

Notable aumento de la publicidad On Line

No caben dudas de que Internet, guste o no, desde hace un tiempo a esta parte va marcando cambios de hábitos de todos aquellos que desean o necesitan estar informados y actualizados en este mundo globalizado.

Introducción

Internet es la manera más rápida de encontrar todo tipo de dato que se esté buscando: empresa, producto, servicio, documento, ruta, información, etcétera; lo que se requiera y en el lugar que sea. Entramos a los denominados buscadores (Google, Yahoo, MSN, u otros), ponemos unas pocas palabras y, ahí está... casi por arte de magia aparece lo que buscamos, o al menos por aproximación nos acercamos o lo que creemos nos puede servir.

La importancia de un buen Web Site

El número de usuarios que hacen esto (usar Internet) cada día aumenta sin cesar, y también

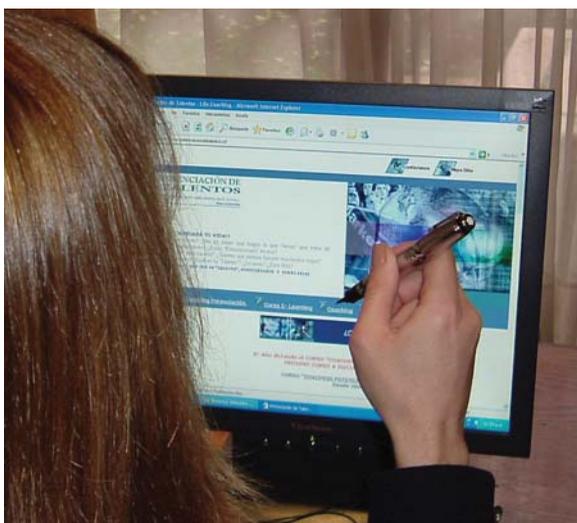
aumenta el número de empresas que descubren el volumen brutal de posibles clientes que se les están escapando por no tener un Web Site en Internet. Pero para lograr mejor este cometido, se debe elaborar una página bien programada y con un buen diseño, porque de no ser así el resultado quizás no sea el esperado.

Al encargar la realización de su propio sitio en Internet, es entonces cuando una empresa toma la decisión y buena idea de la necesidad de aparecer en los principales buscadores e intentar estar en los primeros lugares mediante el uso de palabras y/o frases claves que tengan que ver con su actividad, producto y/o servicio a ofrecer.

Dominio territorial

Pero allí están, si... y dominando todo el terreno, los más importantes buscadores para cobrar el peaje correspondiente: si una empresa quiere aparecer primero, tendrá que pagar más que las demás, y así comienza una carrera obsesiva entre empresas que incrementa el precio de la publicidad a velocidad de vértigo. (El precio se ha multiplicado por 30 -según un promedio a nivel mundial- en los últimos años, y todo indica que seguirá aumentando).

Internet es la manera más rápida de hallar todo tipo de dato, lo que se requiera y en el lugar que sea. Entramos a un buscador, escribimos la palabra clave, y aparece lo que buscamos.



Las empresas confían en las Redes de Internet

Para comunicar productos y servicios la publicidad On Line sigue creciendo de forma considerable. Los directores de marketing de las grandes marcas confían en las Redes para comunicar y agregar valor a sus productos. Y esto se debe a que la gente, se estima, ya pasa más del 20% de su tiempo On Line.

En eMarketer Inc. (empresa especializada) estiman que el gasto en publicidad On Line en EE.UU. subirá un 27%, mientras que el gasto en anuncios en buscadores crecerá un 26%.

La tendencia además no está siendo sólo hacer publicidad On Line, sino también realizar acciones para aumentar el conocimiento de marca. En este sentido los blogs corporativos u otras acciones que permitan otorgar ese conocimiento de marca tan deseado irán tomando aun mayor relevancia hacia el futuro.

John Vail, Director de marketing interactivo del grupo **Pepsi-Cola EE.UU.** lo deja claro en el siguiente párrafo del cual hacemos una interpretación del texto traducido al español): "Nosotros básicamente utilizamos el sistema On Line para extender nuestra comunicación. Sabemos que el consumidor invierte aproximadamente el 20% de su tiempo en Internet, por lo tanto nosotros vamos hacia donde el consumidor está".



