

Comercio Electrónico Orientado a Emprendimiento

Márketing Online (1)

Dani Cerqueiro

@danicerqueiro

www.danicerqueiro.eu

Embudo conversión

2 conceptos clave:
Conversión e
Captación.



Banners (Display)

Banner: ¿Que é?

Un *banner* (en castelán: “banderola”) é un formato publicitario en Internet.

Esta forma de publicidade por internet consiste en incluír unha peza publicitaria dentro dunha páxina web.

Practicamente na totalidade dos casos, o seu obxectivo é atraer tráfico hacia o sitio web do anunciante que paga pola súa inclusión.



Galicia Banner



The screenshot shows the homepage of GaliciaBanner. At the top, there is a logo consisting of a red stylized house shape with two dots for eyes, followed by the text "GALICIABanner" in a bold, sans-serif font. Below the logo, a navigation menu includes links for "GaliciaBanner", "Cobertura", "Agencia", "Clientes", "Galería", and "Contacto". The main content area features a large heading "Red GaliciaBanner" with a sub-heading "Red GaliciaBanner". The text describes the network as a collection of Galician websites and independent portals. To the right, there is a "solicitar información" button and a "noticias" section with a list of news items, each preceded by a red asterisk. At the bottom left, there is a "Tecnología" logo.

GALICIABanner

la mejor red de portales gallegos. Publicidad online en Galicia. La publicidad en Internet para Galicia es GaliciaBanner.

GaliciaBanner | Cobertura | Agencia | Clientes | Galería | Contacto

Red GaliciaBanner

La red GaliciaBanner, producto origen de la agencia de medios interactivos, consiste en una red exclusiva de portales de Internet gallegos. La red GaliciaBanner gestiona la publicidad online de más de 20 portales gallegos, entre los que se encuentran los principales cabeceras gallegos así como los portales independientes de mayor cobertura en Galicia.

Una red de portales que alcanza una cobertura mensual de más de un millón de usuarios online y genera cifras cercanas a los 20 millones de impresiones cada mes.

La red GaliciaBanner opera desde el año 2000 como proyecto de la consultora REDONC y a partir del 2001 como línea de negocio de la agencia de medios interactivos. Desde entonces se ha pasado de crear tanto en cobertura como en anunciantes.

Tecnología

solicitar información

noticias

- ✖ Víctor Chanderín busca Miles Agencias en España con la agencia Eligie
- ✖ Eligie realiza un Estudio sobre miles de sitios en España para la I&D Spain
- ✖ Eligie abre oficinas en Italia
- ✖ Rubén López Ferrás, nuevo director general de Eligie España
- ✖ Google busca alternativas al marketing basado en palabras clave
- ✖ Los sitios usan YouTube como proveedor externo
- ✖ Anunciantes buscan Eligie.com

Email márketing

Email márketing: ¿Que é?

Uso do *email* para realizar accións de marketing.

- Promocións.
- Boletíns.
- Fidelización.
- ...



