

RESUMEN DE LAS AREAS MAYORES DE PUBLICIDAD EN LÍNEA

INTRODUCCIÓN

El Internet es cada día es más el recurso primero de información para gente a través del mundo. Eso es cierto especialmente en las áreas del negocio, de la educación, y de los servicios profesionales. En la economía global cambiante es esencial que empresas vean el Internet como una avenida sin remplazo para las ventas y publicidad para disfrutar del crecimiento de negocios en los años que siguen. En el área del negocio en línea hay muchos servicios ofrecidos y proveedores para ser encontrados. El desafío es encontrar un proveedor que diseñará un plan usando estas varias áreas modificado para emparejar las necesidades de su negocio y integrar los con sus iniciativas corrientes y objetivos de largo plazo.

Cualquier presencia en línea es hecha de muchas partes que a menudo pueden ser perdidas al desarrollar una estrategia para la ventas y publicidad en línea. Las organizaciones tienden a sufrir del síndrome del ciego en donde cada persona es consciente de su parte del "elefante" pero no agarran la totalidad del animal. Ultimamente el regreso más grande para la inversión de cualquier compañía en el Internet es derivado de la comprensión total de las partes de su presencia en línea y los coordinar los de la misma manera que un elefante coordina las acciones de su tronco, de las orejas, de las piernas, y de la cola. La fundación de cualquier presencia efectiva en línea para organizaciones de cualquier tamaño es su principal depósito de información. Ese es el sitio web de la compañía.

DISEÑO WEB CENTRADO EN EL USUARIO & PRUEBAS DE UTILIDAD

Muy común visitantes a un sitio web llegan a ser frustrados por encontrar información que necesitan y pasan a buscar esa información en otros lugares. El diseño del sitio web y anuncios por correo electrónico muchas veces llegan a ser la responsabilidad de equipos de diseño expertos soloamente en elementos gráficos que no proporcionan la misma clase de la interactividad como las tecnologías de Internet ofrecen. Tras la aplicación de la principios de diseño y estándares técnicas basados en estudios extensos de estudios, los sitios web pueden ser transformados de <<libros>> estáticas a serv presentaciones emocionantes que proporciona información en maneras simples y divertidas.

El porcentaje de visitas a un sitio web que no resultan en exploración continuada de ese sitio se puede llamar el <<resalto>>. La causa más probable de una tasa alta de resalta es que el visitante cree que ha llegado a un destino equivocado o que la información que buscan no está disponibles allí. Es esencial que el visitante sepa en cuál sitio web están en y también donde en la arquitectura de información de ese sitio web. Para estas razones es importante que el sitio sea probado para asegurar la facilidad de su uso. Si es necesario se modifica el diseño asegurando el reconocimiento del nombre de la compañía y la estructura del contenido para que sea fácil de navegar y encontrar lo que el visitante necesita.

Los visitantes nunca deben tener que preguntarsen donde estan o cómo encontrar a la información ellos buscan dentro del sitio web de la compañía.

OPTIMIZACION PARA BUSQUEDA / PUBLICIDAD POR BUSQUEDA

La implementación de recomendaciones estándares de la industria puede levantar el perfil de cualquier compañía que hace negocio o quiere promover su negocio en línea. La optimización de sitios web por investigación de palabras clave, etiquetas de título y descripción apropiadas y específicas, URLs amistosas para búsqueda, y la arquitectura bien estructurada de información pueden levantar estadísticamente y visiblemente el grado de una compañía en los resultados de todas las búsquedas mayores inclusive Google, Bing, y Yahoo.

Además de los sumamente apreciados resultados <<orgánicas>> de búsqueda el negocio puede aprovecharse de los anuncios <<PPC>> o pagados por clic que las búsquedas mayores ofrecen. Una forma son los anuncios que colocados directamente en el resultado de búsqueda arriba o al lado de los resultados. La otra forma es de los anuncios colocados a través de redes contentas como los Google Adwords. Las búsquedas mayores permiten propietarios de sitios web publicar anuncios de los clientes de las búsquedas utilizan contexto del contenido del sitio web para el basó de colocación.

Los resultados de estos esfuerzos son estadísticamente evidentes cuando asociado con informes analíticos y pueden ser rastreado desde la búsqueda de palabra clave o anuncio pagado tras navegación de sitio web hasta el punto de venta y la venta verdadera.

INFORMES ANALÍTICOS Y OTRA INFORMACIÓN DEL USUARIO

Uno de las mejores maneras de saber acerca sus visitantes de la información buscan es por el uso de información estadística que se encuentra en los archivos del servidor web, el uso de <<cookies>>, o los dos. Esto incluye información sobre las fuentes del tránsito al sitio web, la navegación a través del sitio web, información geográfico del usuario, e información de sistema de usuario entre otras métricas. Estos pueden ser utilizados en cambio para proporcionar guías en elementos de diseño, en intereses de consumidor, y en el valor práctico de sitio.

