

La campaña de Marketalia para Autocasion.com, finalista de los Google Premier Partner Awards 2018

Marketalia ha sido seleccionada como finalista por Google entre más de 5.000 aspirantes para este galardón por la campaña realizada para Autocasion.com en la categoría de Video Innovation.

La campaña que [Marketalia](#) ha realizado para [Autocasion.com](#) ha sido seleccionada como finalista para los **Google Premier Partner Awards** que se celebran el próximo 16 de octubre en Dublín, dentro de la categoría de Video Innovation. Una gran noticia ya que estos galardones son los más reconocidos dentro del mundo de la **publicidad digital** en Google.

Tal y como explica **Javier Maldonado**, CEO de Marketalia: *“Desarrollamos una estrategia de rebranding para la marca, basada en vídeos y utilizando las soluciones tecnológicas de Google Youtube Trueview y Brand Lift Survey Campaign. Obtuvimos una mejora superior al 700% en las búsquedas de marca en los usuarios impactados frente al grupo de control y, todo ello, con un coste de 0.03€ para cada visualización del vídeo de más de 30 segundos para el target seleccionado”.*

En cuestión de días, la solución de Google Brand Lift brinda información sobre cómo los anuncios de video están impactando en las métricas que importan, incluyendo mejoras en reconocimiento de marca, recuerdo de anuncios, consideración, favorabilidad, intención de compra e interés de marca; según lo medido por la actividad de búsqueda orgánica del usuario impactado frente al mismo tipo de usuario que no ha tenido contacto con la campaña. Las campañas se pueden optimizar en función de estos resultados casi en tiempo real, desglosados por datos demográficos, frecuencia y otras métricas.

Los Google Premier Partner Awards

Como cada año, Google otorga estos premios a las mejores agencias de marketing que destacan por su trabajo innovador en diferentes áreas. Se trata de los premios más prestigiosos en marketing digital otorgados por Google, y por primera vez, Marketalia ha sido seleccionada como finalista. Estos premios son un reconocimiento a las campañas más innovadoras y creativas del año y tan solo un selecto grupo de empresas, miembros de Google Partners, optan a ellos.

Los galardones se distribuyen en 6 categorías que engloban campañas de search, display, mobile, shopping, innovación en vídeo y crecimiento del negocio. Las empresas finalistas han sido elegidas por sus excelentes resultados y por la creatividad e innovación de las campañas realizadas este año.



Junto a Marketalia, otras cuatro agencias españolas han sido nominadas a estos premios en la categoría de video y competirán con las más prestigiosas empresas de publicidad y marketing dentro de la región EMEA (Europa, Oriente Próximo y África). La selección de los finalistas se lleva a cabo mediante exigentes criterios de selección que tienen en cuenta diversos factores como la creatividad y la innovación en la tecnología empleada, así como el resultado de la campaña para el cliente. La consultora **Deloitte** ha sido la empresa independiente encargada de auditar, junto con Google, las más de 5.000 candidaturas que se han presentado este año.

Del 15 al 17 de octubre tendrá lugar en Dublín la entrega de estos premios. Durante esos días también se celebrarán conferencias y talleres exclusivos para los finalistas. La lista completa de finalistas a los Premier Partner Awards incluye agencias de diferentes partes del mundo, destacando Gran Bretaña, Polonia o España, que ocupa el tercer puesto por número de candidaturas.

[Marketalia](#) es Premier Partner de Google, fue una de las agencias ganadoras en los premios internacionales de Google Engage All-Stars y ha sido definida como la agencia más sostenible de España, en cuanto a que es la agencia que mantiene las campañas de sus clientes durante más tiempo. Como explica Javier Maldonado, CEO de Marketalia, *“Este reconocimiento es un motivo de orgullo para Marketalia ya que es un indicador relevante de la calidad del trabajo que hacemos en la agencia al significar que los clientes están viendo que sus campañas están consiguiendo los objetivos que se habían fijado.”*

Contacto prensa



Marketalia Marketing Online
Agencia de Marketing Online
www.marketalia.com

SARA PLAZA
DIRCOM
sara.plaza@marketalia.com

José Abascal, 58 - 7º Izq - 28003 Madrid
Tel: 91 792 44 54