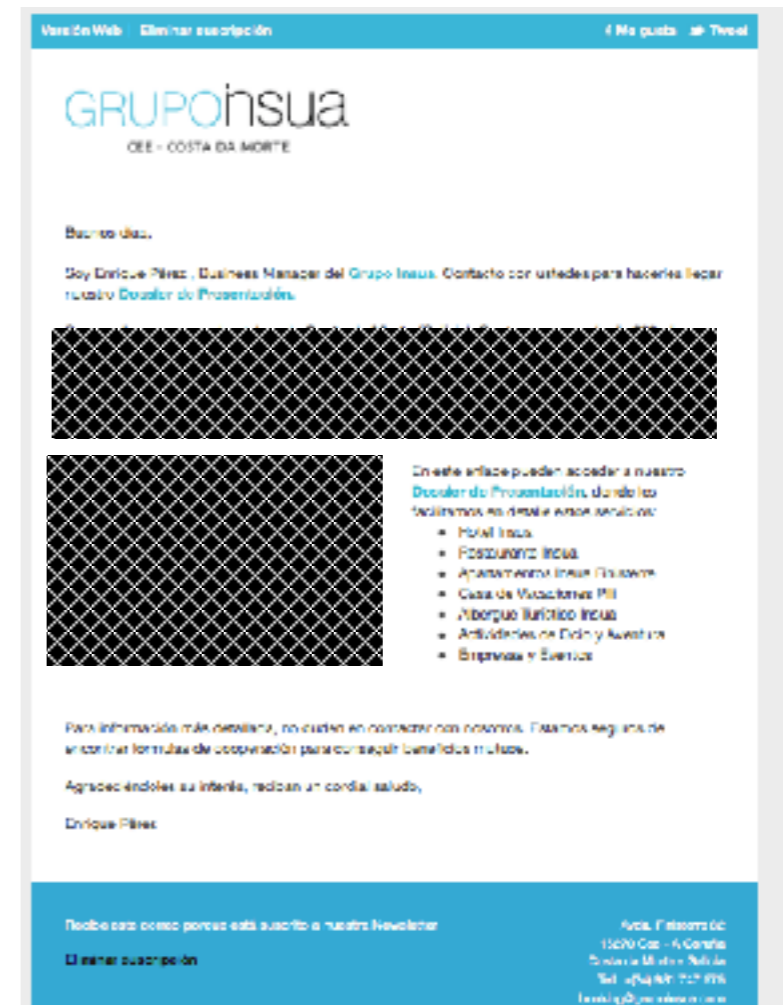
Email marketing vs Spam

Diferença fundamental:
Permissão.



Email marketing: Elementos

- ▶ Base de datos.
- ▶ Ferramenta profesional.
- ▶ Diseño.
- ▶ Asunto.
- ▶ Uso de imaxes.
- ▶ *Call to action.*

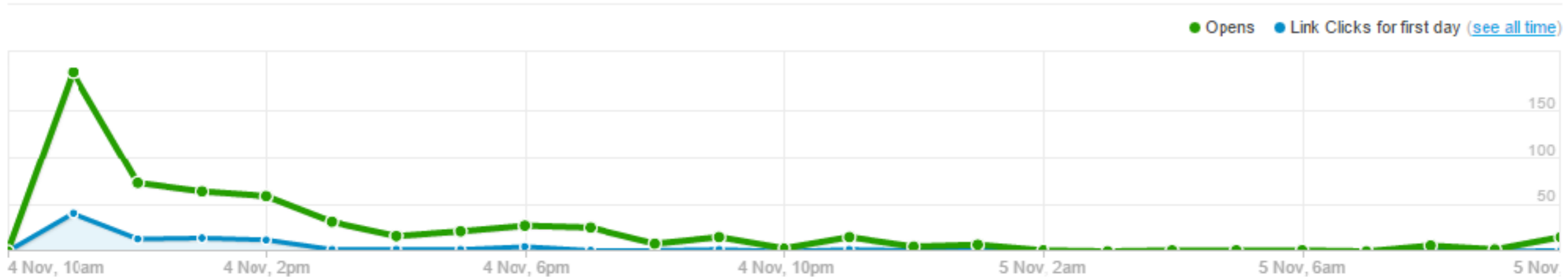


Email marketing: Estatísticas

- ▶ Rebotados.
- ▶ Tasa de abertura.
- ▶ Clics (CTR).
- ▶ Baixas/Spam.



Email marketing: Estatísticas



- 344** [Unique opens](#)
881 total opens to date
- 43** [Bounced](#)
3.59% couldn't be delivered
- 779** [Not Opened](#)
Open rates are [only estimates](#)

- 30.63%** of all recipients [opened so far](#)
- 30.23%** [clicked a link](#) (104 people)
- 0.53%** [unsubscribed](#) (6 people)
- 0** people marked it as spam (0%)
- 0** [shares](#) across Facebook, Twitter & email

