

PUBLICIDAD EN INTERNET



Boletín Electrónico

www.redatm.com/es

***Carlo Rodríguez A.
crodriguez@redatm.com***

Acerca del Autor

Carlo Rodríguez es director de Estrategias Online de Attachmedia (www.redatm.com), y Vocal de Marketing de la Asociación Nacional de Webmasters del Perú . Ha dictado cursos y conferencias acerca de la Publicidad Interactiva y presta servicios de consultoría para la aplicación de Estrategias en Internet. Si desea contactarse con él puede escribir a crodriguez@redatm.com

“Este curso es una introducción para todos los interesados en iniciarse en el mundo de la Publicidad Interactiva, espero sea de su agrado y les ayude en sus futuros proyectos”

Carlo Rodríguez Arenas
Editor de E-estrategas

[Attachmedia] www.redatm.com
[E-estrategas] www.redatm.com/es

Derechos de publicación

El E-book “**Publicidad en Internet**” le pertenece a **Attachmedia S.A.C** y a **su autor**, pero puedes publicar parte o la totalidad de este libro en tus boletines, informes y demás mientras incluyas el la firma del autor (Carlo Rodríguez – Editor de E-estrategas) con su correo (crodriguez@redatm.com) y un enlace a E-estrategas (www.redatm.com/es) dejando los enlaces activos y funcionando.

También puedes regalarlo a tus colegas y clientes (**es mas, sería recomendable que lo hagas**) para que tengan los mismos conocimientos y hablen en el “mismo idioma” a la hora de planear un Web Site o tomar acciones de promoción por Internet.

Puedes ofrecerlo como un bono gratuito en tus promociones, aumentando los beneficios a tus clientes. Así como ponerlo en tu Web Site para que lo descarguen.

En fin, puedes hacer uso de este E-book como desees mientras no lo vendas y respetes la autoría de este E-book no omitiendo al autor o presentándolo como tuyo.

Contenido:

Hablemos de Publicidad	5
La Publicidad Interactiva	7
Ventajas de la Publicidad Interactiva	9
Formatos de Publicidad Interactiva	12
Entrando un poco al tema	
El banner : Click through y su medición	16
Antes del click:	
El dominio y el hosting	18
Si no te conocen no existes	21
Después del click	
El Site : La primera impresión	23
Mucho después del click	
Midiendo resultados	26

Hablemos de Publicidad

“La Publicidad ha estado tan ocupada en hablar de otros que se ha olvidado de hablar de sí misma.”

Antes de hablar de la publicidad Interactiva me parece conveniente el hablar acerca de la publicidad en general, a mi parecer, no existe un termino adecuado para describir la publicidad, ya que la publicidad no es un simple término, sino una filosofía y una forma de vida; a la publicidad hay que vivirla, sentirla y llevarla en la sangre, sino ... estas en el negocio equivocado.

Una de las mejores definiciones que encontré acerca de la publicidad es la siguiente:

“La publicidad es al negocio lo que el vapor a la máquina: La gran fuerza propulsora”

Curiosamente quien dijo esto fue un historiador: Thomas Babington; pero es verdad, guste o no, la Publicidad a cambiado nuestra forma de vida, nos ha creado necesidades: hasta hace algunos años todos podíamos vivir sin cable y microondas... y ahora?, antes no existía el día del niño, al menos no compraban regalos, y como estos existen muchos más ejemplos. Como podemos ver desde sus inicios la publicidad se ha empeñado por crearnos necesidades, y vaya que lo consiguió.

Aprende como **elevar tus ventas, aumentar tus visitas, reducir costos, preparar un Site vendedor, y todo GRATIS.**

Suscríbete al boletín quincenal de E-estrategas y descubre tips, tácticas, y secretos de la Publicidad y el Marketing en Internet.

Entra ahora a: www.redatm.com/es y suscríbete!

Ayúdanos a difundir E-estrategas entre tus amigos y colegas entrando a:

www.redatm.com/es/recomendar.html



La publicidad Interactiva

Si hablamos de la publicidad interactiva, es inevitable hablar de Internet, el gran fenómeno de la década pasada del cual muchos dicen que está en crisis, eso es total y absolutamente falso, por qué?, porque el Internet como medio solo está siguiendo su cause natural, por el cual pasaron todos los medios anteriores a este.

