

BLOPIES 2011

ESTUDIO BLOG MONITORING

FUTURO DE LOS BLOGS COMO SOPORTE PUBLICITARIO



Un **96,8 %** de los anunciantes considera que los **blogs** son más efectivos que otros medios online.



Los formatos publicitarios con más potencial o más atractivos para los **anunciantes** son los **product testing**, para el **64,6 %**.

Si preguntamos a los **lectores** cuál es el que más les disgusta, más del **80%** nos contesta que los **banners**.



Al **95 %** de los bloggers les apetece vincular un **evento off line** con su blog.

QUÉ FUNCIONA Y QUÉ NO ?

SI FUNCIONA

El **56,6 %** de los bloggers considera muy importante aumentar las visitas para **captar publicidad**.
Los anunciantes están de acuerdo

El **76,1 %** de los lectores considera importante o muy importante la **actualización del blog** y que estén actualizados con las últimas tendencias.

El **73 %** de los anunciantes considera importante o muy importante tener **posicionado el blog** en buscadores.

NO FUNCIONA

Los actuales **audidores de datos** existentes para **blogs**.

Casi el **80 %** de los anunciantes no los tiene en cuenta por **no confiar en ellos**.

Más del **70%** de los lectores encuestados no considera importante que el blog tenga **enlazado un canal de Facebook**.

PUNTOS DE DESENCUENTRO ENTRE LECTORES, BLOGGERS Y ANUNCIANTES



Puntos de desencuentro

- ✓ Casi el **80%** de los bloggers piensa que no es su responsabilidad innovar a la hora de ofrecer **nuevos productos** publicitarios para sus blogs, pero el **75%** de los anunciantes piensa que sí lo es.
- ✓ Los formatos que los bloggers consideran con más potencial son los **publirreportajes**. Sin embargo, para los anunciantes son los **product testing**.
- ✓ Ante la pregunta "¿se necesita mejorar en la **medición de audiencias** de los blogs?", casi un **70%** de los anunciantes nos dice que sí, mientras que sólo están de acuerdo con esto el **38%** de los bloggers.

PUNTOS DE ENCUENTRO ENTRE LECTORES, BLOGGERS Y ANUNCIANTES



Puntos de Encuentro

- ✓ Lectores, bloggers y anunciantes están de acuerdo en que la **efectividad del banner/display** en blogs podría mejorarse sustancialmente.
- ✓ También están de acuerdo en que la **influencia de los bloggers** está por encima del poder del display y el banner. Más del **50 %** de los lectores, bloggers y anunciantes han respondido afirmativamente.
- ✓ Bloggers y anunciantes están de acuerdo en que incrementarían la inversión en publicidad en blogs si fuera posible medir el **retorno de la inversión**.

NO DEBERÍAS OLVIDAR...



El **52,4 %** de los anunciantes invertiría más en blogs si pudiese medir el retorno de la inversión

El **57,8 %** de los bloggers creen que los anunciantes invertirán más si pudiesen medir el retorno de su inversión en blogs
Al **49,8 %** de los bloggers le parece MAL que una marca solicite una publicación sin ofrecer un precio a cambio

Sólo el **12,7 %** de los anunciantes confía en la fiabilidad de la medición de audiencias en blogs de OJD, Nielsen o similares

El **55,6 %** de los lectores valora más un post que tenga asociado fotos, vídeos o similares

El **37,4 %** de los lectores reconoce que la visita a los blogs ha cambiado su intención de compra de productos tecnológicos con precios entre 500 y 1.000 euros (telefonía móvil, cámara de fotos, consola, etc.)

