



**mercado
libre**

Ninch[®] Comunicación Integral



Categoría 11: Eventos.
Caso: Charlas – Ideas con Futuro.
Compañía: Mercado Libre.
Área: Dirección comercial.
Asesor externo: NINCH Comunicación Integral.

Responsables de Mercado Libre:

Valeria Bazzi: Responsable de Relaciones
Institucionales Corporativas.
Daniel Ferro: Director de Marketing Corporativo.
Torcuato Sozio: Director de Marketing Argentina.
Agustina Varela: Asistente de Marketing Argentina.

Responsables de NINCH:

Noelia Chessari: Directora de NINCH
Comunicación Integral.
Fernando Benito: Director de Arte.
Cecilia Bertini: Team Leader PR.
Luciana Diaz: Ejecutiva de Cuentas.

Descripción de la compañía

Mercado Libre es la compañía líder en e-commerce en toda Latinoamérica desde hace más de 16 años. Ofrece soluciones de comercio electrónico para que cualquier persona o empresa pueda comprar, vender, pagar y publicar de todo a través de Internet. Sus principales plataformas son MercadoLibre.com.ar y MercadoPago.com.ar. Hoy cuenta con más de 90 millones de usuarios registrados, emplea a más de 2 mil personas y tiene presencia en más de 14 países. Es el 10º sitio de e-commerce más grande del mundo, tracciona más de mil búsquedas por segundo, lleva más de 83 millones de productos vendidos y cotiza en el Nasdaq.

Situación inicial

En julio de 2015, el equipo comercial de Mercado Libre junto a las áreas de Comunicación Corporativa y Marketing, convocaron a la consultora NINCH Comunicación Integral para desarrollar un evento a través del que se pueda generar un acercamiento con los grandes empresarios del mercado local. Desde el punto de vista del B2C, Mercado Libre está en el top of mind de los usuarios, pero en el camino del B2B, la compañía aún tenía mucho por crecer.

A partir del crecimiento de un 70% del e-commerce en el último año, se observó una gran oportunidad para:

- Potenciar la venta bajo la modalidad de Tiendas Oficiales, incorporando nuevas compañías.
- Capacitar a los principales vendedores de la plataforma, que sin ellos el negocio no sería posible.

Con esta doble premisa se desarrolló una estrategia de posicionamiento para atraer e incorporar al sitio a las principales marcas de Argentina para mejorar la oferta y, simultáneamente, fidelizar aún más a los actuales vendedores.



Desafío

Desarrollar una acción de alto impacto donde **Mercado Libre** se presente como líder en **Ecommerce e Innovación**, siendo el **anfitrión** de un ciclo de encuentros exclusivos entre top sellers, tiendas oficiales y marcas prospects, brindando el **espacio ideal de relacionamiento** para empoderar e inspirar a los invitados.

Objetivos estratégicos

- Posicionar a Mercado Libre como un referente de innovación y tecnología.
- Generar un espacio de capacitación y debate sobre las últimas tendencias en e-commerce mediante contenido relevante para grandes marcas y top sellers de Mercado Libre.
- Generar *awareness* entre Mercado Libre y los *key players* de la industria.

Objetivos tácticos

- Desarrollar un evento corporativo sostenible en el tiempo, con contenido curado e interesante para el empresariado argentino.
- Generar una experiencia de alto impacto entre los asistentes al evento para generar mayor recordación de marca y una asociación con la innovación y el futuro de la tecnología.
- Generar oportunidades de networking.

Público

La estrategia se apuntó a tres públicos claves:

- Principales empresas del país.
- Top sellers de Mercado Libre.
- Medios de Comunicación y líderes de opinión claves.

Mobile

Feed Based

Identity

X-Screen

Acciones realizadas

Agencia NINCH creó el evento **CHARLAS - Ideas con futuro** para que Mercado Libre sea el generador de una comunidad de aprendizaje e inspiración como líder en **ecommerce e innovación, y se convierta en el anfitrión** de este ciclo brindando el **espacio ideal de relacionamiento** e inspiración para sus invitados.

Se resignifica la importancia del relacionamiento uno a uno desde la dinámica del intercambio, dando a conocer lo que anticipan quienes lideran hoy la construcción de estrategias del mañana.

