

Desayuno de trabajo **Networking Activo** en colaboración con **Bitacorás.com** sobre "Redes de Blogs y Redes de Webs", 9 de Junio 2011 en Barcelona.

Patrocinado por **Hispaweb**.



Conclusiones del debate:

Quienes retocan los plugins de Wordpress comprueban que cada vez los plugins están mejor programados.

A nivel de rendimiento y SEO, tocando código de WP de forma sencilla (3 horas de programación) se puede uno ahorrar varios plugins, mejorando carga (recursos del servidor web) y SEO.

Es necesario controlar que los editores no plagien contenidos de terceros, realizando controles al azar cada x tiempo, mediante herramientas como copyscape, búsquedas en google, y atendiendo cuando sea posible al uso de palabras que no sean propias del editor

Temas propuestos para el debate :

1.- El reciente cambio del algoritmo de Google que va contra las 'content farms'.

Google ha cambiado mucho su algoritmo para que los resultados de búsqueda sigan siendo relevantes y no sólo por Panda.

Aparte de controlar los que copian contenido, se mezclará mucho en las opiniones de los usuarios. La buena calidad tendrá su premio porque los usuarios valorarán positivamente el buen contenido y Google lo tendrá en cuenta.

Van a primar las recomendaciones de tus amigos o contactos para posicionar los artículos.

Panda es sólo un complemento a un cambio mayor a Google "social". (+1 de Google, Facebook, Twitter, Youtube, etc...).

A más comentarios, mejor posicionamiento, porque Google detecta que la página se actualiza con nueva información aportada por el usuario y eso significa que el contenido es bueno.

2.- Gestión del equipo de redactores, pagos y condiciones laborales.

Hay mucho profesional que lo quiere hacer bien. Hay muchos redactores que les gusta saber que les leen y no les importa dedicarle unas horas al día a cambio de estar informado sobre los temas que les gustan o acudir a eventos privados o exclusivos para bloggers.

Pagar bien a un redactor es importante para que no plagien contenido.

Se paga a los redactores por post.

Se puede gestionar el pago por incentivos según el número de visitas de los artículos (hay plugins para esas soluciones).

3.- Sistemas de medición: Analitycs, OJD Nielsen, CommScore...

Hay muy mal sentimiento en el mercado por casi todos los sistemas de medición.

Los anunciantes ya no piden tanto sistemas de medición "oficiales" y aceptan más otros sistemas de medición.

Analytics es cada vez más completo y ofrece soluciones que antes eran de pago en otros sistemas.

4.- Artículos patrocinados, menciones o publrreportajes.

Bastantes anunciantes les gustan este tipo de formatos.

Los anunciantes no quieren que el blogger indique que es "publi reportaje"

Algunos anunciantes piden que les mandes el artículo antes de publicarse.

Hay anunciantes que proponen el artículo.

Los blogs que publican notas de prensa gratis y publrreportajes a 20 euros se están cargando el negocio.

5.- Cómo tener acceso a campañas de grandes anunciantes.

Hay grandes anunciantes fácilmente accesibles aunque luego se gestionen con su central de compras.

Las redes de afiliación perjudica el CPM.

Las redes de afiliación que trabajan a CPA y CPC perjudica el CPM porque consiguen grandes volúmenes de impresiones a precios muy baratos. De modo que consiguen hacer branding a bajo coste con la excusa que no están consiguiendo resultados directos.

6.- Posibles colaboraciones entre diferentes redes que puedan complementarse.

En temas de publicidad, precios, formatos, etc, no puede haber unión porque hay muchos players que pueden aceptar lo que sea. Sin embargo, las redes de blogs más grandes con una línea editorial más profesional sí podrían mejorar su posición en el mercado si van unidas de la mano. Puede haber colaboración para vender publicidad para llegar a anunciantes, pero no se puede cerrar el mercado.

7.- Tendencias sobre los formatos publicitarios: skins, desplegables, videos..

El vídeo es el gran formato en auge.
Los vídeos automáticos con audio, molesta mucho al usuario. Hay que evitarlos.
Los CPM de vídeo son muy buenos.
Publicidad en RSS funciona muy bien.

8.- Las empresas tradicionales y los blogs profesionales.

Poco a poco hay mejor relación.
Sigue habiendo mucho desconocimiento de las empresas tradicionales sobre el medio.
Algunas agencias comunicación y empresas menos puestas en el sector online no entienden los blogs como publicaciones profesionales.

9.- Monetizar tráfico procedente de Latinoamérica.

Estados Unidos, México y Argentina son países que se pueden monetizar, con CPM de 0.20€.
En el resto de Latam un 0,10€ es para estar contentos. ¿Merece la pena mostrar publicidad a estos precios?
Contratar una empresa que te sirva de proxy con distintas ip's para comprobar qué publicidad te sirven en otros países, es muy importante para proteger la reputación de la web.
El gran proveedor de tráfico Latam es Google

10.- Usabilidad de blogs en dispositivos móvil.

La tendencia es HTML5 para todo lo que sea juegos e interactividad.
Hay que plantear aplicaciones más trabajadas.
Es más interesante adaptarse a la navegación móvil antes que crear una aplicación.
Hay furor o burbuja respecto de las aplicaciones móviles para webs.

11.- Cómo aprovechar las redes sociales para dar relevancia a nuestras webs.

Las recomendaciones de los usuarios tendrán cada vez más importancia. Google se convertirá en una gigantesca red social de contenidos creados por terceros.

Si se implican mucho las RRSS en una web, puede llegar a bajar el CTR de la publicidad.

Implicarse mucho significa perder tráfico e independencia.

12.- Comercialización de inventario invendido.

Con IP española siempre hay quién lo puede hacer rendir.

Si hay mucho invendido, hay que dedicarle cariño vendiéndolo comercialmente y rinde mucho mejor en precio.

Hay que decirle al adserver de Google que no está sólo para vender la publicidad, mejora los resultados de precio de las campañas.

13.- Los microformatos, a los cuales Google empieza a darles bastante importancia.

Google está empezando a valorar que haya una comunidad detrás de una web.

Google está priorizando Twitter por actualidad de contenidos.

14.- Requerimientos técnicos de las redes de blogs.

Es importante no tener que avisar al hosting de una caída, sino que sea al revés. Que el hosting llame al cliente para avisarle que había un problema y se ha solucionado

La atención al cliente es un gran factor de importancia para una red de blog que quiera trabajar a gusto con un hosting.

Cada proyecto es diferente y es quién tiene que tener claro qué necesidades técnicas tiene.

Opciones por parte del hosting de paquetes especiales para WP sería una buena alternativa para diferenciarse de otras empresas de hosting.



NETWORKINGACTIVO

Desayuno de Trabajo Networking Activo en colaboración con **Bitacoras.com** sobre **Redes de Blogs y Redes de Webs**, patrocinado por **Hispaweb**.

Hispaweb: Empresa **especializada** en Servidores Dedicados, Housing-colocation y soluciones de Virtualización



Las empresas participantes en el Desayuno de Trabajo fueron : BlogdeBlogs, Bloogs Network SL, Blogsai, Conteneo, Hispaweb, Networking Activo, OcioMedia, Smallsquid y Wii-Projects

Creador del documento: Emilio Márquez Espino CEO de Networking Activo.