

¿No encuentras Flyers baratos?

# puromarketing

Lunes, 26 de Abril de 2010

Búsqueda de noticias y titulares  
[Portada](#) | [Publicidad](#) | [Negocios y Empresas](#) | [Marketing](#) | [Marketing Digital](#) | [Eventos](#) | [Medios](#) | [Estrategia](#) | [Publicar](#)
[Posicionamiento](#) | [Marketing online](#) | [Mail marketing](#) | [marketing mobile](#) | [Advertising](#) | [Social Media Marketing](#) | [El Selector](#) | [Opinión](#) | [Entrevistas](#) | [Hemeroteca](#)
Artículo » [Marketing Digital](#) » [Marketing online](#)Contenidos: [Anterior](#) | [Siguiente](#)

## Claves de la Publicidad online: Influencia y Notoriedad más allá de la intención de compra

Tags: [marketing](#) | [publicidad](#) | [anuncios-online](#) | [internet](#) |Valoración  5 votos

Compartir

PUBLICIDAD  
Anuncios Google

**Cerveza Voll-Damm**  
¿Una vida normal?  
Descúbrelo en el nuevo anuncio de Voll-Damm  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

**Herramienta de newsletter**  
Envía campañas de email marketing  
Estadísticas, plantillas y soporte.  
[www.newslettersoft.com](http://www.newslettersoft.com)

**retail marketing**  
Empresa de consultoría y desarrollo Marketing.  
Mejoramos tus resultados  
[www.nexiumcs.com](http://www.nexiumcs.com)

**Marketing y Ventas**  
Instituto Europeo de Posgrado -CEU. MBA Especialidad Marketing y ventas  
[iep.edu.es](http://iep.edu.es)

**Master Marketing On-Line**  
Especialízate en Marketing y Dirección Comercial y triunfarás  
[master.isead.es/MARKETING](http://master.isead.es/MARKETING)

14-01-2010 por Redacción

**Un reciente informe desarrollado por Yahoo arroja nuevos datos y claves sobre la eficacia de las estrategia de marketing y anuncios online.**

Hasta el momento, mucho se ha hablado sobre la gran evolución y crecimiento del sector publicitario en internet, y de como este mercado ha experimentado un gran crecimiento que a pesar de la crisis, sigue manteniendo sus grandes perspectivas de futuro.

Sin embargo tras el marco de esta evolución y crecimiento algunos aspectos parecen indicar que los anuncios online mantienen ciertos parámetros poco favorables en cuanto a sus resultados de efectividad y sobre todo, en relación a los diferentes perfiles y tipos de usuarios.

De esta forma, la información del estudio indica que la publicidad en internet no tiene mucho efecto o es poco relevante para las personas menores de 40 años, siendo curiosamente los consumidores mayores de 65 años los que mejor responden a ella.

Sumado a ello, una de las claves y conclusiones más destacadas de este informe es la que demuestra que la efectividad de los anuncios poco o nada tiene que ver con el hecho de si los consumidores realizan clic o no sobre los anuncios publicitarios.

Cada día son miles y miles los anuncios que nos impactan a través de internet, pero la posibilidad de que alguno de ellos se conviertan en un "proceso una compra" son bastante lejanas a las pretensiones de los propios anunciantes, incluida la posibilidad de que los usuarios hagan clic sobre ellos se reduce "prácticamente" a cero.

Expuesto de esta manera podríamos llegar a la conclusión de que sí, efectivamente. La publicidad en internet es poco relevante o prácticamente ineficaz pero sin embargo, más allá de esta conclusión encontramos las razones y motivos por los cuales, la publicidad online puede generar un potencial efecto sobre los consumidores demostrando así que su efectividad va mucho más allá de la simple acción del clic.

Esto es lo que finalmente es aclarado y demostrado a través de esta investigación de forma que, la mera presencia de los anuncios online genera una notable influencia sobre los productos o servicios que compramos, y que las empresas o marcas que apuestan por la publicidad online están obteniendo mejores resultados de ventas en sus negocios reales que con otros soportes o medios publicitarios como la radio, televisión o información impresa.

Otros [estudios recientes](#) también avalan esta teoría y de como "con una buena planificación y un uso correcto de los formatos podemos incrementar el recuerdo hasta en un 74%."

Es en este punto en el que se genera el gran debate y la polémica sobre lo diferentes modelos de medición para las campañas publicitarias ( CPM, CPA, CPL, etc...) ya que como refleja este informe, la efectividad real de las "gran mayoría" de campañas y anuncios no reside en la acción de clic ni en los procesos de compra, si no en la presencia y notoriedad continuada e impactos publicitarios de los productos, servicios y empresas sobre los usuarios y consumidores para generar un mayor impacto de los productos o un mayor recuerdo de la propia marca como estrategia de branding.

En relación a ello, surgen nuevas tendencias y estrategias para conseguir aumentar esta notoriedad gracias al aprovechamiento de los recursos y herramientas de los medios sociales. Algunos estudios al respecto indican por

**McAfee**  
**Internet Security 2010**

Una protección esencial online y para PC

### Ahora en Portada

[Marketing Digital](#) » [Social Media Marketing](#)

**Más del 56% de los pequeños negocios y empresas recurren al Social Media Marketing**

**Redacción** - Actualmente son muchas las empresas que están comenzando a abordar y recurrir a las estrategias basadas en el social media marketing. Aun así, son...

