



La Publicidad para la PYME en Internet

Las TIC en el comercio minorista de Aragón

Índice

Índice	2
1. Presentación	2
2. ¿Qué es la Publicidad online?	3
3. Características	4
4. Ventajas	6
5. Desventajas	7
6. Razones	8
7. Medios de publicidad	9
8. Despedida	10
9. Resumen	11

1. Presentación



Hola, me llamo Pilar y tengo un negocio en Benasque.

Me acabo de dar de alta en la Asociación de Turismo de Huesca. Como quiero hacer publicidad de mi negocio he llamado a mi amigo Pablo para que me explique todo lo que yo desconozco de ese nuevo mundo de publicidad online.

La publicidad on line es una nueva forma de publicidad en formato digital especialmente promovida en los portales y sitios de Internet. Los formatos son múltiples y cambian en la medida que evoluciona la red. Descubramos más. ¿Me acompaña

2. ¿Qué es la Publicidad online?

La publicidad en Internet es una forma de comunicación impersonal que se realiza a través de la red y en el que un patrocinador transmite un mensaje con el que pretende informar, persuadir o recordar a su público objetivo sobre los productos, servicios e ideas que promueve, con la finalidad de atraer visitantes hacia su sitio Web: posibles compradores, usuarios, seguidores, etc.

La publicidad on line es una nueva forma de publicidad en formato digital especialmente promovida en los portales y sitios de la Internet. Puede ser un banner, un vínculo, una fotografía o cualquier recurso similar. Regularmente la publicidad on line se cobra de acuerdo con la cantidad de clics que se obtengan por parte de los visitantes del portal.

Una de las características más relevantes de la publicidad on line es que está presente desde que uno ingresa a la página o correo donde se la publicita.

3. Características

El coste de conseguir nuevos clientes gracias a la publicidad on line es una fracción de lo que costaría a través de los medios tradicionales, se ahorran los costes de asesoría, los productos o servicios pueden ser publicitados las 24 horas del día no sólo al mercado local. El lanzamiento y los costes operacionales son bajos y es posible acceder a los compradores potenciales a un ritmo sin precedentes.

Entre las características más importantes de la publicidad on line, podríamos enumerar las siguientes:



1. Valor Añadido: La comunicación en la red es un servicio de valor añadido creado a través de la información.

2. Interactividad: Característica más relevante de la comunicación en Internet.

3. Acceso voluntario: El usuario de la red sólo se expondrá a aquellas comunicaciones que considere relevantes.

4. Impulso Internacional: Escaparate al mundo entero.

5. Medio Versátil: Permite la posibilidad de que pueda procederse a una actualización diaria de la información a bajo coste y a un control en tiempo real de la página Web.

6. Mejora de la imagen corporativa: La presencia de la empresa en la red contribuye a la mejora de la imagen corporativa.

7. Capacidad de selección de Target: El público de Internet es amplio, pero mucho menos heterogéneo que el de otros medios.

8. Segmentación geográfica: Se puede acceder a cualquier punto de la geografía mundial.

9. Sensación de telepresencia: Internet proporciona una sensación de telepresencia para aquellos usuarios que se conectan a la Red. Cuanto mayor sea el grado de realismo conseguido a través del lenguaje multimedia y de hipertexto, más se aproximará la telepresencia a una presencia real.

10. Internet es multimedia: Combinación de diferentes formatos que permiten obtener una gran sensación de dinamismo al navegar por la Red.

11. Internet es hipermedia: Es el sistema utilizado muchas veces para comunicarse en la Red y que combina el hipertexto con los multimedia. Todo ello hace que la navegación por la Red resulte mucho más atractiva.

4. Ventajas

Las ventajas de la publicidad on line podemos dividirlas en dos grupos: ventajas técnicas y ventajas para el usuario. Aunque no es necesario diferenciarlas, porque ambos grupos presentan similitudes que benefician a la empresa, el entorno, el cliente, el usuario, la sociedad, es importante hacerlo para determinar el alcance de cada uno.

Ventajas técnicas.

- Interactiva. Comunicación ágil, Feedback, Call to Action (persuasión al clic).
- Multimedia. Presenta diversos formatos de lectura.
- Mensaje con significado para el receptor.
- Bajo coste y alta efectividad.
- Niveles de impacto muy superiores a los medios tradicionales.
- Hipersegmentado. Sin fronteras.

Ventajas para el usuario.

- Siempre presente.
- Medible y cuantificable.
- No invasiva e intrusiva.
- Inmediatez.
- Se conocen las necesidades de nuestros clientes.
- Riesgos relativamente bajos.
- La comunicación es bidireccional.
- Ruptura de las barreras espacio-temporales.

