

Creación del nuevo sistema publicitario 2.0

En virtud del constante incremento de la publicidad online, y de que las formas más clásicas de marketing están agotando sus recursos, colocar anuncios en la red parece ser una de las estrategias con mayor proyección actual para llegar a los consumidores.

Así, la compañía londinense Fhame Limited anunció el lanzamiento de un nuevo método, llamado Tailgate, que aprovecha las ventajas de los banners tradicionales y se autodenomina como “el primer sistema publicitario 2.0 completamente transaccional, a través del cual los usuarios pueden hacer operaciones”.

Según el portal baquia.com, el sistema se basa en un banner interactivo con el que los internautas pueden comprar un producto determinado, sin tener que ir a una página asociada. De este modo, el mismo banner opera como tienda del objeto o servicio que se está anunciando en la web, suprimiendo la necesidad de un enlace que redirigiera hacia una página externa para poder realizar la operación.

La fuente también señala que Tailgate es ventajoso para los sitios que alojan publicidad, dado que sus usuarios no irán a otra página al clicar un aviso, mientras que los anunciantes captarán un mayor número de clientes y, probablemente, verán aumentados sus ingresos. Las compras realizadas mediante este sistema se determinan con unos cuantos clicks, y sus desarrolladores auguran que Tailgate permitirá una forma de interacción mucho más dinámica y atractiva para los usuarios. ■

Fuente: www.redusers.com

Bloggers contra la publicidad

Aunque la inclusión de publicidad es un incentivo para muchos creadores de blogs, no todos los usuarios ven los anuncios con buenos ojos. De hecho, algunos bloggers consideran que la publicidad corporativa devalúa el medio. A raíz de esa actitud, nació Ad Free Blog, un grupo de bloggers que utiliza un búho como marca distintiva, para hacer saber a sus visitantes que ese sitio se encuentra libre de publicidad. Al incluir el búho, se está aceptando que se está en contra de la publicidad de empresas en los weblogs; que la publicidad degrada el medio y que no se acepta dinero a



cambio de anuncios. Según el sitio Ad-Latina, hasta el momento, existen 67 blogs en español que se han integrado a la iniciativa, algunos de los cuales son considerados los más leídos. Es posible acceder a la lista completa de blogs contra la publicidad a través de Wikipedia. Una prueba del interés que creó esta iniciativa, es que cuando se difundió la existencia el website que nuclea a este grupo –adfreeblog.org–, éste se vio colapsado por el gran número de personas que querían acceder a sus contenidos.

Fuente: www.redusers.com