

Desayuno de trabajo Networking Activo, "**Domainers e inversiones en nombres de dominios**" en Barcelona, 27 de Enero 2011.

Conclusiones:

Hoy en día

40% ha aumentado las ventas en SEDO en el último año (2010).

Para la industria de dominios nacional es bueno fijarse en el mercado alemán que es el que marca tendencias.

No hay dominios disponibles a precios razonables. En el 2005 si había dominios a buenos precios.

Hoy día hay que dedicar mucho tiempo para encontrar buenos dominios a buenos precios.

Aunque cada vez hay un mayor número de clientes finales que quieren comprar dominios.

Momentos para comprar y vender

La liberación de una terminación de nombres de dominio es un buen momento para convertirse en domainer e invertir. Solo aplicable a los ccTLDs existentes y bien utilizados en países con economía bien desarrollada. No aplicable a los nuevos TLDs!!!

Muchas terminaciones que comienzan fuerte, se van desinflando con el tiempo.

Los principales TLD se están vendiendo más caros, .de, .com, los TLD menos conocidos se hundan de valor

Los domainers empiezan a contar con comerciales proactivos para la venta de sus carteras, dominio a dominio. El sueldo se paga perfectamente.

El comercial proactivo debe ir a empresas finales que compren los dominios. A medio plazo contar con un comercial proactivo es muy rentable porque llegan ventas a los 9 meses de haber realizado el contacto.

Se cierran más ventas de dominios con teléfono que por mail.

NETWORKINGACTIVO

Los clientes finales necesitan un precio claro, no tener un precio abierto. Tener dominios a precio fijo ayuda mucho a vender

El rango de más ventas es entre 500€ a 2.000€

Herramientas de valoración de dominios empiezan a funcionar bien en inglés y alemán.

Los compradores de carteras grandes sólo miran un retorno de inversión rápido a través de lo que facturan en parking.

Se venden más dominios conforme las empresas toman conciencia de la importancia de Internet.

Los .co sólo funcionan y se venden entre domainers y buscando que se correspondan con errores "typo". GoDaddy va a impulsar mucho el .CO
Nada relacionado con el País Colombia, pero si muchas keys inglesas por su semejanza con el .Com

En 2003 fue el gran año de los .mobi y hoy día no hay ventas a clientes finales de dominios .mobi

La amenaza para la industria de los dominios es que se deje de posicionar bien en Google los dominios genéricos, si eso ocurre la salida para los dominios es que un buen dominio sea fácilmente recordable por su marca.

De hecho ya Google penaliza en gran medida los dominios en parking y los mini sitios generados en "granjas", si se cuenta con un dominio genérico de alto valor es preciso generarle contenido de calidad y original.

Hay muchas temáticas donde no hay nombres disponibles porque todo está desarrollado (ej, temática juegos).

Confiar plenamente en plataformas tipo Facebook es peligroso porque el día de mañana puede cambiar completamente las reglas del juego y su TOS (Terms of Service).

Igual que Google empieza a cambiar las reglas posesionando para las mejores búsquedas sus propios productos.

Un buen dominio es aquel que puede crear fácilmente un recuerdo de marca

Se ven urls en la tv con unos nombres larguísimos que no se pueden recordar, por falta de conocimiento de los expertos en marketing de las grandes marcas.

El domaining necesita de una empresa de tasación independiente con un método científico reconocido (similar a las empresas de tasación del sector inmobiliario). "El mismo método de tasación de dominios para todo el mundo".

El mercado del domaining es cada empresa y profesional que tiene un nombre de dominio.

Los dominios son derecho de uso temporal y no propiedades.

Hace falta crear liquidez en el mercado para poder convertir rápidamente un dominio en cash

Primeros pasos

Hay mucho desconocimiento de la importancia de un dominio premium para usar en posicionamiento SEO

El que empieza a comprar dominios, va a lo loco, comprando caro y mal.

Falta concienciación y explicación.

En las escuelas de negocios falta conocimiento sobre lo importante de los nombres de dominio. Se habla de la importancia de Twitter, Facebook, Blog, pero no se habla sobre dominios.

Hay que llegar donde se forma a los profesionales del marketing para que conozcan el domaining (10 escuelas de negocios importantes en España)

Un vendedor activo debe cobrar un 25% por dominio vendido. Un vendedor pasivo suele cobrar un 10%

Los dominios no pueden estar sobrevalorados para buscar su venta

Hay muchos domainers que por mucho dinero que tengan no son profesionales.

Para vender dominios no hay que pedir precios desmesurados. El pasarse con los precios provoca un gran rechazo entre los clientes finales que tachan de "ciberocupas", manchando el nombre e imagen de todos los inversores en nombres de dominio.

No se pueden tener dominios "conflictivos" y ofrecer una venta proactiva.

Al haber más dominios activos hay un mayor número de conflictos legales

Dominios .es

En .es el mercado se ha movido en base a compras entre domainers entre sí, pero no por una búsqueda real de las empresas que necesite esos dominios.

Los .es han estado sobrevalorados durante un tiempo, aunque en la situación actual las ventas son por un precio bajo

Valoración de dominios y del sector

La principal valoración que se suele establecer es en base a lo que facturen los dominios en parking (es un error simplificar tanto)

Los dominios se tienen que valorar en base a lo buenos que sean, la temática, lo fáciles que resulten para recordar y crear marca.

Un dominio es tan bueno tanto cómo el modelo de negocio que haya detrás

Mientras se sigan practicando el robo de dominios de marcas el sector no tendrá buen nombre.

Hay que corregir la mala reputación de la industria del domaining.

Es muy necesario el aumentar comunicación sobre la industria.

Es necesario dejar claro un decálogo de buenas prácticas de la industria.

Otras opciones comerciales

Alquiler de dominios es un servicio que va subiendo. Sólo interesa para buenos dominios por un mínimo de 100€ al mes (dominios premium). Contrato de alquiler indefinido con opción de compra.

Para vender o alquilar un dominio hay que conseguir una cita personal con la persona con poder de decisión en la empresa y contar con tiempo para explicarle los beneficios de la operación.

Hay industrias (ej: contenidos audiovisuales) donde es imposible plantear modelos de negocio en común.

NETWORKINGACTIVO

Sedo empieza a presentar la venta de dominios en ferias de otras temáticas con muy buenos resultados.

Rick Latona tiene un call center que venden proactivamente a clientes finales



Desayuno de Trabajo patrocinado por SEDO.

Creador del documento: Emilio Márquez Espino CEO de Networking Activo.

Blog: <http://emiliomarquez.com>

Web : <http://networkingactivo.com>

Twitter: <http://Twitter.com/EmilioMarquez>

Mi perfil profesional: <http://www.Linkedin.com/in/emiliomarquezespino>