

# MEDIOS INTERACTIVOS

DANIELA JIMÉNEZ / DANIELA FERNÁNDEZ

## Medios interactivos

Un medio interactivo es aquel que permite una comunicación directa, se da una interacción entre el medio y el usuario, de tal forma que el usuario puede manipular el contenido.

Los medios interactivos más comunes son las llamadas telefónicas y los correos electrónicos, estos son a su vez, un vehículo publicitario. Con los medios interactivos, como el Internet, donde se coloca un contacto, hace más fácil la posibilidad de que el consumidor se comunice con la empresa y que pueda interactuar con la información en la página web

## Internet como medio interactivo

Internet es la forma más interactiva que tenemos hoy en día, es un medio de transmisión masiva. El hecho que sea tan efectivo es por la razón sujeta a censos, donde se contabiliza que de 2000 personas, el 50 por ciento tienen una computadora, y de ellos un 42 por ciento navega al menos una vez en Internet.

Para conocer un poco más de cómo se maneja el Internet como medio de publicidad, necesitamos conocer sobre el e-business y la comunicación de marketing.

## e-business y comunicación de marketing

Todo uso de software y hardware de los computadores que ofrecen una plataforma para que los negocios en Internet se desarrollen, vendan, administren, distribuyan, comuniquen y más, se conocen como e-business, y todos

clientes y usuarios que reciban dicha información son conocidos como stakeholders externos.

Esta es una muy buena forma de realizar negocios, en una empresa como Amazon, que depende de este tipo de medio, los usuarios se ven beneficiados ya que al recibir sus correos directos, tienen la posibilidad de hacer preguntas y la comunicación entre dichas partes es más directa. Pero Internet no solo es útil para negocios, también es una muy buena opción para vender espacios de publicidad y transmitir todo tipo de mensajes.

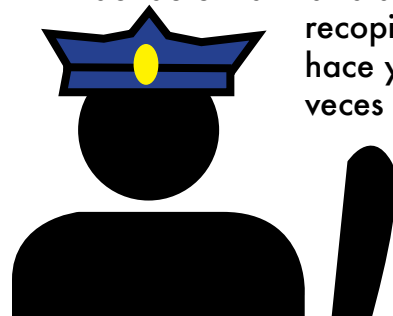


## Brindar información

Los e-business no solo brindan información sino que también capturan y recopilan datos sobre el comportamiento de sus clientes y de esta forma como estrategia de marketing, dirigen mejor los mensajes publicitarios, personales y de ofertas hacia ellos.

## Internet y la privacidad

Muchas veces la recopilación de información es un problema para muchas personas, sin embargo las empresas tratan de mantener una posición responsable al publicar su política de privacidad en su página web, donde en la misma se tiene que detallar si la página recopila datos de sus visitantes, como lo hace y como utilizan los datos, muchas veces esta información no viene explicita, viene oculta y en algunos casos no viene.



## Internet y la comunicación de marketing

Las dimensiones de la comunicación de marketing en Internet son muy variadas tales como las audiencias, que son una herramienta muy eficaz para las empresas, también está la publicidad y los diversos tipos de promoción. Para la CMI (comunicación integral de marketing), todas estas herramientas son muy útiles, gracias que el Internet se puede comunicar sin muchos costos. En todo este rol, los intranets y extranets juegan un muy importante. Toda esta información de comunicación interna se desarrolla de una forma más amplia en las páginas web.

## Páginas Web

Las páginas Web son importantes porque de una forma u otra son la cara de la empresa ante el espectador y en muchos casos, es la empresa, una de las principales ventajas es que, en ella se puede encontrar información más profunda sobre la empresa.

## Recursos de publicidad

Para realizar cualquier búsqueda en Internet la mayoría de los usuarios recurrimos a buscadores como Google o Yahoo!, en ellos basta con ingresar una palabra clave para obtener una serie de páginas en relación a la misma. Para los anunciantes es muy importante el obtener el registro con las herramientas de búsqueda más populares.

