

GOOGLE MARCA LAS REGLAS e-ADAPTARSE O MORIR

El desierto... calor insufrible, días sin beber y un único pensamiento en la cabeza... bebida. En ese momento preciso, acercarse y ofrecer agua... no supone correr el riesgo de resultar molesto ni intrusivo. La publicidad más efectiva, siguiendo una fórmula presente en muchos otros ámbitos de la vida, es la que se sitúa en el lugar preciso, en el momento adecuado.

Y en el desierto de Internet, el 88% de los internautas sedientos españoles... buscan su refresco en Google.

¡¡Más de 11 millones de personas!!

El potencial publicitario del Rey de los Buscadores es tan evidente como tangible. Los usuarios confían en la objetividad de los resultados naturales de Google, concediéndoles credibilidad y dejándose guiar dócilmente en sus búsquedas.

Este vínculo de confianza no es caprichoso ni fortuito. El motor de búsqueda preferido en todo el mundo gana adeptos velando porque los Sitios Web que ocupan posiciones Top por cada sentencia clave, satisfagan las expectativas de los internautas y culminen en una experiencia positiva.

Un usuario busca información, acude a Google, realiza su consulta sintetizándola en una secuencia de palabras clave, consulta los resultados, es guiado hacia determinados sitios web y finalmente valora si éstos dan respuesta a sus necesidades. El éxito final de esta experiencia reafirma el prestigio y continuidad del Imperio Google, en el que también **el consumidor es quien tiene la última palabra.**

Este sistema darwinista casi perfecto recompensa los **contenidos interesantes, atractivos, y valiosos** y sobre todo premia **la satisfacción del usuario**. Si los navegantes cerraran la ventana de Google decepcionados... habría desaparecido el ingrediente esencial de la fórmula mágica.

Pero esto no ocurre, y Google supone para un anunciante la oportunidad de presentarse ante sus clientes potenciales justo en el momento en que éstos se interesan por productos o servicios pertenecientes a su área de negocio. Y si por si acaso las exigencias de un posicionamiento natural Top fueran demasiado altas o la urgencia de los objetivos impidiese esperar a un avance de posiciones progresivo, el as en la manga son... los enlaces patrocinados.

Los usuarios saben que los mensajes que aparecen a la derecha de sus navegadores son reclamos publicitarios, no obstante, si realmente les seduce la promesa del contenido que encontrarán al clicar en ellos ¿por qué no hacerlo?

Google tiene mucho que ofrecer: **cobertura, audiencia afín, contexto favorable para la recepción de mensajes... su credibilidad al servicio de los objetivos de marketing**. Pero en este desierto de Internet la selección natural es implacable y quien no se adapta al medio y sacia la sed de los internautas... desaparece.

Lourdes García
Dirección General de **SIRIO INTERNET+MULTIMEDIA**