



NOTA DE PRENSA

Gonzalo Ibáñez ha presentado en OMExpo el estudio “Blogueros y Marcas. El valor de la opinión”

Reúne las respuestas de 120 blogueros españoles y cuenta con el testimonio de blogueros reconocidos.

21 de marzo de 2012-. Gonzalo Ibáñez, CEO de Kanlli, ha presentado el estudio “Blogueros y Marcas. El valor de la opinión” en una conferencia que ha ofrecido en el marco de la feria y congreso profesional Online Marketing Expo (OMExpo). En dicho estudio se analiza su comportamiento, motivaciones y preferencias y se incluyen testimonios de reconocidas figuras de la blogosfera.

Muchos blogueros se han convertido en indiscutibles líderes de opinión, algo que afecta directamente a las marcas. Se plantea así un reto para las empresas, que deben ser capaces de conocer qué esperan de ellas sus prescriptores para encontrar el mejor modo de acercarse a ellos y comunicarles los beneficios de sus productos o servicios con el objetivo de que se hagan eco.

El estudio “Blogueros y Marcas. El valor de la opinión” se ha llevado a cabo a partir de una encuesta realizada a 120 blogueros con el objetivo de conocer cuáles son sus motivaciones, cómo se comportan y qué les gusta y disgusta de aquellas marcas que se acercan a ellos con la intención de dar a conocer sus productos o servicios.

Además, se ha contado con la colaboración de blogueros que escriben en reconocidos blogs, a los que se ha entrevistado con la finalidad de obtener su testimonio, tales como María Victoria Rodríguez y Pau Solbes, de Diario del Viajero; Lucas García, de la Red de Blogs de Socialmood; Manuel Moreno, de Trece Bits; Javier Martín, de Logic; David Pérez, de No es cine todo lo que reluce; y Jonan Basterra y Marcos Morales, de Pixel y Dixel.

El enfoque principal de este estudio es el de entender qué relación une a los blogueros con las empresas, y de los datos se desprende que el 81% de ellos ha escrito en alguna ocasión sobre una marca. Además, se observa que los blogueros de Motor son los más propensos a escribir sobre una marca para informar de nuevos productos, en el 90% de las ocasiones.

De estudio también se desprenden datos en relación a los incentivos que los blogueros reciben por parte de las empresas para que éstos hablen de sus productos o servicios. Así, conocemos que el pago en dinero o especie fue ofrecido mayoritariamente a los blogueros de Viajes, mientras que la prueba de producto obtuvo los mayores índices porcentuales en los blogs de Tecnología (83,3%), seguido de Motor (80,0%), Gastronomía (67,7%) y Moda y Belleza (60,9%).



ACERCA DE KANLLI

Kanlli es una agencia de marketing con corazón digital. Hoy día sólo hay una cosa permanente: el cambio. Y el cambio es la norma fija en el mundo de la comunicación y el marketing. Kanlli es la agencia de marketing que ayuda a las marcas a triunfar en un mundo en constante cambio. Entre sus clientes se encuentran prestigiosas marcas como Asisa, Domino´s Pizza, Iberocruceros, Perspirex, pepecar.com, moviles.com o Prosegur.

ACERCA DE OMEXPO

Online Marketing Expo es el mayor evento del marketing digital que tiene lugar en España. Cuenta con dos ediciones anuales, una en Madrid y otra en Barcelona. Adicionalmente, celebran otro encuentro en Lisboa (Portugal), así como en distintos países de Latinoamérica a través de OMExpo Latino, que este 2012 se celebrará en Bogotá (Colombia) en noviembre, y en México DF en el mes de diciembre.

En esta edición en Madrid, la octava, los profesionales del sector tienen una cita, de registro gratuito, en el pabellón 6 de IFEMA los días 21 y 22 de marzo. A lo largo de las jornadas participarán en el congreso más de 200 ponentes nacionales e internacionales, junto con Expo E-commerce. El espacio de la feria contará en esta ocasión con más de 200 expositores y cerca de 10.000 visitantes profesionales.

CONTACTO

Elena Lostalé

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

comunicacion@kanlli.com