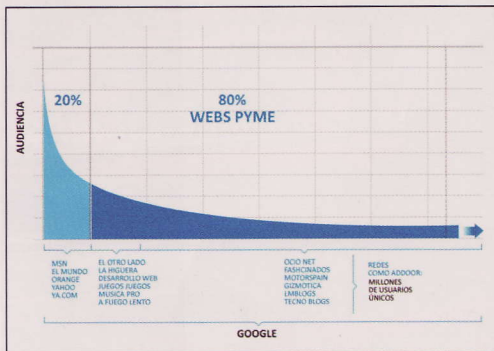


Addoor facilita la realización de campañas de marketing en Internet

La regla "Long Tail".



Los denominados "medios sociales" (blogs, redes sociales, widgets, agregadores de noticias, etc.) en Internet soy ya bien conocidos y hoy en día los internautas ya no son una masa conformista y pasiva, sino que participan en el mensaje. Los medios sociales aglutinan gran parte del tráfico (Facebook es la que más ha crecido en 2009, con más de 200 millones de usuarios), pero, ¿cómo aprovecharlos para una campaña de marketing a un coste económico?

Addoor aporta todo su conocimiento para optimizar y convertir una campaña 2.0 en un éxito. Se trata del principal comercializador de acciones en medios sociales en España. Investiga y desarrolla las novedades de Internet para ofrecer a los anunciantes y sus agencias sólo las acciones publicitarias más eficaces. Conecta a quienes buscan públicos y ventas de productos, con los medios de Internet de audiencias adecuadas, dando servicio a ambos. Actualmente Addoor cuenta con 22 empleados y ha llevado campañas de más del 70% de los 100 primeros anunciantes de España.

Los profesionales de Addoor conocen la receta ideal para que un material creativo triunfe en Internet. Un mensaje, por muy bueno que sea, prosperará sólo si lo descubren y distribuyen influenciadores.

Los mensajes débiles, aunque se repitan cientos de veces, serán oídos pero no escuchados. En Addoor ponen a disposición del anunciante una amplia lista de bloggers expertos en todo tipo de temas. Además, emplea un efectivo sistema de medición que ofrece resultados exactos lo que ayudan al clientes a medir el ROI de las acciones en Internet.

Si, por otra parte, lo que se pretende es invertir en publicidad gráfica, pero a un precio más asequible, es posible anunciarse en la red Addoor (más de catorce millones de usuarios únicos). El modelo se adaptó hace años a la forma de pensar de las búsquedas por Internet: gracias a la "Long Tail" (larga fila de sitios pyme), Google es hoy en día el rey indiscutible de la publicidad online. Al insertar la publicidad en web pequeñas y medianas a través de las redes que, como Addoor, agrupan cientos de estas pequeñas webs, se logra más cobertura y menos saturación que en las web más grandes, y a un coste mucho menor. Addoor clasifica y selecciona la complejidad de la "Long Tail" para ofrecer sólo la mejor parte de esa enorme masa de sites. Además, segmenta estos sites por temática, localización geográfica, edad, etc., posibilitando todo tipo de campañas de CPM y CPC. !