

Las noticias negativas generan un 50% más de tráfico a la web del perjudicado que las positivas

Las redes sociales son las mayores generadoras de tráfico ya que las publicaciones de artículos con más engagement generan hasta un 113% de visitas

Madrid, 13 de septiembre de 2022. ¿Es mejor que hablen de uno aunque sea mal a que no hablen? Las noticias negativas generan un 50% más de tráfico a la web del protagonista de la información que cuando son positivas, según el informe [“Cómo influyen los medios ganados en el comportamiento del consumidor”](#), de Onclusive, referente mundial en media intelligence.

Este dato confirma que, ante una mala noticia, se genera una mayor curiosidad en el consumidor, quien accede al principal soporte de una empresa, su página web, para satisfacerla. De ahí la importancia de tener en cuenta este comportamiento en los planes de crisis de las empresas, para “convertir una crisis en oportunidad” y tratar de aumentar la notoriedad de marca.

No obstante, las redes sociales son las más determinantes para el consumidor. Así, a mayor ‘engagement’ de la publicación, más impacto en las visitas a las páginas web de las marcas mencionadas, hasta un 113% más. Un 280% más si hablamos de acciones dentro de la página (solicitar información sobre un producto/servicio, suscribirse a su newsletter, etc).

En este sentido, Onclusive explica que, cuando un usuario decide interactuar con una publicación en redes sociales (por ejemplo, compartiéndola), es más probable que haga acciones adicionales, como visitar la web de la empresa mencionada y navegar por ella.

A más relevancia, más “calidad” en las visitas a la web

En cuanto a la importancia del medio, el impacto que tiene en el consumidor es relativo. Así, si se dividen los medios en tres niveles en función de su reputación, aquellos con más alta (los medios generalistas más conocidos) no necesariamente generan más tráfico en la web del protagonista de la noticia. Pero, en cambio, sí genera más acciones en la web, hasta un 41% respecto a los de reputación media y un 73% frente a los de menor reputación (blogs y medios especializados).

Esto significa que salir en un medio de referencia no genera un extra de visitas a la web, pero aquellos que entran, interactúan mucho más y, por tanto, el impacto es mucho mayor.

Otra de las conclusiones del informe es el impacto que tiene aparecer o no en el titular de una noticia. Ese extra de visibilidad genera hasta un 16% más de tráfico en la web y, especialmente, un 27% más de acciones dentro del sitio.

Además, otro importante generador de visitas -aunque depende del medio y del periodista su inclusión- es el llamado retroenlace, es decir, el enlace a una empresa o marca dentro de una noticia o artículo. Y es que salir citado y enlazado puede llevar a un 87% más de tráfico en la web y un 45% más de acciones.

Según Héctor Linares, director general de Onclusive España, “es crucial para las empresas identificar aquellos medios relevantes para ellas, teniendo en cuenta su público, y cuidar el contenido que aparezca, sabiendo lo que es relevante para ellos, lo que puede ayudar a contrarrestar una crisis, etc. Hay que saber qué es lo que funciona y seguir ese camino, y para ello es fundamental monitorizar los medios en tiempo real e ir implementando los cambios y optimizaciones necesarias”.



El informe completo está disponible [aquí](#).

Sobre Onclusive

Onclusive es el nuevo socio global para el éxito de las estrategias de comunicación y relaciones públicas. Es el resultado de la fusión de Kantar Reputation Intelligence, la empresa líder de seguimiento y medición de medios de comunicación de Europa, con las mejores herramientas de PRgloo y la potente IA y ciencia de datos de Onclusive. Nuestra tecnología, conocimientos y experiencia dan sentido al panorama actual, fragmentado y cambiante, de los medios de comunicación, ayudando a sus clientes a gestionar, controlar, medir y analizar sus acciones de comunicación. Mejora y demuestra tu rendimiento y valor con Onclusive. On your side. www.onclusive.com/es