



KI: DSCOR: P

YOUR KIDTECH PARTNER

Sobre nosotros

KI:DSCOR:P

LA COMPAÑÍA MARTECH U18

Con oficinas en toda América y operaciones en Europa, Medio Oriente y África, somos la compañía de marketing technology líder en el segmento de niños, adolescentes y familias.



Estados Unidos



México



Argentina



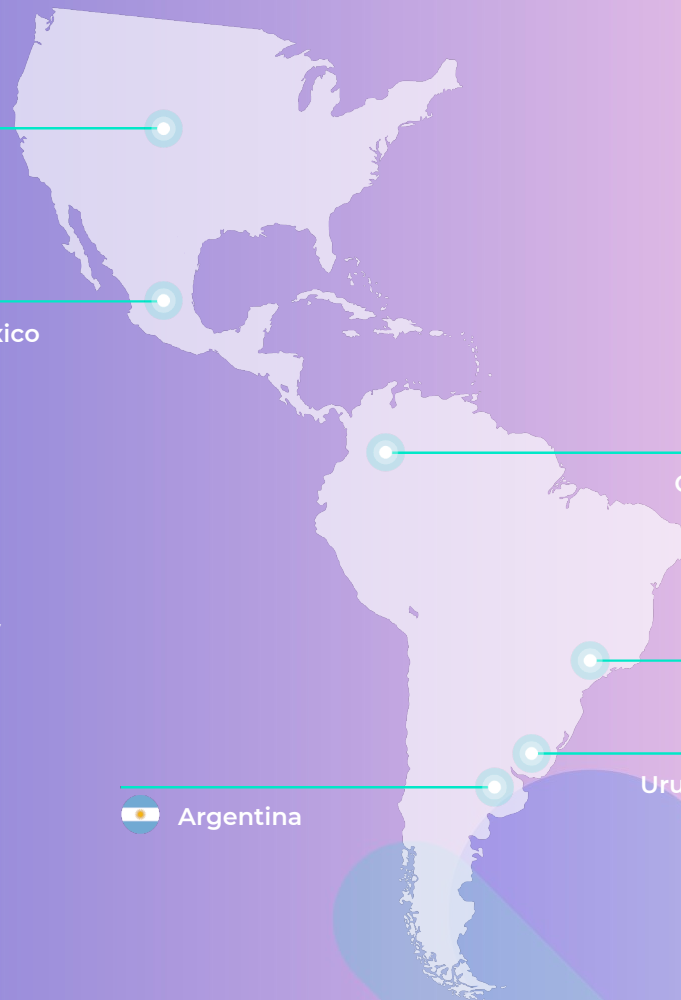
Uruguay



Brasil



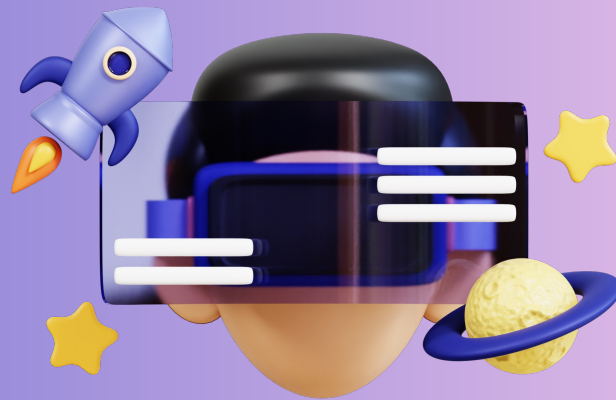
Colombia



KI:DSCOR:P

METaverse SESSIONS

Data y creatividad para capitalizar los metaversos
como espacios de comunicación con el semento U18



