



nVIDIA®

EIKON INTERNACIONAL

IA PRESS TOUR- MARKETCROSS-NVIDIA

Categoría: 4 - Relaciones con la Prensa

Capítulo: General

Nombre de la Campaña: IA Press Tour

Empresa: NVIDIA

Agencia: MarketCross

Equipo: Andre Forte, PR Manager en NVIDIA LATAM Consumer, y Valeria Bueno, Directora de cuenta en MarketCross

Persona responsable de la presentación del caso: Solange Valladares, Chief Communication Officer en MarketCross



INTRODUCCIÓN

NVIDIA (NASDAQ: NVDA) es el líder mundial en computación acelerada y es considerada una de las "7 magníficas" de la industria tecnológica.

En Comunicaciones y Marketing, NVIDIA tiene unidades de negocio separadas en "Consumer" y "Enterprise". MarketCross se ocupa del área "Consumer", referida principalmente a las tarjetas gráficas.

Debido al acelerado avance de la Inteligencia Artificial (IA) en el mundo, el protagonista rol que cumple NVIDIA en su desarrollo, y la necesidad de educar acerca de esta importante herramienta -que trae dudas, incertidumbres, temores, pero también muchos beneficios y posibilidades- es que la compañía quiso compartir con la mayor cantidad de audiencias, los alcances de la IA en los principales países hispanoparlantes de Latinoamérica.

OBJETIVO Y ESTRATEGIA

DAR A CONOCER LOS ALCANCES DE LA IA Y LAS POSIBILIDADES QUE ENTREGA NVIDIA A TRAVÉS DE SUS PRODUCTOS EN TRES MERCADOS CLAVES DE LATINOAMÉRICA

Se identificaron tres mercados hispanoparlantes que son claves para NVIDIA en cuanto a objetivos de negocio: Argentina, México y Perú. En cada uno de ellos, acercaríamos un vocero calificado de NVIDIA, para poner rostro a la compañía y brindar un mensaje cercano y experto a cada una de las audiencias.

Además, el lanzamiento del IA Press Tour debía ser en grande, por lo que la primera parada del tour tenía que ser masivo y tener un gran impacto.

Con esos lineamientos, se diseñó la estrategia del IA Press Tour, que iniciaría el 13 de octubre de 2023, hasta el 7 de diciembre de 2023.

DESARROLLO

PRIMERA PARADA: ARGENTINA

Para cumplir con un lanzamiento de impacto, se escogió Argentina como el punto de partida del tour: NVIDIA fue parte del Argentina Game Show (AGS), que se realizó en Buenos Aires entre el 12 y 16 de octubre de 2023.

AGS es el evento más grande para reunir a los amantes de los juegos y la tecnología en el mercado hispanoparlante de Latinoamérica.

De esa forma, llegaríamos a una gran cantidad de audiencia, tanto a quienes asistieron presencialmente a AGS y al stand de NVIDIA, como a quienes se informaron del evento a través de redes sociales y medios de comunicación.

Fue todo un éxito: el stand de NVIDIA fue visitado por miles de personas, de todas las edades, quienes pudieron conversar con el team NVIDIA acerca de sus desarrollos, experimentar la IA con los diversos equipos disponibles, ver demostraciones en vivo, jugar los videojuegos en tendencia mejorados con la tecnología NVIDIA y además llevarse pases gratis para vivir la experiencia NVIDIA desde sus hogares.

Además de toda la visibilidad que entregaron las redes sociales de AGS donde se destacaron una gran cantidad de contenidos de NVIDIA y su participación en el evento, con activaciones con voceros, desde el relacionamiento con medios de comunicación, periodistas y creadores de contenido, gestionamos 18 entrevistas durante los 2 días que tuvimos disponibles a los voceros para este fin.



PRIMERA PARADA: ARGENTINA

A través de estas entrevistas, el objetivo fue alcanzar diferentes audiencias: mainstream, business, tech & gaming, con los mensajes claves para cada una de ellas.

Para lograrlo, contamos con dos voceros: Jaime Casis, Director de Marketing para Latinoamérica, con quien alcanzamos las audiencias mainstream y de negocios; y Alexander Ziebert, Technical Marketing Manager Latin America, con quien llegamos a las audiencias de nicho del mundo del gaming y la tecnología.

De esa forma, posicionamos todos los mensajes claves de la marca con los diferentes abordajes.

Jaime Casis se entrevistó con medios Tier 1 tales como: Forbes (business), Telefe (mainstream TV), Perfil (mainstream), ITSitio (regional business tech), Bnamericas (regional business), TN (mainstream TV), Diario La Prensa (mainstream), Iprofesional (business tech), UnifeTV (mainstream), Entreteniciencia (science &tech).

Alexander Ziebert se entrevistó con medios de nicho Tier 1 y creadores de contenido del mundo del gaming y la tecnología tales como: HD Tecnología, PC Masterace LATAM, Cultura Geek, Locosxlosjuegos, Frankie TV (YouTube), Tecnogaming, Tony Tech Pressover / Catarsis Xeneize, Malditos Nerds, CDF Gaming.