Las tecnologías recorren en costo de <<Libre>> hasta decenas de miles de dólares inclusive licenciar el software, la implementación, y la instrucción el. El pago es tener los recursos para hacer su sitio el mejor lugar para visitantes en línea conseguir la información que desean. Haci resoltarán a otros sitios y en vez llegarán a ser leales al suyo.

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD POR CORREO ELECTRONICO

Usado con demasiado frecuencia pero todavía sumamente efectivo es el uso de correo electrónico para promover en línea los bienes y los servicios de empresas. A menudo compañías y otras organizaciones le envían <<explosiones>> de correo electrónico a cualquiera y a todos que ha proporcionado una dirección correo electrónico para cualquier razón. Esto es muy ineficaz. Transmitiendo los mensajes de esta manera a menudo daña la reputación del remitente hasta que los remitentes son conocidos por enviar mensajes no deseables o <<spam>>. Cuyos mensajes frecuentemente son filtrados antes de jamás alcanzar a sus recipientes destinados. Campañas divididas por ciclo vitales eliminan este problema. Esta forma de anuncios electronicos giran un problema potencial en un recurso valioso que proporciona a personas con sólo la información ellos desean dándole a usted un recurso valioso con una audiencia ansioso para sus mensajes.

Los servicios avanzados de la campaña correo electrónico incluyen segmentación por listas de interés de recipiente, abonar/cancelar la suscripción automático con confirmación de petición, con base de datos métricas, y con integración con sistemas gestión de contenidos.

REDES SOCIALES

Contenido hecho por los usuarios son la onda actual de recursos de información en línea. En vez de sitios web corporativos o haciendo búsquedas en línea personas dependen cada día más en fuentes de información más personales para el consejo y el conocimiento. Aunque foros de usuarios y blogs han sido el borde de ataque de esta tendencia la interconexión social que los sitios más populares en el Internet hoy proporcionan es un canal fácil para que contactos personales compartan sus gustos y desgustos.

Foros de usuarios, los blogs, y la interconexiones social de sitio como Twitter y Facebook son un recurso inapreciable para vigilar la reputaciones de compañías e intereses de los consumidores de servicios y mercancillas. También son fuentes de visitantes para a los recursos mayores de información encontrado el sitio web de cualquier compañía. Los blogs también pueden hacer una gran diferencia en cómo una compañía es percibida por la comunidad en línea. La participación cuidadosa en estos tipos de sitios web puede construir la reputación de una compañía como una autoridad segura en sus campos del negocio.

Es frecuente que organizaciones proveedores directos al consumidor envían mensajes diarios por Twitter, mantener una página en Facebook, o dependiendo en su industria también un perfil en MySpace. La interconexiones sociales que estos sitios presentan para empresas son principalmente orientados al consumidor final. Sin embargo empresas proveedores de servicios para otros negocios pueden utilizar igualmente estas avenidas para manejar sus reputaciones en el internet y seguir preocupaciones públicas aplicables a sus intereses.

SYSTEMAS DE GESTION DEL CONTENIDO

Muchas veces la parte más difícil de mantener una presencia efectiva en el internet es manejar el contenido que es presentado a través de múltiplo salidas en línea. Es esencial mantener información pareja en sitios web, en correos electrónicos, y en los anuncio en blogs y búsquedas. Las compañías pierden credibilidad si información presentada en un lugar no es emparejada en otro. Muchas compañías mantienen sitios-mini para campañas especiales o líneas de productos separadas. Empresas multi-nacionales mantienen sitios separados para varias naciones o regiones. La información común entre todos esos sitios y salidas tiene que ser mantenido emparejado para la reputación de la compañía y el bien del consumidor.

Los sistemas de gestión del contenido proporcionan una gran variedad de funcionalidades multiusuario que permiten que el contenido sea engendrada por creadores autorizado y entonces publicado, modificado, o archivado por otros autorizados. Así contenido puede ser preparado para sus audiencias particulares en sitios web sociales, en correos electrónicos, en las regiones geográficas, y en otros segmentos como necesitado. Los sitios web de la empresa benefician de la responsabilidad aumentada de empleados autorizados, de la seguridad del mantenimiento de datos, y de los volúmenes de trabajo requeridos para mantener las páginas en el internet. Los sitios web más pequeños también benefician de la facilidad aumentada de gestión de sitio web.

RESUMEN

Compañías hacen inversiones grandes en la informática y a menudo la publicidad de productos y servicios. Muchas veces eso es dejado pasar por clientes y consumidores porque venta y publicidad por medios tradicionales es muy diferente de hacerlo por internet. Los beneficios de inversiones hechos en el internet son llevados al máximo por la aplicación de estrategias de publicidad diseñadas para nuevos medios y las tecnologías de mañana.