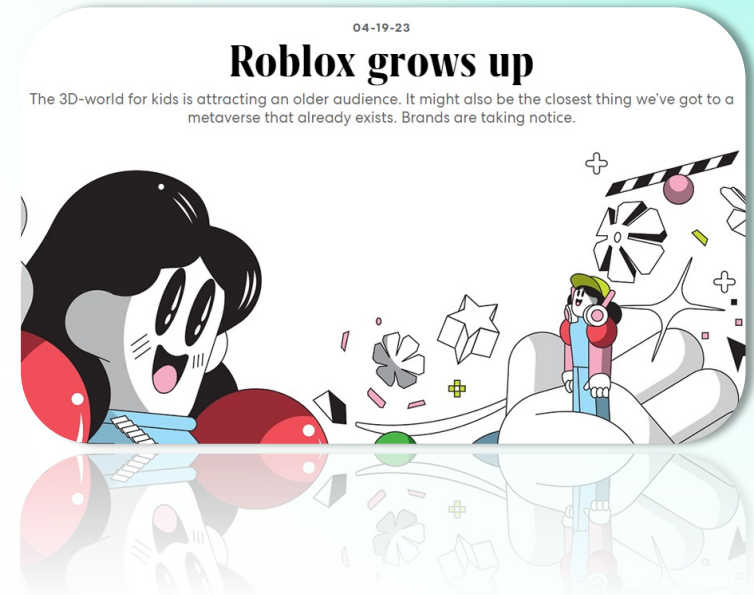
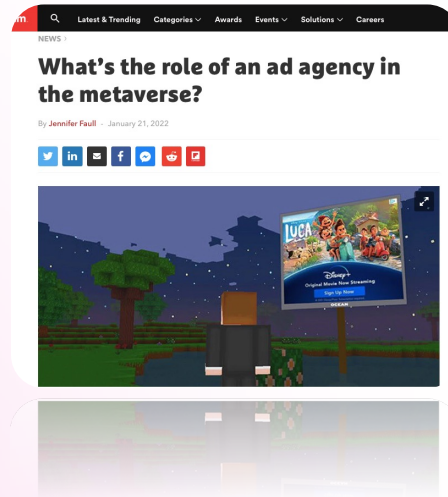
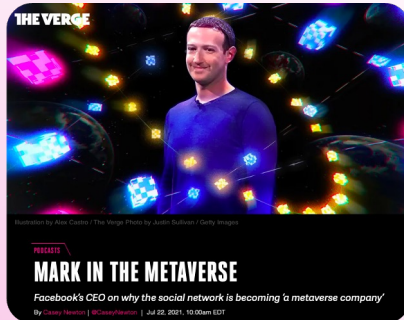
23 de Agosto, 2023

METaverse

EL NUEVO SOCIAL MEDIA PARA LAS MARCAS

COMENZÓ UNA NUEVA ERA

Los **metaversos** iniciaron su período de dominación tecnológica e impacto cultural, revolucionando la industria del entretenimiento y la publicidad.



LAS PLATAFORMAS, EL CONTENIDO Y LA FORMA DE HACER PUBLICIDAD, CAMBIARON

WEB 1.0



BANNERS

Unidireccional

Usuario Espectador

WEB 2.0



FAN PAGES

Social

Usuario Participante

WEB 3.0



METAVERSOS

Descentralizada

Usuario Creador

¿QUÉ ES EL METAVERSO?



Universos virtuales con
componentes de la
vida cotidiana



Espacios donde se
juega, interactúa e
intercambia



Identidad 3.0
Customización de tu
avatar o personaje



Están en el metaverso, pero sin saberlo

Es importante tener en cuenta que el término metaverso no forma parte del vocabulario infantil

No se asocia espontáneamente al gaming y como concepto, les resulta difuso.