RESULTADOS ARGENTINA

ENTREVISTAS: 18 (todas orgánicas)

*OTS EN MEDIOS TRADICIONALES: +110 M

VISITAS AL STAND: +100 K

Además de los números, cabe destacar que el hecho de tener al equipo NVIDIA en Argentina, proveniente de Estados Unidos y Brasil (directores, PR manager), logra estrechar relaciones con los periodistas y creadores de contenido, verles las caras, fidelizarlos, y sentir el calor del abrazo.

La mayoría de las gestiones se realizan en remoto a través de video llamadas, whatsapp, e-mails.

Poder tener un espacio de relacionamiento en persona, más allá de las entrevistas, compartir un desayuno, una cena, consolida lo trabajado por años.

Y eso se vivió con un grupo de periodistas y el PR manager de NVIDIA. Los propios periodistas llevaron regalos inesperados al team NVIDIA y desde esos encuentros que se dieron paralelos a AGS, la relación se hizo más fuerte.

Al final del día, las relaciones públicas son relaciones humanas, y son exitosas cuando las personas logran conectar y reconocerse como tales.



Periodistas + team NVIDIA

*Opportunity To See

NVIDIA EN AGS Y EN LA PRENSA



NVIDIA EN AGS Y EN LA PRENSA

Click aquí para ver la entrevista!



JAIME CASIS - DIRECTO DE MARKETING DE NVIDIA LATAM



LA PRENSA

LP Gaming & Tecno

Fin de fiesta arrollador para una pasión



Jaime Casis, director de Marketing para América Latina en NVIDIA Consumer

Inteligencia Artificial: NVIDIA cuenta cómo impacta hoy en el mundo del gaming



Jaime Casis, director de Marketing de NVIDIA, revela qué beneficios brinda hoy la IA en los videojuegos y la generación de contenidos

Jaime Casis: "Latinoamérica es un mercado que nos interesa mucho"

En un momento en el que el mundo del gaming se está expandiendo rápidamente, NVIDIA se destaca como una de las líderes en el mercado de tarjetas gráficas. Su tecnología de IA está revolucionando la experiencia de juego, permitiendo gráficos más realistas y juegos más fluidos. Esto no solo beneficia a los jugadores, sino que también impulsa el crecimiento del mercado de hardware de gaming en Latinoamérica.

En un momento en el que el mundo del gaming se está expandiendo rápidamente, NVIDIA se destaca como una de las líderes en el mercado de tarjetas gráficas. Su tecnología de IA está revolucionando la experiencia de juego, permitiendo gráficos más realistas y juegos más fluidos. Esto no solo beneficia a los jugadores, sino que también impulsa el crecimiento del mercado de hardware de gaming en Latinoamérica.



PROFESIONAL | TECNOLOGÍA | EVENTO CLAVE

Arrancó AGS 2023, una fiesta gamer con fuerte presencia de marcas de tecnología



DIRECTOR DE MARKETING EN AMÉRICA LATINA DE NVIDIA

JAIME CASIS

SEGUNDA PARADA: EL DESAFÍO DE PERU

El segundo destino fue Perú, un país de pujante potencial y crecimiento para NVIDIA.

En este país, el objetivo era llegar a un selecto grupo de medios de comunicación claves para la marca -principalmente mainstream- durante un día de entrevistas presenciales con el Director de Marketing para Latinoamérica, Jaime Casis, quien viajaría desde Estados Unidos para este tour, en noviembre.

Gran parte de las entrevistas se realizarían en los estudios y redacciones de los medios de comunicación.

Era una gran oportunidad para transmitir los mensajes de NVIDIA a gran parte de los estamentos de los medios de comunicación, ya que el vocero daría las entrevistas en las redacciones y estudios de los propios medios.

Sin embargo, a pocas horas del día de las entrevistas, el vocero tuvo una urgencia médica, que lo imposibilitó a realizar el viaje.

No podíamos perder la oportunidad con las buenas entrevistas que se habían conseguido, todas orgánicas.

¿La solución? Se reagendaron las entrevistas de manera remota y por streaming. Jaime ya no estaría desde los estudios, pero la tecnología nos apoyaba para que las entrevistas se realizaran de igual manera, incluso la entrevista con TV.

El vocero logró dar relevancia a los mensajes claves de NVIDIA a través de entrevistas con los Tier 1: RPP (mainstream), La República TV (mainstream), El Peruano (mainstream), Depor (sports), Perú21 (mainstream), NDG - Phillip Chu Joy (gamig & tech)



RESULTADOS PERU

ENTREVISTAS: 6 (todas orgánicas)
*OTS EN MEDIOS TRADICIONALES: +100 M



El FUTURO de la IA en NVIDIA | Phillip Chu Joy ENTREVISTA a GERENTE en NVIDIA | NDG Podcast
Nos Dicen Gamers



NVIDIA ante su gran momento IA: "Nuestro ADN viene del gaming"



De los GPUs para videojuegos a impulsar la IA. Así ve NVIDIA su presente.