En Pepsi-Cola utilizan básicamente el sistema On Line para extender sus comunicaciones, saben que el consumidor invierte aproximadamente el 20% de su tiempo en Internet.

Si alguien se pregunta de quiénes hablamos, lo hacemos al menos de 2 buscadores, que ya todos conocemos, y la razón es sencilla: el 90% de todo lo que se busca en Internet, se hace a través estos. De manera análoga, tan solo hace unos años cualquier servicio o empresa se buscaba a través de las famosas páginas amarillas. Hoy, incluso páginas amarillas y otras importantes guías han sucumbido al poderío, valga la redundancia, de los poderosos buscadores y se ven obligados, para estar presentes, a contratar publicidad en los mismos.

Servicio completo en neón.

Tecnolux
GROUP
10 años en Argentina

Pablo Martín
productos para neón

Fabricación de productos para neón e importador exclusivo en Argentina de Tecnolux Group
Irigoyen 1053 (C1407CAW) Bs. As. Tel/Fax (5411) 4567-9162 E-mail: neonmartin@fibertel.com.ar

¿Cómo hacer que un sitio Web funcione?

Es importante tener un buen tráfico en la Web, lo cual requiere de tiempo y dedicación. Pero antes que nada poseer un buen pagerank, que es un valor numérico que representa la importancia que una página Web tiene en Internet. Los buscadores se hacen la idea de que cuando una página coloca un enlace (link) a otra, es de hecho un voto para esta última. Los buscadores de Internet prefieren los sitios Web que han estado activos durante algún tiempo, incluso si son sitios pequeños sin miles de páginas de información, pero que la información que se ofrece sea sólida, de interés general, útil para los visitantes y de conducta ética y natural, el sitio Web será indexado y bien posicionado por mucho tiempo. Una palabra o frase clave en particular puede posicionar el sitio en un período corto de tiempo, pero esto quizás no pase al usar palabras principales, las cuales estarán muy competidas. A no ser que se actúe en un mercado muy pequeño. Hay muchos sistemas y programas para conseguir posicionarse bien con ciertas palabras clave y es interesante leer todo lo posible sobre cómo hacerlo. Aprender a escribir sobre los temas de la propia Web dará contenido al sitio y material para artículos que pueden publicarse en lugares como blogs y ezines. No es conveniente duplicar contenido, salvo que se ponga un enlace de vuelta a la página original, cosa que los buscadores entienden. Estos artículos no posicionarán de la misma manera que los publicados por primera vez, pero el buscador hará los reajustes necesarios para tener constancia que se tiene este contenido en el dominio.

Un buen sitio Web no es tan diferente a crear cualquier otro producto de calidad, y se debe construir

En octubre de 2005, Tim O'Reilly definió el concepto de Web 2.0. El mapa que se muestra (elaborado por Markus Angermeier) resume los principios de Web 2.0, con algunos ejemplos de servicios. Cuando se menciona el término Web 2.0 se hace referencia a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando al usuario el control de sus datos.

con las necesidades de los usuarios en mente y promocionándolo constantemente.

Puntos que ayudan a que una Web funcione:

1. Registrar el nombre de dominio y poner en funcionamiento páginas tan pronto se pueda, así el dominio empieza a contar. Los dominios funcionan mejor cuando más antiguos son.
 2. Las páginas a insertar, aparte de la página principal (index) deben tener buen contenido.
 3. A los buscadores les gusta ver enlaces internos. Enlazar otros sitios Web al propio sitio.
 4. Enviar la propia Web a los buscadores más importantes, no hace falta a todos. Una vez que se haya indexado en los de más tráfico, los otros lo encontrarán.
 5. Escribir contenidos para publicar en otros sitios diferentes a la propia Web. No importa si es de mucho o poco interés, siempre estará quien busque información sobre ello, Internet no tiene límites y dicha información puede significar cientos y hasta miles de contactos.
- Es importante empezar cuanto antes y poner en marcha la Web. No hace falta gran cantidad de páginas para un dominio de importancia y tráfico. Haciendo las cosas bien funcionará.



