

VALUE ME

Aol.

# Digital trends



Derecho al anonimato



Valórame



IntelligentlyON



Life analytics



Creative me



Real: redefined

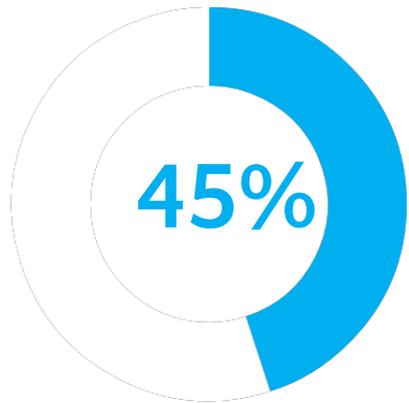


Redes nicho

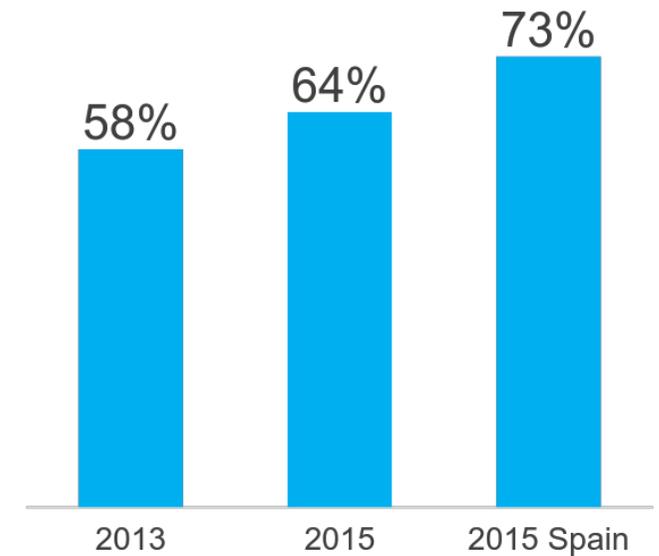


The new age of discovery

# 57% de los consumidores están interesados o ya comparten sus datos a cambio de algo



De los consumidores saben que las empresas sacan partido de sus datos pero ...



