

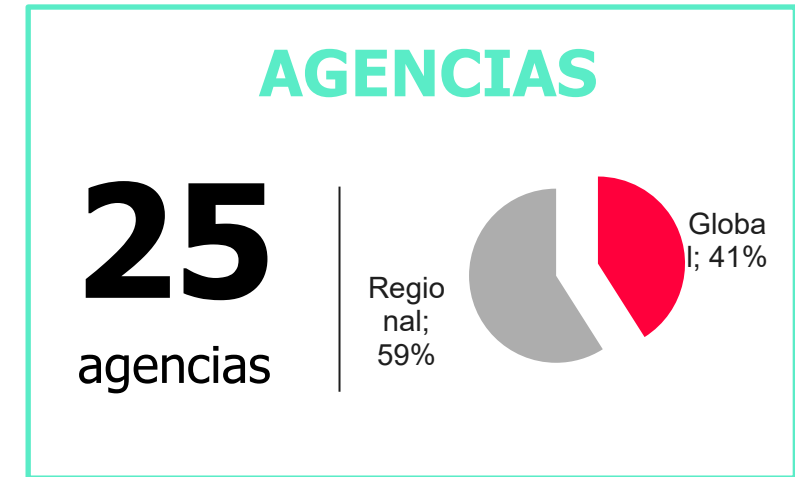
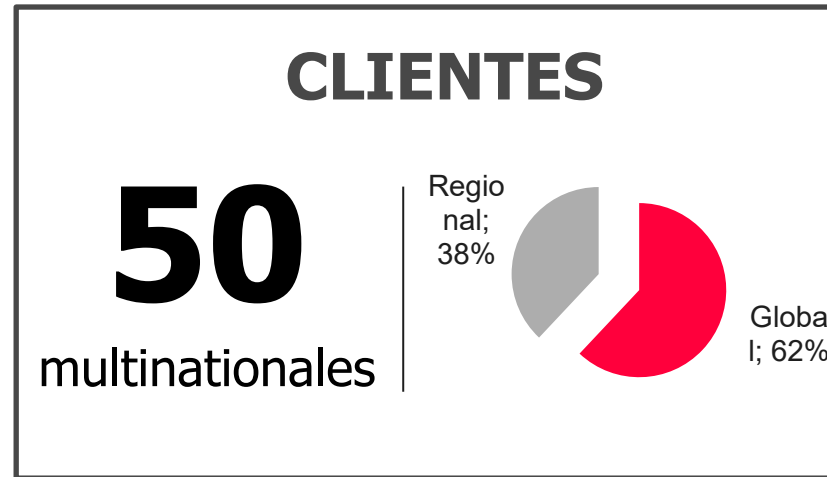
El futuro de las agencias colaboradoras

Resultados provisionales

Septiembre 2017



Base de encuestados





Contexto

Los clientes consideran que las agencias son indispensables

84%

A las agencias les cuesta mantenerse al frente de las soluciones para la tecnología de marketing

82%

Ser **DIGITAL** es una competencia general, no una especialidad

82%

NO es posible un mundo sin agencias

68%

Los clientes tienen las agencias que se merecen

66%

Las estructuras propias de los clientes limitarán la capacidad que tienen las agencias para operar con sus nuevos modelos.

63%

El pasado no se repetirá en el futuro: agencias de servicio completo

61%

Es posible una integración real con varias agencias

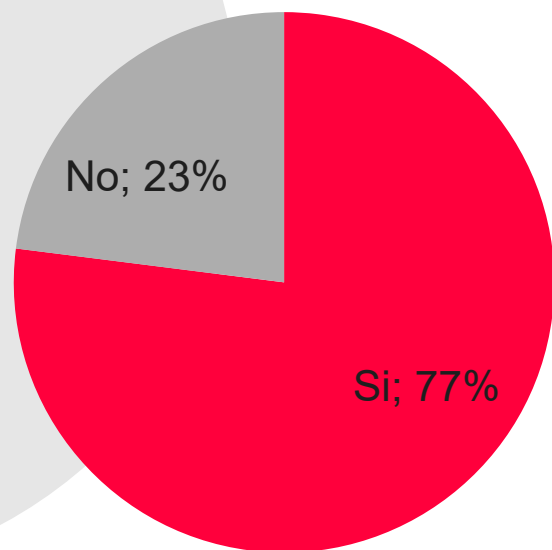
•Q. Está de acuerdo con las siguientes oraciones?