 **CHARLAS**



Acciones realizadas

Hasta el momento, se desarrollaron 2 ediciones de CHARLAS:

CHARLAS Ideas
con futuro
E-COMMERCE TRENDS

1° Edición



CHARLAS Ideas
con futuro
MOBILE TRENDS

2° Edición



CHARLAS Ideas con futuro

E - C O M M E R C E T R E N D S

Primera Edición

La Era
Metabólica



Temática:

E-Commerce Trends

Cuándo:

10 de noviembre de 2015 de 9 a 15 hs.

+ 200 invitados VIP: mejores vendedores de Mercado Libre, principales directivos de empresas líderes e influenciadoras.

+ 2200 personas siguiendo por streaming.

Locación privilegiada: Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA).

Curaduría de contenidos

Se eligió a **E-commerce Trends** como el eje principal dado el gran crecimiento del comercio electrónico en la actualidad y el gran protagonismo de Mercado Libre en este fenómeno.



Juan Pablo Varsky
Conductor



Marcos Galperín
Host del evento

Temáticas



SOCIAL COMMERCE

Speaker: Alejandro Zuzenberg
Director Facebook Argentina

Cuando el e-commerce se involucra con plataformas de social media, buscando la interacción con el usuario y favoreciendo así la compra/venta de productos y servicios online. Sorprender o morir en el intento. ¿Cómo pensar campañas centradas en el consumidor y en el valor de lo compartido?



OMNICHANNEL

Speaker: Roby Souviron
Founder & CEO – Despegar.com

Se trata de una práctica que crea una experiencia de compra consistente a través de diferentes canales y herramientas como: brand messaging, promociones, pricing, servicio al consumidor. Del multichannel al omnichannel. ¿Cómo lograr construir una estrategia que consolide el mensaje a través de los diferentes canales?



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Speaker: Federico Proccaccini
Country Director Argentina - GOOGLE

Todos los años surgen nuevas plataformas y herramientas digitales: ¿cuáles serán tendencia muy pronto y cómo pueden los emprendedores crear oportunidades de negocios basados en ellas?



BIG DATA

Speaker: Daniel Rabinovich
CTO de Mercado Libre

Ver y comprender la información responderá muchas de las preguntas a la hora de definir estrategias. ¿Podemos dimensionar lo importante que es prepararse customizando la oferta para satisfacer la demanda?

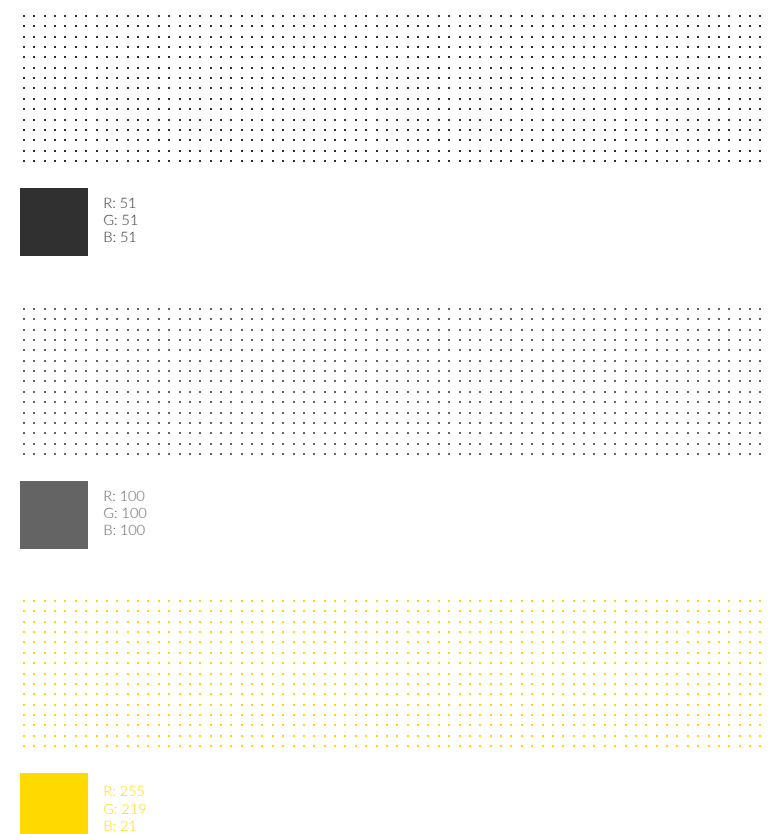
Identidad Visual

Desarrollamos una identidad visual exclusiva para el evento, con el objetivo de que funcione como un producto propio de Mercado Libre y que se lo asocie al resto de la plataforma.