Para que tengamos un ejemplo David Sarnoff's Associates en los años 20' brindó una recomendación acerca de la inversión en la radio que decía lo siguiente:

“La caja inalámbrica de música, no tiene ningún valor comercial imaginable, quien pagaría por un mensaje que se envía sin destinatario en particular?”

Como podemos ver Internet esta en un período de maduración, como lo hicieron los demás medios de comunicación. Atrás quedaron los tiempos que se tenía una idea y nos caían millones del cielo, en aquellos tiempos uno presentaba un proyecto para Internet, se buscaban inversionistas (que habían por montones) y ellos nos financiaban el proyecto a cambio de acciones, por las cuales se pagaban cifras extraordinarias, hasta ilusas me atrevería a decir. Mas ahora somos más realistas, planteando objetivos que se puedan cumplir y que nos representen un beneficio económico, en pocas palabras: **las cifras deben estar en azul**. Por tanto, sólo nos queda a los que creemos en este medio trabajar, trabajar y trabajar, para después tener recompensas de nuestro esfuerzo.

Pero si algo es seguro es que Internet está aquí para quedarse, no creo que ninguno pueda vivir sin lo que la interactividad del Internet nos ofrece, la comunicación en segundos a través del Email, el chat, la búsqueda de información y tantas otros beneficios que el Internet ha traído consigo. En consecuencia, la publicidad Interactiva jugará un papel importantísimo en los próximos años ya que existe un crecimiento constante de este nuevo medio. Además con la llegada de la tecnología móvil y la televisión interactiva, un sin fin de nuevas posibilidades para llegar hacia nuestro público estará en nuestras manos.

Pero si bien estamos hablando del futuro, qué del ahora?, bueno la publicidad Interactiva ya está jugando papeles importantes en las grandes marcas del mundo, Mc Donalds, Procter & Gamble, Coca Cola son el vivo ejemplo de ello.

Entonces que sucede en nuestra realidad? El problema pasa por el la falta de credibilidad en este medio, ¿Por qué las empresas no invierten en Publicidad en Internet?, porque muchos no les ofrecen un beneficio concreto por invertir en ella, es decir te puedo hacer tu banner, pero no la estrategia que está detrás de él, que al final de cuentas es un dinero votado a la basura; como consecuencia esa persona lamentablemente no confiará en la Publicidad Interactiva, ya que al final lo le trajo ningún beneficio.

Por tanto, si queremos cambiar esto debemos dejar de tener miedo a lo que se ofrece y lo que se pide, los clientes deben pedir resultados y las empresas encargadas de la publicidad en Internet, brindárselos.

Ventajas de la Publicidad Interactiva

Es bidireccional

Una de las principales virtudes de la publicidad interactiva es que esta es bidireccional, es decir exige una participación del usuario, teniendo un mayor acercamiento con éste y logrando cierto grado de afinidad, dejando de ser un mero espectador, porque ya no se encuentra en un estado pasivo en el cual simplemente recibía el mensaje, sino que ha pasado a interactuar con el producto y sus características, e inclusive dejar sus datos en el Site, dejando de ser un receptor para convertirse en emisor, comenzando el proceso de retroalimentación.

Menores Costos

Una de las grandes ventajas que nos brinda la publicidad interactiva es el bajo costo que esta conlleva comparada con otras fuentes de comunicación tradicionales.

Por ejemplo, actualmente en el mercado Iberoamericano un banner promedio fluctúa entre los 10 a 20 dólares, por lo que con una inversión de 10 000 dólares, se puede colocar 3 anuncios de media pagina en un diario de buena aceptación entre el lunes y el sábado, con un nivel de rectoría de 50 000 personas, en cambio con esa misma cantidad de dinero se puede conseguir cerca de 600 000 impresiones, todos los días y llegando a un promedio de 70 000 personas, sumándole a esto el hecho que si una persona lee un anuncio en periódico o cualquier otro medio tradicional, no tiene opción de indagar más acerca del producto, todo lo contrario del banner, ya que a través de él

se accede al Site , y con una estrategia adecuadamente realizada puede ser el inicio de una larga relación entre la marca y el consumidor.