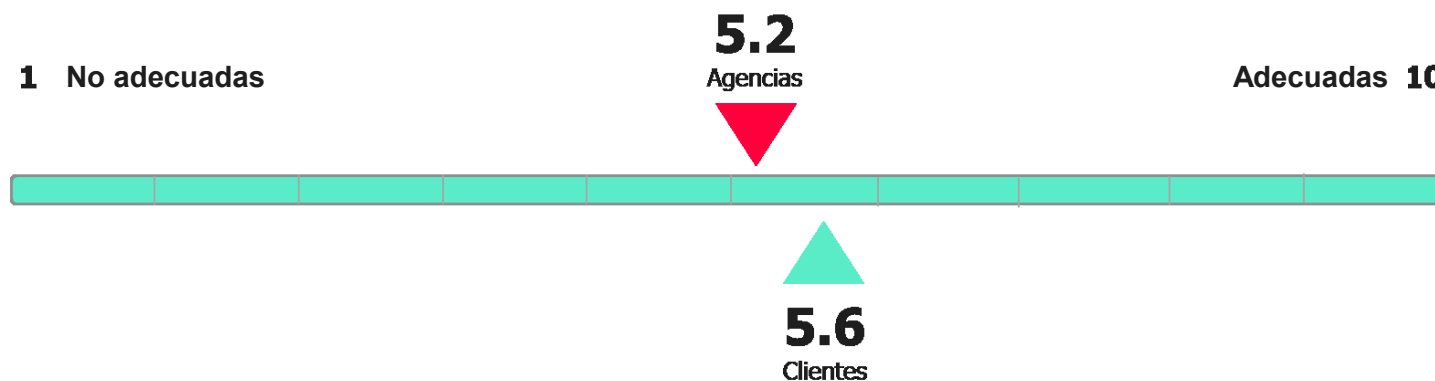
Situación actual
Contexto

Actualmente la gran mayoría de clientes están revisando su grupo de agencias

- Q. ¿Está revisando actualmente la lista de agencias por lo que respecta a su estructura o capacidades?