% de consumidores globales vs España interesados en vender sus datos



### Fase 1

---

## Cualitativo

- The Future Laboratory
- Blogs y workshops
- Entrevistas mainstream

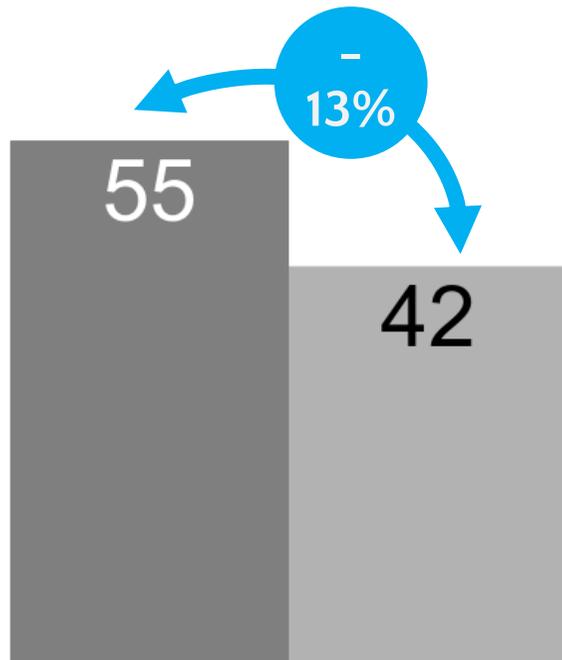
### Fase 2

---

## Cuantitativo

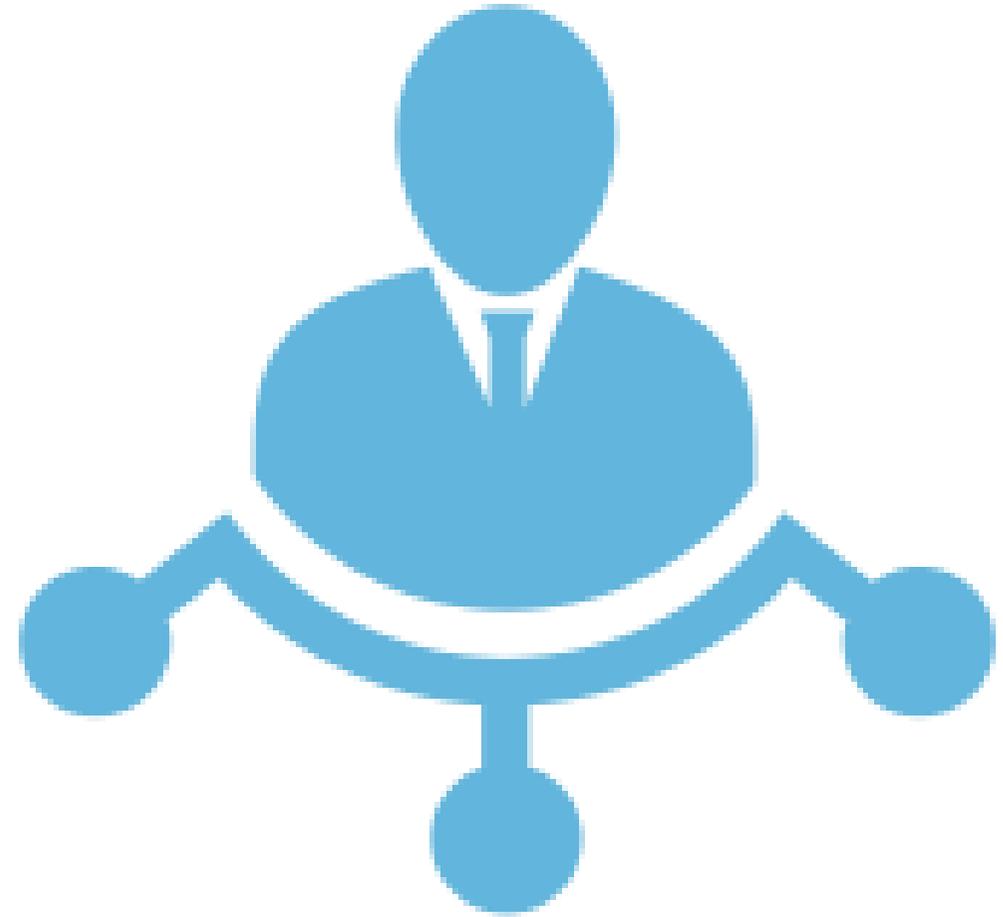
- Sentient Decision Science
- Preguntas sobre actitudes y comportamientos
- 22.000 encuestados online (16-54)
- 14 mercados

# The sharing gap



% piensan que las empresas recogen sus datos

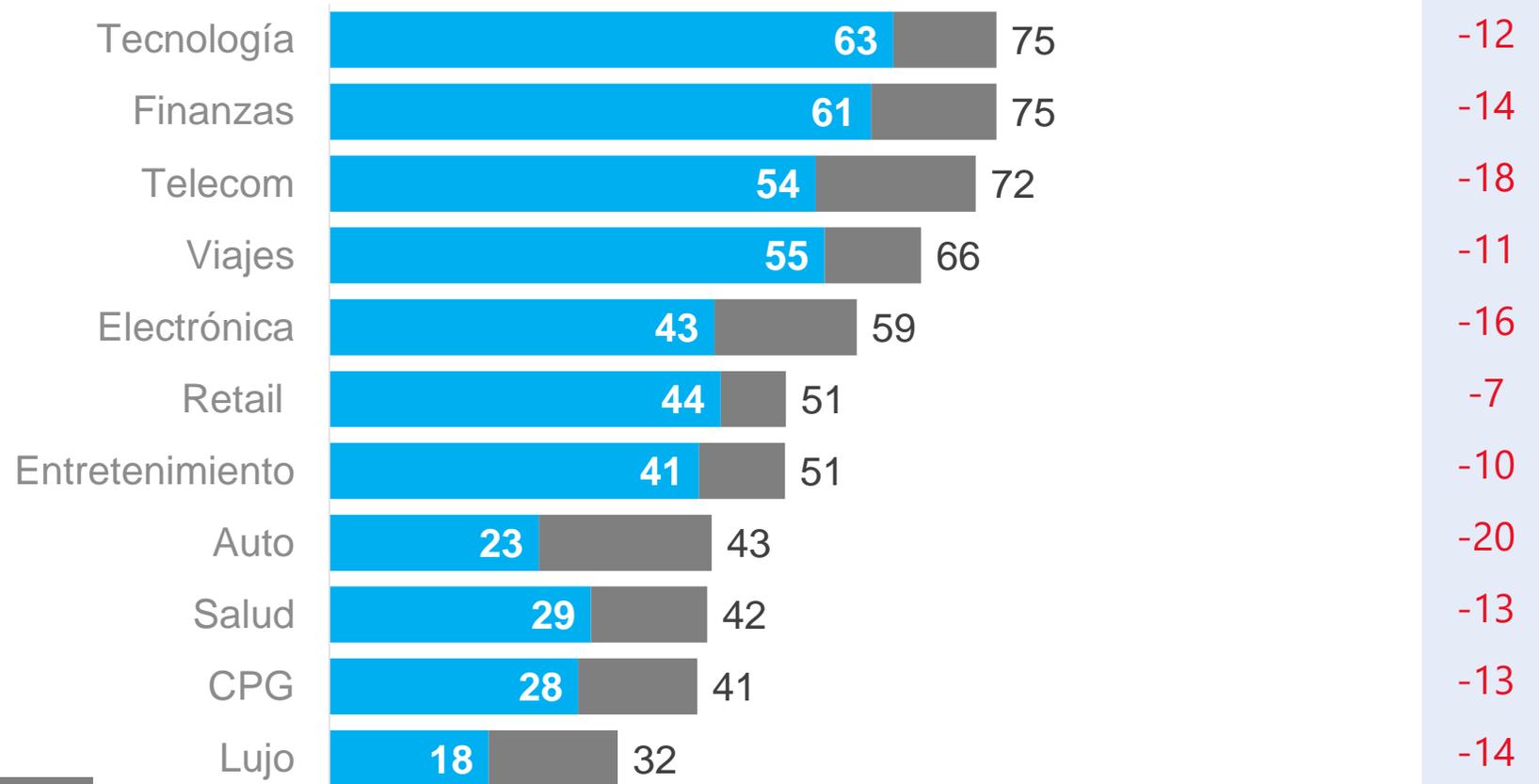
% piensan que comparten sus datos con las empresas



