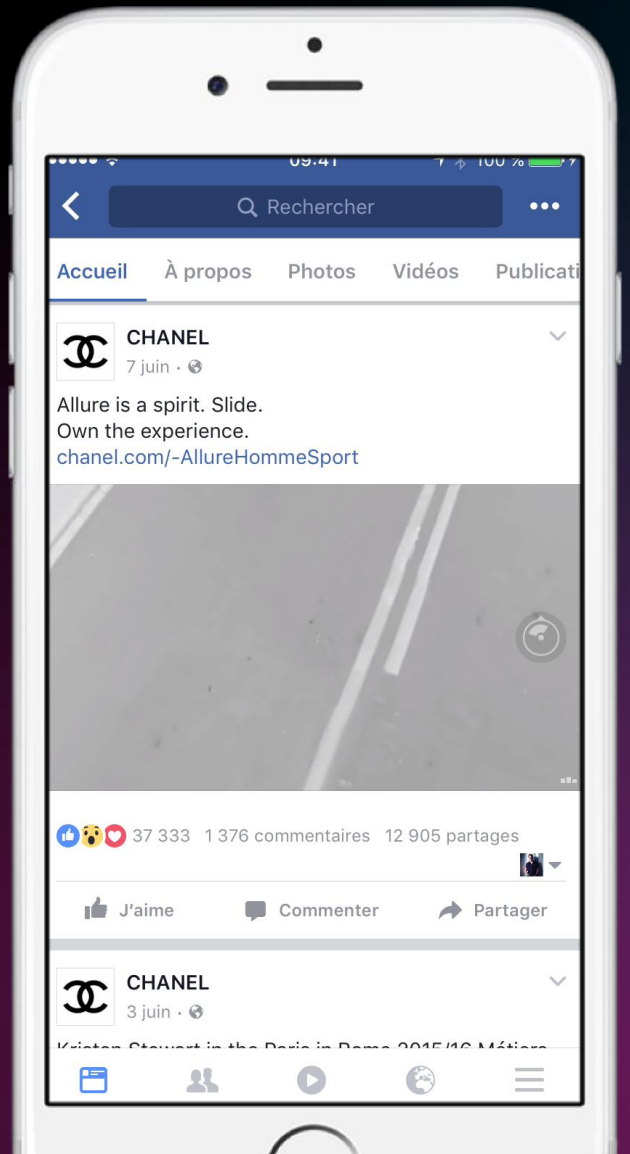
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

ESTRATEGIA DIGITAL. Identificando el rol en cada etapa del funnel

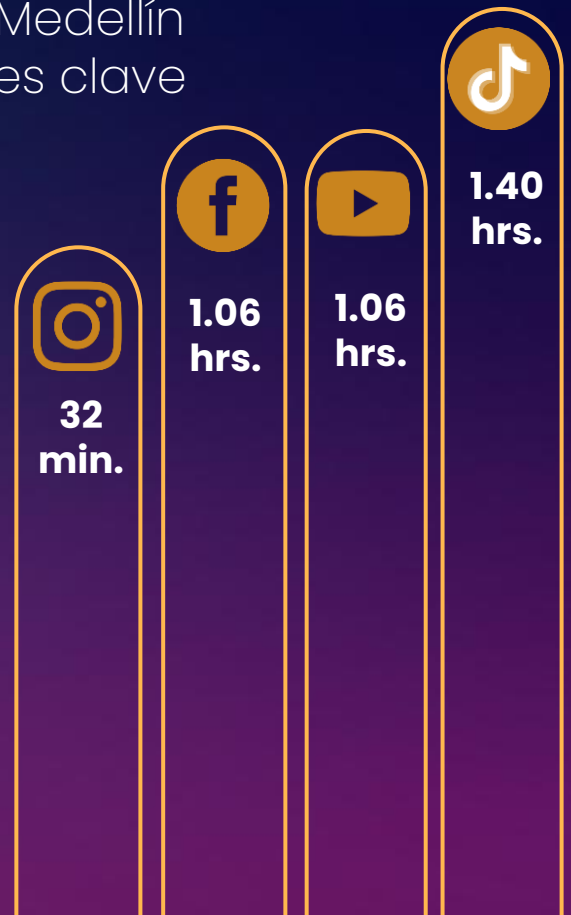
	AWARENESS Destacar el Mensaje	CONSIDERACIÓN Relevancia cultural en el día a día.
ROL	Construcción de alcance y frecuencia para amplificar los mensajes de **Metro de Medellín**	Llevar el mensaje de metro a la mayor cantidad de habitantes del área de influencia. Generar tráfico al sitio web, aumentar la visualización de contenidos y fomentar el Engagement en redes.
AUDIENCIA	**Audiencias :** Se clasifican en dos grandes grupos Usuarios Líderes de Opinión **Intereses & Contextual:** Se identifican interesen según análisis del consumidor y de acuerdo a cada campaña	**1st Party:** Personas que interactuaron en redes /P. Web **2nd, 3rd Party Data:** Segmentación por Nivel de Ingresos Hábitos de compra e Intereses **Geolocalizadas:** Solo en zona de interés
PUNTOS DE CONTACTO	Ecosistema Social (Meta, TT, etc) Medios locales. (DV360)	Ecosistema Social (Meta, TT, etc) Buscadores / SEO -> Categoría Filtro de Audiencias ADL
KPI (METRICAS)	Alcance / FQ / Impresiones / CPM	CTR / Sesiones / CPC / VTR Trafico canales / Viewability / Interacciones y Engagement Redes /



REDES SOCIALES. La consulta diaria de sus redes ofrece el espacio perfecto para recordar uso y beneficio



Permite crear una narrativa visual que ayudará a ampliar la información del Metro de Medellín sobre el servicio y mensajes clave de campaña



TIEMPO DE USO DIARIO

SOCIAL MEDIA. Gran amplificador de nuestros beneficios

Una adecuada segmentación optimizará eficazmente el presupuesto



- Alcance a públicos con alto interés
- In Feed Ads
- Enfoque en video

- Conexión con públicos interesados
- Video Feed / Reels

SEGMENTACIÓN

Según Intereses
Comportamiento de Compra
georeferenciación Medellín

TARGETING

- Usuarios
- Líderes de Opinión

Nuestra estrategia optimiza la inversión al dirigir los mensajes de Metro de Medellín a los espacios donde las RRSS generan mayor intención y conexión.

Mathilde

En Mathilde ofrecemos segmentaciones únicas en el mercado: audiencias basadas en su comportamiento transaccional. Con nuestras audiencias tus inversiones son más efectivas

Usuario que consume contenido sobre tu marca y la categoría



Usuario que tiene la disponibilidad de dinero para comprar tu marca



caz en la segmentación = Optimización en la inversión



Mathilde

Audiencia: 100% Target Calificado

Formato: Video 100%

Tamaño del segmento

Mathilde-ads **1.750 K**

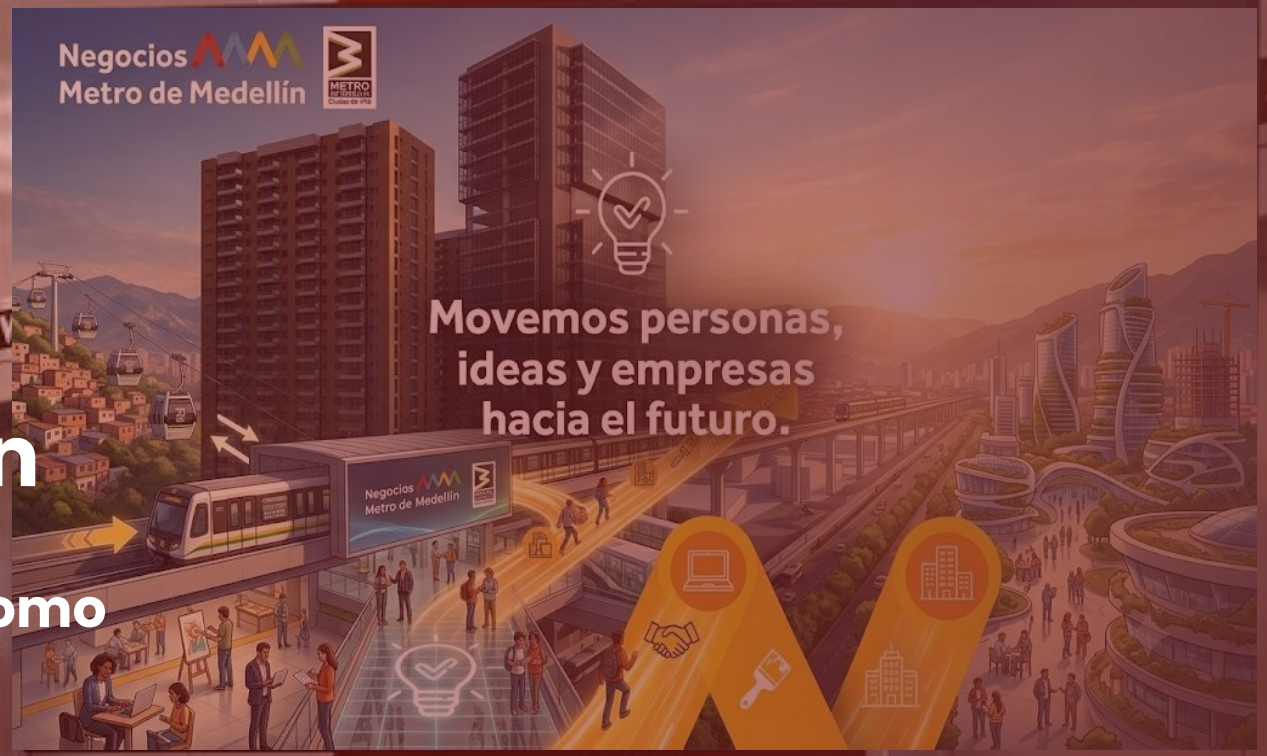
Conectar con consumidores muy afines al uso del servicio de transporte masivo en Medellín y área metropolitana

