

Multimedia Clasificados

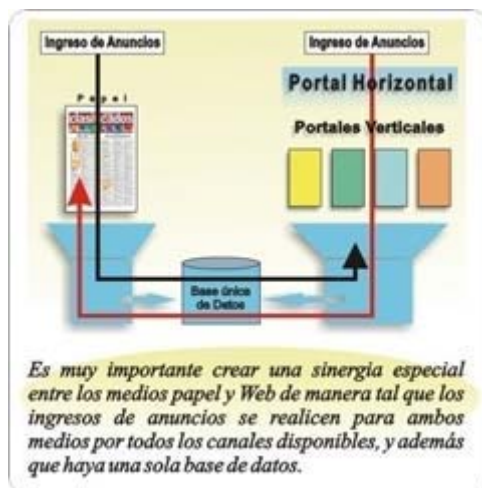
Fecha de publicación: 7 de Abril de 2007

Los clasificados en papel están muertos, ¡migremos cuanto antes a los clasificados online si queremos sobrevivir! Expresiones como ésta las he venido escuchando muy a menudo, y sin dudas ustedes también, pero considero que no debemos radicalizarnos hacia uno u otro lado.

“Es tentador creer que los clasificados en papel han perdido vigencia y pensar que es la hora de pasarse a Internet, pero no se trata de elegir entre lo uno y lo otro, sino de sumar medios y esfuerzos”.

Cuántas notas al respecto hemos leído últimamente y además, podría decir que éste ha sido un tema permanente en congresos y conferencias sobre periódicos, y más específicamente sobre los anuncios clasificados. Es también, por lo tanto, un punto de gran interés para la mayoría de quienes estamos involucrados en el tema clasificados.

Pero en mi opinión, creo que ¡Se Equivocan! Los anuncios clasificados NO están muertos. No todo es irremediamente papel o Web, en este caso considero que son ambos medios: papel + Web. Y esa es justamente la solución para los periódicos, poder manejar los dos medios como uno solo.



El hecho de poder brindarle a los anunciantes la mayor vidriera para sus productos, de manera tal que el medio habitual de publicación les ofrezca ahora también la posibilidad de publicarlos en la Web, y por un tiempo mayor de lo que lo hace en el papel.

Los anunciantes de rubros tales como Automóviles e Inmuebles se encuentran, sin lugar a dudas, muy familiarizados con las publicaciones en la Web, ya sea porque ellos mismos tienen su propio sitio o porque algún otro que tal vez ya está trabajando en su mercado le ofrece publicar a un menor costo

del que lo hace el periódico.

A mi entender lo que deberían hacer los periódicos que aún no tienen sus propios portales es potenciar la marca que tanto les ha costado introducir en el mercado, por ejemplo: crear un portal horizontal con el nombre de los clasificados, nombre del periódico.com y a su vez los portales verticales por cada rubro de importancia, Inmuebles, Automóviles, Empleos y Mercaderías o Anuncios de Particulares. Cada uno de ellos debería llevar el nombre del rubro, por ejemplo, Inmuebles.Clasificados+periódico.com

Antes de tomar la decisión de migrar a Internet, desde mi punto de vista, me preocuparía por revisar detalladamente mi negocio actual de anuncios clasificados en papel, analizando si realmente lo estoy atendiendo al 100% como debe ser, realizando un verdadero check-list de todos los puntos de mi sección.

¿Tengo realmente el producto más adecuado a las necesidades de mis dos mercados, el de los lectores y el de los anunciantes?

¿Está mi producto actualizado con los sistemas de búsqueda para que los lectores encuentren lo más rápido posible lo que están buscando y de esa manera brinden a los anunciantes el resultado que esperan?

¿Es la diagramación de los anuncios lineales y desplegados la más adecuada para cumplir con la premisa anterior?

Autor:

Oscar O. Colominas

Director Fundador

CRD Classified Consulting Group

Para contactarse: info@crdasesores.com