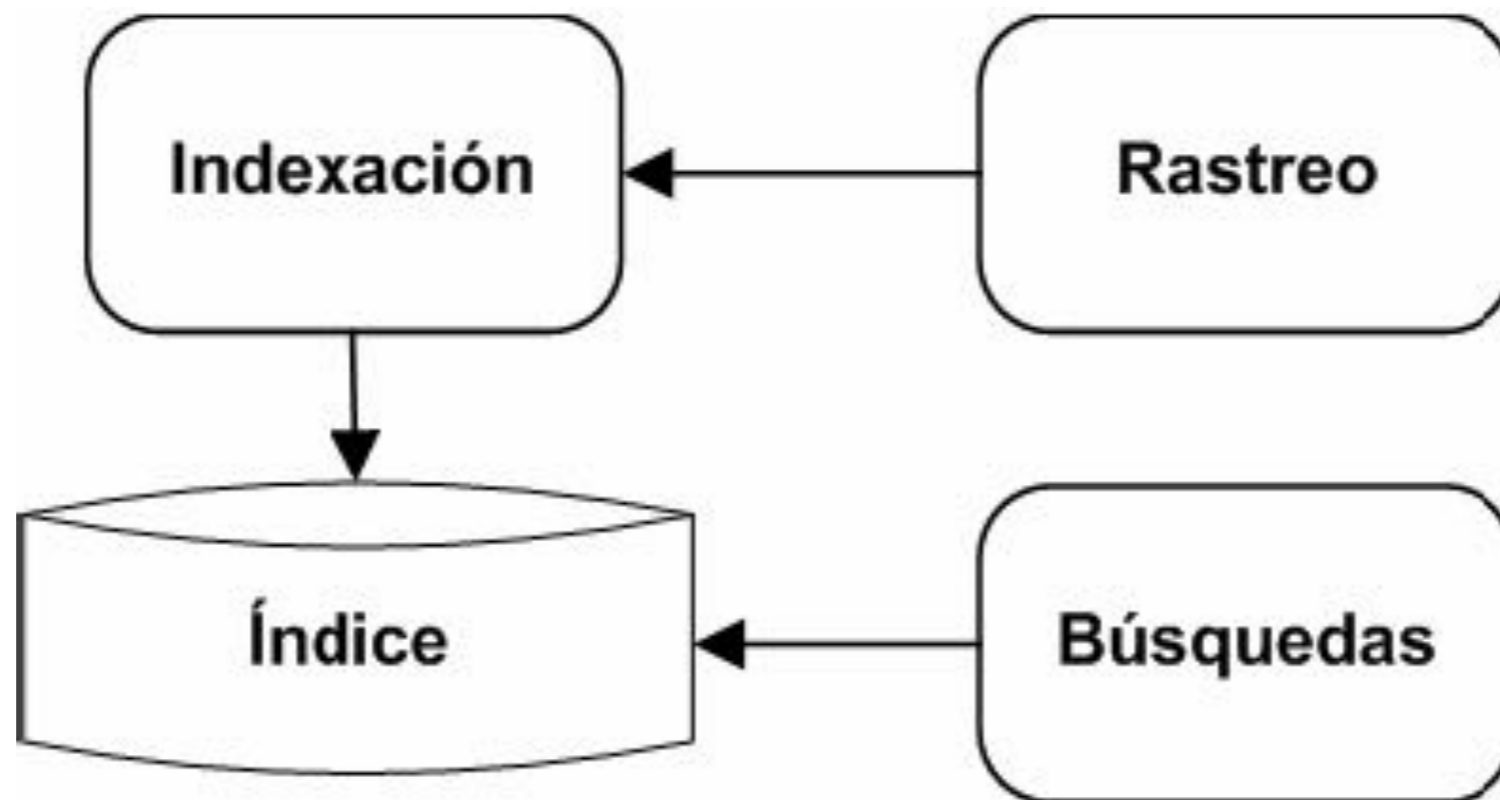
SEO

Seo: ¿Que é?

Diversas técnicas que pretenden lograr que os buscadores sitúen unha determinada páxina web nunha posición mais alta dentro da súa páxina de resultados para determinados termos e frases clave de busca.



Seo: Como funciona



Fuente: <http://chopo.pntic.mec.es>

Seo: Diferenza con SEM

The image shows a Google search interface for the query "zapatos de mujer baratos". The search bar is at the top, with the Google logo on the left and a search button on the right. Below the search bar, the text "Search" and "About 7,380,000 results (0.41 seconds)" are visible. A prominent orange banner on the right side of the page reads "SEM - Resultados Patrocinados".

On the left side, there is a vertical menu with options: Web, Images, Maps, Videos, News, Shopping, and More. A green box on the left side of the page contains the text "SEO Resultados Organicos o Naturales".