LOGOTIPO



TRAMA



TIPOGRAFÍA

Lato Light
Lato Regular
Lato Bold

En todo el mundo el 34% de las transacciones comerciales por Internet se hacen a través del celular.

Lato Light, para textos más largos

En todo el mundo el 34% de las transacciones comerciales por Internet se hacen a través del celular.

Lato Regular, para textos largos y destacados dentro de textos light.

Speakers

Lato Bold, para textos destacados y títulos

Identidad Visual

Branding



Bolsas ecológicas



Lápices



Cuadernos



Credenciales



Cardboards



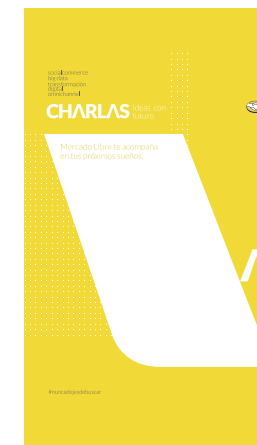
Piezas gráficas para acreditación



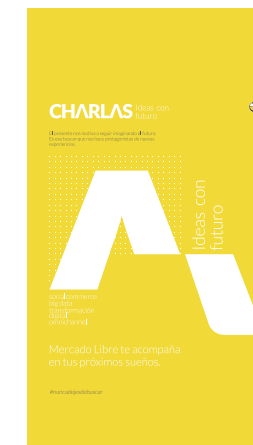
Line up



Encuestas



Posters



Identidad Visual



Empresas participantes







CHARLAS

Ideas
con futuro

MOBILE TRENDS

Segunda Edición

Temática:

Mobile Trends

Cuándo:

5 de abril de 2016 de 9 a 15 hs.

+ 200 invitados VIP: mejores vendedores de Mercado Libre, principales directivos de empresas líderes e influenciadoras.

+ 3500 personas siguiendo por streaming.

Locación privilegiada: Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA).

#NuncaDejesDeBuscar

Curaduría de contenidos

Esta edición propone el “aquí y ahora” tan necesario para generar “la conversación” que abrirá una vez más la puerta al futuro. En esta oportunidad el eje del evento es lo mobile, que hoy marca el pulso desde las tendencias en consumo y re-define una nueva era digital.

Los dispositivos móviles han cambiado para siempre la forma en que vivimos, transformando a su vez nuestras relaciones con las marcas. Esta nueva realidad fragmentó el camino del consumidor en miles de micro-momentos que suceden en tiempo real. Cada uno es una oportunidad única para las marcas de influenciar las decisiones y preferencias del consumidor.

Charlas

Segunda edición **Mobile Trends**



Juan Pablo Varsky
Host



Marcos Galperín
Anfitrión

Temáticas

M-Commerce

En todo el mundo, el 34% de las transacciones comerciales por Internet se hacen a través del celular. Se impone la tendencia de comprar en cualquier momento y lugar, sin límite de horario y con medios de pago digitales.

Speakers



Paula Arregui
Product VP en Mercado Pago



Ezequiel Jones
Media Director para Latinoamérica en Unilever



Rodrigo Úbeda
Director Regional de Marketing en Huawei

Temáticas

Ads & Media

La publicidad en smartphones y tablets apunta a estos dispositivos que están aferrados a la mano de las audiencias captando su atención 24/7. ¿Cómo se adaptan los medios tradicionales a la nueva era mobile?

Speakers



Máximo Cavazzani
CEO Etermax



Ernesto Martelli
Gerente de Contenidos Digitales y Audiovisuales en La Nación



Carlos Pérez
Presidente BBDO

Identidad Visual



Identidad Visual



Empresas participantes





Prensa

- 50 repercusiones en los medios masivos de comunicación.
- 30 millones de personas alcanzadas con las repercusiones en prensa.
- \$20 millones de ad value o retorno como valoración aplicada a publicidad (VAP).

