

Desayuno de trabajo Networking Activo, "Clasificados Online" en Madrid, 9 de Marzo 2011.

Conclusiones:

En España...

En el 2004 se empezó a ver una amenaza en los player online para el negocio de los clasificados de papel.

En clasificados no es tan importante la batalla nacional, lo importante es ganar las guerras de ciudad por ciudad por ser el primer player local.

la CRISIS si que ha afectado a todos ya que hay menos trabajo, se venden menos casas, se venden menos coches y el consumo esta por los suelos. Eso no quita que los clasificados en Internet es el presente y algunos canales menores si que se han podido ver beneficiados por el incremento de Internet como medio.

Los métodos de pago suelen ir por tendencias, si algunas webs del sector implementan un nuevo método de pago, el resto les sigue.

Una gran marca que entre en el capital de una empresa de clasificados online de tamaño medio puede aportar un gran potencial comercial.

Para crecer de verdad en un clasificado online hay que contar con potencia comercial.

Muy interesante que se creara un servidor blanco centralizado donde cada player de clasificados pueda incluir ip's bandadas, mails spam, etc, servidor al que consultar por parte de cualquier player para aumentar el control anti fraudes y anti spam.

Marketing y usuarios

Recomendar a alguien "un sitio", por ejemplo: "un sitio donde ahorrar", esas recomendaciones entre usuarios funcionan muy bien.

El tráfico que viene de social media no "interactúan", son curiosos, llegan y se van.

El tráfico que más convierte es el orgánico, la búsqueda de la marca y el pagado a Google por SEM

Importa mucho la marca, que puede ser una marca local, no tiene por qué ser global.

NETWORKINGACTIVO

Pujar tu propia keyword (marca) en Google es rentable porque esos usuarios compran.

Experto en SEO (hay pocos), experto en SEM, son dos trabajadores muy rentables.

Un 20% de las personas que compran cupones, compran y no ejecutan la compra nunca.

En cupones, los usuarios "busca chollos" no son rentables, especialmente en la oferta de servicios donde no hay economía de escala

Las ventas de segunda mano por parte de los usuarios, no termina de funcionar bien en lo social. Da cosa demostrar que se venden cosas de segunda mano, por ejemplo la "vergüenza, del tener que vender el vestido de novia". Todos comparten qué han comprado de primera mano pero da cosa "vender" segunda mano. Aparte que si le vendes a un amigo, luego te puede llegar y reclamar que le devuelvas el dinero si no funciona con el mal rollo que conlleva.

Los clientes se mosquean cuando encuentran profesionales que se hacen pasar por particulares en los portales de clasificados online

El particular vende mejor y más que el profesional, porque pone 1 sólo anuncio y lo publica con más mimo y cariño.

El 70% de los consumidores antes de comprar un coche, se informa en Internet.

Los concesionarios que venden mucho son gestionados por empresarios jóvenes muy volcados en internet, cuidando los textos de los anuncios, mirando qué convierte, ejemplo: "quito un vendedor y pongo una persona a full time con los anuncios en la red" pero planteando anuncios publicados con calidad. Esto no lo practica ni el 5% de los concesionarios.

Vender con "historia" explicando con un anuncio elaborado, funciona muy bien.

Para el que empiece los agregadores son una muy buena opción para crecer, pero lo ideal es crear marca, contar con alertas, etc. Hay que cuidar la dependencia de ellos pero son muy interesantes por el tráfico que aportan.

Donde el mercado está fragmentado el agregador tiene posibilidad de crecer, en el mercado donde sólo hay 1 o 2 playera muy fuertes los agregadores tienen menos posibilidades.

Es vital invertir en crear marca para no depender de agregadores y Google, que pueden cambiar sus reglas en cualquier momento.

NETWORKINGACTIVO

Con Facebook ocurre que es más sencillo enviar usuarios a FB con los botones "me gusta", que al revés no llega tanto, no llegan tantos usuarios de las redes sociales a los portales de clasificados online

Facebook no funciona entre los grandes portales de clasificados pero hay presión por usar Facebook y otras redes sociales

LinkedIn tiene mucha utilidad para consultar perfiles de profesionales y comprobar la veracidad de los datos de los posibles nuevos trabajadores.

El habilitar comentarios en los clasificados online va por sectores, hoteles, restaurantes es buen nicho para las recomendaciones entre usuarios.

La calidad de las búsquedas, Google, se han degradado mucho en los últimos años.

Para lanzar un servicio de pago a los particulares, se obtiene muy mala imagen. Hay que identificar un valor en un segmento claro de clientes.

Nicho donde se puede cobrar: Venta de mascotas de raza (nicho con mucho movimiento de negocio donde se puede cobrar al particular por anunciarse).

Seguridad y legalidad

La seguridad por la problemática de las estafas es el principal freno al negocio de los clasificados online.

El % de fraude en España es mucho mayor a la media mundial (mucha cultura nacional del chollo que provoca que estafadores internacionales publiquen en España para los que aquí pican).

Para evitar fraudes, para que los clasificados online funcione bien, tiene que ampliarse el uso de clasificados online por localidad, donde las personas pueden quedar en persona para intercambiar y cerrar la operación, viéndose.

El control de calidad, de seguridad, en una web de clasificados aumenta mucho los gastos de personal, pero es completamente necesario destinar muchos recursos a esta partida para triunfar en el mercado.

El trabajo permanente en contra del fraude, funciona para mejorar la calidad del portal de clasificados online.

El player grande siempre será reacio a compartir su conocimiento anti fraudes para ayudar al player más pequeño.

NETWORKINGACTIVO

India "bombardea" con fraude masivamente las webs de clasificados online americanas.

Contra más tráfico tiene un portal, los usuarios spammers están más motivados por saltarse las barreras.

En los portales de clasificados donde sólo incluyen anuncios las empresas, hay menos trolls.

El trabajar con usuario particular significa tener que trabajar mucho sobre el problema spam.

Desayuno de Trabajo patrocinado por Nvia.



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>