# The sharing gap varía según el sector

Datos recogidos vs. compartidos según sector

Sharing gap



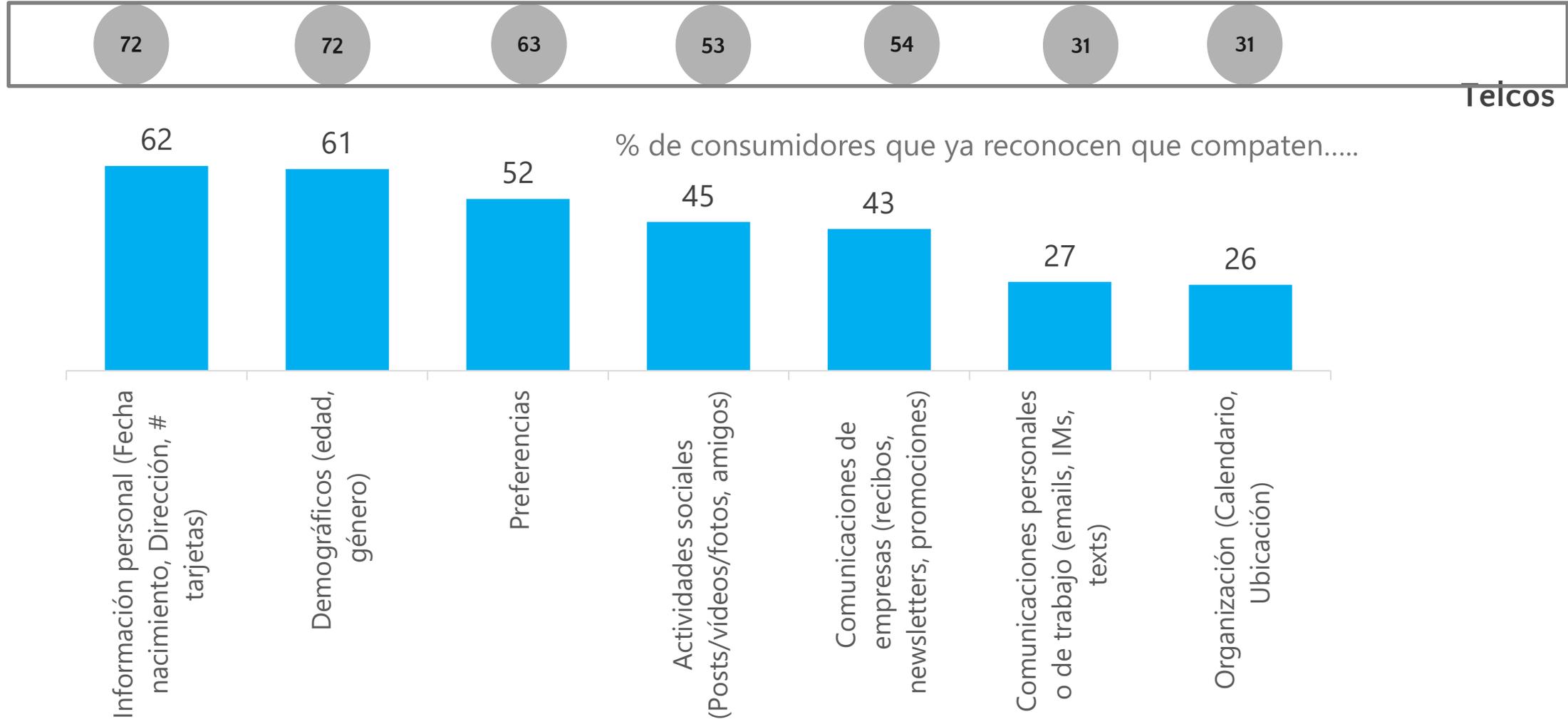
Data I  
share

Data  
collected

QUÉ ESTAMOS  
DISPUESTOS  
A COMPARTIR ?

