

Richmedia

Richmedia se refiere a aquellos anuncios con tecnología HTML5, lo que permite la creación de publicidad que cuenta con acciones que permiten la interacción del espectador y el recurso, lo cual resulta muy atractivo. La publicidad puede ser audio, animación o video, dichos recursos pueden ser flotantes o expandibles y en ocasiones se puede interactuar con el recurso, ya que también se diseñan minijuegos interactivos de 2 o 3 movimientos al pasar el ratón por encima.

Al ser recursos con una mayor complejidad en cuanto a su diseño, también nos brindan más información, como lo es, el número de veces que se ha activado el anuncio o el número de personas que abandonan la página al saltar los anuncios, estos datos que arrojan son en base al comportamiento que tiene el espectador al tener contacto con el anuncio.

Richmedia, como puedes darte cuenta, es diferente a los recursos de display como lo son los videos, audio y gifs, los cuales permanecen estáticos.

Toda esta constante evolución de la forma de presentar publicidad es con el objetivo de atraer la atención de los consumidores, ganar mercado, y transformar el interés y atención que prestan a estos recursos en ventas. Se llega a pensar que este tipo de publicidad puede resultar intrusiva (Outbound marketing), por lo que se aconseja que estos recursos sean manejables por el espectador por medio de la utilización del ratón, para que puedan desplegar o no y salirse del recurso cuando así lo desee.

Para comprender mejor de lo que hablamos vamos a ejemplificar los tipos de anuncios Richmedia:

- Expandible. Estos anuncios se van a desplegar una vez que se hace rollover por medio del ratón. Una vez que la pantalla se centra en el lugar donde se encuentra la publicidad Richmedia, empieza el anuncio y podemos ver la cuenta regresiva para el término de este. Cuando no nos interesa ver el anuncio y vamos hacia abajo o arriba de la pantalla el anuncio se silencia.

Richmedia

- Intersticial. Son anuncios que se muestran en pantalla completa, y aparecen antes de que cargue la página destino, son usados en dispositivos móviles y aplicaciones.
- Banner. El banner como lo conocemos, pero la diferencia será que cuenta con elementos visuales más llamativos, se despliegan cuando ya se cargó en su totalidad la página destino.
- Banner flotante. Es un banner que se carga antes que la página, es decir, un banner con las características intersticial.
- Expandible multidireccional (MDE). Es un anuncio con movimiento, va a depender del lugar en el que se encuentre y la animación será al lado contrario para ocupar más espacio quedando del ancho de pantalla, por ejemplo, si se encuentra al lado derecho se desplegará al lado izquierdo quedando de un mayor tamaño, y viceversa.

Richmedia

- Intersticial multiflotante. Son anuncios intersticiales que interactúan de forma conjunta, pueden apreciarse mientras se está en la página. También pueden permanecer fijos en una parte de la web cuando se está navegando en la página.
- Pushdown. Es el anuncio que aparece en la parte superior mientras desplaza el contenido de esta hacia abajo. Es común verlo en periódicos y revistas online.
- Peel-down. Es muy parecido al Pushdown, con la diferencia que este aparece en una esquina y cuando el espectador interactúa con el anuncio este se despliega y desplaza hacia abajo el contenido de la página.
- Video. Son los anuncios que se hacen en video, se muestra en un espacio de la página como un banner pero en formato de video.

Ahora ya conoces los tipos de Richmedia, puedes identificar que todos los días los

Richmedia

vemos e interactuamos con ellos, pero quizá no sabias los diferentes tipos con los que nos podemos encontrar así como sus diferencias.

REFERENCIAS:

Marketing Online SEM (2017). Qué es Richmedia <https://digitalavenue.es/que-es-rich-media/>