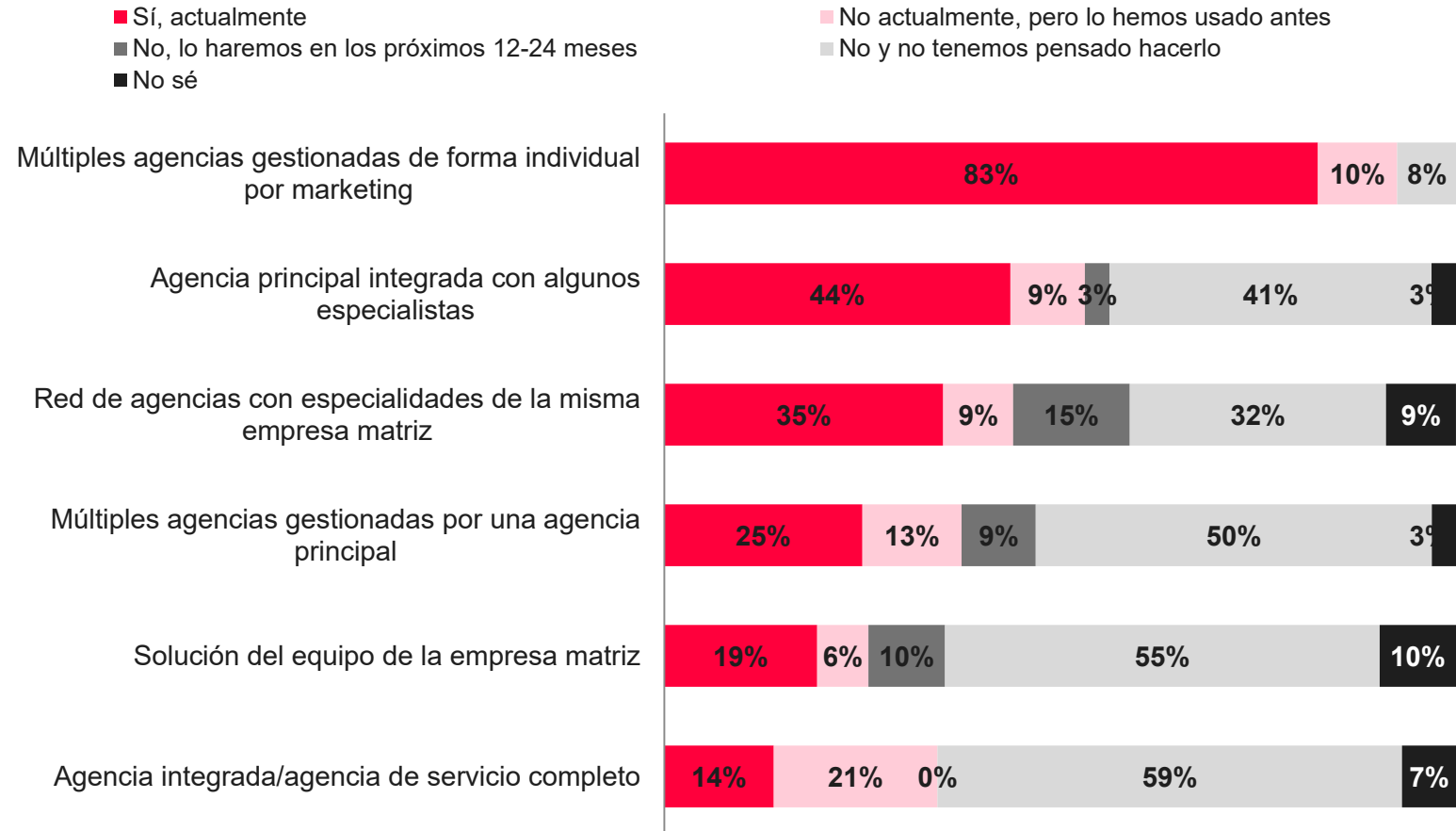


- Q. ¿Cuán adecuados para la finalidad prevista son la lista de agencias colaboradoras y los acuerdos actuales/de sus clientes?



Múltiples agencias gestionadas por marketing, el modelo más usado

•Q. ¿Con qué modelo de lista de agencias trabaja (todas las disciplinas) a nivel central?