**Aol.**

# La información personal se comparte más



# Cuanto más sensible es el dato más recompensa se exige



Actividades /preferencias



Demográfico



Organización /movimiento



Identidad social



Comunicaciones

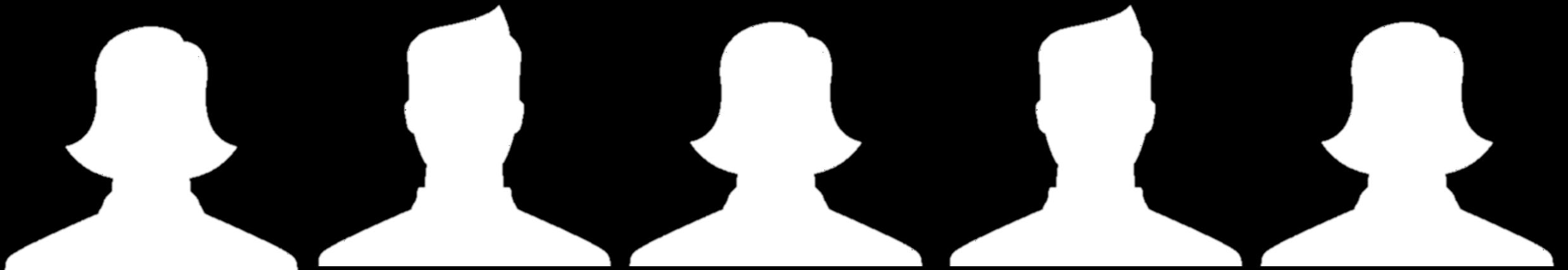


Información Personal



Biométricas

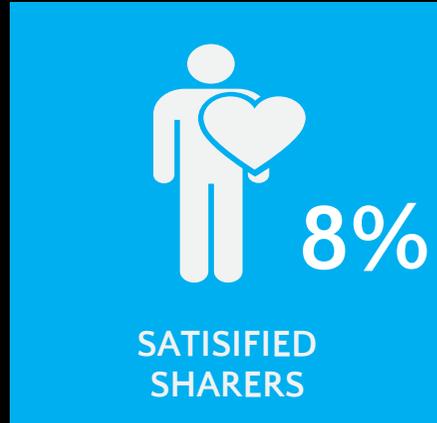
# EL PERFIL DE LOS QUE COMPARTEN



**Aol.**

Predisuestos

43%



Reacios

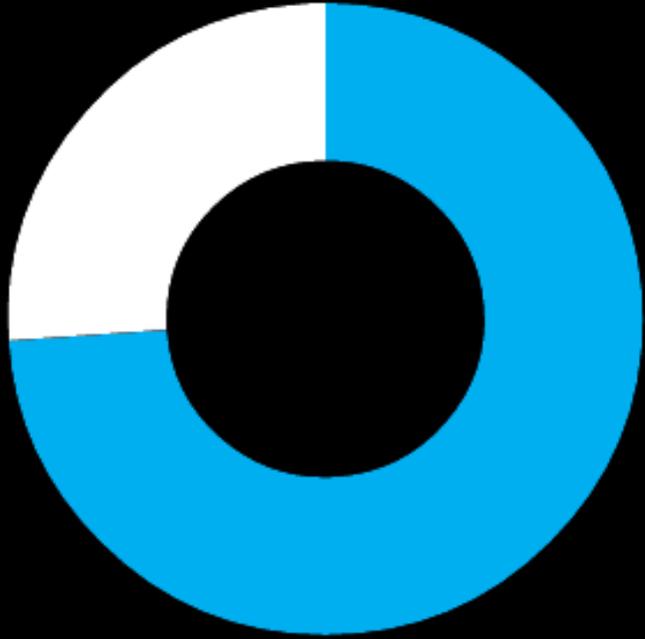
57%



Aol.

