

NETFLIX

ANÁLISIS DE MARCA Y COMUNICACIÓN

Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla - 4º de Grado en Publicidad y RRPP - Autora: Luz Mora Maeso

OBJETIVOS GENERALES

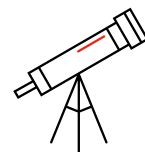
- Conocer orígenes e historia de la TV
- Conocer los nuevos perfiles de usuarios
- Conocer los sistemas de TV de pago

OBJETIVOS DE CASO

- Conocer orígenes, desarrollo y evolución de la marca
- Análisis de marca y comunicación
- Estudio del concepto: series autoproducidas

Inicios de la televisión. Breve historia

Concepto
"Tele" y "visión"
Visión a distancia
Galileo Galilei



TV en Europa
Radio - herramienta bélica IGM
TV controlada por Gobiernos
1989 Desarrollo de la Ley "TSF"
Arma Política

TV en EEUU
Radio - cohesión nacional
IIGM - Especial Informativo - Pearl Harbour
Desarrollo tubo de orticón - Laboratorios de la RCA

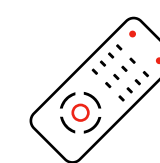
Televisión en España. Oligopolio



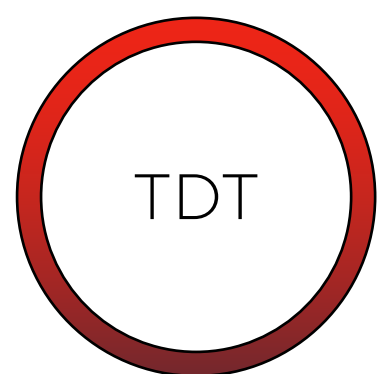
Prehistoria
Años 20-30
Primeros experimentos: telefotografía, belinógrafo
1932 - Creación del servicio fonovisión



Desarrollo
TVE - 1ª aparición 1950
1965 Emisión a color en Ultra High Frequency (UHF)



Años 2000 en adelante
Nuevas cadenas privadas: Antena 3, Telecinco y Canal +
Parlamento Europeo y financiación pública

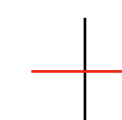


- Revolución técnica y digital
- Quiero TV, fracaso y quiebra
- 2002 Bloqueo TDT en España

IMÁGENES DE PAGO



Orígenes del cable en EEUU
Canal Satélite Digital
Vía Digital



Canal + Caso Francia - España
Yomvi y Movistar +

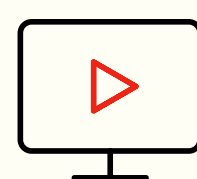
LOS NUEVOS MODOS DE VER LA TELEVISIÓN

PERFIL USUARIO



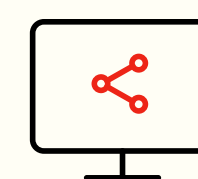
Millenials - Nativos tecnológicos
Interactividad y feedback

TV "A LA CARTA"



Video on Demand (VoD)
Nueva televisión

TV E INTERNET



La guerra de las pantallas
YouTube, youtubers y monetización

Estudio de caso: Netflix

ORÍGENES

Comienzo y evolución
Modelo de negocio
Contenido propio
Rol proveedores
Competencia directa
Delimitación geográfica

ANÁLISIS COMUNICACIÓN

Target, selección público objetivo
Objetivos de MK y comunicación
Posicionamiento
Estrategias de comunicación:
BTL, ETL, RRSS

ANÁLISIS MARCA

Evolución de la marca: 1997 - 2000 - 2014



Rediseño: Unificación de la marca



Conclusiones

- Campo de estudio muy amplio
- Auge de vídeos bajo demanda (VoD)
- Desarrollo de nuevos formatos. TV 3.0
- Netflix, la actual reina de las plataformas *streaming*. Lovemark
- Mercado cambiante, plataformas en constante cambio