- No poseen vehículo
- No pagan Impuesto vehicular
- No compran Gasolina estaciones de servicio
- Devengan más de 1 a 3 salarios Mínimo

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Innovación en la Conexión con el consumidor

Fácil visibilidad en sitios de alto tráfico como torres empresariales



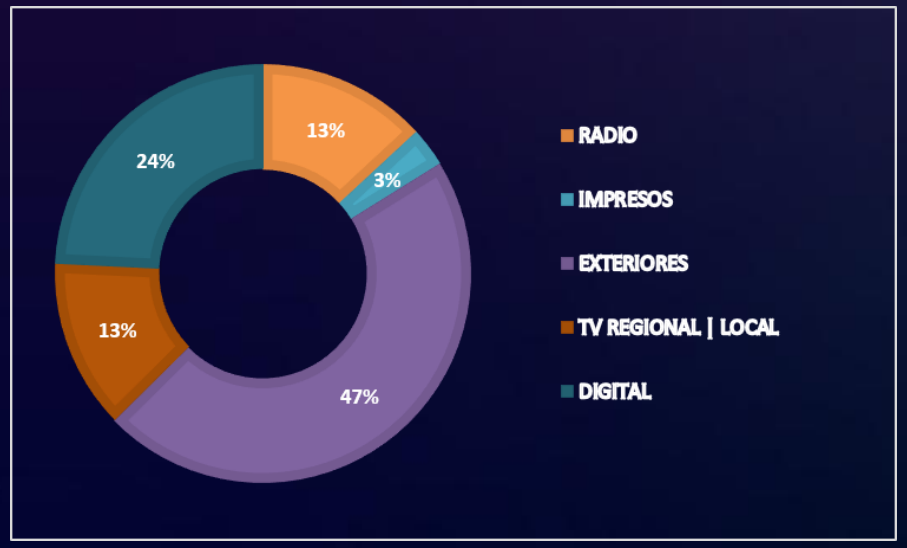
Medio

Pantallas Digitales

Media Business Plan Usuarios

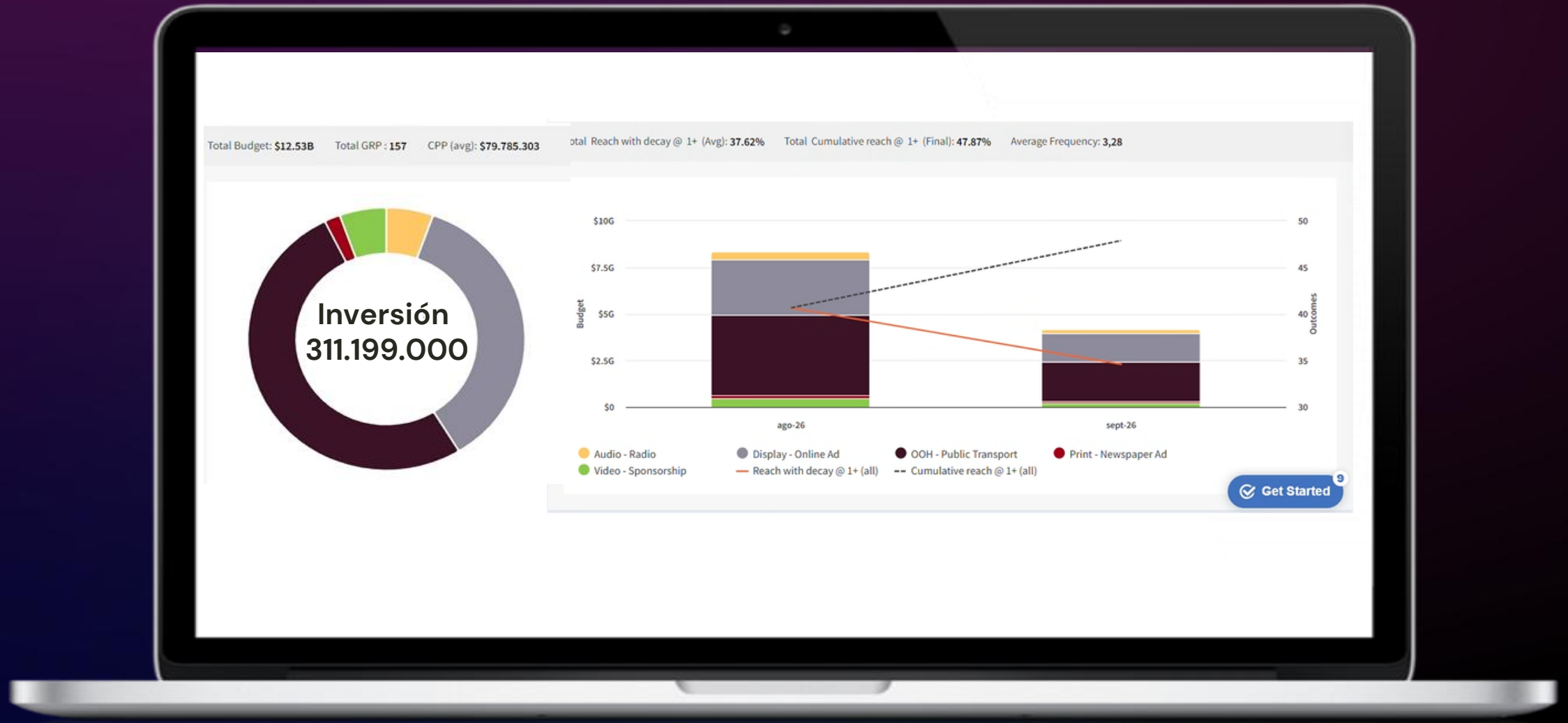
Key partners

Media mix



MEDIO	% SPEND	TOTAL SPEND (000)	AGO (000)	SEP (000)	
RADIO	13%	40,880	20,440	20,440	
IMPRESOS	3%	10,563	5,282	5,282	
EXTERIORES	46%	144,000	116,200	27,800	
TV REGIONAL | LOCAL	13%	41,934	30,150	11,784	
DIGITAL	24%	73,821	36,905	36,916	
TOTAL SPEND	100%	311,199	208,977	102,222	
% SPEND			67%	33%	100%