# CÓMO ANIMAR A QUE COMPARTAN

**Aol.**



74%

De los que contestaron darían algo a cambio de nuevos servicios digitales

**Aol.**

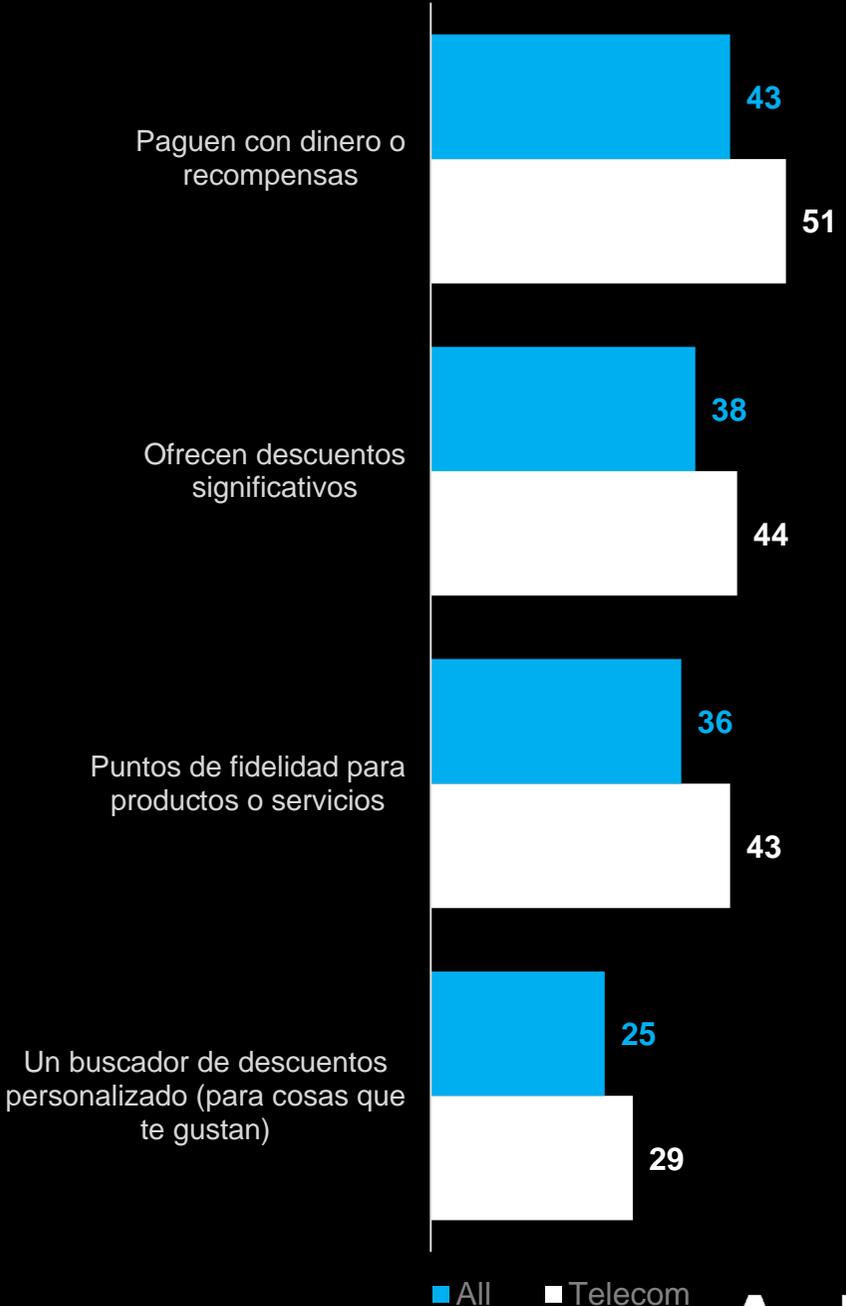
