

Eficacia y seguridad en las notificaciones web-push según Pau Llambi

Ahora que los usuarios son más exigentes que nunca, los expertos en marketing buscan herramientas y recursos para ofrecer la seguridad que se merecen mientras navegan por la red

Entorno digital, sí pero seguro. Los usuarios lo tienen claro y saben también quiénes son los responsables de asegurar el brand safety. Una encuesta elaborada por Sizmek, y en la que participan 522 profesionales de la industria procedentes de Estados Unidos y Europa, concluye que el 38% asegura que son las marcas las principales responsables de velar por la seguridad en este ámbito. Al navegar por internet, se acepta que habrá publicidad por el camino pero cada vez hay más controles para conseguir que ésta no sea intrusiva ni especialmente molesta. En eso consiste el brand safe, en proporcionar calidad en los espacios publicitarios. El objetivo es mantener la imagen del anunciante y la marca segura y protegida. Las ventajas son, por un lado, la reputación óptima de ésta y, por otra, el buen rendimiento de los medios. Pero para hacerlo posible, es necesario que todos los actores del entorno digital se impliquen y se responsabilicen.

Algunos de los métodos para llevar a cabo esta protección son la creación de filtros a las páginas web con contenidos de violencia, por ejemplo. También se pueden generar perímetros seguros y controlados a través de las llamadas listas blancas, en la que se recopilan URLs o entornos válidos y seguros. En contra, las listas negras hacen mención a aquellas URLs o entornos que no son válidos o seguros.

El error de muchas marcas es adentrarse en el universo digital sin un planeamiento estratégico previo. Por eso, los usuarios consideran que es esencial que estudien en detalle dónde van a situar la publicidad porque, si algo quieren, es una navegación segura y cómoda.

Pero la seguridad va más allá de la publicidad y también se persigue a través de otros recursos de los marketers. Recientemente, las notificaciones push se han convertido en un camino que acorta distancias para mantener la comunicación con el usuario. El experto en marketing Pau Llambi recuerda que no son lo mismo que las notificaciones web clásicas de la vieja escuela, aunque la confusión es genuina ya que ambas funcionan relativamente de la misma manera. Sin embargo, la diferencia es que, a diferencia de la inserción web, la notificación web sólo funcionará cuando la página web correspondiente esté abierta en el navegador. Por lo tanto, si la página web afectada está cerrada, aún puede activar la inserción web, pero no la notificación web.

Para Llambi, uno de los aspectos más interesantes es que solo funcionan con sitios web seguros de SLL (https). Por lo tanto, con las notificaciones Web Push no existe el riesgo de terminar en la carpeta de spam. Tampoco puede ser bloqueado por bloqueadores de anuncios.

En su web, también recomienda no enviar mensajes web a los usuarios que ya tengan activada la

notificación de inserción de aplicaciones y dar la bienvenida a través de un mensaje, tan pronto como el usuario acepte la solicitud de notificación.

Aunque cada vez tienen más presencia y no obstaculizan la seguridad en el entorno digital, Pau Llambi considera que por ahora, son el complemento fantástico a las estrategias de email marketing y las notificaciones “in-app”.

Sobre Pau Llambi

Fundador y CEO de Marketers Group. Ha dirigido 8 ediciones del máster de Marketing digital & Inbound marketing en INESDI donde han participado un total de 200 alumnos. También mentoriza Startups que puedan ser interesantes y desarrolla formaciones a empresas que están viviendo su digitalización. Es conferenciante en algunos eventos donde imparte charlas sobre técnicas de atracción de tráfico, estrategia digital, social-selling y SEO principalmente.

Más información en www.paullambi.com

Datos de contacto:

M. Sanchez

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Ciberseguridad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>