El vínculo es con las plataformas

ROBLOX

FORTNITE

MINECRAFT



El metaverso está ampliamente extendido en LATAM

ROBLOX

FORTNITE

MINECRAFT



92% conoce al
menos 1 de estas
plataformas

75% jugó alguna vez
a una o más

51% juega
actualmente a una o
más plataformas

➤ **13 a 15 años:** segmento de mayor conocimiento y prueba (jugó alguna vez)

➤ **9 a 12 años:** segmento core de juego actual

➤ Conocimiento extendido en **todos los NSE**, prueba y juego actual sensiblemente mayor en los NSE altos

Roblox, Minecraft y Fortnite las más conocidas

LA CONOZCO

ROBLOX

79

MINECRAFT

88

FORTNITE

76

Animal Crossing

39

+ 9 a 12 años (87%)



+ 13 a 15 años (95%)

+ 13 a 15 años (86%)

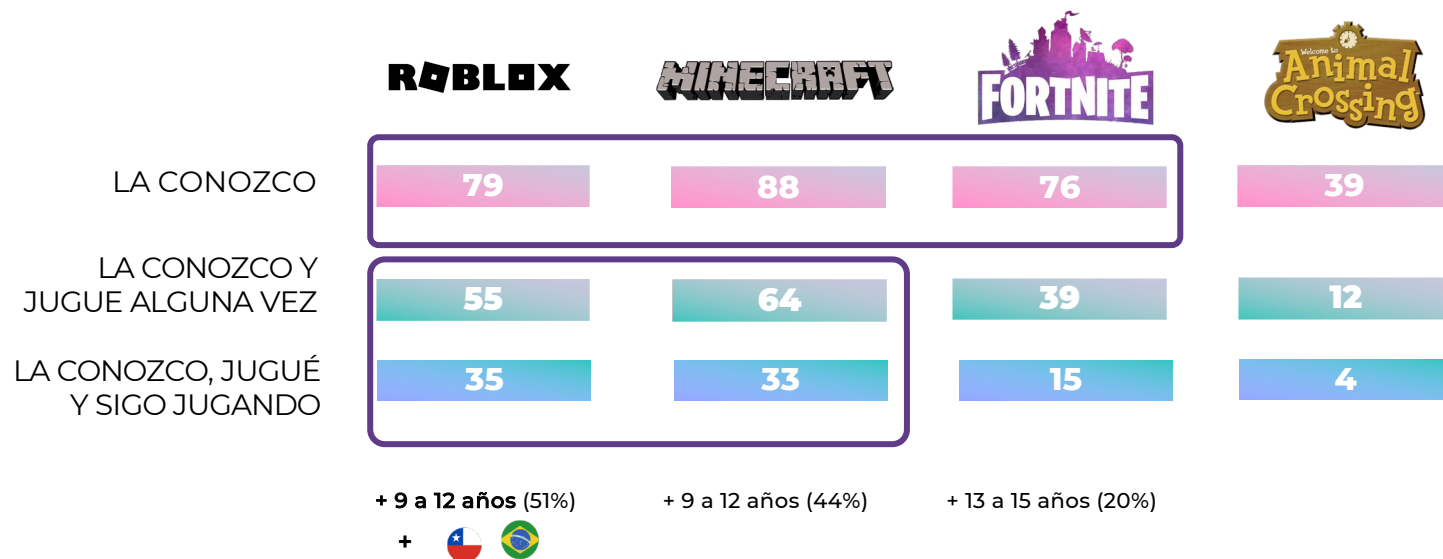


+ 13 a 15 años (43%)

> **Todas son más conocidas por varones. Roblox, tiene mayor awareness en el tramo 9 a 12 años.**