# BENEFICIOS RECLAMADOS



**Aol.**

# RECOMPÉNSAME

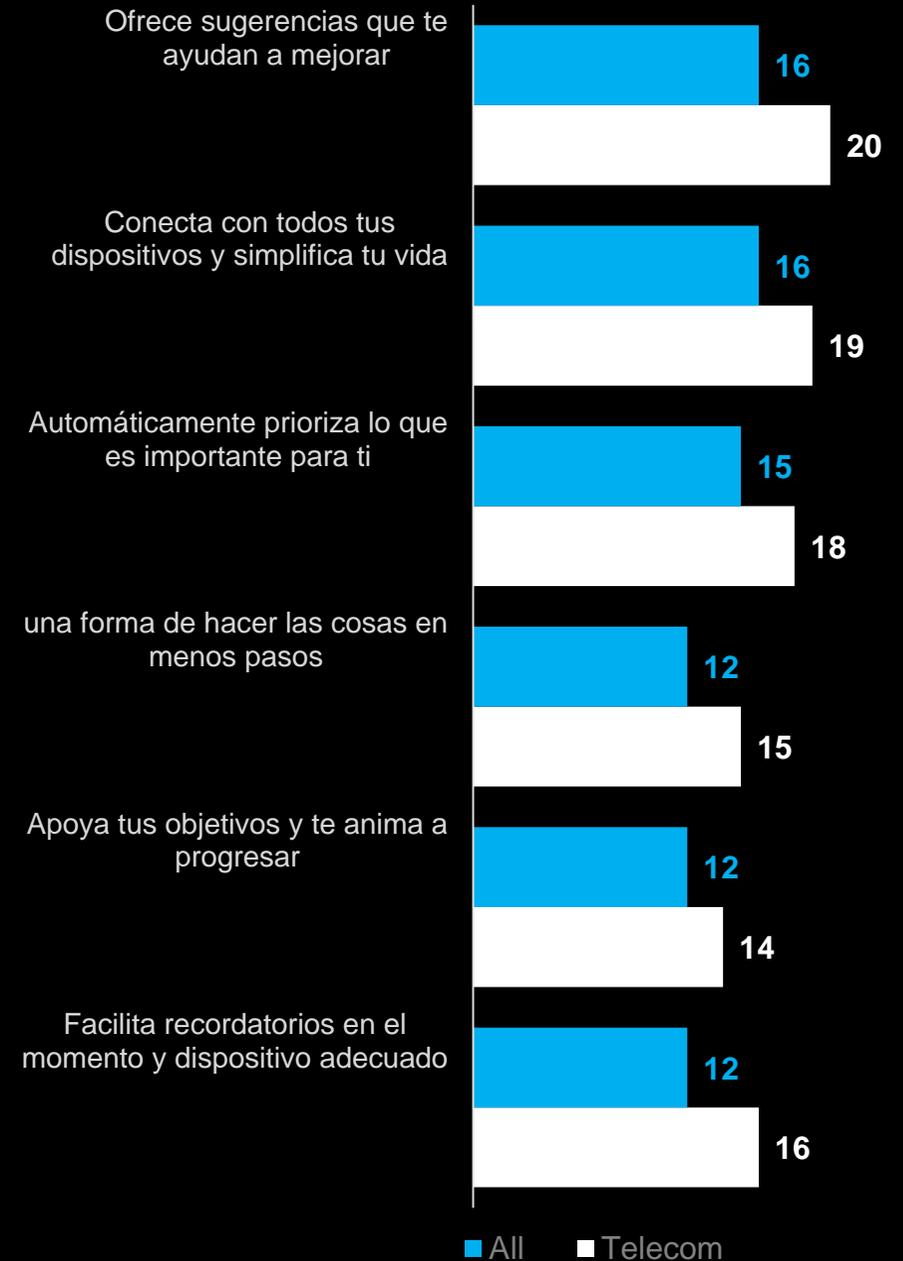
NIKE: Fuel points por merchandising



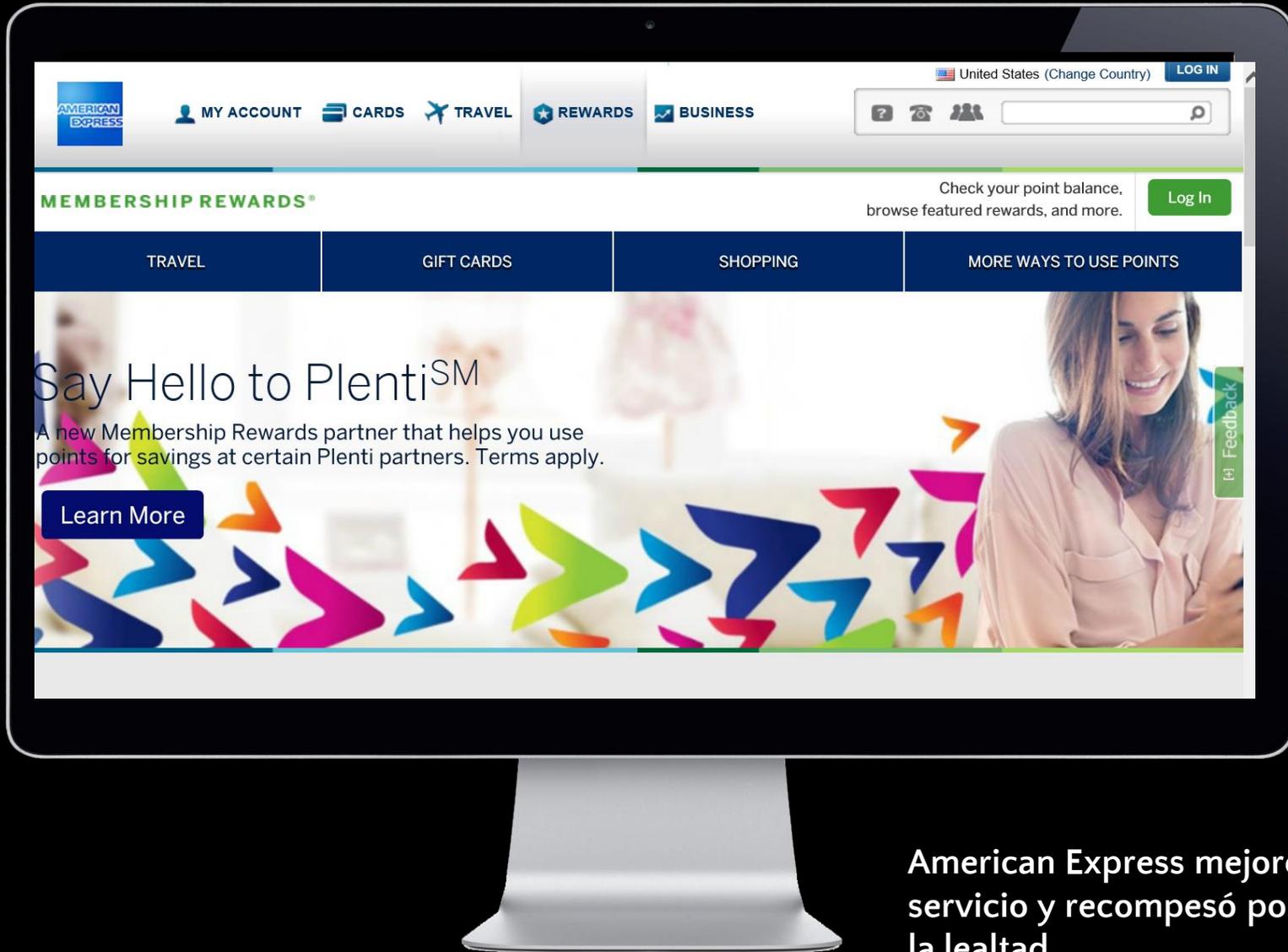
Source: Consumer Value Exchange Study, 2015