07 de Abril de 2015 | Buenos Aires

"Mobile Trends" en la segunda edición del ciclo de charlas de Mercado Libre



En un evento vía streaming en vivo del que participaron más de 3.300 personas, referentes de la industria brindaron sus visiones sobre el nuevo paradigma que presentan los dispositivos móviles en cuanto a consumo de información, productos y servicios

Mercado Libre presentó la segunda edición de Charlas – Ideas con futuro, la propuesta de encuentros e intercambios sobre las últimas tendencias en innovación, tecnología y creatividad. Con la presencia de Marcos Galperin (Mercado Libre) y las ponencias de Paula Arregui (Mercado Pago), Ezequiel Jones (Unilever), Rodrigo Ubeda (Huawei), Máximo Cavazzani (Etermax), Carlos Pérez (BBDO) y Ernesto Martelli (La Nación), el encuentro reunió en el MALBA a más de 300 asistentes y más de 3.000 personas que siguieron el evento a través del streaming en vivo.

Noticias relacionadas:

- MercadoLibre Publicidad duplica su cartera de clientes y crece en América Latina
- Pre-estreno: MercadoLibre lanza su nueva campaña regional "Nunca dejes de buscar", creada por Ponca
- MercadoLibre presenta su liquidación de verano
- La industria de la música desembarca en el comercio electrónico de la mano de Mercado Libre y Babosónicos
- "Tu estilo sos vos", la nueva campaña de MercadoLibre/Moda realizada por NINCH
- MercadoLibre presenta su nueva campaña "Ponete lo que quieras"
- MercadoLibre/Moda presentó "Roadtrip", su nueva campaña
- Propuestas de MercadoLibre para la Navidad

infobae Política Economía Sociedad Deportes Tecno Teleshow Tendencias Salud Autos Turismo

TECNO

Alejandro Zuzenberg: "El éxito no está en el click sino en el tiempo que se dedica"

El director de Facebook Argentina aseguró que "están equivocadas las empresas que miden su acción en redes por la cantidad de likes". Federico Procaçoli, titular de Google en Argentina remarco la importancia de los videos para conectarse con los consumidores

Según lo que se anunció en el evento "Charlas Ideas con futuro" que se realizó el pasado día de este mes, más del 50% de la gente que entra a Mercado Libre, lo hace a través de móviles: un tercio de las ventas del sitio y uno de cada cuatro clics de promoción a través de la aplicación de Mercado Pago.

Paula Arregui, vicepresidente de Producto de Mercado Pago, puntualizó que "los smartphones son el principal canal mediante el cual la gente se conecta y es por eso que es necesario adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios". En este sentido, Rodrigo Ubeda, director de Marketing de Huawei para América y Uruguay, explicó que "los smartphones que se venden son los que facilitan y permiten de hacer cosas".

Esto va de la mano con el crecimiento constante del comercio electrónico en Argentina. Los estadísticos de PayPal a la vez en su informe de 2015 indican que el 57% de los usuarios de Internet en Argentina dentro del país realizan compras en línea.

Calder consideró el momento ideal para el uso de los tarjetas de crédito para hacer compras en línea durante el pasado año aumentó siete de cada diez compradores en línea. En Argentina, el 74% de los computadores en línea fuera del país han usado PayPal para comprar en línea desde otros países en los últimos doce meses. Este mismo dato también explica que los consumidores en línea argentinos elijan un método de pago seguro.

Zuzenberg y Procaçoli participaron de la primera edición de #Charlas, un ciclo de encuentros orientados a tendencias y tecnología aplicadas a negocios organizados por Mercado Libre.

El encargado de abrir la conferencia fue Marcos Galperin, fundador y CEO de Mercado Libre. "El e-commerce está creciendo mucho más rápido que el comercio físico. En unos años no va a haber diferencia entre ambos tipos", aseguró.

En relación al ecosistema emprendedor, el empresario indicó que "la Argentina es un país en donde se pueden encontrar muchos emprendedores. Por ejemplo, hay más de 150.000 personas que viven a través de sus ventas en Mercado Libre. Sin embargo, a veces nos falta pensar a largo plazo en materia de emprendimientos".

4 de noviembre de 2015

Termómetro

El 34% de las compras online se realizan a través de un smartphone

Según lo que se anunció en el evento "Charlas Ideas con futuro" que se realizó el pasado día de este mes, más del 50% de la gente que entra a Mercado Libre, lo hace a través de móviles: un tercio de las ventas del sitio y uno de cada cuatro clics de promoción a través de la aplicación de Mercado Pago.

