



Fotografía Gemileza Interactivo

2009

el año en que haremos contacto

Pablo Felipe Llanos Baeza, [CEO] Internet Marketing & Online Media Manager Interactivo Digital Advertising Solutions y docente de la Universidad Uniacc

Con el crecimiento de la red de redes, internet y la explosiva masificación de las comunidades, el mercado online se ha transformado en la mejor oportunidad para los anunciantes.

Este año 2009, quedará demostrada empíricamente –a causa de la crisis mundial- la efectividad de este medio en cuanto a retorno de inversión, debido a la multiplicación de los mensajes virales y respuestas que provoca sobre los internautas. Además de la facilidad e inmediatez en la medición de estos mensajes puestos en la red.

Herramientas como Google (Apps, Adsense y Adwords), tomarán una vital relevancia al igual que los spot-mails y newsletter por su bajo costo de inversión y alta tasa de retorno, pero esto va a requerir que la evangelización iniciada hace algunos años por los profesionales del medio online, se vuelva más agresiva y penetrante. Puesto que para que los avisadores puedan ver los resultados esperados, van a necesitar madurar sus negocios en internet.

Muchas veces vemos cómo importantes marcas realizan estrategias de marketing en la red, tremendamente efectivas, pero desprecupan sus web site, provocando que todo el crecimiento logrado durante sus campañas se pierda en el tiempo, ya que no dan énfasis en conseguir los puntos mencionados en las cuatro efes del Internet Marketing:

flujo, funcionalidad, feedback y fidelización. ¿Qué quiere decir esto? Simple, estamos diciendo que el primer paso antes de entrar a captar usuarios o internautas es preparar la casa, a fin de poder recibir bien a estas visitas, luego preparamos las salas de reuniones y el patio para eventuales eventos.

Este año demostraremos que internet es tremendamente efectivo no sólo como un medio de comunicación, sino que además como un medio de venta y captación de datos en línea. Todo lo cual, genera el retorno de inversión esperado por los avisadores.

Pero debemos ser cuidadosos y buscar los mejores sistemas de medición, ya sean herramientas de Analytics, libres o pagadas; como de Behavioral Targeting, a fin de saber qué es lo que está pasando con nuestras estrategias en medios online y estar preparados para reaccionar ante eventuales caídas en las métricas propuestas para nuestros clientes. Ya no basta con que se vea en la red, hoy debemos entregar resultados, pues los avisadores están comenzando a aprender y a experimentar en este nuevo medio.

2009 es el año en que haremos contacto directo con las empresas, incluso, dejando de tener intermediarios como las tradicionales agencias de publicidad.

Interactivo Digital Advertising Solutions
Barcelona 2064, of. 202, Providencia, Santiago. Teléfono: 244 5165.
Horario de atención de 09:00 a 18:30 hrs.