# MEJORA MI VIDA

**SMARTBED**  
Optimiza el  
comfort, monitoriza  
el corazón y se  
ajusta para un  
descanso óptimo



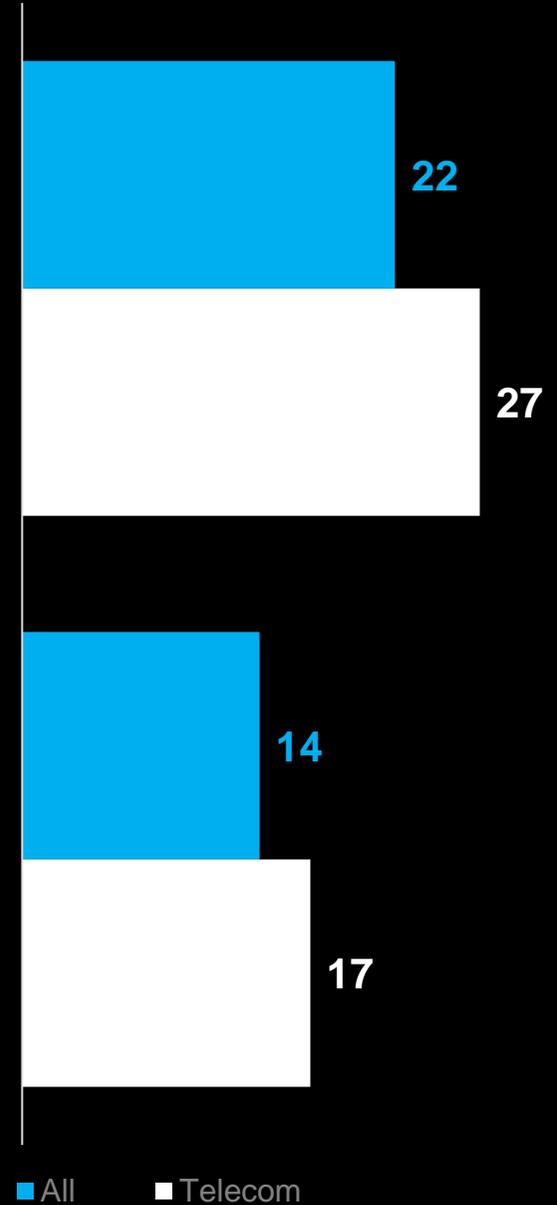
# HAZME SENTIR ESPECIAL



American Express mejoró el servicio y recompensó por el uso y la lealtad

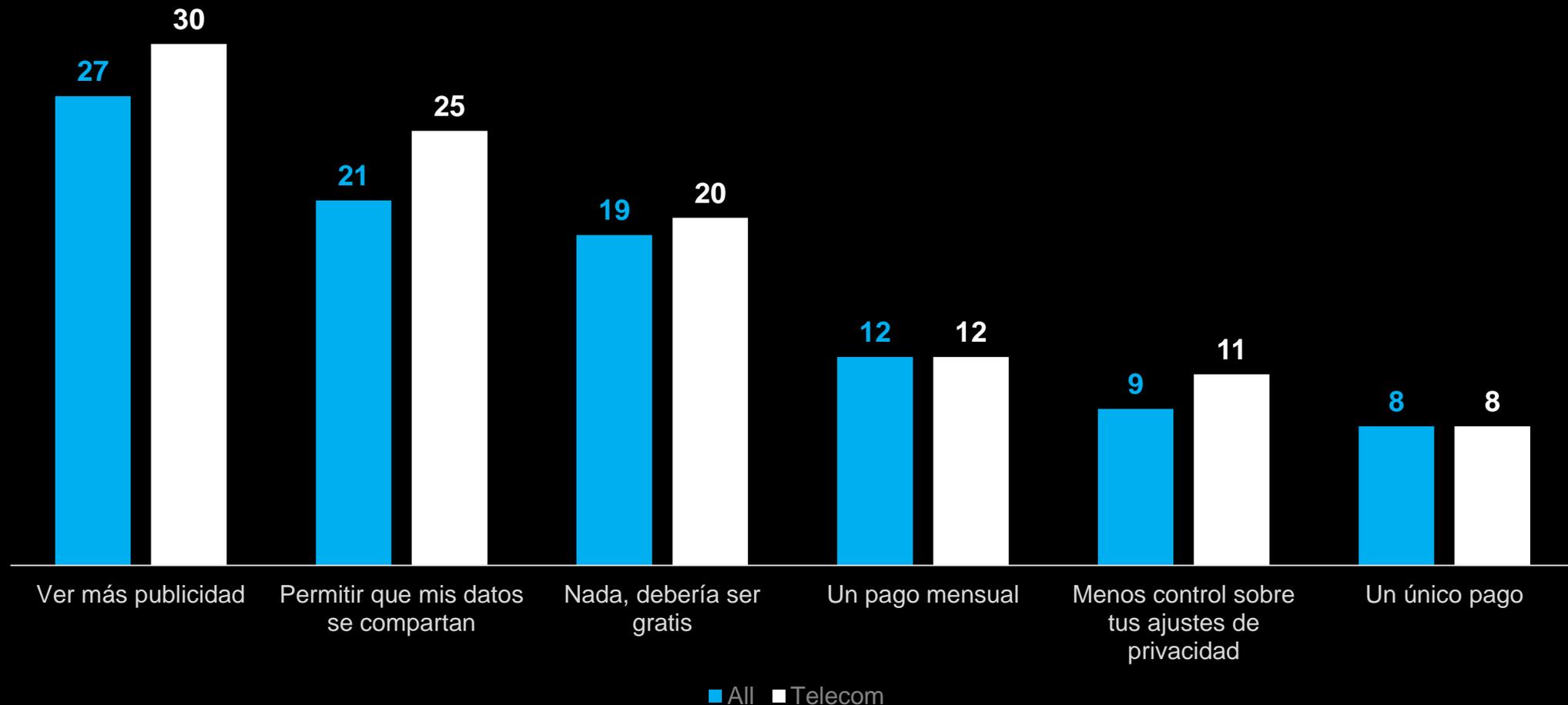
Premium Access/Servicio mejorado con más capacidades

VIP/Beta Access



■ All ■ Telecom

# ¿QUÉ ESTARÍAS DISPUESTO A DAR O HACER, POR MÁS RECOMPENSAS?



# ELIMINAR BARRERAS PARA COMPARTIR (EL PORQUÉ)

**Aol.**

# BARRERAS PARA COMPARTIR



Relevancia



Transparencia



Accesso



Control

# Relevancia



51%

Esperan que las marcas customicen o personalicen sus comunicaciones en base a los gustos y preferencias

56% para Telcos

# Transparencia



81%

Creen que es importante que las empresas les informen de cómo están utilizando sus datos personales.

88% para Telcos

# Acceso



49%

Más propensos a utilizar un servicio si al utilizar su comportamiento digital les ofrece una experiencia más customizada