The search results are divided into two main sections:

- Sponsored Results (SEM):** These are highlighted with an orange border. The top result is an advertisement for "Kmart® Ropa para Mujeres" with a link to "www.kmart.com/Mujeres", a 5-star rating, and 1,044 reviews. Below it are three more sponsored ads for "Zapatos Nueva Colección", "Zapatos De Marca Baratos", and "Zapatos De Marca Baratos".
- Organic Results (SEO):** These are highlighted with a green border. The first organic result is from "www.igogo.es" titled "Los Mejores y Baratos Zapatos de mujer, botas mujer de China...". The second is from "www.sarenza.es" titled "Zapatos baratos – outlet zapatos | entrega y devolución gratis!". The third is from "www.milanoo.com" titled "Sandalias mejor mujer, zapatos baratos al por mayor y menor...".

Seo: Factores



Seo: Factores *seo on page*

- Contido.
- Dominio.
- *URLs SEO-friendly.*
- Código *HTML.*
- Tempo de carga.





Seo: Factores *seo off page*

- Enlaces entrantes.
- Calidad > Cantidad.
- Redes sociais.




Seo: Exemplo

Google  


[Todo](#) [Imágenes](#) [Vídeos](#) [Shopping](#) [Noticias](#) [Más ▾](#) [Herramientas de búsqueda](#)

Aproximadamente 156.000 resultados (0.44 segundos)

Encuadernación artesanal - YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=w91V0H0bK18> ▾
11 jul 2014 - Subido por Adda Torres
Encuadernación artesanal costura básica 1 Si son del DF se puede mandar guillotinar en la colonia transitó, a ...




Imágenes de encuadernacion artesanal [Denunciar imágenes](#)



[Más imágenes de encuadernacion artesanal](#)

Encuadernacion Artesanal Belga Cuadernos 120 p Encuadernacion ...
<https://www.youtube.com/watch?v=I-RT3Ufjms>
23 abr. 2010 - Subido por PinturaFacil Scrap y Manualidades
Tutorial de encuadernación artesanal para encuadernar hojas sueltas y hacer cuadernos de 120 páginas paso ...



Encuadernación artesanal de libros CODICE - A Coruña - Galicia ...
[codize.com](#) ▾
Taller artesanal de encuadernación de libros para pequeñas y medianas tiradas. Diseños propios. Técnicas tradicionales y materiales de calidad.

SEM

SEM: ¿Que é?

Creación de campañas publicitarias co fin de gañar visibilidade nos buscadores a través de **pago por clic** ou **pago por impresi3ns.**

Mapa de taller mecánico madrid



Anuncios

Talleres Mecánicos Madrid

www.tallercochesrivas.com/
Carmauto Rivas. Tu taller de coches en Rivas-Vaciamadrid

Talleres Mecánicos Madrid

www.tallerator.es/buscador-de-talleres
Compara Tu Taller Mecánico Madrid. ¡Ahorra en tus mantenimientos!

Talleres Mecanicos

www.talleresmecanicosenmadrid.com/
Talleres Mecanicos Comunidad Madrid
Todo en Mecanica del Automovil

Talleres Mecánicos Madrid

www.tallerautomovilmostoles.com/
Nascar Motor en M3stoles
Mecánica y Electricidad Autom3vil

SEM: Glosario de termos

- Impresión: Cada vez que se mostra un anuncio.
- *CTR (Clic Through Rate)*: Clics/impresións.
- *CPM*: custe por mil impresi3ns.
- *CPC*: custe por clic.

SEM: Google Adwords



Adwords: Configuración das campañas

- Busca e/ou *Display*.
- Segmentación: tipo de dispositivo, ubicación, idioma.
- Orzamento: diario ou por campaña.
- Data inicio e fin.

Adwords: Definición de palabras clave

- Relevancia (volumen de búsquedas).
- Competencia.
- Concordancia: amplia, “de frase”, [exacta].
- Palabras clave negativas.

Adwords: Deseño dun anuncio

Título do anuncio

Descrición e detalle da campaña publicitaria.

www.dominio.com

http://

Móvil

Google revisará su anuncio modificado y es posible que no se publique hasta que dicha revisión haya finalizado. La mayoría de los anuncios tardan un día laborable en revisarse. [Más información](#)

Anuncio en el lateral

Título do anuncio
www.dominio.com
Descrición e detalle da campaña publicitaria.

Anuncio en la parte superior

Título do anuncio
www.dominio.com
Descrición e detalle da campaña publicitaria.

