

2002

A stylized globe composed of numerous thin, parallel lines, creating a textured, wireframe effect. The globe is centered in the background of the logo area.

todotrial
.com

Revista electrónica especializada en Trial

Sumario

Siglo XXI. Las nuevas tecnologías. 1

Todotrial.com: Evolución. 2

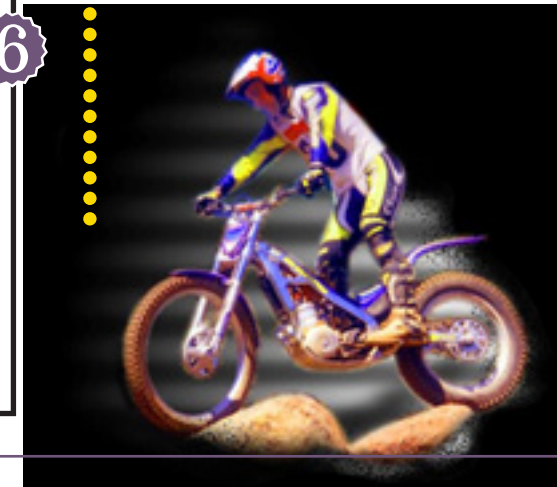
Estadísticas. 3

Mirando al futuro. 4

Una nueva forma de publicidad. 5

Perfil del visitante de Todotrial. 6

Todotrial S.L.
Madrid, Barcelona
www.todotrial.com
E-mail: todotrial@todotrial.com
Tels. 914586268, 918974300



Siglo XXI. Las nuevas tecnologías.

1

El nuevo siglo supone un reto en cuanto a avances tecnológicos, estamos ante una nueva etapa de la historia, la llamada era de la información.

Con la llegada de internet y su creciente popularidad, la sociedad ha cambiado en todos sus aspectos, afectando prácticamente a todas las áreas de nuestra vida, y por ello, el mundo del deporte, y por lo tanto del trial no puede quedarse atrás.

Todotrial es un claro ejemplo de como dar a los seguidores de un deporte toda la información que pueden desear, hasta el punto de convertirse en el lugar de visita obligada y punto de reunión con los demás aficionados.

Se trata del único medio de comunicación nacional dedicado exclusivamente al mundo del trial y su repercusión llega a ser internacional, en apenas dos años de existencia en la red.

Su información llega a cualquier aficionado que esté conectado a la red desde cualquier lugar del mundo, pudiendo disfrutar al momento de la información más actual o de las secciones en las que puede participar activamente.

Todo lo que cualquiera desearía respecto a su mayor afición.

Este es un tren que no hay que perder...



Todotrial.com: Evolución.



crecemos...

Todotrial.com, surgió de la afición por este deporte, uno de los más tradicionales y con más aficionados de nuestro país, pero que sin embargo sufría de la ausencia de información tanto en la Red como en los medios de comunicación tradicionales e incluso en las revistas del motor.

