
Gestores de Redes de Blogs

Desayuno de Trabajo Networking Activo Madrid 30 de Septiembre 2010

Organiza Networking Activo

Patrocina • Internet Advantage • Hi-Media Payments

Organizado por

NETWORKING **ACTIVO**

Patrocinado por:



Marketing **SEO**



Gestores de Redes de Blogs

Desayuno de Trabajo Networking Activo Madrid 30 de Septiembre 2010

CONCLUSIONES

Situación Actual:

La crisis detuvo la creación de nuevos blogs en algunas de las redes existentes. Ahora se empiezan a crear nuevos blogs con la subida de la publicidad online.

A pesar del crecimiento exponencial en el tráfico de las redes sociales, los blogs siguen creciendo y ya más del 50% de los usuarios americanos visitan algún blog cada mes, dato procedente de emarketeer.

Contenidos:

Para los productores de contenidos, redes de blogs con costes de creación de contenidos, es imposible competir con empresas de inventario infinito (FaceBook, Google, etc)

Hay que seguir la evolución de los usuarios, no hay que ofrecer un servicio y contenido inamovible, hay que adaptarse continuamente.

En el mercado hispano de blogs no hay prescriptores importantes que marquen opinión cómo si ocurre en USA.

Finanzas y tecnología son los pocos temas donde si hay prescripción de opinión en nuestro idioma.

En móvil los usuarios están algo más acostumbrados al pago por los contenidos pero siendo un negocio menor comparado con la venta de aplicaciones de servicios premium, funcionalidades avanzadas o juegos.

Usuarios:

El usuario navega según su nivel de experiencia. El más avanzado va a blogs y soportes muy verticales. Además empieza a leer múltiples soportes.

El usuario forero es distinto del lector de blogs

En los portales adaptados para Smartphones, el tráfico se ha quintuplicado en el último año

En formatos tipo iPad la experiencia de navegación es similar al navegar web.

Publicidad.

Está produciéndose un traspaso de la promoción de grandes marcas de su propia url a una url FB, algunas marcas, ante la novedad de la promoción en social media, están cediendo branding a Facebook

La publicidad, saturada por la abundancia de ofertas de soportes con los que trabajar, acaba contratando a los más soportes más grandes.

Se consiguen muchos contratos de publicidad por la confianza entre la agencia de medios y el soporte

Hay que plantear la calidad de las campañas, integrar bien la creatividad. El modelo cucharete es un ejemplo.

Hay soportes "únicos" de mucha fidelidad y poco tráfico con hasta un 9% de CTR, hay casos donde un público poco "techie", valora los soportes publicitarios de calidad, viéndolos como complementarios de los contenidos

A mayor calidad de contenido, mayor retención del usuario en el soporte y no le apetecerá ir al anunciante.

Para anunciar en un buen soporte, hay que ofrecer una publicidad sementada y contextualizada, una publicidad que sea de calidad y que se tome como contenido "útil"

Todo modelo publicitario se basa sólo en un bajo % de usuarios que hacen clics. Muchos usuarios jamás en su vida de internauta han hecho clics en los anuncios.

CPA en blogs es algo poco admitido cómo formato en algunas redes de blogs, esto es debido a que se depende en gran medida de la calidad de la creatividad del anunciante, el verdadero atractivo del CPA, y que ante una mala creatividad el soporte ofrece su espacio (que tiene un valor intrínseco en sí mismo) y no recibe una compensación económica adecuada por ello

El CTR en publicidad en smartphones es realmente bajo en los muchos casos en los que el contenido no se ha adaptado al formato de pantalla del dispositivo móvil.

Las agencias de publicidad están trabajando muy poco y mal las redes de blogs salvo honrosas excepciones donde se han especializado mucho en redes de blogs. La mayor parte de las agencias prefieren trabajar con los soportes tradicionales. En el caso de las redes de blogs las agencias no valoran el poder de influencia de compra de los redactores especializados.

Post patrocinados para blogs potentes hasta 100€ el artículo.

Internacionalización. No se gestiona bien la publicidad en Latam, no hay gente seria que la gestione bien.

El gran paso adelante será la publicidad local "real"

Negocio:

Hay blogs que están planteados para otorgar SEO a terceros pero no tráfico.

No es serio montar una red de blogs para pegar el pelotazo, mejor con un plan de negocio para crecer, monetizar, etc.

En la actual situación económica hay que plantear facturar desde el día 1 pero para llegar a un estado de rentabilidad invirtiendo en buenos contenidos el estado de rentabilidad se suele conseguir al año tras el lanzamiento del blog.

En algunas fases de la expansión de una empresa de internet se necesita músculo financiero.

Hay quién tiene un modelo de negocio basado en formación con su experiencia en gestionar redes de blogs

Lo que se vende muy bien son estudios de reputación online

Redes que están trabajando bien, entre otras: Medios y Redes, Weblogs SL, OcioNetworks, SmallSquid, BlogsFarm, Actualidad Blog.

Un buen nombre de dominio como bolsa.com, puede ser imprescindible para negociar con grandes partners, ya que reconocen el nombre como bueno. Además del beneficio a la hora del posicionamiento.

Social Media:

En social media, al usuario es muy complicado de convencerle de salir de su red social, las acciones hay que hacerlas dentro y no esperar que vayan a nuestra página

Posible vía de negocio por explotar: Social Media "Verde"

El cambio al social Media es una amenaza, pues es mucho más difícil que hacer SEO

Facebook y Blogs:

Hay que ser trabajar en el desarrollo de nuestra identidad digital.

En FB se prima la comunidad y la conversación, en Twitter se prima la comunicación.

Hay quién está moviendo su core business a FB y es una situación muy peligrosa, porque pueden cambiar rápido sus reglas de juego.

El "ruido" conseguido en FB puede tener un valor bajo, hay quién dice "Si" sin leer ni mirar.

FB porta un gran valor a comunidades pequeñas y privadas, por ejemplo las familias para ver fotos privadas de familia.

No hay valor en las comunidades grandes FB.

FB no es competencia de los blogs, sino complementario a estos.

FaceBook no crea contenido, vitaliza los contenidos generados en los blogs.. FB es el súper de los contenidos con el efecto "bar lleno" donde todo el mundo entra.

Otros Temas:

Hay demasiada gente que va por libre en los blogs y no se plantean que la unión hace la fuerza.

En redes de blogs hay pocos puestos directivos ocupados por mujeres pero es una tendencia que está cambiando hacia la paridad con casos de mucha responsabilidad en varias redes importantes.