Adwords: Estrategia (I)

| ● | Palabra clave |
|---|--|
| ● | filamento impresora 3d |
| ■ | productos impresora 3d |
| ● | material para impresora 3d |
| ● | material impresora 3d |
| ● | filamentos impresoras 3d |
| ■ | rollo impresora 3d |
| ● | recambios impresoras 3d |
| ● | tipos de materiales para impresoras 3d |
| ● | tipos de filamentos para impresoras 3d |
| ● | filamentos impresión 3d |

Filamentos impresora 3D
Tienda online de filamentos para impresión 3D. Envío en 24 horas.
filament2print.com/

| ● ↑ | Grupo de anuncios | Estado [?] | CPC máx. predet. [?] | Coste [?] | Impr. [?] | Clics [?] | CTR [?] | CPC medio [?] | Posic. media [?] |
|-----|-------------------------|------------|----------------------|-----------|-----------|-----------|---------|---------------|------------------|
| ■ | Filamentos impresión 3D | Detenido | automática 0,62 € | 125,05 € | 13.146 | 243 | 1,85 % | 0,52 € | 2,4 |

Adwords: Estrategia (II)

| ● | Grupo de anuncios | Estado ? | CPC máx. predet. ? | Coste ? | Impr. ? | Clics ? | CTR ? | CPC medio ? | Posic. media ↑ ? |
|---|----------------------------|----------|--------------------|---------|---------|---------|---------|-------------|------------------|
| ● | Superficie Impresión | Apto | automática: 0,44 € | 3,14 € | 286 | 17 | 5,39 % | 0,18 € | 1,2 |
| ● | Filamentos HiPS | Apto | automática: 0,44 € | 4,09 € | 112 | 12 | 10,71 % | 0,34 € | 1,6 |
| ● | Filamentos madera/cerámico | Apto | automática: 0,44 € | 6,46 € | 428 | 17 | 3,97 % | 0,38 € | 1,9 |
| ● | Filamentos ABS | Apto | automática: 0,44 € | 29,02 € | 5.083 | 79 | 1,55 % | 0,37 € | 2,2 |
| ● | Filamentos PLA | Apto | automática: 0,44 € | 61,15 € | 8.257 | 165 | 2,01 % | 0,37 € | |

| ● | Palabra clave |
|---|-----------------------|
| ● | filamentos abs |
| ● | filamentos 3d abs |
| ● | 1.75 abs |
| ● | filamento abs 1.75 |
| ● | abs 3mm |
| ● | filamento abs 1.75 mm |
| ● | filamento abs 3mm |
| ● | 3mm abs |
| ● | abs 1.75 |

Filamentos 3D ABS Premium - Envío 24h gratis ●

Anuncio filament2print.com/filamentos/abs-premium

Consigue la mejor calidad para tus impresiones con los filamentos ABS Premium

Adwords: Remarketing



Blog Márketing

Blog mkt: Todo comenzou con Blogger

Blogger™

Inicie a sessão com a sua conta do Google
Nome de utilizador (e-mail) Palavra-passe: (?)

 Memorizar dados (?)

BLOGUES ACTUALIZADOS ÀS 13:02

BLOGUES INTERESSANTES [mais »](#)
Tea for Joy

[Fazer visita guiada](#) [Funcionalidades](#)

O que é um **blogue**?

 **Publicar**
pensamentos

 **Receber**
comentários

 **Publicar**
fotografias

 **Blogger**
Mobile

Um **blogue** é um Web site de fácil utilização, onde pode publicar rapidamente pensamentos, interagir com pessoas e muito mais.
Tudo **GRATUITAMENTE**.