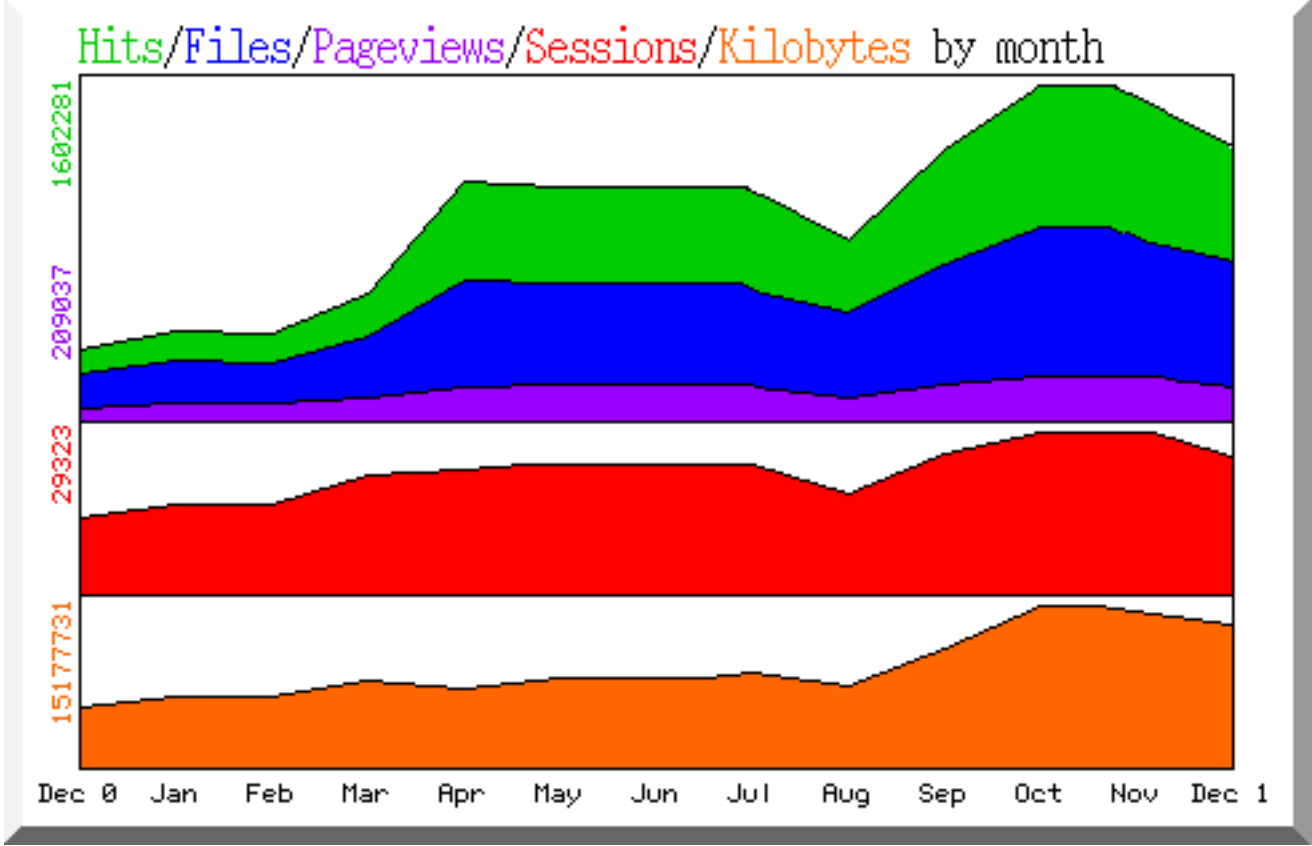
Con sólo dos años de existencia ha logrado una gran acogida por parte de todos los ámbitos relacionados de un modo u otro con este deporte: aficionados, deportistas profesionales, fabricantes, talleres, comercios...

Esta realidad ha consolidado el proyecto en un tiempo record y muy especialmente en los últimos 12 meses, con un crecimiento extraordinario que ha permitido entrar en una nueva etapa, mejorando los contenidos, diseño web y funcionalidad, buscando una imagen mas dinámica y moderna, atractiva tanto para los usuarios como para los anunciantes, dando a estos últimos una rentabilidad muy positiva en inversión publicitaria.

Todotrial pretende proseguir con esta eficacia en el trabajo dotando a este deporte de la difusión y conocimiento que merece, facilitando a los aficionados y profesionales una via de información constante y actualizada. Pero además el ritmo se sigue incrementando, y lo hará de igual forma que internet se irá implantando paulatinamente en los hogares de todo el mundo.

Estadísticas.

Estos son algunos de los datos estadísticos mas destacados de Todotrial:
No vamos a aburrir a nadie con frios y machacones datos, pero en estos gráficos vemos como Todotrial ha ido aumentando su popularidad, contando en octubre 2001 con 1.602.000 hits, y 209.000 páginas vistas, justo antes de iniciar el típico bache navideño.



Mirando al futuro.

La gran evolución y el éxito que está teniendo Todotrial nos permite afrontar el futuro con optimismo. Todotrial está en vanguardia de todos los avances que se producen en internet y de la información en general, y es capaz de adecuarse a ellos para estar siempre al día y ofrecer nuevas experiencias y posibilidades. Evolucionamos al mismo tiempo que lo hace nuestra sociedad.

Las promociones y campañas de marketing realizadas por Todotrial han hecho que sea conocido por todos los aficionados del mundo, independientemente de que estén o no conectados a la red.

Las revistas tradicionales más importantes, han dedicado en diversos números espacios para presentar al público Todotrial, y los grandes campeones, como Jordi Tarrés o Doug Lampkin, se han mostrado ilusionados con esta iniciativa y se confiesan lectores habituales. Además se

ha conseguido que la persona que visita por “enganchado”, pudiendo presumir de

Todotrial es ya algo más que una revista entrado con fuerza en el mundo del ha abierto sus puertas con gran

primera vez la revista, quede

lectores fieles cien por cien.

On Line, es un fenómeno que ha deporte del trial y al que éste entusiasmo.



Mirando al futuro.

Pero Todotrial no se conforma con esto. También realizamos una gran campaña de publicidad tanto dentro como fuera de internet, mediante el patrocinio de casi todas las pruebas del Campeonato de España de Trial, la organización de triales indoor y otras actividades.

También apoyamos a las jóvenes promesas del trial nacional, los conocidos como PILOTOS TODOTRIAL.