No hay dudas de que la **Inteligencia Artificial** es el tema de conversación de 2023. Si lo fuéramos a comparar con OpenAI es un fenómeno con precedentes como ChatGPT, NVIDIA, siempre el hardware que impulsa esta revolución.

¿Cómo una compañía que comenzó con productos para gamers llegó a este punto? Conversamos con Jaime Casis, director de Marketing para América Latina en NVIDIA.

"Hay cuatro fechas muy importantes, 2006, 2010, 2016 y 2018", explicó Casis. Estas son:

- 2006: la introducción de CUDA con el uso de GPUs para acelerar grandes cargas de trabajo.



Conoce los desafíos de integrar la inteligencia artificial en la educación

13/12/2023 La tecnología es aliada en la formación de jóvenes profesionales, pero su educación debe ser acompañada de principios éticos.

La inteligencia artificial impulsará la nueva era de la educación, lo que también tendrá un impacto en las áreas profesionales. Así lo asegura el director de Marketing para América Latina de NVIDIA, Jaime Casis, quien señaló a El Peruano que el uso de esta tecnología ya se aplica en las aulas para el desarrollo de investigaciones o de manera aplicada con la IA generativa.

"Estudiantes e investigadores **ya pueden usar la IA para avanzar en investigaciones** en ciencias biomédicas, ciencias de datos, robótica y simulación, entre otras. Áreas mucho más comunes como la ingeniería y la arquitectura también pueden aprovechar los avances de la IA generativa en los cálculos físicos, por ejemplo", dijo.

Qué hace la IA en tus videojuegos y cuáles son los desafíos de la industria

Los jugadores buscan experiencias más realistas. Conversamos con gente de NVIDIA sobre qué nos dice el futuro de las tarjetas gráficas.

- Scooters eléctricos de Whoosh llegan a Pueblo Libre
- La lista de celulares más potentes en 2023: ¿qué sucedió con Samsung y Apple?



Representante de NVIDIA conversó con Depor Play sobre el futuro de la IA. (Análisis Media Regional)

La **Inteligencia Artificial** se ha convertido en un elemento omnipresente que eleva tus experiencias de juego a niveles extraordinarios. En una conversación con Jaime Casis, Director de Marketing para América Latina en NVIDIA, exploramos el origen de la tendencia de integrar la IA en las tarjetas gráficas de la compañía y descubrimos las innovaciones que garantizan un juego fluido y sin contratiempos.

A medida que continuamos avanzando en la mejora de la calidad gráfica de los videojuegos, surgen preguntas sobre los desafíos inherentes a esta tecnología. Jaime Casis comparte insights valiosos sobre estos desafíos y cómo NVIDIA está abordándolos para ofrecer experiencias de juego cada vez más inmersivas.



*Opportunity To See



TERCERA PARADA: MEXICO

México es uno de los mercados más relevantes para NVIDIA en la región, por lo que finalizar el IA Press Tour de 2024 en ese país tenía total sentido.

Con el vocero ya recuperado, la fecha elegida para el tour en México fue el 6 y 7 de diciembre.

Durante esos dos días, el vocero conversó con 11 medios de comunicación, tanto en sus estudios, redacciones, así como en las oficinas corporativas, logrando transmitir el mensaje a las diferentes audiencias objetivo:

Las entrevistas, todas orgánicas, fueron con medios Tier 1 tales como: Alto Nivel (business), Excelsior (mainstream), Reforma (mainstream), Milenio TV (mainstream), Expansión (mainstream), SDP (mainstream), El Economista (business), Wired (tech), Radio Chilango (mainstream), IGN (gaming), Techradar (tech).

RESULTADOS MEXICO

ENTREVISTAS: 11 (todas orgánicas)

*OTS EN MEDIOS TRADICIONALES: +500 M

As was the case in Argentina, in Mexico the face-to-face experience built and strengthened bridges, not only with journalists, but also between the PR agency and the client. Some members of our team in Mexico had not had the opportunity to be face to face with the client.

This tour was the opportunity, in addition to embracing each other, to introduce Mexican culture to our client, through food and soccer, even an exchange of jerseys! These were moments that we treasure and that gave another depth to the agency-client relationship.

*Opportunity To See



RESULTADOS MEXICO



CONCLUSIÓN

Se cumplió el objetivo del tour: acercamos la IA a las audiencias target en Latinoamérica y mejor que eso, acercamos NVIDIA a las piezas claves y protagonistas para educar acerca de la IA: los periodistas, creadores de contenido y los miembros de la agencia de relaciones públicas.

Aunque tuvimos desafíos por superar, como la imposibilidad de viajar de un vocero a uno de los destinos, la tecnología fue nuestra aliada para cumplir igualmente con las entrevistas y confirmamos que al final del día, lo más importante son las relaciones humanas.

Números totales IA Press Tour total: 13 de October 13 al 7 de Diciembre, 2023.

- Entrevistas: 35
- Clippings: 72
- OTS: + 700 M

¡MUCHAS GRACIAS!



Team NVIDIA + Team MarketCross