Alcance Multimedia Metro / Usuarios



47.8 %
REACH +1

3.2
OTS

$ 311 M
TOTAL BUDGET

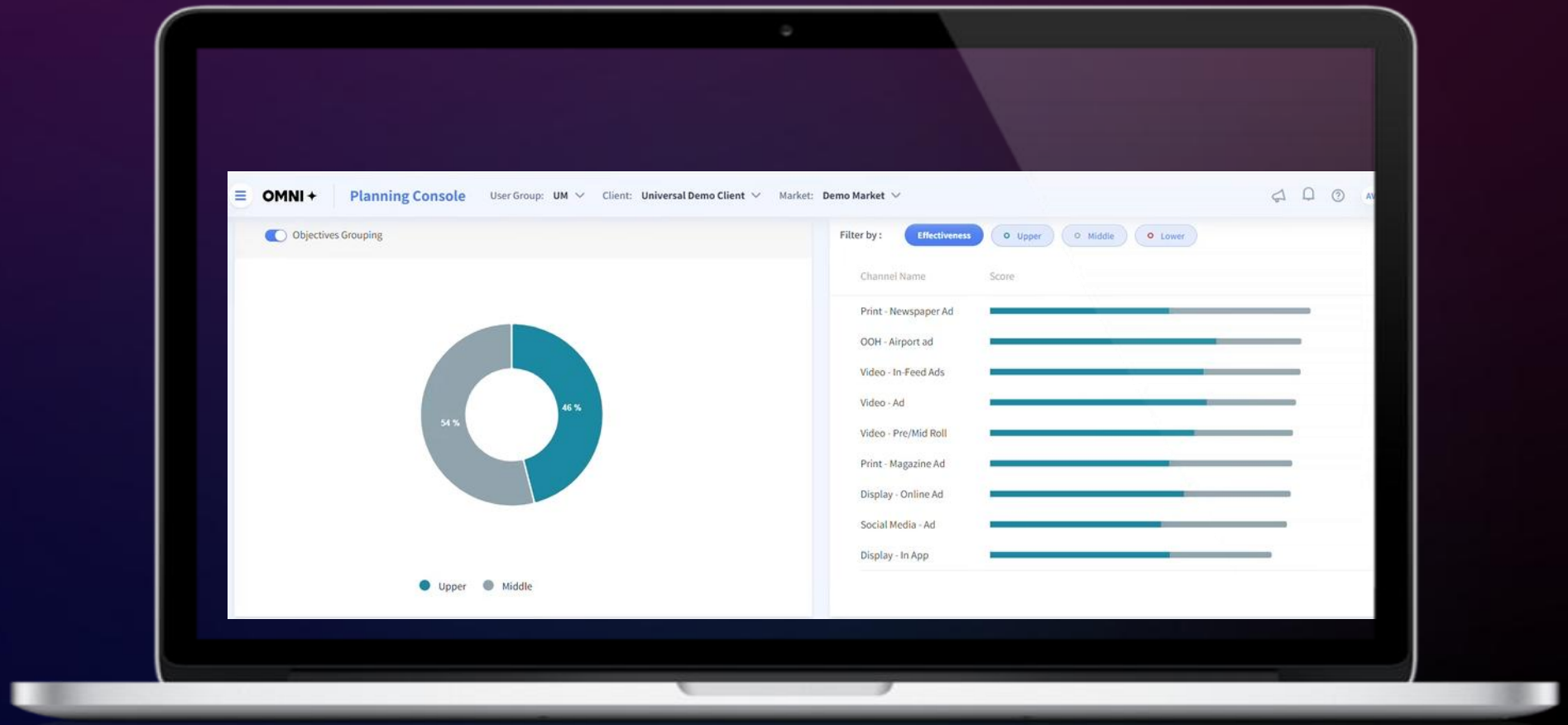
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution



LIDERES DE OPINION

OMNI. Selecciona eficazmente los medios de acuerdo a las necesidades para el segmento y el brief

(Segemento Líderes de opinión Metro de Medellín)



Medios Foco

- Content Media
- Digital
- Aeropuertos
- Impresos

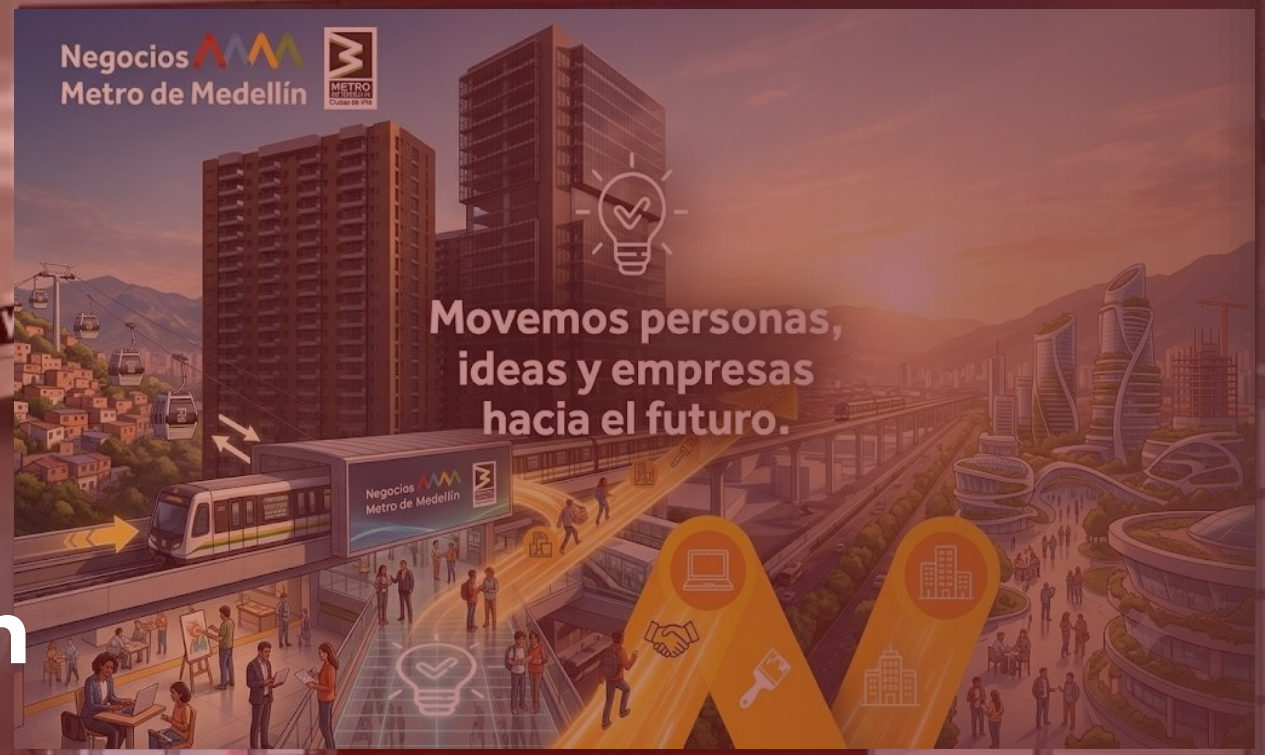
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Innovación en la conexión con el consumidor

Fácil visibilidad en sitios de alto tráfico como torres empresariales

Medio

Pantallas Digitales Aeropuertos





Innovación Content Media

Talento de Semana realiza contenido que se amplificará en los activos digitales del medio. Impactando de manera orgánica

Medio

Semana / Content Media



Mathilde

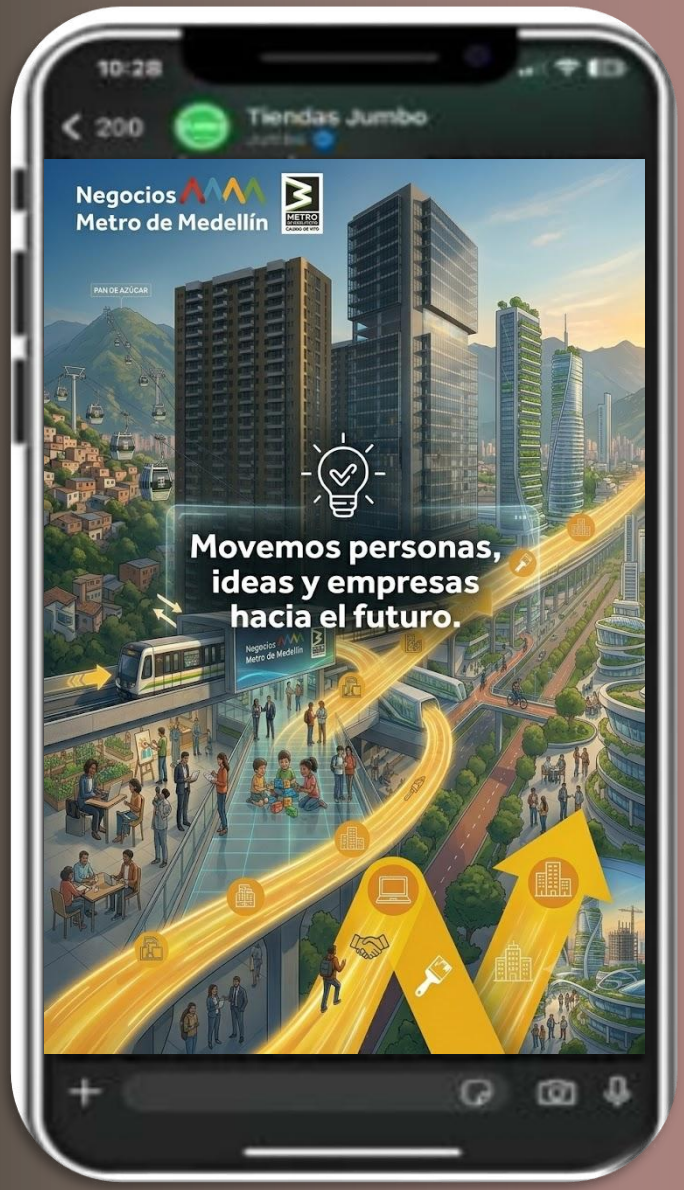
En Mathilde ofrecemos segmentaciones únicas en el mercado: audiencias basadas en su comportamiento transaccional. Con nuestras audiencias tus inversiones son más efectivas