[Publicidad](#) » [Branding](#)

**El efecto de las marcas de lujo. ¿Podría BMW vender Ketchup con éxito?**

**Redacción** - Las cosas no andan muy bien para nadie. La crisis nos ha golpeado duramente a todos por igual. Así, las marcas...

[Marketing Digital](#) » [Social Media Marketing](#)

**Marketing Online: Cómo usan las empresas españolas los blogs y las redes sociales**

**Redacción** - 8 de cada 10 empresas usan los medios sociales para hacer branding: conocer y posicionar la marca y el 75% aprueba...

[Publicidad](#) » [Branding](#)

**Apple: Cuando el Marketing se convierte en el mayor aliado de una marca**

**Andrés Toledo** - La compañía Apple se ha convertido en una de las marcas más influyentes del mundo y una de las más activas...

### Otros Titulares

[Los presupuestos destinados a videos publicitarios online crecerán en un 50%](#)

[La publicidad digital y la publicidad exterior se beneficiarán del apagón analógico](#)

[Marketing y Publicidad online: Rentabilidad y Efectividad ante la publicidad tradicional](#)

[La publicidad online aumentó un 13,8 por ciento durante el último trimestre de 2009](#)

[Televisión y Marketing online: La eficacia del impacto publicitario](#)

[La publicidad de Facebook y twitter será regulada en Reino Unido](#)

[Claves de la Publicidad online: Influencia y Notoriedad más allá de la intención de compra](#)

ejemplo que "el 48% de los usuarios españoles de Twitter sigue perfiles de marcas".

Esto nos acerca mucho más a las conclusiones finales del estudio, ya que se demuestra que este tipo de medios o herramientas pueden convertirse en plataformas capaces de crear una línea directa y rápida de comunicación entre el usuario y las marcas. Y de ello, deducimos de que es la información sobre los propios productos, servicios o empresas lo que realmente interesa a los consumidores, más que la intención de una acción directa de compra, pero que sin lugar a dudas está generando cierta influencia a la hora de las decisiones en los momentos de compra reales.

Contenidos: [Anterior](#) [Siguiente](#)

### Comentarios (7)



14-01-2010 Por **Nerea**

Lo que más me sorprende es que sean los mayores de 65 años los que más responden a los anuncios a través de Internet. ¿Hay alguna explicación lógica para eso?  
Muy buen artículo, te felicito.



19-01-2010 Por **albert**

Pienso que hay una relatividad inminente es estas cuestiones en cuanto a resultados exitosos. Creo que el mercado definitivamente se encuentra en una transición irreversible, en que todos deben ajustarse a lo nuevo, y como en todo lo nuevo al principio todo parece incierto. Yo le apuesto definitivamente al internet sobretodos lo demas medios como prioridad.....



28-01-2010 Por **vcambiaso**

También me gustaría saber el porque de los 65 años.  
Muy bueno el artículo  
. Gracias



03-02-2010 Por **Rana Impune**

Los menores de 40 años hemos crecido con exceso de publicidad y hemos desarrollado la capacidad de obviarla. Las redes sociales y el marketing viral son un buen sistema para acceder a este segmento. Es necesario aportar valor en la publicidad e integrarla en el contenido que el usuario busca.



12-02-2010 Por **posicionamiento en buscadores**

Coincido con la tesis que destaca la presencia constante de una estrategia de marketing en un mercado determinado como factor primordial de éxito.



23-03-2010 Por **Alex**

No existe una costumbre de realizar transacciones o compras directas por el internet, esta en evolución, lo que es certero es que si te llamo la atención algo que vistes por la web y lo recuerdas al momento de necesitar determinado bien o servicio es seguro que lo buscaras y es posible lo compres.



24-03-2010 Por **Manu**

Discrepo con el el objetivo de "la gran mayoría" sea notoriedad. Precisamente lo que facilita la publicidad digital es una respuesta directa por parte del potencial consumidor, poder "llevarle" a tu tienda y que realice la acción de comprar, y precisamente ese es el objetivo de la gran mayoría de los anunciantes, aquellos que hacen branding poco a poco van migrando a respuesta, claro que para ello primero tienen que adaptar sus tiendas online. Por lo tanto cada vez menos CPM y CPC y más CPL y CPA, Saludos!

[añade tu comentario](#)

La Publicidad online se convierte en el "Talón de Aquiles" para los medios digitales

La publicidad en los Videos online experimentará un gran cambio en los próximos años

Se espera que las campañas de marketing y publicidad online de navidad reporten un crecimiento en torno al 8%, pese a la crisis

publicidad

#### Canales

[Comunicación](#)  
[Conceptos del Marketing](#)  
[Estrategia](#)  
[Eventos](#)  
[Libros y Publicaciones](#)

#### Marketing

[Marketing Digital](#)  
[Medios](#)  
[Negocios y Empresas](#)  
[Publicidad](#)

#### Quiénes somos

[Contacto](#)  
[Publicidad](#)  
[Legal](#)  
[Privacidad](#)  
[Ayuda](#)  
[Hemeroteca](#)

#### Facebook

[Twitter](#)  
[RSS](#)  
[Noticias en tu web](#)

#### Recursos

[Diccionario Marketing](#)