Pero no me malinterpreten, con esto no quiero decir que los medios Offline no sirven, por el contrario son un gran apoyo, hasta indispensable en algunos casos diría yo, para conseguir el éxito de un Site en una campaña. Pero los medio online son una gran alternativa si no contamos con un alto presupuesto; pero... como siempre digo, debemos tener objetivos que se puedan lograr, ya que por esto muchas veces se ha malinterpretado el alcance de la publicidad interactiva, porque se ponen metas que difícilmente son realizables, incluso con el apoyo de medios Offline. **(Ver El banner : Click through y su medición)**

Permite realizar cambios en tiempo real

Esa es otra de las grandes ventajas, ya que ahora la tecnología nos permite saber que esta bien y que esta mal, es decir que vende y que no. Por ejemplo si un banner no tiene el impacto deseado este puede ser cambiado de forma inmediata, y reforzar los que estén funcionando de manera adecuada para lograr un impacto mayor al ya obtenido. Pero no olviden el click no determina el éxito o fracaso de una campaña, porque el click through pudo ser alto, pero sino contribuyó en las ventas no sirve de nada. Por ello es importante el utilizar mecanismos alternativos, como las encuestas, para determinar la efectividad del Internet en la campaña.

Permite medir su efectividad en tiempo real

Obviamente este punto esta ligado al anterior, ya que los cambios dependen de la efectividad de la campaña, y con esto no hablo solo del banner, si no de los demás medios (Email Marketing, posicionamiento en buscadores, etc),

incluido el Site, actualmente es posible saber quien vino , de donde lo hizo, cuanto tiempo se estuvo en tal o cual sección. De este modo sabremos que se están cumpliendo con los objetivos planteados.

Es personalizable

Lo que toda comunicación interactiva aspira a llegar, el denominado One to One, el hablar a las personas como usuarios únicos, Hola José Carlos, Hola Maria del Pilar, etc. El CRM (Costumer relationship management, Manejo de relaciones con el consumidor), el Internet y su tecnología nos permiten llegar a eso, al usuario único, el saber que hizo, que compro y que dejo de comprar, y lo mejor de todo se pueden automatizar gran parte de las acciones, no teniendo que dedicarles todo el tiempo del día y utilizando nuestro tiempo en acciones más productivas.

Es globalizada

Esto aunque sueno un poco contradictorio del ultimo ítem, no tiene nada que ver con este, ya que al hablar de que la publicidad online permite ser globalizada, me refiero a que se puede llegar a usuarios de cualquier parte del mundo, ya las barreras territoriales ya han caído, ahora se puede hablar de mercados objetivos que abarquen varios países, aumentando drásticamente las probabilidades de éxito, así como las de riesgo, ya que así como yo puede ir a otros lugares mi competencia puede hacerlo.

RECOMENDACIÓN: *Toda buena estrategia comienza con una investigación de mercado, descubre cómo hacerla **sin gastar un centavo** en el artículo: “7 PASOS PARA REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO EN INTERNET” en nuestra sección de archivos.*

Suscríbete a gratuitamente a **E-estrategas** ahora mismo entrando a www.redatm.com/es y recibe tu usuario y contraseña para acceder a toda nuestra base de artículos.

Formatos de la publicidad Interactiva

Formatos para anunciarse en Internet, hay muchos, conforme la publicidad en Internet va evolucionando, nuevos formatos aparecen en el camino.

Una de las entidades mas respetadas que se encarga de aprobar los nuevos formatos para tener una estandarización es la Interactive Advertising Bureau (www.iab.com). Ellos se encargan de determinar el peso (Kbs), tamaño (píxeles) y otras variables respecto a su uso.

En esta oportunidad voy a presentar varios de los formatos aprobados por la IAB, así como otros utilizados por lo general.