5. Desventajas

Como hemos comentado a lo largo de la píldora, la publicidad on line es una nueva forma de publicidad en formato digital especialmente promovida en los portales y sitios de Internet. Los formatos son múltiples y cambian en la medida que evoluciona la red. Y tiene las siguientes características:

- **La publicidad en Internet es fácilmente detectada por la competencia:** la competencia puede estar fácilmente al tanto de los posibles sitios en donde nos podemos anunciar, estudiando así nuestras campañas y pudiendo superarlas rápidamente.
- **Cansancio de los internautas:** los usuarios de Internet se saturan fácilmente de la publicidad on-line. Internet está plagado de anuncios publicitarios. Muchos sitios con servicios supuestamente gratis son pagados por los anunciantes, a cambio de que los usuarios vean constantemente banners, pantallas en miniatura, reciban newsletters, etc.
- **La publicidad en Internet solamente va dirigida a los usuarios de Internet:** no todas las personas tienen acceso a Internet, ni siquiera todas las que tienen acceso a un ordenador.
- **Los usuarios no son tan fieles a las páginas Web:** los usuarios no son tan fieles a las páginas Web como lo son a emisoras de radio o canales de televisión, lo que dificulta la tarea de determinar donde publicitar por Internet.
- **Las costumbres de los usuarios de Internet cuando están conectados a la red cambian frecuentemente:** los sitios que acostumbran a visitar pueden ser reemplazados fácilmente por otros.
- **Dificultad al localizar los mensajes:** la gran cantidad de información que circula por la red hace muy difícil la localización de un mensaje por parte de los públicos objetivo.

6. Razones

La Publicidad on line es mucho más **económica** que la tradicional, cuenta con una **difusión mucho mayor**, permite una **mayor segmentación** del mercado objetivo y sobre todo, proporciona datos estadísticos que ayudan a optimizar nuestra campaña.

Cuanto más débil sea la presencia en Internet menos competitiva será la Pyme, pero si consigue hacerse con uno o varios espacios que aseguren la difusión de su producto/servicio y la creación de nuevos canales de venta puede empezar a mirar el futuro con un poco más de optimismo.

Cualquier Pyme desea optimizar sus recursos. Para ello debe diseñar una estrategia publicitaria adecuada para las necesidades de la empresa, que ofrezca a los clientes la mayor información posible sobre sus productos y servicios y, al mismo tiempo, posibilite que la Pyme sepa en todo momento qué buscan sus clientes.

La presencia en Internet facilita la actualización de los anuncios, sitúa a la Pyme en el mercado global y permite medir la efectividad de la publicidad. Con ello, la inversión se hace más eficiente. La clave del éxito radica siempre en **personalizar la publicidad on line**, adaptándola a las necesidades de la empresa.



7. Medios de publicidad

La publicidad tradicional necesita de diversos medios para transmitir un mensaje, como pueden ser la televisión, la radio, los periódicos, las revistas, el costado de un autobús, etc. De igual manera, la publicidad en Internet necesita utilizar diversos medios para transmitir mensajes a su público objetivo.



La gran mayoría de personas acude a un buscador para encontrar aquello que necesita, por lo que los buscadores suelen derivar visitantes muy interesados en lo que un sitio Web ofrece (productos, servicios, información, etc.).



Ofrecen un espacio (para colocar un banner o un texto) en los correos electrónicos que envían regularmente a sus suscriptores. Contratando un espacio en un e-Boletín que tiene miles de suscriptores y que está relacionado con los productos o servicios que ofrece el sitio Web, podremos llegar a miles de posibles visitantes o clientes sin mayor esfuerzo.



Muchos sitios Web ofrecen un espacio en sus diferentes páginas Web para que algún anunciante pueda colocar un banner o un texto a cambio de una suma de dinero.

8. Despedida



La publicidad on line es un reto, tanto para los anunciantes como para las agencias. En el mundo digital, los medios se crean (y se destruyen) con una rapidez pasmosa. En estos instantes, quizá, alguien está publicando un nuevo Blog especializado, cuyos contenidos son de interés para el público objetivo de un anunciante en concreto. En el mundo digital es posible segmentar al público objetivo hasta extremos inimaginables. Antes, un anuncio se lanzaba al aire para que fuera recibido por la "audiencia". Ahora, un mensaje puede ser transmitido directamente a una determinada audiencia en particular.

Yo, comienzo mi campaña publicitaria on line desde ya. **iÁnimo!**

9. Resumen

En esta píldora hemos visto los que es la publicidad on line. Una forma de comunicación impersonal que se realiza a través de la red y en el que un patrocinador transmite un mensaje con el que pretende informar, persuadir o recordar a su público objetivo sobre los productos, servicios e ideas que promueve, con la finalidad de atraer visitantes hacia su sitio Web.

Hemos realizado un recorrido por las características de este tipo de publicidad y profundizado en sus ventajas y desventajas.

Recuerda las razones que hay para que elijas utilizar dentro de tu campaña de marketing este tipo de publicidad:

- Mucho más económica que la tradicional.
- Cuenta con una difusión mucho mayor.
- Permite una mayor segmentación del mercado objetivo.
- Proporciona datos estadísticos que ayudan a optimizar su campaña.



¡Enhorabuena! Has finalizado con éxito.