Capaces de devorar los presupuestos más generosos

Existen casos de empresas (en países desarrollados) en que el presupuesto previsto para un mes fue consumido en tan solo unas horas. También, se sabe de muchas empresas que contrataron publicidad On Line y... ¡sorpresa!, su anuncio apenas aparece, o lo hace en los últimos lugares y de vez en cuando. Los principales buscadores pueden consumir cualquier suculento presupuesto empresarial, y muy especialmente si la campaña está mal orientada. He ahí la importancia de una bien estudiada programación de la

inversión publicitaria y correcta optimización de los recursos que para ella se destina.

Sí, programación y análisis. Todavía hoy, las empresas más pequeñas pueden obtener altísimos rendimientos al aparecer muy bien posicionadas. Pero se teme que en unos pocos años, sólo los más importantes presupuestos tendrán acceso a los primeros lugares de los principales buscadores.

El protocolo de transferencia de hipertexto (HTTP, HyperText Transfer Protocol) es el protocolo usado en cada transacción de la Web (WWW).



La puja y los precios

La particularidad a que ha llevado el sistema de competencia hace que se incremente el precio sin cesar. Cuantas más empresas pugnen por un nombre o una palabra, más presión sobre el precio del mismo o de la misma estarán ejerciendo. Si el incremento del precio por click continúa al ritmo de los últimos tiempos, dentro de unos años sólo podrán anunciarse empresas que tengan la posibilidad de destinar presupuestos muy generosos, empresas que justo ahora, quizás, comienzan a tomar posiciones.

Comunicación Visual: Proveedores de Equipos e Insumos y Empresas de Servicios

Publicitar en Internet se viene dando en el Sector de la Comunicación Visual, como en muchos otros sectores. Hay empresas que ya hace años descubrieron el potencial de la publicidad On Line, pero ha sido en los últimos tiempos cuando se notó un aumento significativo de anunciantes de estos sectores que siempre tuvieron en cuenta y apreciaron la importancia de la publicidad. Hace unos años, comenzaron los proveedores a tomar la iniciativa respecto a las empresas consumidoras de equipos e insumos de Comunicación Visual. Pero son estas últimas, que para lograr mayor productividad tienen la necesidad de ofrecer servicios, y han evolucionado muy rápidamente, demostrado en algunos casos ser más ágiles al realizar y/o contratar publicidad. Claro que es cierto que hay muchas más empresas de servicios que proveedores de equipos e insumos en dicho rubro. Por su parte algunos proveedores, y más aque-

llos que tienen una cobertura sólo local, parecieran tener dudas sobre la efectividad y gestión potencial de este medio; pero con seguridad, el hecho de "si mi competidor aparece, yo también", está calando profundamente.

A blue rectangular advertisement with a black border. At the top, it says "Desde 1940" in white. Below that, the company name "SANTOS NEON S.R.L." is written in a large, white, stylized font, arching over a central illustration of a man in overalls holding a sign that says "BAR CAFE". Below the illustration, the word "Laboratorio" is written in a white, cursive font. At the bottom, it lists "Proveedor del fabricante de carteles", "Tres Arroyos 1910 Cap. - Argentina", "Tel/Fax: 4582-6884", "neon@santosneon.com.ar", and "www.santosneon.com.ar" in white text.

Desde 1940

SANTOS NEON S.R.L.

BAR CAFE®

Laboratorio

Proveedor del
fabricante de carteles

Tres Arroyos 1910 Cap. - Argentina
Tel/Fax: 4582-6884
neon@santosneon.com.ar
www.santosneon.com.ar

¿Por qué no se aparece en los buscadores si se ha pagado por ello?

Gracias a los avances informáticos, es posible medir el impacto exacto de una campaña y el retorno de la inversión. Si sólo se pretende aparecer en las páginas de Internet de forma independiente de si obtienen o no resultados, es mejor que se busque otro medio.