Pop ups

El pop up se despliega como un elemento aparte del Web Site, buscando causar sorpresa y un mayor impacto en el usuario. Actualmente se pone en tela de juicio su efectividad, ya que al ser usado en demasía pierde el impacto y termina por incomodar al navegante.

Banners

El medio de publicitarse mas conocido por Internet, desde su creación en 1996 ha ido variando en creatividad, formatos y tamaños.

Actualmente existen nuevos formatos como el **Click expand banner** y el **Rollover expand banner**, los cuales al poner el mouse sobre el banner desplazan un Minisite que sale de ellos sin necesidad de levantar una ventana extra. También otros formatos como el **Beyond banner** que aparece moviéndose en medio del Site, encima de todo buscando llamar la atención del usuario.

Skycrapers

Es la alternativa al tradicional banner, su forma emula un rascacielos y ha logrado una mayor aceptación y tasa de clicks respecto al banner.

Intersitiales

Los intersitiales aparecen cual anuncio de revista entre artículo y artículo, en este caso entre página y página de la web mientras carga el Site. Existen desde los que ocupan una parte del Site, hasta los que lo ocupan completamente. No es bueno utilizar este recurso en demasía, ya que a muchos usuarios este tipo de publicidad les incomoda.

Botones

Son utilizados a modo de auspicio en muchos casos; los botones permiten tener una presencia permanente en el Site lo que brinda una asociación de marca y recordación para el usuario. Su costo a diferencia del banner, no se mide por impresiones sino por el período que permanezca el botón en el Site, por lo general se pacta por meses.

Email Marketing

Su equivalente en el mundo Offline es el Marketing Directo, a través del Email Marketing se busca una respuesta directa del usuario; como su nombre lo dice se aplica a través del Email. Uno de los grandes problemas con el Email Marketing es el SPAM (envío de publicidad no deseada), ya que esta “publicidad” es mal vista por el usuario, y a raíz de esta es que se acostumbra muchas veces a no abrir el correo.

Boletines Electrónicos

Los boletines electrónicos son un tipo de revista electrónica la cual se envía través del Email, en ella se envía información relevante para la persona que se suscribió voluntariamente permitiendo mantener un vínculo permanente con el cliente potencial.

Minisites

Son utilizados por lo general para campañas y promociones, en lugar de redirigir a un Web Site, lo hacen a este Minisite, el cual contiene información precisa acerca del producto o servicio.

Buscadores

Más del 60% del ingreso a los Sites se realiza por medio de los buscadores, por lo que este es un medio a tener muy en cuenta a la hora de difundir un Site. Como un pequeño tip te puedo decir que si el Site no se encuentra entre los 10 primeros en el momento de la búsqueda, será inútil el estar ahí.

El buscador más solicitado en la actualidad es Google, el cual ha sacado recientemente Ad Words, el cual es un enlace patrocinado que

sale en los primeros lugares de Google, este servicio se paga por click.

Si tu intención no es pagar tendrás que colocar las palabras claves en el Site lo mejor posible y tener bastante paciencia para realizar los cambios correspondientes e ir subiendo de a pocos.

Las tecnologías a utilizar de los distintos formatos pueden variar de acuerdo al público al que se dirija, las mas utilizadas son la tecnología Macromedia Flash (swf), el Html dinámico (dhtml), y los gif animados (gif).

CONSEJO REVELADOR: Una campaña publicitaria en Internet o fuera él comienza con un Brief, descubre qué es y cómo realizar un Brief con nuestros artículos: “**EL BRIEF: IR MAS ALLÁ**” y “**BRIEFII: UNO PARA TODOS Y TODOS PARA UNO?**” en nuestra sección de archivos.

Suscríbete a gratuitamente a **E-estrategas** ahora mismo entrando a www.redatm.com/es y recibe tu usuario y contraseña para acceder a toda nuestra base de artículos.

Entrando un poco al tema

El banner : Click through y su medición

En todo el tiempo que se ha hablado acerca de la publicidad en Internet viene a la mente famoso click trough, la cantidad de veces que se de click en el banner, como la mejor herramienta para la medición de los resultados, mientras más clicks en el banner mas "exitosa la campaña", pero... de que me sirve ese click sino se transmite en ventas para mi producto o servicio?