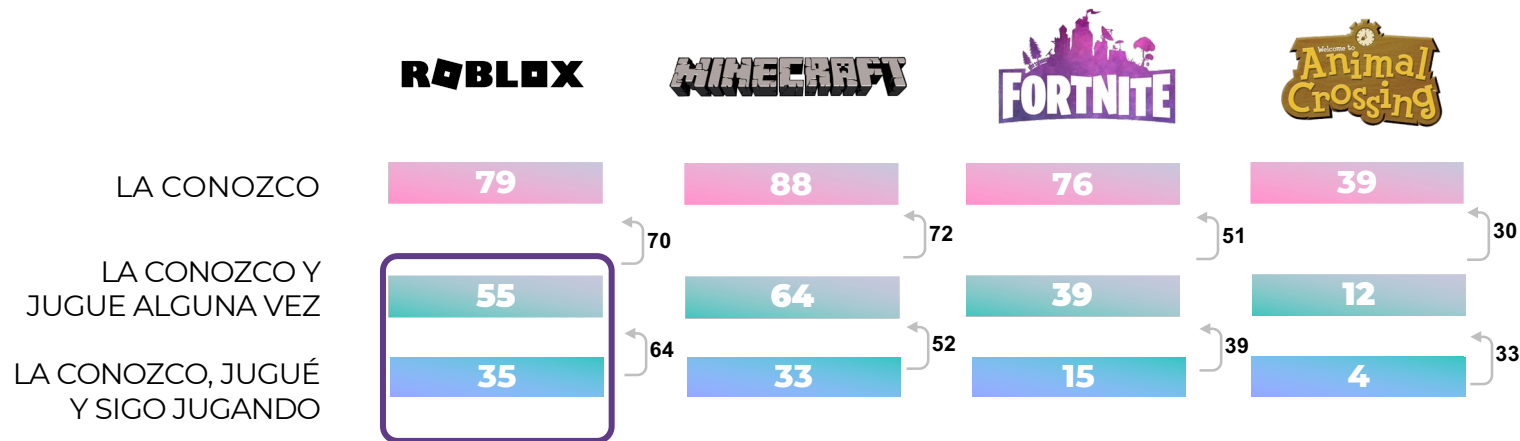
> **Las sesiones de juego suelen durar algo más de 1 hora.**

Roblox y Minecraft, las más experimentadas (trial) y jugadas actualmente



> **Roblox, la única jugada en similar proporción por niños y niñas.**

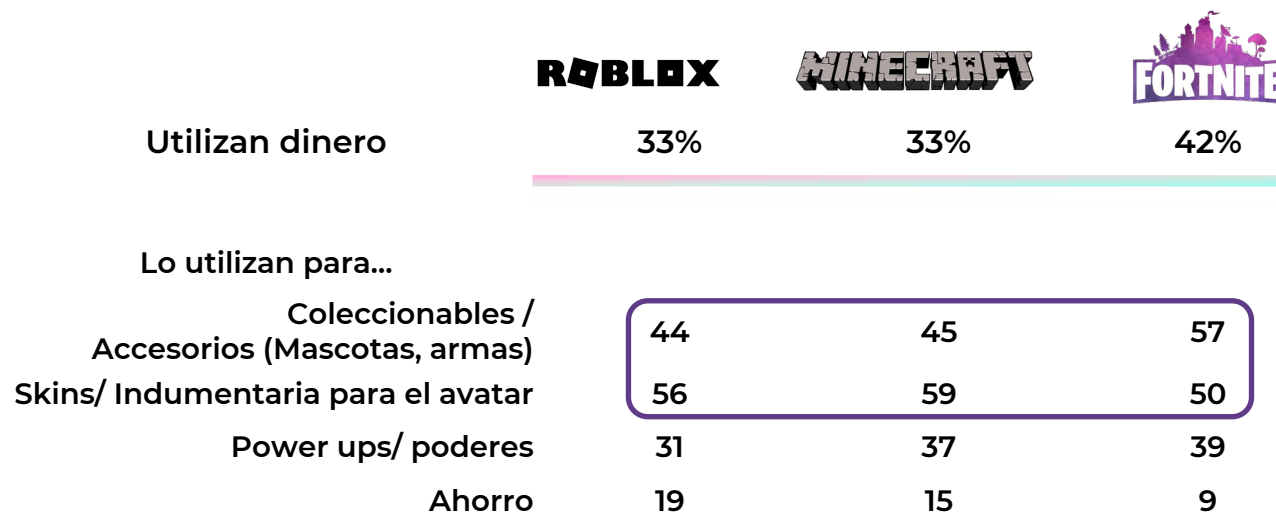
Pero Roblox es la plataforma más eficiente en retener jugadores