Usuario que consume contenido sobre tu marca y la categoría



Usuario que tiene la disponibilidad de dinero para comprar tu marca





Mathilde

Audiencia: 100% Target Calificado
Formato: Video 100%

Tamaño del segmento

Mathilde-ads **325K**

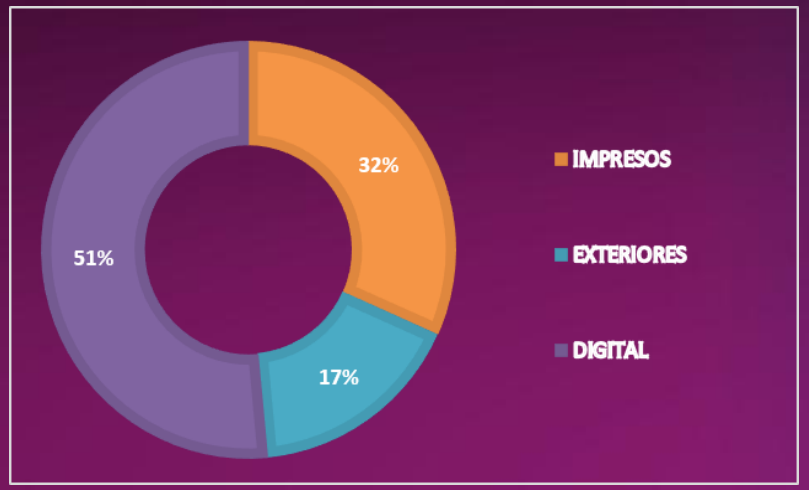
Conectar con consumidores que ganan entre 5 a 7 Salarios mínimos para conectar con Líderes de opinión de la ciudad de Medellín y área metropolitana

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Media Business Plan Líderes de Opinión

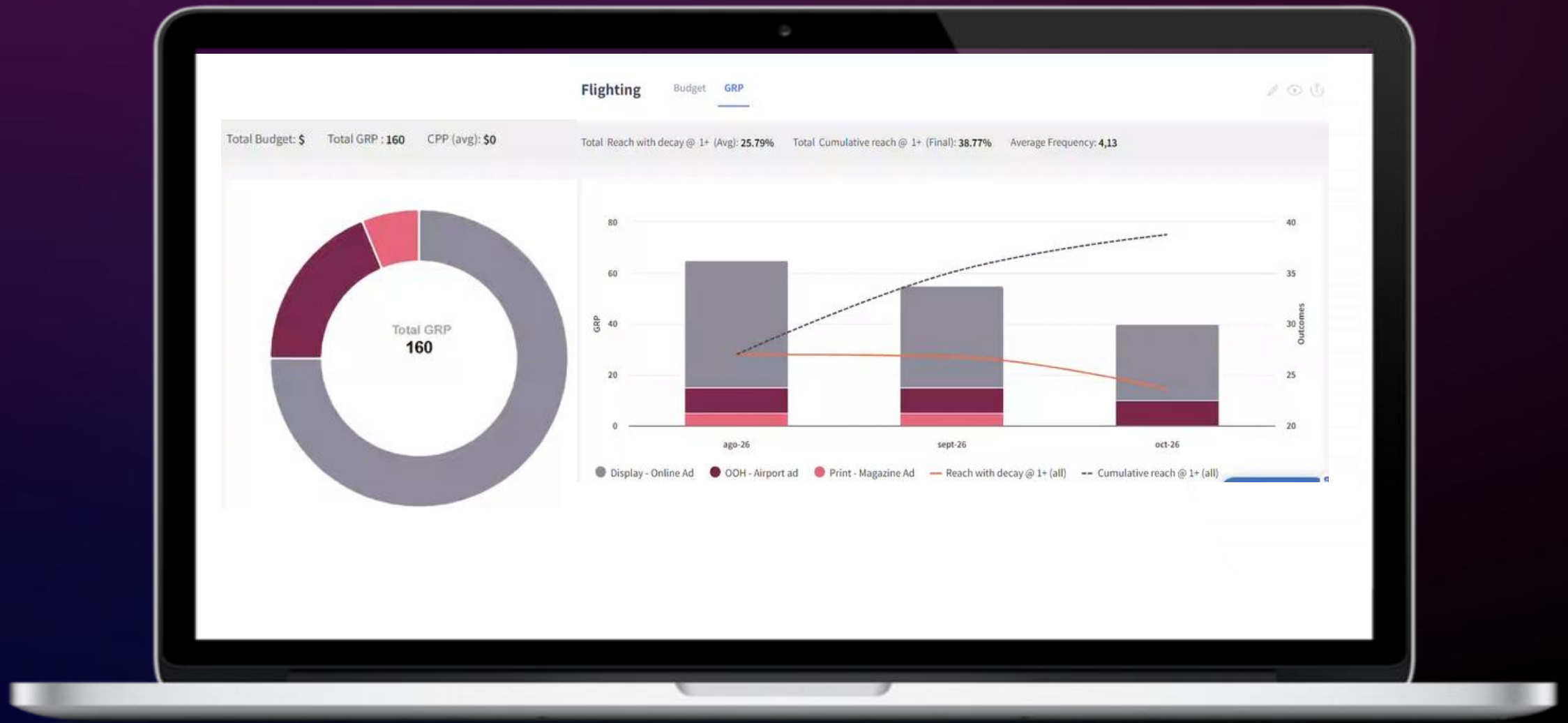
Key partners

Media mix



MEDIO	% SPEND	TOTAL SPEND (000)	AGO (000)	SEP (000)	OCT (000)	
IMPRESOS	32%	94,169	65,269	28,900	-	
EXTERIORES	17%	50,000	30,000	20,000	-	
DIGITAL	52%	153,790	82,325	46,115	25,350	
TOTAL SPEND	100%	297,958	177,593	95,015	25,350	
% SPEND			60%	32%	9%	100%