53% para Telcos

# Control



55%

Quisieran ser capaces de elegir por cuánto tiempo su información permanecerá online

58% para Telcos



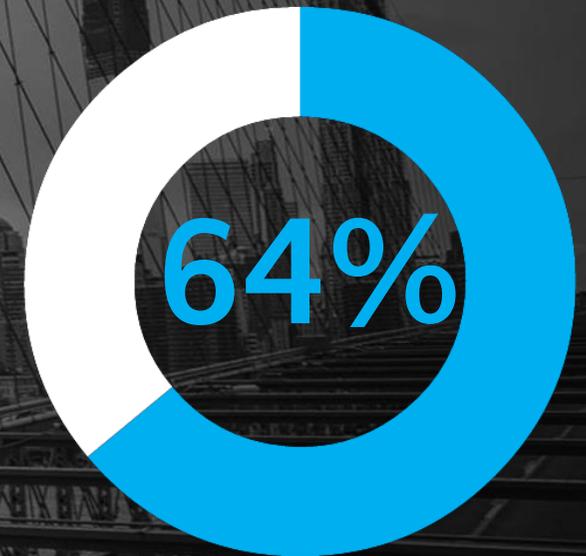
# Pensemos en positivo, intercambios de datos permitidos

- Educar a los usuarios en lo que son y no son los datos
- Mostrar a los usuarios de qué forma los datos pueden ser útiles para ellos
- Reforzar a los consumidores sobre la forma en que pueden beneficiarse de los intercambios de datos.
- Los profesionales del marketing pueden “evangelizar positivamente” para que los consumidores proactivamente decidan compartir sus datos a cambio de mejores experiencias

# La recompensa

Más propenso a comprar un producto o servicio de una marca que ofrece una recompensa por compartir datos

**71%** para Telcos



# Key takeaways

**Dar valor a los datos**

**Centrarse en los beneficios personales y respetar los límites**

**Eliminar las barreras a la hora de compartir**

GRACIAS

Aol.