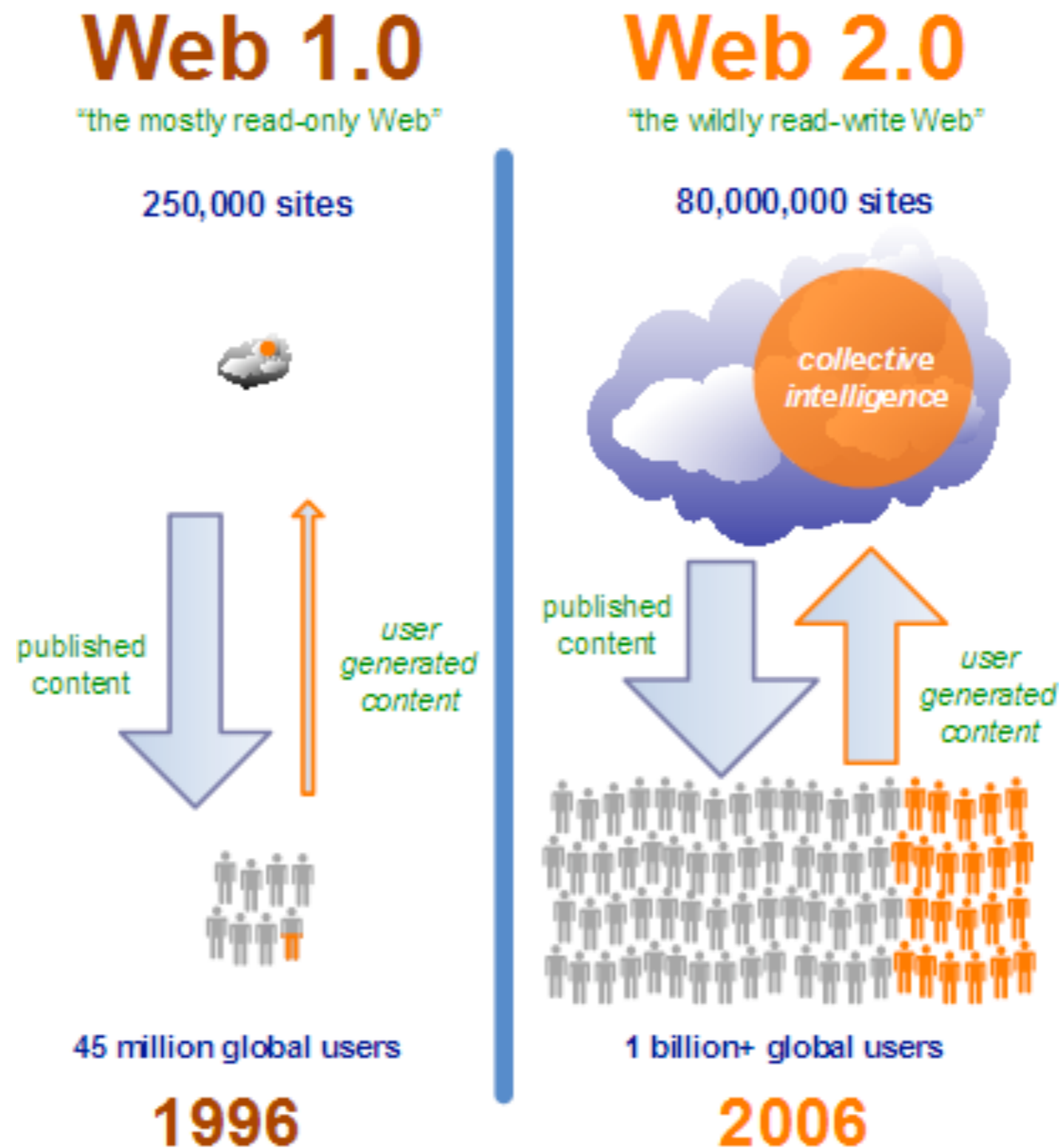
Criar um blogue em 3 passos simples:

- 1 Criar uma conta
- 2 Atribuir um nome ao seu blogue
- 3 Escolher um modelo

CRIAR BLOGUE 

[Página inicial](#) | [Funcionalidades](#) | [Acerca de](#) | [Buzz](#) | [Ajuda](#) | [Debater](#) | [Idioma](#) | [Criadores de aplicações](#) | [Loja](#)
[Termos de utilização](#) | [Privacidade](#) | [Política de Conteúdo](#) | Copyright © 1999 - 2009 Google

Web 1.0 vs Web 2.0



Dixital = Humano

1. Os Mercados son Conversacións

[Manifesto Cluetrain](#)

Blog mkt: Claves na creación de contido

Definir temáticas a tratar de anteman. Aínda que posteriormente se incorporen novos temas, é importante definir aquelas temáticas sobre as que versarán as publicacións realizadas, tanto no blog como nos espazos sociais da empresa.

Exemplos de temáticas:

- ensinar traballos/produtos realizados na empresa.
- trucos e técnicas.
- detalle e review de produtor, materiais, ferramentas...
- etc.

Utilización de variedade de formatos: Imaxes, infografías, vídeos...