El mix de medios de la publicidad tradicional busca a través de sus anuncios el alcance y la frecuencia, en pocas palabras, desea lograr la mayor cantidad de **alcance** posible y la **frecuencia** adecuada (cantidad de veces en que el usuario esta expuesto a un anuncio) a la que debe estar expuesto el público objetivo para posicionarse en su mente y buscar la compra de nuestro producto o servicio.

Esta filosofía aplicada a la Publicidad Interactiva, lleva a un irremediable choque acerca de las formas en las cuales se mide el alcance de la publicidad online. Particularmente creo que cada una tiene su debida importancia con respecto a cada campaña en la que se le utilice, es decir, es un factor variable, ya que si lo que se busca es una compra online, el click trough es muy importante, ya que a través de él se espera concretar una venta. En otro caso, si mi objetivo es apoyar una campaña publicitaria para generar branding (creación de marca) el click trough puede llegar a ser irrelevante.

Comencemos por el click trough, sabemos que durante mucho tiempo ha sido el medio por excelencia para medir la efectividad de la campaña, y eso no es del todo malo, pero no debemos dejar que esto nos ponga una venda en los ojos acerca de lo que realmente busca una campaña publicitaria. Por ejemplo yo pude lograr un click trough de 8%, todos celebramos, nos alegramos y todo, pero después de un tiempo vemos que no se ve reflejado en las ventas, que pasó? lo mas probable es que no tuvo el alcance adecuado para llegar a una cantidad importante de público, simplemente todos los clicks no sirvieron para nada. En la mayoría de los casos, este ejemplo es aplicable a productos de consumo masivo, en los cuales un par de miles simplemente no le ayuda ni a la recordación de su marca, ni a sus ventas. Por tanto en estos casos se debe buscar el mayor alcance y frecuencia posible, en lugar de preocuparnos por la tasa de click.

Ahora veamos el otro lado de la moneda, lanzo una campaña en Internet, a miles de personas, ofreciendo un E-book, y tengo un alcance de 150 000 usuarios, pero mi tasa de respuesta es mínima, digamos un 0,01%, lamentablemente en este caso el alcance y la frecuencia no me sirvieron de mucho, ya que mi tasa de clicks no fue el adecuado. Mi objetivo principal en este caso era el generar la mayor cantidad de clicks, los cuales aspiraba en convertir en transacciones, ya que sólo deseaba vender mi E-book y ganar dinero por ello.

Por tanto debemos saber en que momento plantear nuestros objetivos respecto a en que momento buscamos un alcance y frecuencia y en otro click trough.

Antes del click

El dominio y el hosting

El dominio es el nombre a través del cual serás conocido en Internet (www.suempresa.com), su adecuada concepción puede ser un factor que determine el éxito de tu web, ya que será lo que brinde la primera imagen cuando alguien piense en tu empresa a través de Internet.

Lo que por lo general se le ocurre a uno cuando quiere poner su empresa en Internet es replicar el nombre de su empresa y sumarle el **.com**; si bien esto funciona en muchos casos, no en todos es aplicable, ya que en otros el nombre de la empresa no es lo mas sencillo de recordar. Para dar un ejemplo hablaré acerca de un caso del mundo Offline:

Head & Shoulders, es una marca de shampoo extranjera que llegó al Perú a lanzar su producto. Si notamos bien el nombre se encuentra en inglés y su pronunciación para quien no domina el idioma es un poco difícil. El resultado de este problema fue que la empresa no tuviese la proyección deseada en el mercado; pero, felizmente para sus intereses, contrarrestaron de manera inteligente esto diciendo al final de cada comercial que lo pidiesen como **H&S**, lo cual era mucho mas sencillo de pronunciar y les mostró un repunte en sus ventas.

Como se puede ver el escoger un nombre no es un paso tan sencillo, por ello aquí te brindo algunos tips con los cuales puedas escoger tu dominio de manera adecuada, si bien no siempre se pueden aplicar todos los consejos a un mismo dominio, son una buena guía de referencia:

- Que sea corto, ejemplo **ya.com**
- Que sea asociativo, ejemplo: **consupermiso.com**
- Que sea sonoro y fácil de recordar, ejemplo **mujeractual.com**
- Que se entienda en varios idiomas, ejemplo **amazon.com**
- Que sea **.com**, si no lo usas al menos que nadie mas lo use.