Paula Arregui, vicepresidente de Producto de Mercado Pago, puntualizó que "los smartphones son el principal canal mediante el cual la gente se conecta y es por eso que es necesario adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios". En este sentido, Rodrigo Ubeda, director de Marketing de Huawei para América y Uruguay, explicó que "los smartphones que se venden son los que facilitan y permiten de hacer cosas".

Esto va de la mano con el crecimiento constante del comercio electrónico en Argentina. Los estadísticos de PayPal a la vez en su informe de 2015 indican que el 57% de los usuarios de Internet en Argentina dentro del país realizan compras en línea.

Calder consideró el momento ideal para el uso de los tarjetas de crédito para hacer compras en línea durante el pasado año aumentó siete de cada diez compradores en línea. En Argentina, el 74% de los computadores en línea fuera del país han usado PayPal para comprar en línea desde otros países en los últimos doce meses. Este mismo dato también explica que los consumidores en línea argentinos elijan un método de pago seguro.

Claves de la semana

América latina lidera la caída en ventas de PCs con un 32,4% menos

El mercado de PCs sigue en declive. En el primer trimestre, las ventas de equipos fueron totalizadas en el monto de \$1,8 millones de dólares. La cifra equivale a una caída de 32,4% respecto al mismo período de 2014, según los últimos datos relevados por la consultora especializada en el sector tecnológico.

Calder explicó que se trata del sexto trimestre consecutivo en el que el mercado de computadoras queda por debajo de la marca de 67 millones de dispositivos. Con embargo, la principal razón de descenso no sería una caída de la demanda por parte de los consumidores sino por cambios de tipo de productos. "El declive de los modelos básicos contra el dólar con los que se ingresan equipos en el mundo", comentó la analista de tecnología de IDC.

América Latina sería la región donde la caída en ventas sería la más grave. Los datos relevados por la consultora muestran un descenso de 32,4% contra igual período de 2014. El principal factor es el mercado de la-

El declive mundial de la venta de computadores se debe a la desaceleración de la economía en la mayoría de los países. En América Latina, el crecimiento del PIB se desaceleró en el primer trimestre de 2015, lo que impactó en las ventas de equipos de cómputo.

En América Latina, el crecimiento del PIB se desaceleró en el primer trimestre de 2015, lo que impactó en las ventas de equipos de cómputo.

En América Latina, el crecimiento del PIB se desaceleró en el primer trimestre de 2015, lo que impactó en las ventas de equipos de cómputo.

Evaluación / Resultados

Luego de realizadas las dos primeras ediciones de CHARLAS, resultó:

- + 450 participantes al evento en sus dos ediciones.
- + 5000 personas siguiendo los eventos por streaming en todo el país.
- 10 speakers de empresas líderes aportando su know how.
- Según las encuestas realizadas, el 98% de los participantes calificó el evento como “Excelente” y “Muy bueno”.
- El 100% de los asistentes volvería a participar de próximas ediciones.
- *Trending topic* con #CHARLAS2016.
- +4200 tweets y +3 millones de impresiones vía Twitter durante el evento.

Evaluación / Resultados

- Se dio un acercamiento a grandes cuentas que ya operan en la plataforma.
- Funcionó para hacer revisión del negocio y planteamiento de next steps con principales clientes.
- Se generaron nuevos contactos con diversas marcas que no se habían reunido anteriormente y se abrieron nuevas oportunidades de negocios.
- El evento contribuyó a que distintas marcas alejadas de lo online, se empiecen a interesar por las plataformas de Mercado Libre y las oportunidades que ofrece Mercado Pago.
- Hasta la fecha el compromiso de Mercado Libre con la innovación y las nuevas tendencias sigue intacto y en constante evolución.
- A casi un año de haber realizado la primera edición, el proyecto está en proceso de extensión a toda la región y se prevé su realización en distintos países de América Latina para 2017.

CHARLAS Ideas
con futuro

El presente nos motiva a seguir imaginando el futuro.
Es ese buscar que nos hace protagonistas de nuevas experiencias.

Mercado Libre te acompaña
en tus próximos sueños.

#nuncadejesdebuscar