Enlazar á **web ou a produtos da tenda online**, co obxectivo de derivar tráfico de calidade que poida chegar a converter e realizar unha compra na tenda online.

Blog mkt: Calendario editorial

Crear calendario editorial: Co fin de manter unha actividade regular e sostible no tempo, é moi aconsellable establecer un calendario editorial, onde se planifiquen as publicacións a realizar para evitar improvisacións e axilizar o proceso de creación de contidos.

CALENDARIO EDITORIAL

| Semana | Día | Tema | RRSS | | | Etiquetas / Hashtags | Enlace | Especificaciones contenido |
|--------|-------------|-------------------|------|----|----|----------------------|--------|----------------------------|
| | | | Fb | Tw | Ig | | | |
| | 3 Luns | Producto tienda | | | | | | |
| | 4 Martes | Agenda cursos | | | | | | |
| | 5 Miércoles | Publicación blog | | | | | | |
| | 6 Xoves | Trabajo realizado | | | | | | |
| | 7 Venres | Contenido externo | | | | | | |
| | 8 Sábado | | | | | | | |
| | 9 Domingo | | | | | | | |

Blog mkt: Calendario editorial

| Semana | Dia | | Tema | hora | RSS | | Etiquetas / Hashtags | Ugarfins | Expeditores / contenido |
|----------|----------|----------|-------------------------------|---|------|----|----------------------|----------|-------------------------|
| | | | | publicado | fb | tw | | | |
| 51 | 10/10/16 | Viernes | contenido externo | post galvanizado en las | 7:0h | | | | |
| | 17/10/16 | Sábado | | mentaxa musical 7 fotos solas (fb) | 13h | | | | |
| | 27/10/16 | Domingo | | volve saramouira - auto de emilián e saramouira concorno | 10h | | | | |
| 52 | 30/10/16 | Luns | produto | compartido video 4. Revista con mención a Ardenda | 13h | | | | |
| | 31/10/16 | Martes | avenda | avenda menos publico integrado en fb | 11h | | | | |
| | 5/10/16 | Mércores | blog / video | de onice a post presentamos coquette | 23h | | | | |
| | 6/10/16 | Xoves | corporativo | de p. anón | 10h | | | | |
| | 7/10/16 | Venres | contenido externo | de onice a fillanova de galicia calidade | 13h | | | | |
| | 8/10/16 | Sábado | | de día del pilar adica a coleccións web para regalo | 10h | | | | |
| 53 | 9/10/16 | Domingo | | de foto saramouira - micalob | 13h | | | | |
| | 10/10/16 | Luns | produto | de foto grande e despeda con perla en la vela 2 RYC | 15h | | | | |
| | 11/10/16 | Martes | avenda | de post due | 23h | | | | |
| | 12/10/16 | Mércores | blog / video | de p. anón | 15h | | | | |
| | 13/10/16 | Xoves | corporativo | de código QR acceso video corporativo youtube | 13h | | | | |
| | 14/10/16 | Venres | contenido externo | de p. anón | 11h | | | | |
| | 15/10/16 | Sábado | | de p. anón para señoras... didema | 23h | | | | |
| | 16/10/16 | Domingo | | de p. anón foto original fb premios pendientes mallas de armas tomar | 13h | | | | |
| | 17/10/16 | Luns | produto | de p. anón fb | 13h | | | | |
| | 18/10/16 | Martes | avenda | | 23h | | | | |
| | 19/10/16 | Mércores | blog / video | video de lucha gullido gergona | | | | | |
| | 20/10/16 | Xoves | corporativo | de p. anón | 15h | | | | |
| | 21/10/16 | Venres | contenido externo | de p. anón de kemoloxia do CONGA | 10h | | | | |
| 22/10/16 | Sábado | | de p. anón colección Carballo | 15h | | | | | |
| 54 | 23/10/16 | Domingo | | | | | | | |
| | 24/10/16 | Luns | produto | de p. anón pendientes fb | 13h | | | | |
| | 25/10/16 | Martes | avenda | de p. anón de euros - auto de whatsapp: colección musica de lujo CON TUDO EXTERNO | 11h | | | | |
| | 26/10/16 | Mércores | blog / video | | | | | | |
| | 27/10/16 | Xoves | corporativo | | | | | | |
| | 28/10/16 | Venres | contenido externo | de p. anón a volas museu de pontevedra CON TUDO EXTERNO | 13h | | | | |
| | 29/10/16 | Sábado | | | | | | | |
| 55 | 30/10/16 | Domingo | | | | | | | |
| | 31/10/16 | Luns | produto | Produto | | | | | |
| | | Luns | produto | Produto | | | | | |
| | | Martes | avenda | Información de avenda | | | | | |
| | | Mércores | blog / video | Publicación blog / Publicación de fotos en línea | | | | | |
| | | Xoves | corporativo | Producto / Información corporativa | | | | | |
| | | Venres | contenido externo | Información de avenda / contenido externo | | | | | |
| | Sábado | | | | | | | | |
| | Domingo | | | | | | | | |