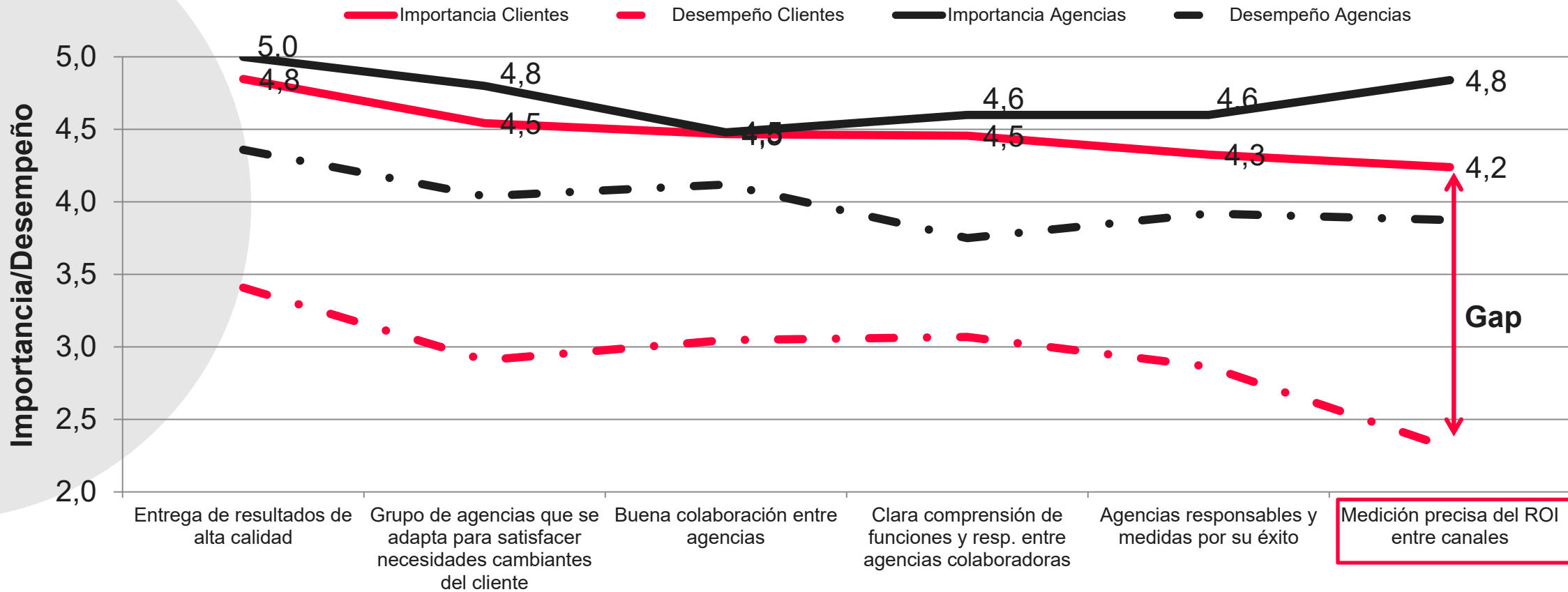




Situación actual

Prioridades vs desempeño

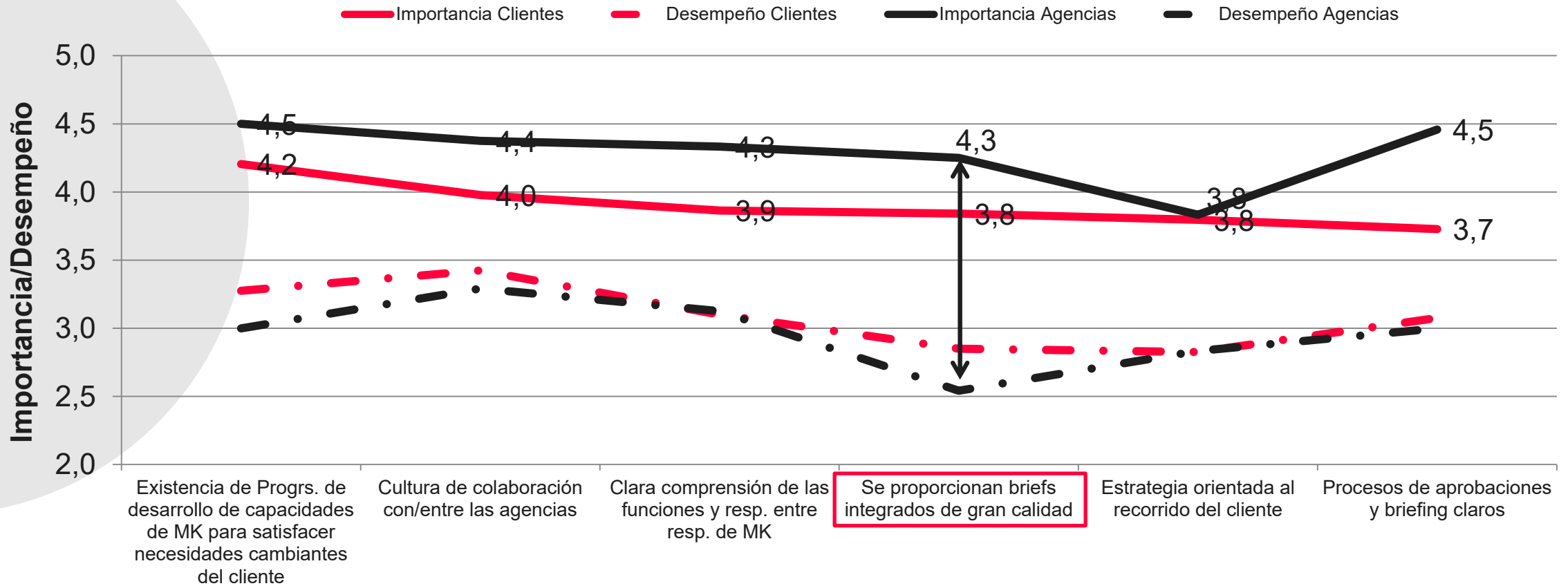
Oportunidad de mejora Agencias: medición precisa del ROI entre canales



•Pensando en su función en una lista de agencias/ **Pensando en su lista de agencias colaboradoras**, valore las siguientes áreas según la **IMPORTANCIA** que tengan para su organización. (1: Ninguna importancia; 5: Absolutamente necesario)?

•Pensando en su función en una lista de agencias/ **Pensando en su lista de agencias colaboradoras**, valore su **DESEMPEÑO** en las siguientes áreas. (1: Muy deficientes; 5: Excelentes)?

Oportunidad de mejora Clientes: briefs integrados de gran calidad



•Pensando en sus clientes/ **Pensando en su propia organización**, valore las siguientes áreas según la IMPORTANCIA que tengan para su organización. (1: Ninguna importancia; 5: Absolutamente necesario)?

•Pensando en sus clientes / **Pensando en su propia organización**, valore su DESEMPEÑO en las siguientes áreas. (1: Muy deficientes; 5: Excelentes)?