Ahora, entrando a la parte del Hosting, podemos decir de él que es donde se alojan los websites. Un error frecuente a la hora de escoger un Hosting es el utilizar uno gratuito, como **geocities.com**, **8k.com** u otros servidores que dan este servicio a cambio de introducir publicidad en él. El problema con este tipo de servicios es que muestran publicidad tipo intrusiva en el Site, molestando al que visita la página y creando una mala experiencia respecto a lo que ofreces en ella.

Poniéndolo de la manera mas sencilla, sino te preocupas por brindar un buen servicio en línea, probablemente tampoco lo hagas fuera del mundo del Internet, en consecuencia un cliente perdido y una transacción monetaria que se escapó de las manos por este sencillo paso.

En realidad el uso de ese tipo de servidores debe ser sólo para fines de aprendizaje, mas no a la hora de mostrar tu empresa en Internet.

Para darte una ayuda, aquí algunos tips a la hora de buscar un buen alojamiento:

Testea la velocidad a la que carga tu Site, ya que en muchos servidores por abaratar costos de conexión, no cuentan con una velocidad adecuada, siendo la carga lenta e incómoda para el visitante.

Busca que tengan un equipo de soporte técnico, ya que siempre debe haber alguien detrás a quien le puedas plantear tus dudas, que te ayude a resolver problemas de alojamiento que puedan surgir, etc.

Busca un servicio escalable, si bien en un inicio puedes contar con una aplicación sencilla (html), busca que esta tenga la facilidad de crecer junto con tus necesidades y la de tus clientes; por ejemplo que acepte aplicaciones dinámicas, cuente con Base de Datos, etc.

Que brinde alojamiento de correo, aunque esto último suene un poco iluso, muchas veces los servicios de hosting por bajar los costos, obvian algunas cosas como el servicio de correo, el cual es muy importante para los usuarios, ya que brinda una mayor confianza al cliente. Ya que no es bien visto el tener un correo de la empresa **@correogratis.com** u otros, porque que no muestra solidez.

Que brinden estadísticas, muchos servicios de alojamiento no brindan un servicio adecuado, obviando algo tan importante como las estadísticas, no permitiendo que uno evalúe el rendimiento de su Site y realice los cambios pertinentes en él.

CONSEJO: Lee el artículo: **“LAS 4F: LINEAMIENTOS PARA CREAR UN SITE ADECUADAMENTE”** y conoce las nuevas reglas que el Internet está adoptando y no debes perderte!

Suscríbete a gratuitamente a **E-estrategas** ahora mismo entrando a www.redatm.com/es y recibe tu usuario y contraseña para acceder a toda nuestra base de artículos.

Si no te conocen no existes

Tu Site puede ser el más revolucionario de todos los tiempos, con los mejores efectos y una conceptualización digna de un Cannes, pero sino diriges usuarios a tu Site de nada te servirá. Algo muy importante es que esos usuarios deben ser de acorde con el producto o servicio que tu ofreces, de lo contrario es tiempo perdido. De que me sirven un millón de visitas, si sólo un 1% es a quien yo me dirijo? Por ello aquí algunos consejos para promocionar tu web Site:

Realiza alianzas estratégicas, como dicen en Internet mas que competencia, existe la **coopetencia** (cooperación), por ello busca los Sites donde se encuentra tu público objetivo, y realiza alianzas con esos Sites, intercambia banners, botones, contenido, etc.

Promociónate donde se encuentra tu público objetivo, ya sea a través de banners, auspicios u otros debes lograr que tus clientes potenciales te reconozcan y recuerden para derivarlos a tu Site.

Escribe artículos de interés para el público al cual te diriges, ya sea en Internet o fuera de él, la inclusión de artículos de calidad es una gran forma de que te conozcan y entren en tu web Site.

