



Gestión | Marketing | Tecnología

Preguntas frecuentes sobre publicidad en Internet



www.invermedios.com
clientes@invermedios.com

Muchas pequeñas y medianas empresas, así como comerciantes independientes y profesionales de distintas áreas, podrían estar aprovechando ahora mismo los beneficios de los nuevos medios de comunicación para promocionar sus productos y servicios, pero por desconocimiento, o por no tener acceso a los medios y herramientas adecuados, actualmente no lo están haciendo. Puede consultar a continuación una selección de preguntas y respuestas con todo lo que necesita saber para comenzar a **anunciarse en Internet.**

Preguntas frecuentes:

Las preguntas están organizadas de forma tal que cualquier persona, sin ningún tipo de conocimientos técnicos, pueda entenderlas y aprovecharlas. Si no tiene ningún tipo de experiencia en lo relativo a publicidad en Internet le recomendamos leerlas en orden descendente. Si ya maneja algunos conceptos muévase a aquellas partes que sean de su interés. No dude en contactarnos para cualquier pregunta relacionada, le responderemos a la mayor brevedad.



① Pregunta:

¿Qué ventajas ofrece Internet sobre otros medios, como la prensa plana, la radio o la televisión?

Internet ofrece múltiples ventajas ante otros medios, pero tres de las más importantes son la precisión, la relación costo / beneficios y la flexibilidad. Cada uno de ellos detallados a continuación:

Precisión:

El costo de la publicidad en Internet no se calcula por mes o tirada, sino por cada impresión que es mostrada de su anuncio ante sus clientes potenciales. Si usted lanza una campaña de 100 mil anuncios, tiene la seguridad de que 100 mil veces sus anuncios serán vistos por sus clientes potenciales. Al finalizar su campaña recibe un reporte minucioso de cuántos anuncios fueron mostrados y cuántas personas hicieron click en ellos. Con esta modalidad, frente a otras formas de colocación —como de tipo

mensual— la medición de su campaña es más precisa, contando con estadísticas que le otorgarán mejor poder de decisión y ejecución de sus objetivos.

Relación Costo / Beneficios:

Si se toman en cuenta los resultados (contactos realizados, visitas), Internet es el medio que ofrece actualmente la mejor relación entre el costo de anunciarse y los beneficios recibidos. Diseñar un anuncio para Internet requiere mucho menos inversión que hacerlo para la televisión o para la radio, así también pautar su colocación.

Flexibilidad:

En Internet, la eficiencia de una campaña publicitaria se puede auditar en tiempo real. Si el primer día un anuncio no llena sus expectativas puede cambiarlo el día siguiente. Por otro lado, en Internet es posible pautar una campaña publicitaria y colocarla ante los ojos de sus clientes potenciales en menos de una hora. Compare esto con el tiempo de respuesta de otros medios y se sorprenderá. El control que se llega a tener de un anunciante de su publicidad en Internet es incomparable.

② Pregunta:

¿Qué es el CPM?

El CPM es el **Costo por Mil Impresiones** de un anuncio en un medio determinado. Esta es la unidad estándar en que se vende la publicidad en Internet. Esto se debe a que el costo por impresión (CPI) —ver Pregunta #4— de anuncios es tan bajo —regularmente centavos—, cuando se pauta la colocación de una campaña publicitaria se habla del costo del CPM, esto es, el costo de un paquete de mil impresiones de anuncios. Por ejemplo, si el costo del CPM en determinado medio es de 300 pesos, colocar allí 100 mil anuncios se determinaría de la manera siguiente:
$$\text{Número de paquetes} \times \text{CPM} = 100 \times 300 = 30,000.$$

⑦ **Pregunta:**

¿Cómo crear un banner?

Los banners son las distintas piezas que componen su campaña. Pueden ser estáticos o animados y con formatos diversos. Crear uno o toda una serie para Internet es relativamente fácil: sólo necesita conocer las dimensiones (ancho y alto), las especificaciones (texto, imagen, animado, estático) y tener un mensaje que comunicar. De los formatos, existe una normativa, creada por el *Interactive Advertising Bureau* (conocido por sus siglas IAB) con los distintos tamaños de banners, detallados a continuación:



© Fotos Nikon / Flickr

Formatos de Banners

<i>Rectángulo mediano</i>	300 x 250
<i>Full Banner</i>	468 x 60
<i>Leaderboard</i>	728 x 90
<i>Botón cuadrado</i>	125 x 125

* El IAB tiene una lista amplia de otros tamaños. Puede consultarla en www.iab.net. Sección Guías y medidas.

** El formato de banners se mide en píxeles. Recomendamos que su anuncio tenga una duración de 15 a 20 segundos y con un peso aproximado de 40 kilobytes como máximo.

Para el diseño existen muchas herramientas gratuitas en el mercado. De todos modos, ya que la eficacia de su campaña (CTR) depende en gran medida de qué tan bien diseñados estén los anuncios, conviene delegar en un publicista experimentado tanto la redacción como el diseño de los mismos.

⑧ **Pregunta:**

¿Cómo puedo elegir el medio adecuado?

El medio adecuado para colocar su campaña dependerá principalmente de la audiencia a la que esté apuntando con ella. Para elegir el más idóneo haga un listado de con cinco de las páginas de Internet que podrían estar visitando en este momento sus clientes potenciales e intente organizarlas por influencia (credibilidad, presentación) y nivel socioeconómico (capacidad de consumo para su producto o servicio).

Elija aquellas que le puedan ayudar a conseguir dos cosas: el CTR más alto y el mejor posicionamiento de su marca. Pregunte también sobre la disponibilidad de estadísticas diarias y la flexibilidad a la hora de modificar sus anuncios.



Contáctenos para cualquier duda
o información adicional.

Estamos a sus órdenes.

Dirección

Desiderio Valverde #151,
Zona Universitaria.

Teléfono

809 238 5414

Website

www.invermedios.com

Información Comercial

clientes@invermedios.com

Help Desk

soporte@invermedios.com