Alcance Multimedia Metro



38.7%
REACH +1

4.1
OTS

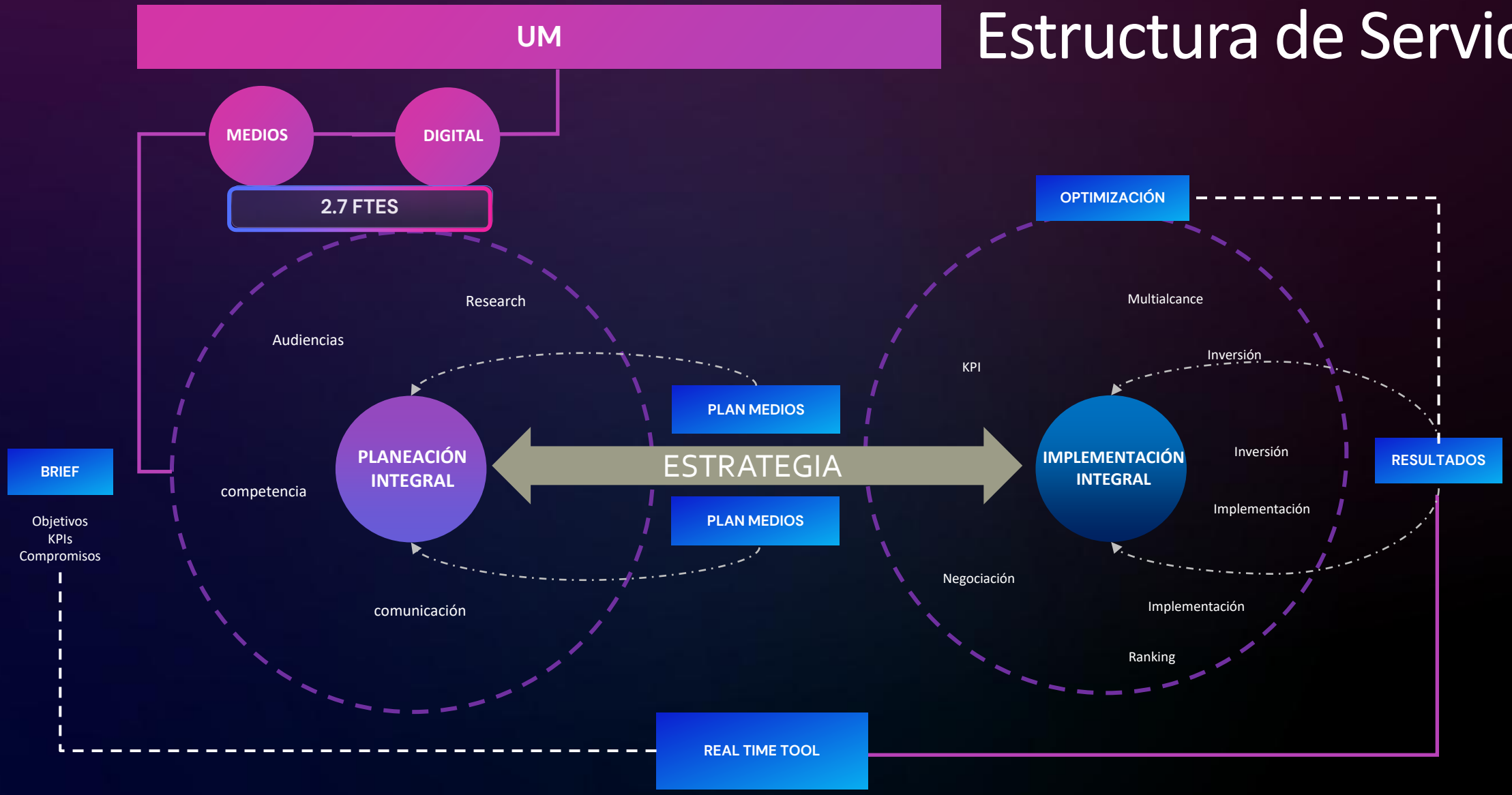
$ 265 M
TOTAL BUDGET

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

03

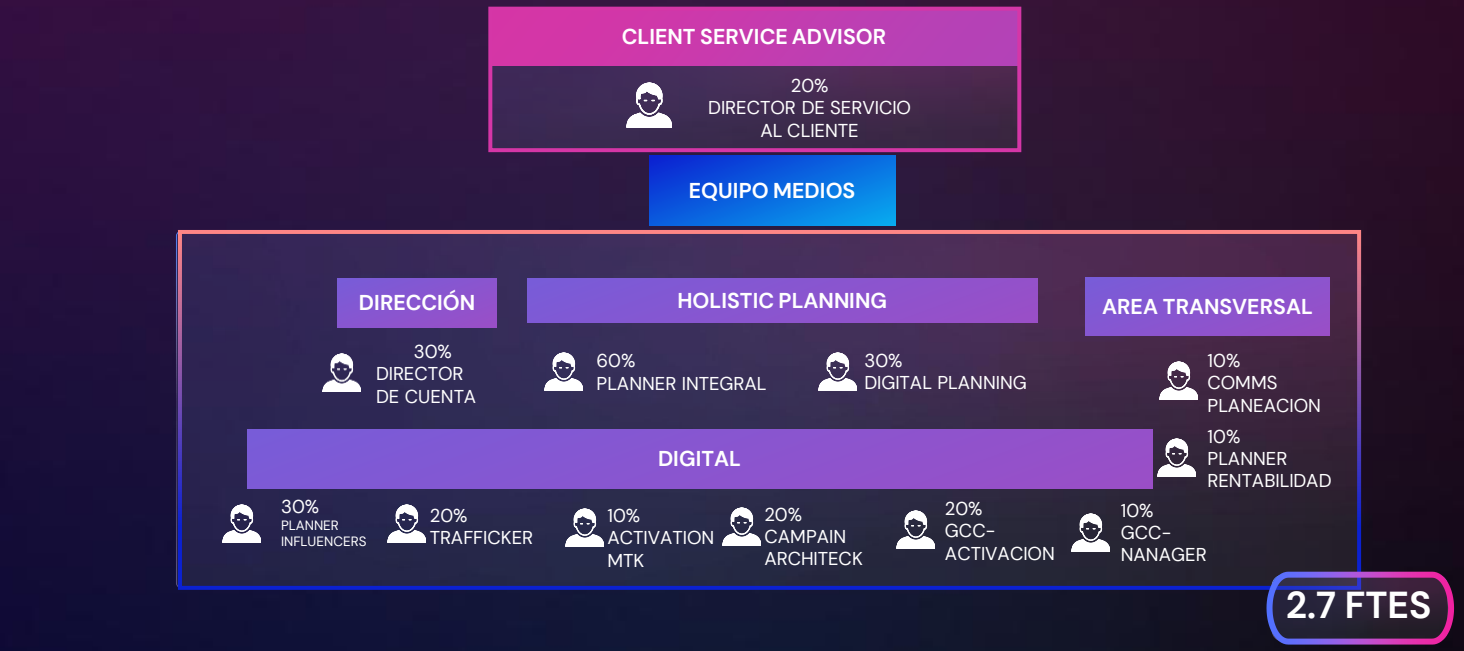
STAFF & COMMERCIALS

Proceso Estratégico y Estructura de Servicio



Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Estructura de servicio





Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Equipo SERVICIO DE MEDIOS

2.7 FTE



Director de Servicio al cliente

- **Melanie Libos** Managing Director
- **Juan Cifuentes** Chief Product Officer
- **Giovanny Amaya** Dir. Servicio al Cliente

Equipo senior impulsor y vigilante del estándar de servicio

Director de cuenta

Responsabilidades:

- Entendimiento de las necesidades de la marca traducidas en estrategias de medios
- Trabajo colaborativo con el equipo de mercadeo de la marca
- Activar recursos de OMNICOM de acuerdo a las necesidades detectadas
- Asistencias a reunión estratégicas

Director Digital

Responsabilidades:

- Diseñar estrategias en medios digitales pensadas en cumplir los objetivos de la marca
- Catalizador de innovación que permitirá a las marcas estar vigentes conforme a la evolución de los medios
- Establecer KPI y vigilar sus cumplimientos

Planer Integral

Responsabilidades:

- Aterrizar las estrategias en ejecuciones tácticas conforme al plan
- Vigila las aprobaciones de inversión y optimiza su implementación
- Integra KPIS y evidencia las eficiencias

Áreas Trasversales

Alejandra Ramos/ OM Invest
Supervisión de las negociaciones vigentes con medios Claves

Juan Cifuentes / Research
Generación de Insighs e insumo estratégico para la Marca.

Alcances de **SERVICIO DE MEDIOS**

Core del Servicio

Desarrollo de estrategia de conexión en medios basados en las necesidades de marca

Identificar las audiencias clave de valor y sus comportamientos para ser activadas al centro de la estrategia

Seleccionar los driver y medios con los que se lograrán cumplir los objetivos del plan

Trazabilidad End to End de todo el plan de medios

Optimización tanto en negociación como en ejecución del plan

Gestión

Asistencia a reuniones estratégicas y de tráfico en la ciudad de Cali 100%

Trabajo Co-Creativa con agencia creativa y otros aliados

Gestión de aprobación de presupuestos, realización de reales cumplidos y seguimiento del proceso de facturación

Reporting

Dash competitivo con Integrametris que proveerá seguimiento de medios incluyendo Digital

Reporte Gráfico integrado en el dash

Análisis de entorno competitivo

Cierres reales de Inversión y KPIS

Resumen Valores Agregados

Orion

3.4 MILLONES



17 MILLONES



ESTUDIOS DE CONSUMIDOR

56MILLONES



SOCIAL LISTENING

$78 MILLONES*



CAPACITACIONES

$48 MILLONES*

VALOR TOTAL 204.147.636= 35.4% sobre inversión (Antes de Iva)

*Estos valores agregados se estiman para un escenario de inversión de 576.000.000 COP Antes de IVA
**Beneficio Orion: Valor calculado bajo una penetración del 20% de inversión a través de la unidad. Al finalizar el periodo se hará una liquidación final y se devolverá 3% de lo que se haya ordenado
*** La optimización total se estima basado en la aprobación por parte de la marca de estar en el programa Orion

NUESTRA PODEROSA ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN

APALANCADA EN LA EXPERIENCIA Y LIDERAZGO EN EL MERCADO

La inteligencia de INVESTMENT, nuestra unidad especializada y los datos de mercado dirigen nuestras estrategias de negociación

Trabajar en estrecha colaboración con los equipos de cuentas, analytics y con el cliente para garantizar que nuestras estrategias se ajusten a su negocio.

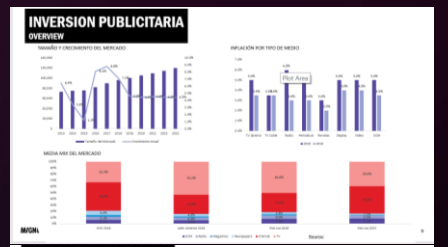
Implementar estrategias a nivel local y regional para maximizar el valor.

SOLUCIONES FINANCIERAS

GAMING STRATEGY

METODOLOGÍA COMPROBADA DE OPTIMIZACIÓN.









Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

UNIDAD DE NEGOCIOS GLOBAL DE OMNICOM MEDIA

PROVEE SOLUCIONES FINANCIERAS Y DE OPTIMIZACIÓN DE ACTIVOS.