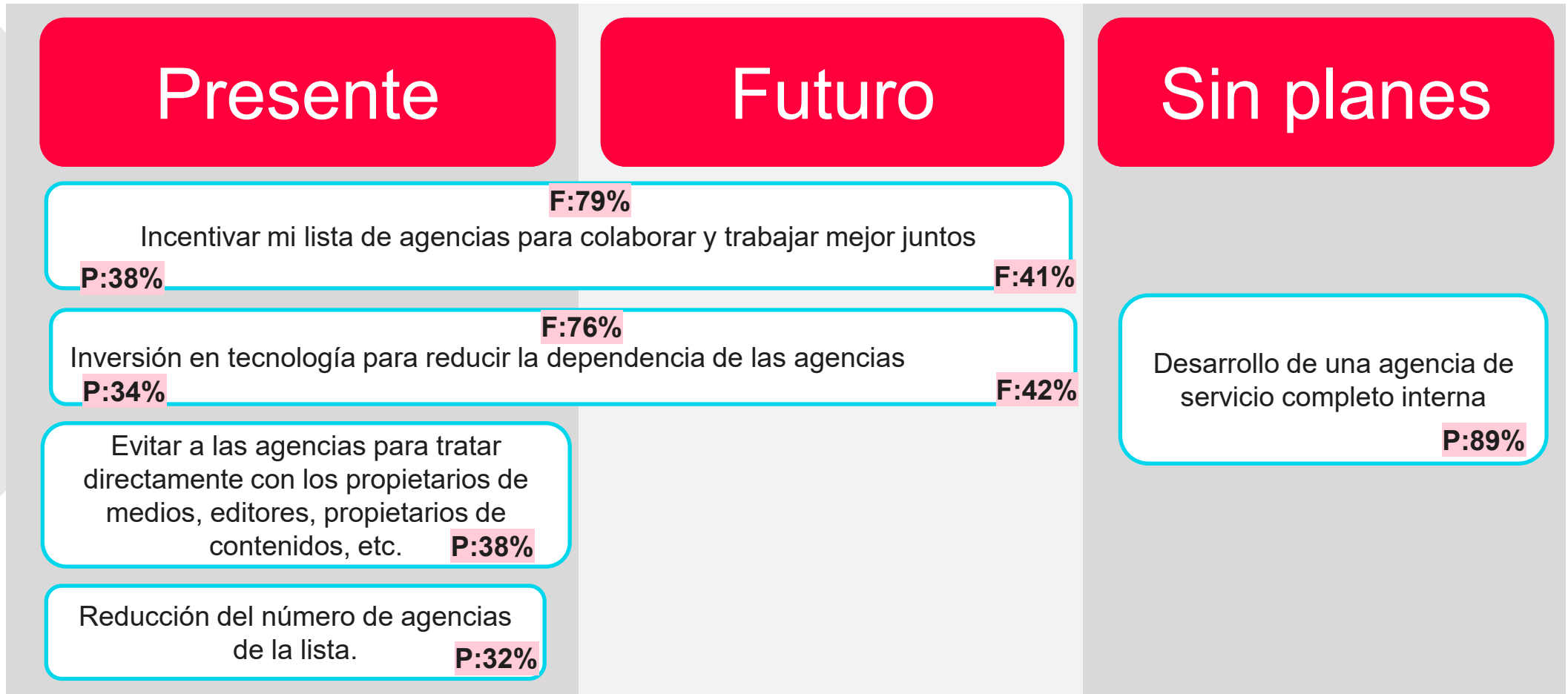
**Mirando hacia al
futuro**

Principal característica de la agencia del futuro: Agencias que trabajen como auténticos socios



•Q. Pensando en el futuro, ¿cuáles son las cinco principales características que desearía ver en una agencia colaboradora del futuro?

Esfuerzos enfocados principalmente en: Inversión en tecnología y mejor colaboración entre agencias



- **Q.** ¿Cuáles de estas opciones tiene previsto implementar? Para cada opción decir: lo estamos haciendo actualmente, tenemos planes de hacerlo en los próximos 12 meses, no tenemos planes de hacerlo

Mesa redonda

| Se parece esto a lo
que pasa en su
mercado?



World Federation of Advertisers
London, Brussels, Singapore

wfanet.org
info@wfanet.org
+32 2 502 57 40

twitter @wfamarketers
youtube.com/wfamarketers
linkedin.com/company/wfa

