



NOTA DE PRENSA

“La puerta de entrada al mercado online ruso es Yandex”

Así lo han afirmado diversos expertos en internacionalización empresarial durante un acto de presentación en España del buscador número uno en Rusia.

10 de febrero de 2015-. Yandex, el buscador con mayor cuota de mercado en Rusia, ha presentado hoy en Madrid sus servicios para empresas en España, y lo ha hecho en colaboración con Kanlli, la agencia de marketing que comercializará sus productos en nuestro país. En el evento, titulado “Kanlli te acerca al mercado Ruso con Yandex”, han intervenido el Director General de Adigital (Asociación Española de la Economía Digital), Jose Luis Zimmermann; el Key Account Development Director de Yandex, Dominik Johnson, Key Account Development Director de Yandex y el CEO de Kanlli, Gonzalo Ibáñez.

El encuentro ha estado dirigido a empresas españolas que busquen nuevas oportunidades comerciales en Rusia, ya sea para su expansión a este país o de cara a la captación de clientes rusos para sus negocios en España. Los ponentes han dado a conocer cómo se comporta el mercado digital ruso y cuáles son las claves para la internacionalización en el país más grande del mundo.

Rusia cuenta con una población que ronda los 143 millones de personas. Actualmente, la audiencia online rusa ocupa el quinto lugar en la escala mundial y, en ese contexto, Yandex copa el 61% de la cuota de mercado de las búsquedas online, muy por encima de Google, por lo que optar a este atractivo mercado pasa, inevitablemente, por llevar a cabo una adecuada estrategia en buscadores.

El acto inaugural corrió a cargo del Director General de Adigital, Jose Luis Zimmermann, quien comenzó su exposición aludiendo a la importancia de Rusia como mercado y de su potencial de crecimiento. “Estamos en un mercado global y el mercado español, sobre todo para las compañías digitales, es un mercado estrecho, pequeño, es necesario que las compañías españolas digitales observen más allá de sus fronteras, pues tienen que escalar para ser más competitivas. Tenemos que ser capaces de competir en cualquier mercado”, afirmó Zimmermann.

Rusia ofrece grandes oportunidades al mercado digital, ya no sólo por el crecimiento de la inversión en publicidad, sino también por el despunte que está experimentando el comercio electrónico: “ahora mismo el mercado ruso, en términos de volumen de negocio, es muy similar al español, pero con una peculiaridad: se estima que en 2015 - 2016 estará creciendo a un ritmo del 35%”, ha explicado Zimmermann, quien ha recordado Rusia no es sólo un mercado, sino que también “es la puerta a otros mercados que están detrás de este telón y en el que ninguna o muy pocas empresas tienen el punto de mira”.

El experto ha insistido en que “no se puede escalar sin internacionalizarse y no se puede competir sin ser grande”, y se ha referido a las dificultades que entrañan mercados tan diferentes pero a la vez tan llenos de oportunidades, mercados que es necesario conocer: “La puerta de entrada a estos mercados son los buscadores y esto es algo que tenemos que comprender y trabajar. En el caso ruso veréis que existe un operador dominante, Yandex, que no es al que estamos acostumbrados y hay que entenderlo”.



El 55,7% de los usuarios en Rusia realiza una búsqueda antes de efectuar una compra online u offline, lo cual es un porcentaje bastante superior en comparación con otros países de Europa como Alemania, Francia o Reino Unido. La evolución de la publicidad en Search en Rusia tiene una clara tendencia positiva: en 2013 supuso un 72% del total de la publicidad en el medio online.

Por su parte, el Key Account Development Director de Yandex, Dominik Johnson, ha ofrecido datos del mercado ruso de interés para los potenciales inversores, tales como que Yandex es el sexto motor de búsqueda más importante en el mundo, y el primero en Rusia, donde posee un 60,5% de cuota de mercado, y destacó la importancia de la audiencia rusa en Internet, que ya en 2013 fue la más numerosa de Europa. "Existen 82,9 millones de usuarios activos en Rusia, de los cuales 30,6 millones de usuarios son activos sólo en comercio electrónico, por lo que existe un gran potencial de crecimiento en esta rama", ha señalado el representante de Yandex, quien, además, ha indicado que crece la penetración de nuevos sistemas de pago frente al *cash*.

Johnson ha señalado que la publicidad contextual es la más popular en Rusia y que continúa creciendo, y ha destacado el auge del comercio electrónico, un crecimiento que se debe a la expansión de los compradores regionales y que se estima se duplicará este año con respecto a 2011. "Rusia puede ser uno de los mercados donde hacer crecer los negocios por su gran potencial en el futuro, aunque esté pasando por un momento puntual", ha asegurado Johnson, y ha añadido: "Creo que los buscadores deben ayudar al usuario en sus búsquedas, y la publicidad debe contribuir a ello. Por ello, la publicidad contextual es la forma más común de publicidad online".