SOLUCIONES FINANCIERAS

Orion

METODOLOGÍA COMPROBADA DE OPTIMIZACIÓN

NO es un modelo de inventario. Corre a las tarifas de los clientes más un beneficio real, que en este caso será del 3% para el total de las inversiones que se realicen por el programa

No existe diferencia entre el precio de compra y venta, es decir, que no es un modelo de arbitraje de espacios en medios.

Orion utiliza nuestras inversiones en efectivo de Tesorería OMNICOM con socios de medios para crear un apalancamiento que ofrezca ahorros a los clientes en medios seleccionados.



Devolución Total

3.4M

*Estos valores agregados se estiman para un escenario de inversión de 576.000.000 COP Antes de IVA
**Beneficio Orion: Valor calculado bajo una penetración del 20% de inversión a través de la unidad. Al finalizar el periodo se hará una liquidación final y se devolverá 3% de lo que se haya ordenado
*** La optimización total se estima basado en la aprobación por parte de la marca de estar en el programa Orion

PROCESO TRANSPARENTE Y AUDITABLE

DISCIPLINA DE OPTIMIZACIÓN, ADOPTADA EN TODA LA RED

Sistemático en etapas, en busca de ahorros y generación de valores agregados, maximizando la optimización en costo.

Buscamos todas las oportunidades de ahorro y optimización, en todas las etapas de planeación y compra de medios.

Envió de reporte sobre la optimización generada en el periodo y la optimización acumulada.

PROCESO DE OPTIMIZACIÓN

VALUE PATHWAY

PROCESO DE OPTIMIZACIÓN OMNICOM MEDIA

Se Optimizó **3.1%** adicionales sobre tarifas de estudio de mercado



OPTIMIZACIÓN

17M

Confidential - Not to be shared with any third parties without prior written consent

ENTENDIMIENTO CONSUMIDOR

ESTUDIOS DE CONSUMIDOR

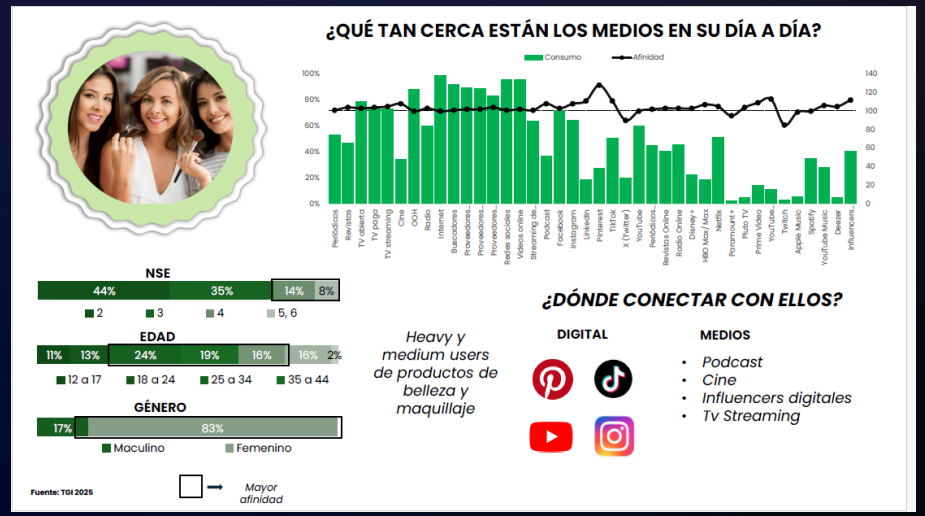
Conocimiento del entorno estratégico de las marcas

ESTUDIOS CLAVES SIN COSTO

Entendimiento de consumidor y categorías realizado a la medida de la necesidad de las marcas. Estos estudios se realizan con fuentes propias como TGI-Raddar-Óptimos-Kantar

¿TIPO DE INSUMO?

- Entendimiento de Consumidor
- Conocimiento de Categoría
- Explorando tendencias o insumos de segmentos



OPTIMIZACIÓN

56M

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

INSUMO DE VALOR PARA Nutramerican

ESCUCHAS SOCIALES

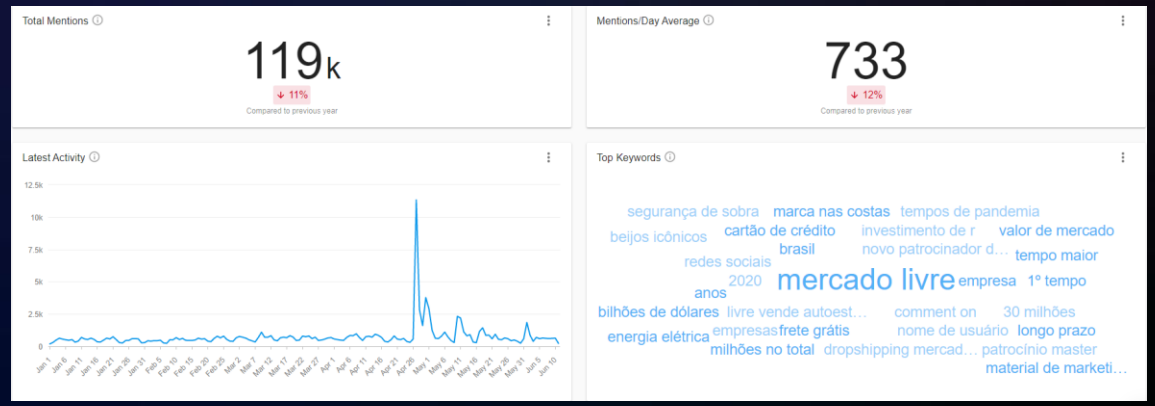
SOCIAL LISTENING

Conocimiento del entorno estratégico de las marcas

inteligencia que nos ayuda a crear estrategias de marketing digital para monitorear las redes sociales y otras fuentes de información.

¿TIPO DE INSUMO?

- Escuchas relevantes de los consumidores alrededor de un tema clave para la marca
- Nivel de sentimiento alrededor del tema de interés
- Verbatim para identificar conversaciones reales



OPTIMIZACIÓN

78M

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

COMPARTIENDO TODO NUESTRO CONOCIMIENTO

PARA HACERNOS MEJOR EN EQUIPO

Temas de interés para la marca, agenda construida en conjunto.

Entregables asociados a los temas de interés (Newsletter, contexto, espacios de socialización, foros, entre otros)

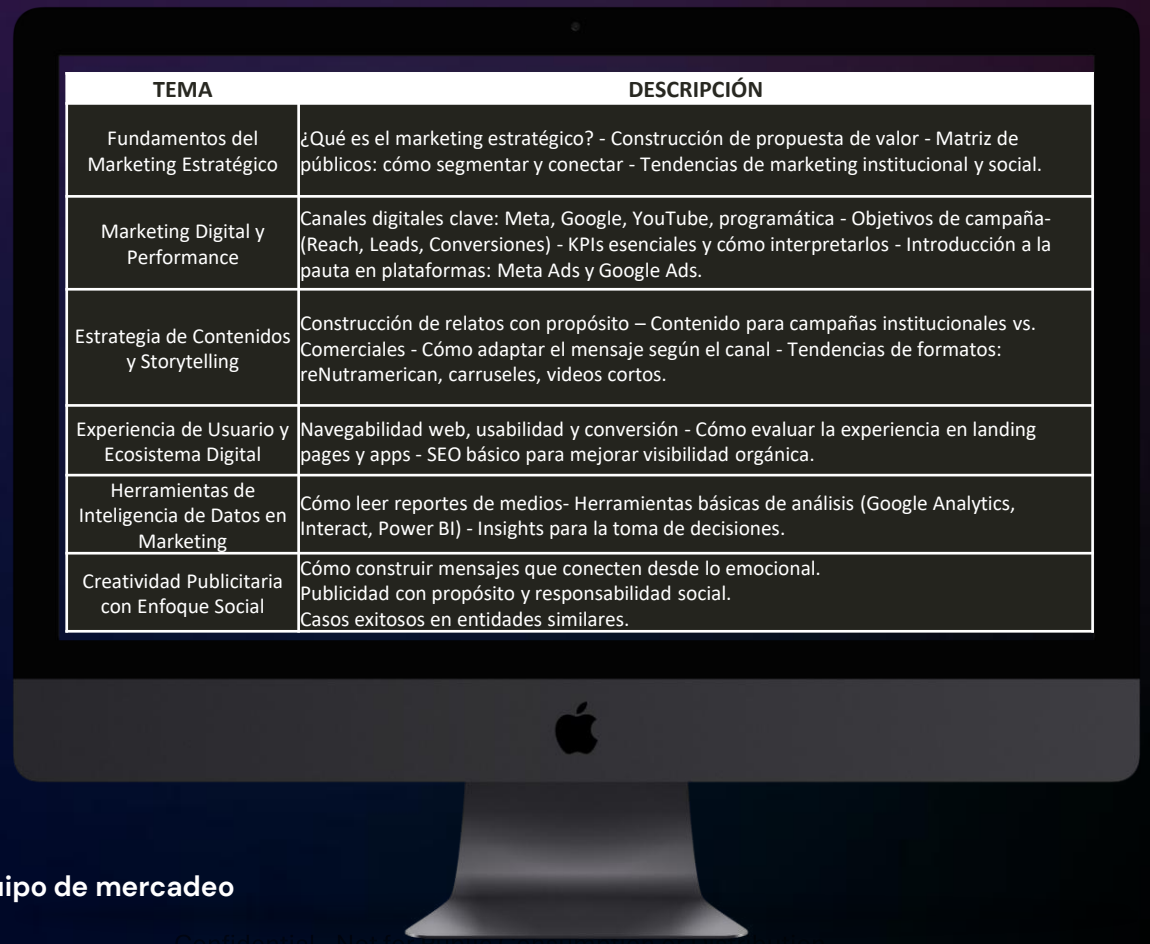
Capacitaciones e información disponibles para todo el equipo