Josep Manzano, Campeón del Mundo Junior 2001, Campeón de Europa 2001

Dani Oliveras, Subcampeón de España Cadete 2001, 3º en la Copa de Europa para jóvenes 125 c.c. 2001

Diego Garrido, 3er clasificado en el Campeonato de España categoría Junior 2001

Sergio Puyo, Subcampeón de España Senior C 2001

JOSEP MANZANO

CAMPEÓN DEL MUNDO

2001

Categoría Junior

CAMPEÓN DE EUROPA

2001



Una nueva forma de publicidad.

5

La llegada de internet ha supuesto una nueva manera de hacer publicidad, pero para que sea efectiva, hay que hacerla de forma especial. En Todotrial creemos en nuestro propio sistema, para nosotros la publicidad debe ser amable, respetuosa, lo más personalizada posible, de nada sirve una publicidad que irrumpe en el navegante molestándole y ofreciendo algo que no le interesa.

La publicidad en Internet debe encaminarse a cada persona, esto es imposible, pero hay algo muy parecido, crear una publicidad específica para un perfil determinado de persona, personas que sean clientes potenciales, a los que se llegue de modo discreto pero llamativo, sin molestias y que ofrezcan algo que seguro les interesa precisamente por su perfil, y además hay que ofrecerlo de manera amigable, en su propio medio, en aquel en el que se sienten identificados, en Todotrial.

Todotrial ofrece a las empresas una conexión directa con el potencial cliente, una conexión amable, pues los destinatarios de esta publicidad se muestran realmente receptivos a la misma, e incluso crea en ellos cierta simpatía, la sensación de que esa empresa anunciante en Todotrial, se ocupa de los aficionados a ese deporte y también ellos muestran su agradecimiento en el apoyo y confianza que las empresas dan a Todotrial.

Todotrial está negociando con potenciales anunciantes bajo la perspectiva de un medio de comunicación en continuo crecimiento y consolidación, donde existen ya miles de seguidores y otros nuevos se unen cada mes. La continua actualización de los contenidos mantiene constante el crecimiento de nuestros usuarios.

Todotrial ofrece diversas fórmulas de publicidad, con una amplia gama de posibilidades, desde el soporte publicitario básico, el banner estático, dinámico o interactivo, puerta directa a la empresa anunciadora, hasta el patrocinio de secciones, reportajes, campeonatos, pasando por la publicidad indirecta, como la presentación de productos, la cobertura informativa, o las promociones o campañas de venta a través de Todotrial Shop, los espacios exclusivos, el patrocinio a nuestros pilotos y un sinfín más de posibilidades.



Perfil del visitante de Todotrial. 6

A continuación ofrecemos el perfil socioeconómico del visitante de Todotrial:

El lector habitual es principalmente un hombre (85%) o una mujer (15%) de entre 11 y 60 años de clase media, media alta y de nivel cultural medio o alto. Se trata de personas cuyas profesiones se pueden encuadrar en cuatro grandes grupos: empleados (35%), comerciantes (35%), empresarios (15%), y profesionales liberales (15%).

Viven principalmente en capitales de provincia o núcleos grandes de población, aunque otra gran parte vive en poblaciones medias o tiene segunda vivienda en localidades de montaña. Con un nivel económico medio, alto, lo que se refleja en el tipo de vivienda, automóvil, la propiedad de motos de diversa clase o la existencia de conexión a internet en el domicilio, aunque gran parte accede a internet desde el lugar de trabajo.

Este público se siente atraído no sólo por la naturaleza y la vida sana sino también con todo lo que se relaciona con ella y con la práctica de aficiones en este medio. El interés por el medio natural y el deporte es para ellos una forma de vida, y sus escapadas al campo se prolongan durante todo el año, independientemente de la climatología. Por ello utilizan material y ropa específica para la práctica del deporte, así como ropa y calzado deportivo, que se usa como vestimenta habitual los fines de semana, a lo que hay que añadir las prendas para el frío y la lluvia así como todo tipo de utensilios deportivos como gorras, gafas, etc. Tampoco se debe olvidar lo importante que para ellos son los productos energéticos, bebidas, refrescos, zumos naturales...

Además es importante la forma de desplazamiento hasta estos lugares, para lo cual utilizan tanto el coche como la moto, y en muchos casos necesitan hacer uso de remolques. Así cobra vital importancia el tema de los seguros, así como carburantes, aceites y productos para el mantenimiento de los vehículos. Suelen cuidar bastante todo aquello relacionado con su deporte, para lo que es muy importante el uso de máquinas y productos de limpieza, así como todo tipo de lubricantes.

La gran mayoría tiene una vivienda en el campo con lo cual son consumidores habituales de material para el mantenimiento del jardín y herramientas de todo tipo, para la casa, el jardín o la moto.

Para finalizar, debido a su nivel económico y cultural, no hay que olvidar la importancia que da a los productos tecnológicos tanto informáticos como de otra clase, como telefonía móvil, electrodomésticos, y todo lo que haga más fácil el acceso internet para acceder a Todotrial.com