En la publicidad On Line bien estructurada no se tiene por qué aparecer en una posición concreta (no se contratan posiciones) ni tampoco por qué aparecer a una hora ni en un lugar determinado. Es en esto, donde algunos usuarios no entienden por qué no se encuentran si han pagado por ello. En realidad no han pagado por verse, sino por hacer que el buscador les envíe tráfico a su Web, o sea, que el buscador envíe la mayor cantidad de contactos a la Web o publicidad On Line. Si su objetivo es solamente verse en mejor posición que sus competidores y dejar de lado lo anterior, su campaña e inversión probablemente será mala.

Aunque en un principio puede parecer que gestionar la publicidad es un juego de niños, ¡cuidado!, es un pensamiento inexperto, realmente esto se ha convertido en una auténtica profesión y es muy aconsejable ponerlo en manos de expertos si no se quiere tirar el dinero.



Muchas empresas, principalmente las grandes, tienen su propia Página Web, y a la vez, contratan publicidad On Line, tal el caso de numerosas automotrices y sus concesionarios.

Hay quienes llevan años gestionando publicidad On Line para sus clientes. Y éstos, también tienen que destinar cada vez mayor presupuesto para obtener resultados. Conocen bien la voracidad de los buscadores y por ello se han convertido en expertos del tema.

INSUGRAF

Productos de Alto Desempeño

Importador Oficial



Vinilos MACTac Bélgica:
Vinilos calendrados de corte: 8300pro 5 años - 8200pro 4 años.
Vinilos Fundidos de corte: 9800pro 7 años.
Vinilo calendrado para impresión: Printvinyl 929P 5 años.
Vinilo conformable para impresión: JT5929P 7 años.
Vinilo fundido para impresión: JT5529P 10 años.
Vinilos esmerilados, transparentes, etc, etc



Lonas Frontlite 13oz. base gris.
Lonas Backlite 13oz.
Lonas Blockout ultra smooth
Lonas Mesh con liner
Vinilos microperforado con liner papel
Vinilos para impresión blanco y cristal - 2 años



Posicionadores papel y cristal
Vinilos efectos especiales
Cintas bifaz VHB

INSUGRAF: Alvear 2698 - 2000 - Rosario - 0341-4316221 - federicolevi@arnet.com.ar



Aprender a escribir sobre los temas de la propia Web dará contenido al sitio y material para artículos que pueden publicarse en lugares como blogs y ezines.

La mejor decisión, un correcto asesoramiento

Quienes todavía no están en Internet, aun pueden obtener un gran rendimiento si se deciden hacerlo, pero cada año, mes, día, minuto, etc.,... cuenta. Si se tiene la intención de estar presente, se aconseja buscar un profesional o empresa especializada, será de gran ayuda.

Al tomar la decisión de comenzar el diseño de la propia página web y/o contratar una campaña de publicidad On Line, debe conocerse muy bien sobre

el rubro en el cual se va a trabajar o publicitar, o en su defecto, estar adecuadamente asesorados por quienes acrediten conocimientos del tema y del rubro a tratar. Los errores cuestan mucho, en tiempo y dinero. ■

Le brindamos las mejores **SOLUCIONES GRÁFICAS** para su empresa

Exhibidores de gráfica NO CONVENCIONALES

- Gráfica AUTOADHESIVA
- Ploteo de corte | Vinilo Autoadhesivo
- Cartelería front y backlight, Letreros luminosos, Marquesinas

AutoRoll®

Autoenrollable
90 x 190 cm
Liviano
Fácil de armar
Listo para usar

Rotabanner®

Banner giratorio
Soporte de aluminio
Conexión: 220 ó 110 v.
Potencia: 4 watts
Terminación en anodizado
Altura regulable

Ancho

- 50 cms
- 83 cms
- 120 cms

Windbanner
by Wind Banner®

A new concept in Outdoor Advertisement

Alto

- 2,15 mts
- 3,40 mts
- 4,40 mts

Ultraliviano.
Visibilidad a gran distancia.
Gira con el viento.

Rotabanner®

Av. Cobo 984/6 (C1424DER) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

+ 54 (11) 4866-6060 | 6091-9142

consultas@rotabanner.com.ar | www.rotabanner.com.ar