MASTER

MINDHUB

MASTER MIND HUB

METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN DE ALTO NIVEL PARA EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS



TEMA	DESCRIPCIÓN
Fundamentos del Marketing Estratégico	¿Qué es el marketing estratégico? - Construcción de propuesta de valor - Matriz de públicos: cómo segmentar y conectar - Tendencias de marketing institucional y social.
Marketing Digital y Performance	Canales digitales clave: Meta, Google, YouTube, programática - Objetivos de campaña- (Reach, Leads, Conversiones) - KPIs esenciales y cómo interpretarlos - Introducción a la pauta en plataformas: Meta Ads y Google Ads.
Estrategia de Contenidos y Storytelling	Construcción de relatos con propósito – Contenido para campañas institucionales vs. Comerciales - Cómo adaptar el mensaje según el canal - Tendencias de formatos: reNutramerican, carruseles, videos cortos.
Experiencia de Usuario y Ecosistema Digital	Navegabilidad web, usabilidad y conversión - Cómo evaluar la experiencia en landing pages y apps - SEO básico para mejorar visibilidad orgánica.
Herramientas de Inteligencia de Datos en Marketing	Cómo leer reportes de medios- Herramientas básicas de análisis (Google Analytics, Interact, Power BI) - Insights para la toma de decisiones.
Creatividad Publicitaria con Enfoque Social	Cómo construir mensajes que conecten desde lo emocional. Publicidad con propósito y responsabilidad social. Casos exitosos en entidades similares.

OPTIMIZACIÓN

48M

- **Temas de capacitación serán conciliados con el equipo de mercadeo**

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESUMEN COMMERCIALS

HARD SAVINGS
Devolución de inversión
($3.460.000)

SOFT SAVINGS
Value Pathway
($17.900.245)

Valores Agregados
(182.786.574)

ESTRUCTURA DE SERVICIO

2.7 FTE´s

COMMERCIALS

6% DIGITAL
0% ATL

OPTIMIZACION TOTAL
35.4%
($ 204.147.637)

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

¿POR QUÉ CRECER CON NOSOTROS?

1

HOLDING DE MEDIOS #1 EN COLOMBIA

Capitalizar volumen con servicio personalizado y especializado

2

OPTIMIZACION

Se lograron beneficios adicionales en descuento de tarifas frente a estudio de mercado

3

ADAPTABILIDAD

Capacidad de trasladar todas las capacidades de UM a la región de Medellín

4

INNOVACION

Capacidad de integrar la planeación a KPÍ´S de negocio con las nuevas unidades de Omnicom Media

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution


um
ESTAMOS LISTOS PARA LLEVAR A
LAS MARCAS AL SIGUIENTE NIVEL

Anexos

TOOL KIT

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

HERRAMIENTAS

Herramientas sindicadas



Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MEDICIÓN CONTINUA DEL SERVICIO AGENCIA

PARA IDENTIFICAR ÁREAS DE OPORTUNIDAD

Evaluación trimestral directa con cada uno de los contactos de Nutramerican

Evaluación de todas las áreas de servicio ofrecidas por la agencia.

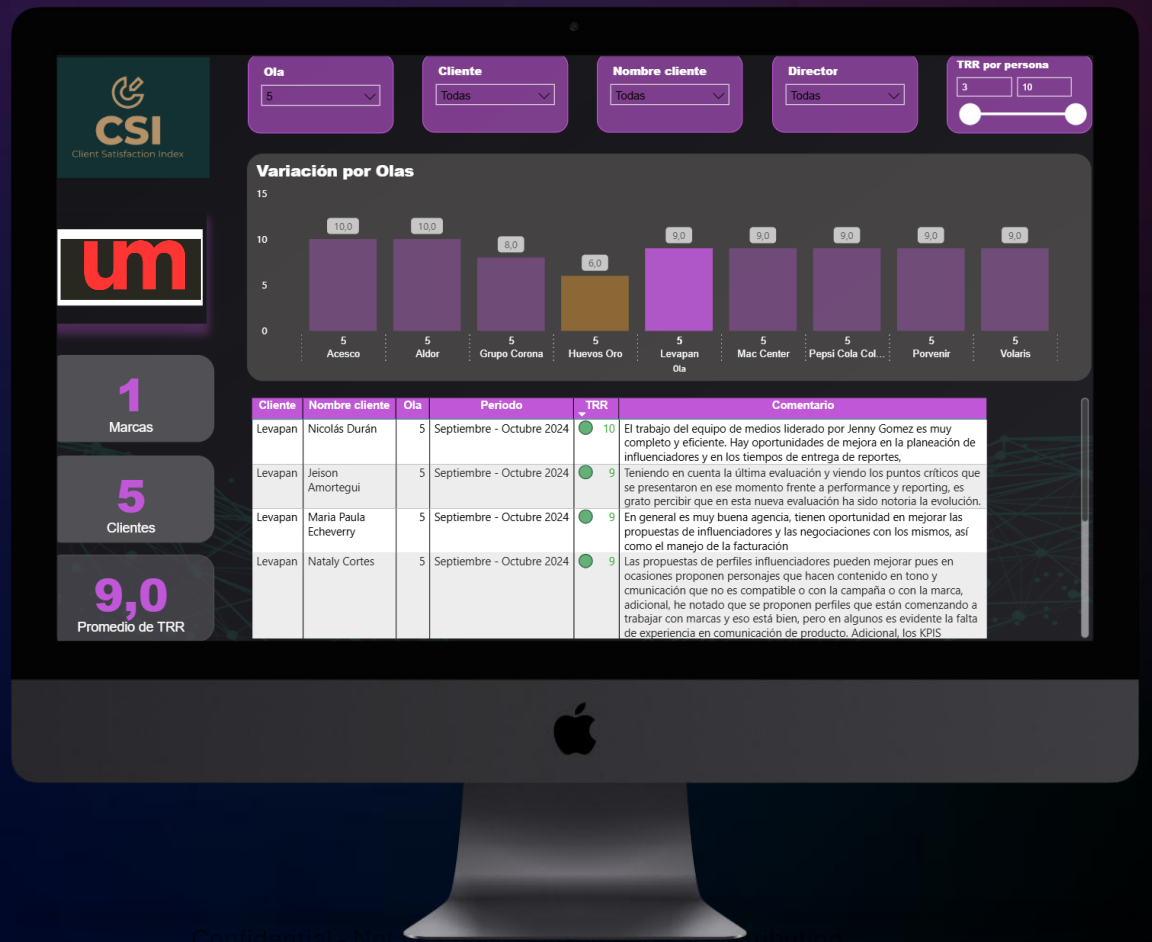
Plan de acción como el resultado de la evaluación de servicio.

MEDICIÓN

DEL SERVICIO

CSI
Client Satisfaction Index

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN PARA IDENTIFICAR ESTADO DEL SERVICIO DE NUESTROS CLIENTES



EVALUACIÓN TRIMESTRAL

Confidential - Not for public distribution

SESIONES DE INMERSIÓN EN MEDIOS

ALIADOS DE VALOR

MASTER MIND HUB

EPACIOS CON MEDIOS ALIADOS PARA VER INFORMES DE CATERORÍA, BEST PRACTICE, ENTRE OTROS



ESTAS SESIONES NOS PERMITIRAN ABORDAR Y ENTENDER TEMAS COMO

Insights de Consuimidor | Insights de Categoría | Tendencias de mercado | Best Practices de creatividad | Mediciones Efectivas

Medios de acuerdo a Nuestro mix y estrategia de comunicación.