Sobre Yandex, Johnson ha señalado su cotización en el Nasdaq de Nueva York con una capitalización total de nueve mil millones de dólares. "Tenemos actualmente más de 600 empleados con oficinas en Rusia, Ucrania, Bielorrusia, Estados Unidos, Suiza, Turquía y Alemania" ha explicado, y ha querido señalar que Yandex es uno de los seis buscadores con tecnología de búsqueda propia en el mundo, junto con Seznam en Republica Checa o Baidu en China, con el que Kanlli tiene un acuerdo para la distribución en España "En esa línea, hemos pensado que Kanlli es un socio relevante para nosotros y que sabrá responder a vuestras necesidades frente al mercado ruso".

El experto ha explicado que únicamente tres compañías tienen oficialmente un registro completo de todas las páginas webs del mundo: Google, Bing y Yandex. "Si nos interesamos por los servicios desarrollados por algunos de los principales buscadores, vemos que no siempre es Google el que lidera la carrera, sino que Yandex ha sido pionero en lanzar algunos servicios como el de noticias o el análisis de lenguaje", ha añadido.

Finalmente, el CEO de Kanlli, Gonzalo Ibáñez, también ha manifestado la necesidad de entrar en Rusia a través de la puerta de Yandex y ha presentado varios ejemplos de búsquedas de personas con intención de compra, destacando sectores como el de la moda y el turismo, donde España es muy competitiva. "El usuario ruso busca la reserva online, no sólo viene empaquetado, sino que también compra productos por separado y se organiza su propio viaje", ha desvelado Ibáñez, "Hoteles in Spain tiene entre seis mil y 27 mil búsquedas mensuales, dependiendo de si es temporada baja o alta, por lo que en el mundo del turismo sí que hay una oportunidad clara en Yandex para nuestro mercado".



Pero moda y turismo no son los únicos, otros sectores tienen grandes oportunidades en Rusia, entre ellos ha destacado como curiosidad, los fabricantes de azulejos. "Si alguno de vosotros necesitáis que hagamos una búsqueda de vuestro sector y mirar si hay potencial, no dudéis en solicitárnoslo", ha ofrecido Ibáñez, quien también ha explicado las diferencias que tiene Yandex en comparación con otros buscadores a los que estamos más acostumbrados, como puede ser Google. "La publicidad la compramos de manera distinta: tenemos varios espacios y podemos hacer compras o pujas específicas para cada uno de ellos, construyendo estrategias específicas para cada posición".

En Yandex existen cuatro principales formas de publicitarse: Search Network, que se refiere a la publicidad en la red de búsqueda o PPC; Advertising Network (YAN), en relación a la publicidad en una red de páginas asociadas; Yandex Services, que ofrece anunciarse en páginas de servicios propios de Yandex (maps, news, weather) y Yandex Context Banner, de banners que aparecen en su propia red de búsqueda. Ibáñez ha querido destacar también los sistemas de métrica, algo "muy importante para Yandex y para el mercado ruso, pues si algo les caracteriza a los rusos es su avanzada tecnología".

El CEO de Kanlli ha finalizado su intervención haciendo hincapié en la importancia de contar con un equipo de gente local que comparta la cultura rusa "necesitamos gente local que entienda qué es lo que está pasando en el país, pero también visiones globales que nos ayuden a que nuestra marca sea implementada. A pesar de la situación actual de Rusia, creemos que en el largo plazo es un gran mercado para nosotros, y los rusos son un gran mercado para nuestro turismo".

ACERCA DE KANLLI

Kanlli es una agencia de marketing con corazón digital y clara vocación internacional que trabaja con prestigiosas marcas como Prosegur, Laboratorios Rovi, Travel Club o Makro. Tras el acuerdo con Yandex, Kanlli da un paso más después de que en 2013 se convirtiera en comercializadora exclusiva en España de Baidu, el principal motor de búsqueda en China. Kanlli ayuda a empresa a aumentar sus ventas en los mercados internacionales, pues ya trabaja en diversos países como Rusia, Polonia, Francia, China, Reino Unido, Dinamarca, Kazajistán, México o Alemania

ACERCA DE YANDEX

Yandex es el buscador número uno en Rusia. Supone el 62% de todo el tráfico desde buscadores en dicho país, y opera también en Bielorrusia, donde tiene un 45% de cuota de mercado, así mismo tiene presencia en Ucrania (33%), Kazajistán (24%) y Turquía (5%).

ACERCA DE ADIGITAL



La Asociación Española de la Economía Digital, adigital, integra a empresas y entidades interesadas en el desarrollo de la economía digital para el impulso y la defensa de sus intereses. La Economía Digital se refiere a la revolución social y económica que se está produciendo por el auge de las nuevas tecnología, lo que que afecta a la estrategia de las empresas y a su relación con clientes.

CONTACTO

Elena Lostalé

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

comunicacion@kanlli.com