> **64% de quienes jugaron alguna vez a Roblox, siguen jugando**

➤ **RATIO DE ADOPCIÓN:**
mide el % de jugadores actuales sobre los probadores
(ratio de conversión de trial a uso actual)

No solo están jugando y socializando también están intercambiando



> **Accesorios y Skins para el avatar
las principales atracciones de dinero**

El avatar:

Un juguete más que el reflejo de su identidad

(APRENDIZAJES A PARTIR DE ROBLOX)*

Lo tratan como a un muñeco



Caracterizarlo para que se les parezca no es una búsqueda que surja naturalmente, incluso puede perder atractivo que sean un reflejo de sí mismos.



Se refieren a él como “Avatar”, “el jugador” o “Mi personaje”.



Yo cuando estoy aburrida, lo visto (al avatar) también” **Argentina**

Mi avatar tiene un abrigo, una capa, una capucha y como una máscara” **México**

“En lo personal, ni mi hermana ni yo tratamos de que se nos parezcan en nada los personajes... No le veo el chiste a que el avatar se parezca a ti” **México**

¿Cómo facilitamos la entrada al metaverso de manera efectiva?



METaverse HUB

Ayudamos a las marcas a **crear y operar en nuevos espacios virtuales** y asegurándoles responder a sus objetivos de marketing con creatividad.

ROBLOX **FORTNITE**

Billboards



Minigames



Experiences



KI:DSCOR:P

Awareness

Anuncios in game en experiencias populares dentro de Roblox

Engagement

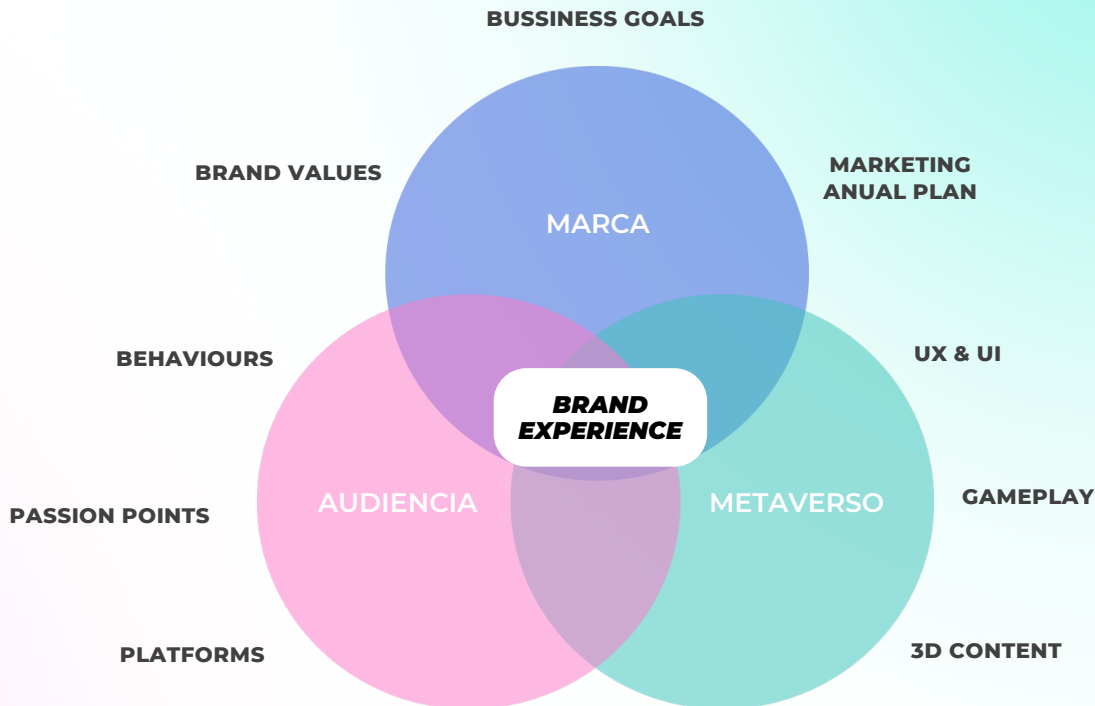
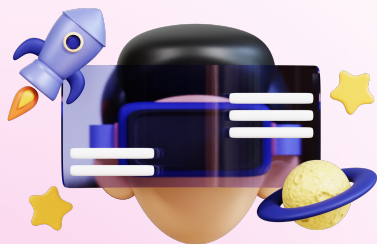
Minijuegos brandeados para interactuar con tu audiencia en Roblox