Utiliza tu firma, en Internet los pequeños detalles son los que cuentan, el correo es uno de los medios mas utilizados por todos, no desperdicies esta oportunidad, utiliza una firma adecuada y atrae a futuros clientes a tu Site.

Posiciónate en buscadores, el 60% del público que se dirige a los Sites, lo hace a través de buscadores, por ello emplea adecuadamente tus esfuerzos en posicionarte en él.

No solo de Internet vive el hombre, así como oyes, no por el hecho de tener un Site pierdas presencia en el mundo Offline, utiliza tus recursos (papelería, tarjetas, etc) e invierte (afiches, anuncios, etc) en promocionarte fuera de Internet.

Participa en listas y foros de interés, esto también es importante, si puedes conseguir una presencia importante donde se ubica tu público potencial, no pierdas oportunidad, trata de por lo menos una vez a la semana contribuir a resolver problemas del público al que te diriges, así te ganarás su confianza.

Patrocina eventos en Internet y fuera de él, muchas veces el patrocinio es una gran oportunidad para posicionarte en la mente de tus consumidores, por ello patrocina eventos, suscita atención, entrega premios, es decir realiza actividades que sean recordadas y generen experiencias positivas a tu marca.

SUGERENCIA: Si quieres conocer qué debe tener tu Site para tu para “capturar al cliente” te recomiendo el artículo: “**¿ES TU SITE PERECIBLE?**” en nuestra sección de archivos.

Suscríbete a gratuitamente a **E-estrategas** ahora mismo entrando a www.redatm.com/es y recibe tu usuario y contraseña para acceder a toda nuestra base de artículos.

Después del click

El Site: La primera impresión

“Lo que ocurre después del click es mucho mas importante que el click en sí”

Un banner o cualquier otro recurso publicitario puede llamar la atención, pero esto no indica bajo ninguna circunstancia implica que se vaya a establecer un vínculo entre tu marca y el visitante.

Si deseas crear marca y posicionarte en Internet la consigna es nacer bien, el como te perciban al producto o servicio que ofreces, depende mucho de la experiencia que el usuario tenga en conjunto de todo lo que se haga, una mala experiencia puede tardar mucho tiempo en revertirse. Incluso una buena marca con un mal Site puede jugar en tu contra, por lo que si en un primer momento no logras dar una buena impresión, será muy difícil revertir esto.

Aquí algunos puntos para realizar un Site de manera adecuada:

Crea tu Site para el público al que te diriges, cuando se realiza un Site, uno de los grandes problemas es que se realiza para que le guste a uno, muchas veces con el afán de realzar nuestro ego. Buscamos el

reconocimiento de nuestros amigos, y perdemos la perspectiva de lo que estamos haciendo. Por ello ten en cuenta que un Site debe estar hecho para el público al que se dirige. Recuerda que tu Site no le va a gustar a todos, pero lo importante es que cumpla su función con respecto al público objetivo.

Si lograste llevarlo, atrápalo, siempre encuentra la forma de que cuando un cliente entre a tu Site se quede, ya que ahí se inicia un nexo para que nos brinde un trabajo a corto, mediano o largo plazo. Lo que debes buscar es establecer un vínculo para capturarlo de alguna forma. Usa todos los artilugios posibles para ello: regala un e-book, suscríbelo en un boletín, regálale un CD con lo que ofreces, etc.

Haz que te recuerde, una buena frase puede lograr en tu cliente la recordación que buscas, ten un slogan, ponlo al costado de tu logotipo o en tu cabecera, estas palabras de ser bien utilizadas crearán el impacto deseado.

El peso importa, las descargas en Sitios web deben ser lo mas rápido posibles, la mayoría de usuarios que dejan un Site, lo hacen por la excesiva demora para mostrar los contenidos, simplemente se aburren y se van. Una forma de contrarrestar esto (en caso que no puedas bajar los pesos) es colocando un juego mientras carga (en caso de usar tecnología Flash), otra opción es el colocar textos como frases en la precarga, mientras el cliente se entretiene tu ganas segundos.

Crea Marca, las experiencias positivas en tu Site son un factor relevante para la creación de marca, se pueden generar buenas experiencias en Internet con: **los contenidos que tenga, los productos y/o servicios que**

ofrezca, el diseño de la página, la capacidad de respuesta de los e-mails, etc.