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

ANÁLISIS INTEGRAL DE DATOS ATL Y DIGITALES

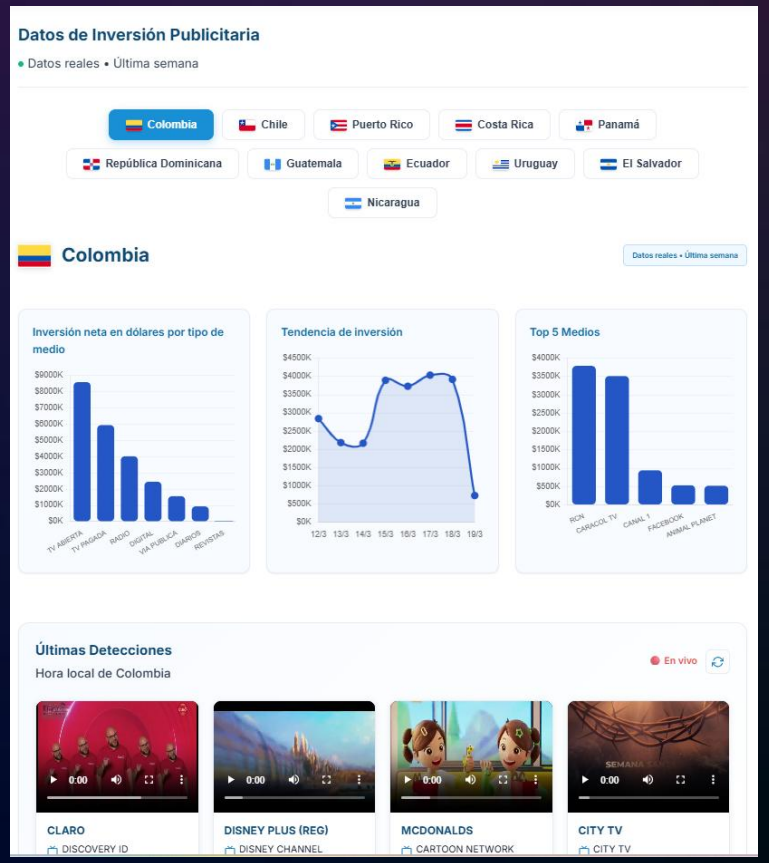
MEDICIÓN Y

ANALISIS

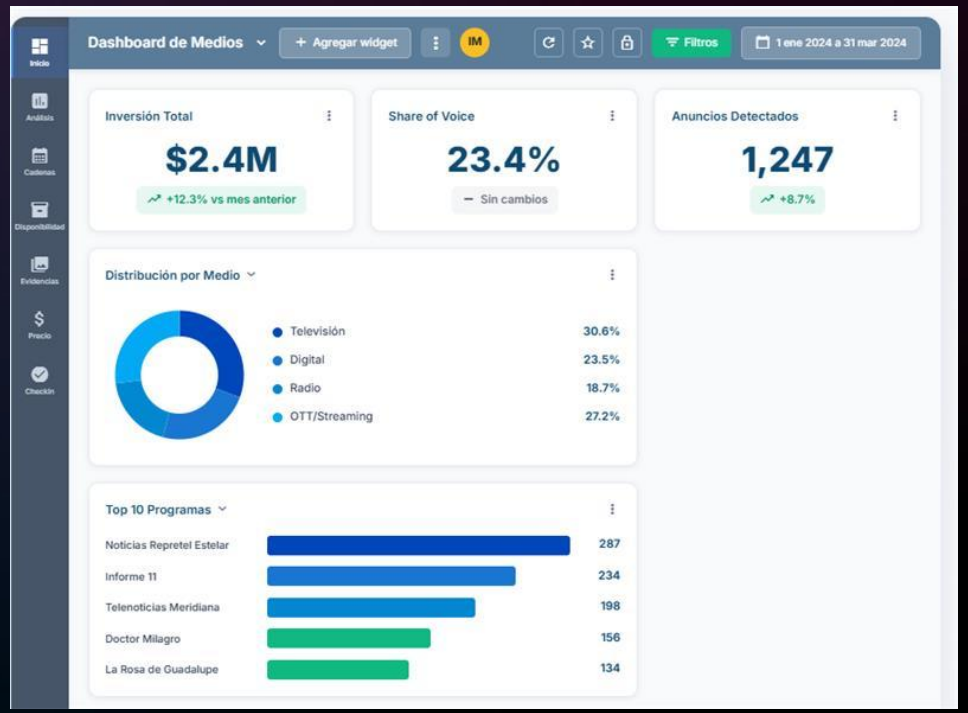
integra METRICS

PLATAFORMA ALIADA QUE PROVEE INFORMACIÓN DE INVERSIÓN PUBLICITARIA EN TIEMPO REAL

MEDIA MIX MÁS CERCANO A LA REALIDAD POR CATEGORÍAS Y MARCAS, Y REPORTES DE COMPETENCIA MÁS RELEVANTES EN TIEMPO REAL.



*Ejemplo referencia otra categoría para fines demostrativos.



Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

INTEGRACIÓN DE INFORMACIÓN A TODO NIVEL

UNA SOLUCIÓN PARA SINCRONIZAR LA DATA CLAVE DEL NEGOCIO

DASHBOARD

CONTROL

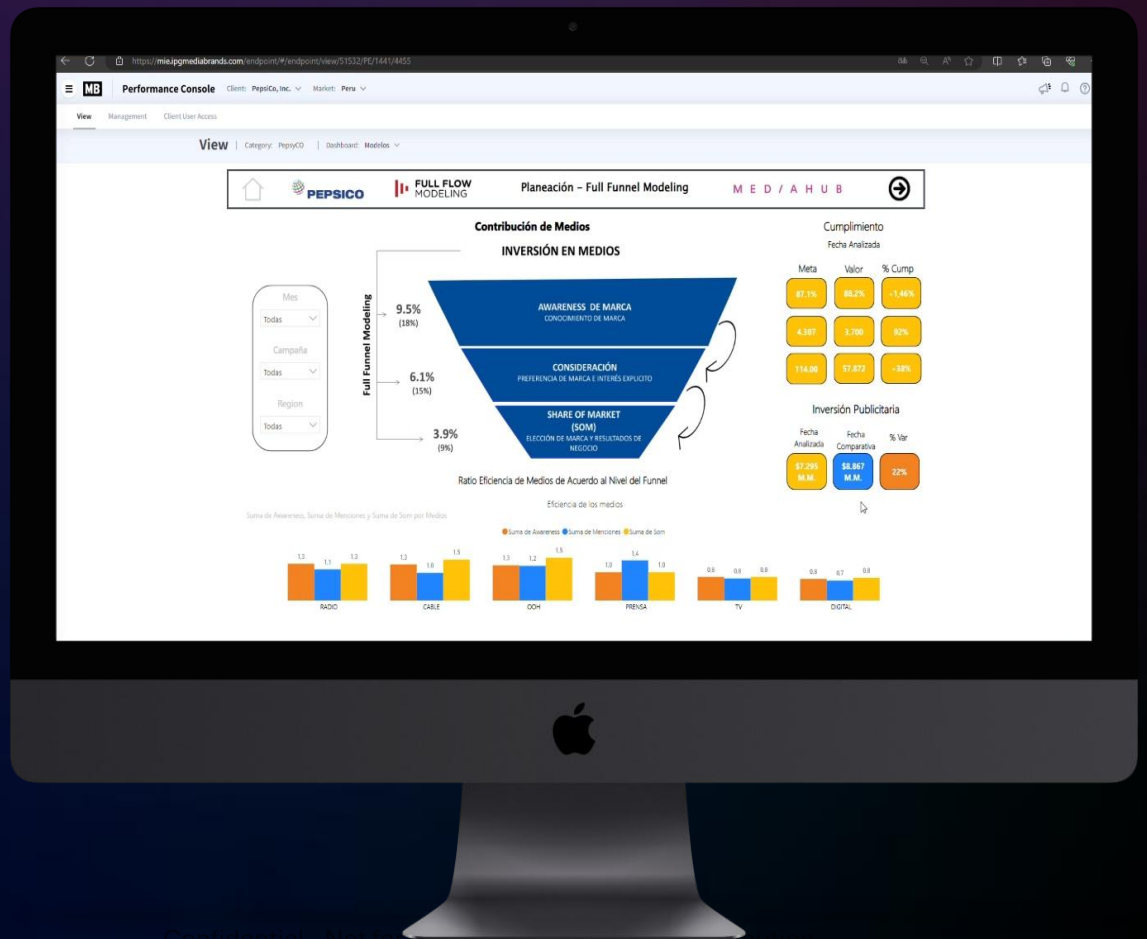
Bolt

CENTRO DE CONTROL DE LA INFORMACIÓN

Información de negocio
Acciones de la competencia

Rendimiento de campañas
Zoom sobre el rendimiento digital

Información de full flow modelling



1
DASHBOARD
INTEGRADO

Confidential - Not for public distribution


Movemos personas,
ideas y empresas
hacia el futuro.
Negocios
Metro de Medellín


GRACIAS