Las herramientas de búsqueda también son importantes para los anunciantes, ya que el marketing de búsqueda dirige el anuncio a un target específico. En una página Web, los anuncios no son tan intrusivos como otros tipos de publicidad, para el marketing negocio a negocio, se dedujo que estos anuncios si tienen un impacto relativamente alto.

## Chats

También son conocidos como salas de charla, estas son de un interés en especial, un grupo determinado se puede comunicar entre si, sobre un tema en específico, donde a su vez, dan su opinión e intercambian experiencias. Muchos de estos chats, forman parte de una página Web, u organización, en otros casos son totalmente independientes. Este tipo de herramienta es muy eficaz, ya que la respuesta es tan rápida, que los rumores, críticas y opiniones viajan muy rápido y pueden circular en todo el mundo en cuestión de minutos.

## Blogs

Es una efectiva forma de comunicación, los blogs son creados de forma personal, y pueden ser seguidos por un grupo pequeño de personas, y pueden llegar a obtener millones de seguidores a nivel mundial. Los blogs tratan sobre temas específicos y su popularidad va en aumento, son una buena alternativa para las páginas web, las cuales incorporan cada vez más al blog debido a su eficacia.

## Publicidad en Internet

La publicidad en Internet va cada vez más en aumento, ya que es una alternativa para anunciarse a muy bajo costo, y donde se tiene la ventaja que es un medio mundial. La publicidad en Internet se impulso desde la 1900 con el auge de las punto.com.

## ¿Cuál es el propósito de este tipo de publicidad?

1. Brindar un mensaje de recordación de marca a quién visite la página.
2. Funciona como un anuncio en medios tradicionales y transmite un mensaje informativo o persuasivo.
3. Es una forma de atraer personas para visiten la página del anunciante, con presionar la página se logra la meta, a esto se le conoce como Guiar tráfico.

## ¿Cuáles son los tipos de publicidad en Internet?

**BANNER:** Son pequeños anuncios que al presionarlos, nos pueden dirigir directamente a la página Web anunciada. Son muy comunes y fáciles de crear, pueden ser tanto verticales como horizontales y sus dimensiones pueden variar según la posición en la que se encuentren.

**SKYSCRAPERS:** Este tipo los podemos identificar fácilmente ya que son extra largos, y se ubican a un lado de la página web, de igual forma puede en si mismo, desplazarse para que se concluya la información. Por sus dimensiones no es confundible con los banners tradicionales ya que los superan en tamaño.

**ANUNCIOS POP-UPS:** Estos se abren de manera repentina al ingresar a una página Web. Este anuncio puede surgir tanto al frente como detrás de nuestra página de origen. En este tipo de anuncio son muy comunes los juegos y diversos tipos de animaciones relacionados con el producto.

**MINISITES:** Estos anuncios, son como pequeños sitios dentro de la misma página consultada, en el cual se permite, el comerciar un producto relacionado a la temática de la página consultada inicialmente. Este tipo de publicidad tiene un índice de visitas muy alto.

**SUPERSITIOS:** Estos funcionan como comerciales, están diseñados para ser vistos como un anuncio de televisión, en sí, es una animación de no más de 20 segundos. Se abre como una ventana separada.

## Formatos interactivos



El agregar un tipo de animación en un anuncio por Internet, no solo lo hace más interactivo sino que esta comprobado que los índices de clics sobre el mismo aumentan. Con las nuevas tecnologías se agregan más efectos multimedia a los anuncios como: sonido, imágenes sin movimiento y videos full motion, a esta tecnología en Internet se le conoce como Rich media. A las imágenes con movimiento, que se transmiten en Internet, se les conocen como video straming.

## Publicidad Autónoma para páginas Web.

Por medio de la publicidad autónoma es más fácil dirigir el tráfico web, en Internet es un poco difícil ya que los mensajes conforme aparecen desaparecen igual de rápido.