No abuses de la tecnología, la tecnología debe estar en función a la idea y no al revés, Flash no es lo único que existe, céntrate en quien te diriges y observa lo que mas se ajusta a sus necesidades.

Utiliza una adecuada navegación, si el usuario no sabe donde se encuentran las cosas estarás en graves problemas, ayúdalo a encontrar lo que busca, llévalo a donde quieras que esté de una forma sutil, muéstrale las opciones de manera que las vea.

Muestra un concepto y no sólo gráfica, un Site gráficamente bonito lo hace cualquiera, lo importante es diferenciarte de los demás, utiliza un concepto y haz que tu Site lo refleje.

RECOMENDACIÓN: Si quieres saber como preparar un Site adecuadamente desde un inicio te recomiendo leer el artículo: **“NACER BIEN: 7 TIPS PARA NO MORIR EN EL INTENTO”** en nuestra sección de archivos.

Suscríbete a gratuitamente a **E-estrategas** ahora mismo entrando a www.redatm.com/es y recibe tu usuario y contraseña para acceder a toda nuestra base de artículos.

Mucho después del click

Comparando resultados

Si piensas que con todo lo mencionado anteriormente las cosas estarán bien, lamento informarte que te equivocas, eso es sólo el comienzo, si te quedas dormido pensando que haz hecho las cosas bien, tu competencia te va a pisar los talones.

Lo que debes hacer después de crear tu Site y realizar los esfuerzos por promocionarlo es comparar que tan bien salieron las cosas, que formatos son los más adecuados, cuales funcionaron mejor, cuales no, para así poder realizar cambios. Aquí algunas tips que te ayuden a realizar comparaciones:

Analiza tus estadísticas, las estadísticas son un gran aliada si quieres comprobar que funciona y que no en tu Site, analízalas, mira que secciones están teniendo éxito y cuales no.

Si sacaste un artículo, testea que tanto subieron sus visitas en la fecha de publicación

Actualiza tus contenidos, sino lo haces tus clientes y usuarios se van a aburrir, y no regresaran a tu Site

Compárate con la competencia, suscríbete en su boletines, revisa su Site, mira que tan bien andan, de ser posible obtén información estadística de su Site.

Realiza encuestas, las encuestas son una buena forma de saber que piensa tu público objetivo, escucha sus sugerencias, ábreles canales a través de los cuales puedan expresarse.

Coteja tu posición en los buscadores, si tomaste el trabajo de poner tu Site en los buscadores, mira que tanto haz subido mes a mes, realiza los cambios que creas pueden ser para servir y sigue cotejando.

Haz pequeños cambios, cambia tu firma, haz nuevas alianza, y mira los cambios respecto al mes anterior.

Compara, compara y compara, el proceso nunca termina, compara y así sabrás que va bien y que no, haz comparaciones mensuales y también de un año respecto al otro, recuerda que en cierta época del año existen variables que pueden afectar positiva o negativamente tu Site (navidad, día del padre, etc)

SUGERENCIA: Lee un artículo revelador: **“12 PREGUNTAS CRÍTICAS PARA ELEVAR TUS VENTAS POR INTERNET”** y descubre si estas haciendo lo debido para vender en la Web.

Suscríbete a gratuitamente a **E-estrategas** ahora mismo entrando a www.redatm.com/es y recibe tu usuario y contraseña para acceder a toda nuestra base de artículos.

Si tienes alguna duda o comentario positivo o negativo acerca de este E-book, házmelo saber, escíbeme a: crodriguez@redatm.com

Aprende como **elevar tus ventas, aumentar tus visitas, reducir costos, preparar un Site vendedor, y todo GRATIS.**

Suscríbete al boletín quincenal de E-estrategas y descubre tips, tácticas, y secretos de la Publicidad y el Marketing en Internet.

Entra ahora a: www.redatm.com/es y suscríbete!

Ayúdanos a difundir **E-estrategas** entre tus amigos y colegas entrando a:

www.redatm.com/es/recomendar.html