Community

Nuevos puntos de contacto para la marca en Roblox y Fortnite

Nuestro Mindset

Un **blend único** que vincula los gustos e intereses de la **audiencia** con los objetivos y valores de **marca** y respeta las best practices de los **metaversos**.

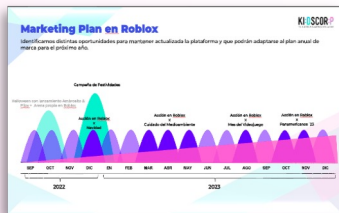


Traducimos los objetivos de marca en un proyecto estratégico holístico, asegurando que la experiencia mateverse conviva sin fricciones con la plataforma de comunicación de cada marca.

Dinámica, elemenTos y fases



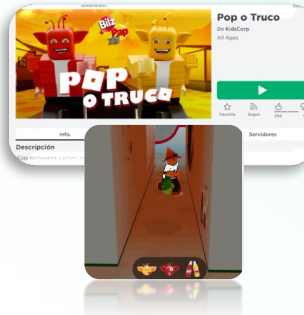
Planning, medios & budget



Documentación de juego, precio y gantt



Publicación y lanzamiento



Reporting



¿Por qué incursionar?



CUSTOMIZACIÓN

Studio para crear experiencias brandeadas y de acuerdo a objetivos de la marca.



DATOS

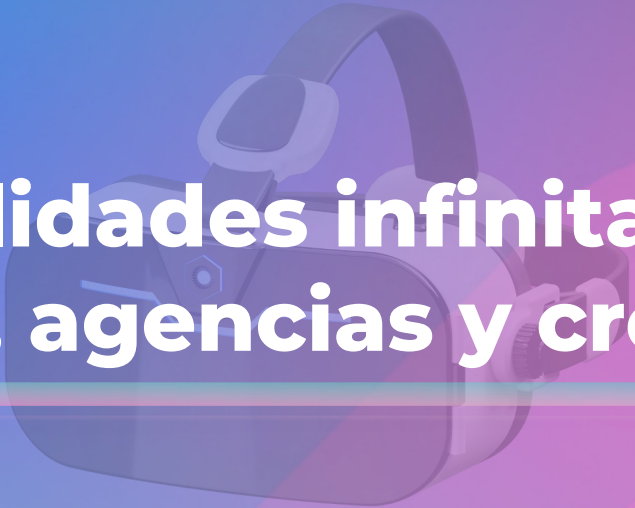
Posibilidad de medir todas las interacciones, acciones de los usuarios dentro de la experiencia.



ESCABILIDAD

Alcance a la audiencia de interes, por ser uno de los metaversos preferidos del segmento U18.

Posibilidades infinitas para marcas, agencias y creadores





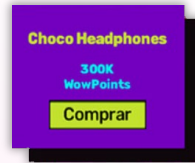
VIRTUAL GOODS

Representan objetos digitales. accesorios, ropa o mascotas, que los usuarios pueden adquirir y usar dentro del juego.

Los mismos se obtienen con los puntos ganados o porque se premian.



