



Va a ser más necesario, especialmente en blogs, definir un target y un momento de publicación para captar nichos de tráfico muy específicos

La importancia de la planificación en el tráfico estacional

Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña
www.alejandrosuarez.es

Hay muchos sitios que reciben picos de tráfico estacional. Los de juegos, de postales o los de cocina son buen ejemplo de ello. Creo que el tráfico en lo cuantitativo es importante, pero cada vez habría que centrarse más en lo cualitativo; en buscar un perfil de usuario que responda mejor a los estímulos del sitio (publicidad, tasa de retorno, consumo en TMC, etc).

Dentro de las planificaciones cada vez doy una mayor importancia a una mezcla de SEO, el tipo de contenido, la analítica y la planificación estacional de contenidos. Tengo experiencia en prácticamente todos los campos... quizás todos excepto viajes, deportes y economía y negocios, donde no he entrado a generar contenidos, nunca me he decidido y no creo te-

ner la estructura necesaria ni el equipo para hacer algo serio.

Por eso quería poner el ejemplo del sitio de cocina de Ocio Networks, red de blogs temáticos de la que soy CEO, que lleva varios años online y tiene más de

Cocina y la alimentación en general son nichos en los que no se pueden lograr tráficos extremos

Hay un valor añadido clave en este nicho: los picos del sector están el mes de diciembre

El contenido y el uso, incluso el nombre, deben facilitar que ese tráfico bruto pueda fidelizarse

270.000 usuarios únicos imprimiendo cerca de 600.000 páginas vistas por mes.

La cocina y la alimentación en general son nichos en los que no se pueden lograr tráficos extremos como en otras temáticas, pero que si se trabaja constante y se va conociendo el sector se pueden hacer cosas interesantes.

Además, hay un valor añadido que no deja de ser clave en este nicho: los picos del sector están el mes de diciembre, fin de año, mes de mayor penetración publicitaria y de fin de cuentas anuales. Un mes más interesante que otros para poder generar picos de tráfico, ya que se traducen en ingresos publicitarios con más facilidad.

De este modo, para el blog de cocina de Ocio Networks analizamos el comportamiento de los usuarios en las fechas navideñas. Las cenas de Nochebuena y Nochevieja nos dejaron ver que la

demanda de información para esas fechas a nivel gastronómico podría hacer disparar el tráfico de un sitio en más de 100%.

Observamos con atención el fenómeno y vimos cómo en diciembre el tráfico web efectivamente se disparaba (el tráfico de RSS permanecía estable) mientras que el volumen de tráfico de buscadores casi se triplicaba. Pasamos de una media de 5.000 visitas diarias a picos de casi 11.000 los días 24 y 31 de diciembre. Además, el caudal que proviene de buscadores subió esas fechas 300%.

Así, en octubre-noviembre, con la experiencia del año pasado, quisimos probar a forzar un poco la máquina conociendo nuestro mayor potencial SEO en este dominio.

Para ello quise generar ciertos contenidos muy específicos semanas antes para poder captar ese tráfico navideño de forma

más fuerte y ver si podríamos generar un ratio de mayor crecimiento aplicando este análisis. Resultado: conseguimos pasar de una media de 8.000 visitas únicas diarias a picos de 22.000. El ratio de crecimiento de tráfico de buscadores creó una curva más pronunciada y llegó a crecer 500% en diciembre (casi el doble de crecimiento).

Con este ejemplo, queda demostrado que cada vez va a ser más necesario, especialmente en blogs, definir un target y un momento de publicación para captar nichos de tráfico muy específicos.

Pero si bien esto es interesante otra de las claves es que el contenido y el uso e incluso el nombre del dominio ofrezcan la posibilidad de que ese tráfico bruto pueda fidelizarse y que se consuman los contenidos en otras ocasiones a lo largo del año.

CEO Ocio Networks

TELEFONÍA MÓVIL

Android derroca a Symbian

El sistema operativo Android de Google destronó al Symbian de Nokia como líder mundial en programas para teléfonos avanzados en el último trimestre de 2010, y acabó con un reinado que comenzó al nacer esta industria, hace una década.

Esta veloz transformación pone de manifiesto lo rápido que Google -que ofrece su programa de manera gratuita a los fabrican-

tes de móviles- ha llegado a la cima del mercado de los *smartphones*, por delante de Apple.

Google y Apple han revolucionado este mercado en los últimos años, poniendo en peligro el dominio de Nokia.

En el último trimestre del año pasado, se vendieron 32,9 millones de teléfonos móviles con Android en todo el mundo -unas siete veces más que en el mismo tri-



Solo Nokia, Apple y RIM se han resistido a utilizar este sistema

mestre del 2009- frente a las ventas de 31 millones de móviles con Symbian, según la firma de investigación Canalys.

Estas cifras también ponen de manifiesto el éxito de Google en su batalla contra Apple, cuyos envíos de su popular iPhone aumentaron de 8,7 millones a 16,2 millones en ese mismo período.

A diferencia de Apple o Nokia, Google no fabrica sus propios te-

léfonos, sino que ofrece gratis su sistema operativo a los fabricantes de móviles, que lo pueden adaptar a sus dispositivos. El resultado es que Android se ha convertido en el programa estándar para muchos fabricantes.

La estadounidense Motorola incluso ha logrado una cierta recuperación centrándose solo en Android, tras años de fuertes pérdidas de cuota de mercado.