## Medición de audiencias de Internet

Ya que Internet es la herramienta líder en comunicación, la publicidad en ella es igual de eficaz e importante, de igual forma la medición de audiencia es básica y fácil de conseguir, ya que el éxito, por ejemplo de una campaña se puede medir tomando en cuenta la respuesta del

usuario, para esto se realizan pruebas en línea y en días se puede obtener el resultado, y de esta forma se toma menos tiempo el volver a invertir en la misma, ya que se conoce el resultado.

## Términos importantes para la medición de audiencia

**Hits:** A los hits se les conoce como el número de veces que se visita una página en particular.

**Espectadores:** Número de observadores de la página

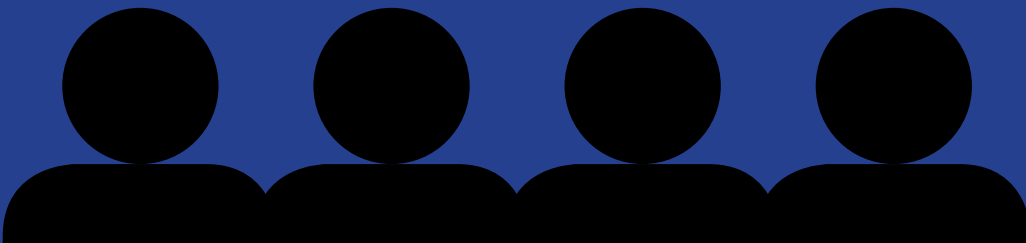
**Visitantes únicos:** Número de observadores diferentes por un periodo en particular.

**Visitas:** Número de veces que los espectadores ven una página

Todas estas medidas rastrean a un consumidor a través de una página, sin embargo es solo una medida de comportamiento, la misma no garantiza las preferencias del mismo. Para la medición propia de la publicidad en Internet, lo que se cuentan son los click-through, los cuales son los clicks que se realizan en un banner de publicidad. Todo este tipo de medición es muy bueno para las empresas.

## VENTAJAS Y DESVENTAJAS de la publicidad en Internet

- Es un medio que ofrece ventajas relevantes sobre los otros medios.
- Facilita los negocios. Se generan ventas e iniciativas de ventas.
- Por medio de las estrategias de marketing, el anunciante puede utilizar los estudios de comportamiento y crear mensajes más efectivos, justo para el usuario.
- Como desventaja, el publicar en Internet puede ser muy efectivo pero sin embargo un mal planeamiento de mensaje puede causar un efecto contraproducente. Hoy en día circulan muchos anuncios sin estrategia y poco efectivos.
- La saturación en Internet es otro problema importante.
- Al ser Internet un medio de publicidad internacional, muchas veces ciertos factores causan problemas como: el acceso a Internet en muchas regiones, el idioma, las leyes de publicidad y promoción de ventas de otros países, la tasa de intercambio, debido al tipo de moneda de cada país, la diferencia tecnológica para la transmisión de Internet y por último, la velocidad en que se transmite el



# Publicidad Vía correo electrónico.

La principal ventaja es el bajo costo que conlleva enviar esta publicidad, y la respuesta es muchas veces más efectiva que la publicidad tipo banner. Este tipo de publicidad se maneja en su mayoría con la solicitud de un permiso para enviar los anuncios, vía correo electrónico.

## Spam

A la ráfaga de correos basura no solicitados se le conoce como correo spamming, este tipo de correo puede ser de cualquier tipo de tema. El tipo de practica spam es muy difícil de controlar, los que se encargan de realizar este tipo de correo se les conoce como spammers. Entre las soluciones para controlar el correo spam están la inclusión voluntaria, esta es la forma legítima para hacer este tipo de publicidad, y por otro lado, esta la exclusión voluntaria, que es la opción que me da la libertad de no autorizar este tipo d correos de una determinada empresa.

## Marketing viral

Este es un tipo de publicidad que se da tipo vía correo electrónico, donde por medio de un correo inicial se da una oleada de opinión o una demanda. Inicialmente se da a circular el mensaje, primeramente a amigos y conocidos, de ahí en adelante si el mensaje es efectivo será multiplicado cientos de veces, cumpliendo así el objetivos de comunicar ese mensaje.