Patineta



Audifonos



Mascotas





CODIGOS REDIMIBLES

Conjunto de activaciones transaccionales que conectan lo virtual y físico.
Programación de codigos con diferentes fines: estrategias CRM, estimular la jugabilidad y/o la venta de productos.

Bilz & Pap: Dinámica ON - ON



Adidas: Dinámica ON - OFF



ChocoWOW: Dinámica OFF - ON





"Non Playable Character"

Personajes o mascotas en modelos 3D con animaciones personalizadas, diálogos de texto y voz.





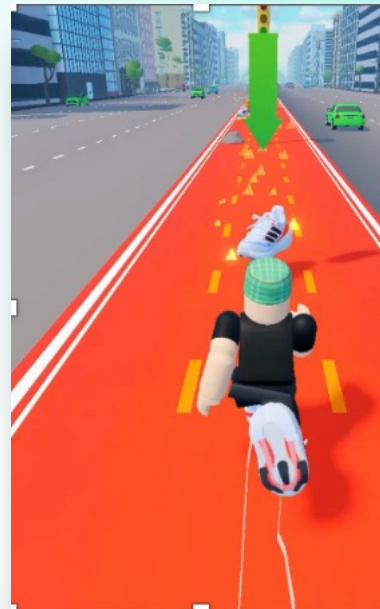
POWER UPS

Elementos de la marca para interactuar con la audiencia.

Producimos emotes y power ups que representan atributos del producto y brindan beneficios in-game para el jugador.



Nesquik



Adidas



RESEARCH

Mecánicas innovadoras de investigación sobre preferencias a través de entornos interactivos.

NPCs questions



*Preguntas pre establecidas a través de NPCs para que los usuarios seleccionen estilo "multiple choice".
Ej. Responder sobre preferencias.*

Create your product

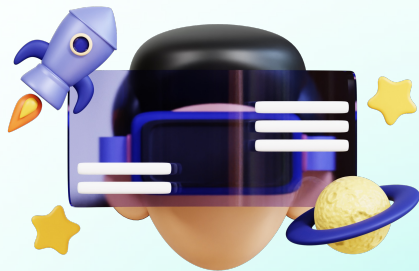


*Habilitamos diferentes materiales para que los niños liberen su imaginación según la consigna.
Ej. armar un nuevo packaging.*

Build your product

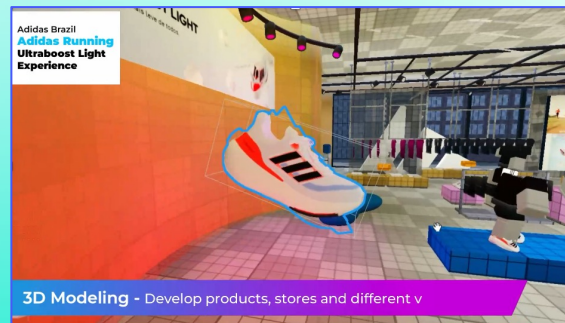
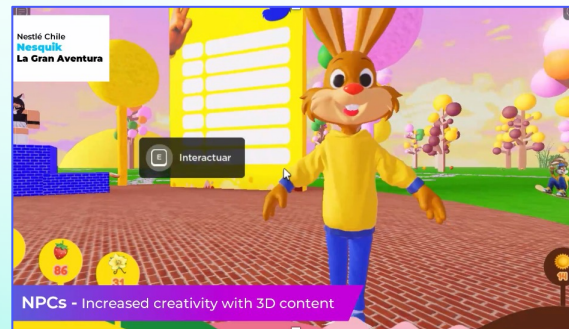


*Dinámicas lúdicas con opciones establecidas para que los jugadores desarrollen con base a sus gustos.
Ej. Armar su sabor favorito.*



METaverse HUB

Propuestas y formatos adhoc a
las necesidades de cada marca



Conoce todas nuestras habilidades de desarrollo
haciendo click [en este link](#)

KI:DSCOR:P
YOUR KIDTECH PARTNER

#GOBIG

¡Gracias!