Blog mkt: Caso de éxito



Inicio [Cómo funciona](#) [Tour gratis](#) [Precios](#) [Blogs](#) [Curso ventas gratis](#) [Soporte](#) [Contacto](#)

Login

Empezar gratis

Blog. Viaje a la isla del tesoro de los 100.000 €/mes



Nota del autor: ¿Qué vas a aprender en este blog?

"En los últimos 8 años he montado 3 empresas. Ahora empiezo mi cuarta y en este nuevo viaje lo estoy contando todo hasta que llegue a la isla del tesoro: facturar 100.000 €/mes."

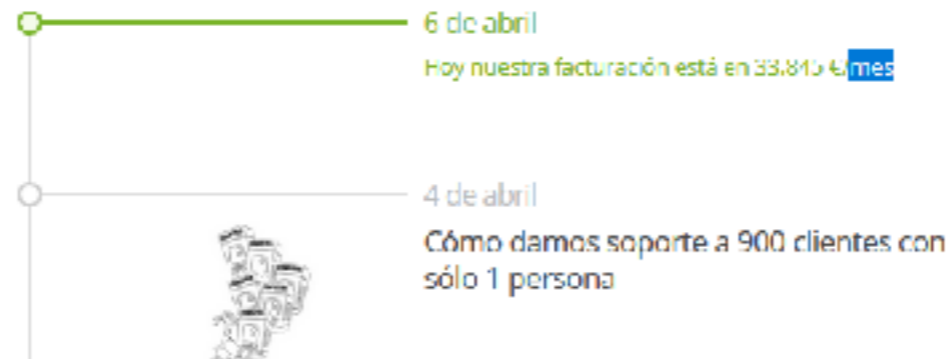
[Tomás Sanlora](#) CEO de SumaCRM, Ingeniero Informático y enamorado del mar y del kitesurf.

Si quieres que te avise del próximo post apúntate aquí

Escribe tu email

Avísame del siguiente post

Odiamos el spam tanto o más que tú. Sólo utilizaremos tu email para avisarte del siguiente post.



Redes Sociais

Facebook

Facebook: Oportunidades para as empresas

- Ferramenta de branding. Perfecta para xestionar a imaxe da empresa.
- Contacto directo cos clientes actuais e potenciais.
- Xeración de tráfico.
- Xestión da reputación.
- **Escoitar para mellorar. Canal interactiva.**
- Canle emocional. Se o cliente nolo permite, recoméndase cercanía.
- Acceso a estatísticas con información sobre os nosos clientes, sobre que temas lles interesan, etc.

Facebook: Clave para xestión

- Non facer máis de 3 actualizacións/día.
- Coidar o horario de publicacións.
- Mezclar ligazón, imaxes, vídeos, enquisas, etc.
- Mezclar información propia con información relacionada de interese.
- Interactuar con outras páxinas e usuarios.
- Coidar a imaxe.

Facebook: Tipos de presenza

Páginas

- Para organizacións, negocios locais, institucións, personalidades públicas...
- Xestionado por 1 ou varios.
- Permite aplicacións.
- Estatísticas.
- Sen limitación de seguidores.
- Relación non simétrica.

Grupos

- Para grupos de perfíles cun interese común.
- Recepción de notificacións.
- Públicos, privados ou secretos.
- Xestionado por 1 ou varios perfíles administradores.

Perfil

- Para persoas.
- Máximo 5.000 amigos.
- Relación simétrica.
- Administran páxinas e grupos.

Facebook: Páxinas



Lugar o negocio local



Empresa, organización o institución



Marca o produto



Artista, grupo musical o personaxe público

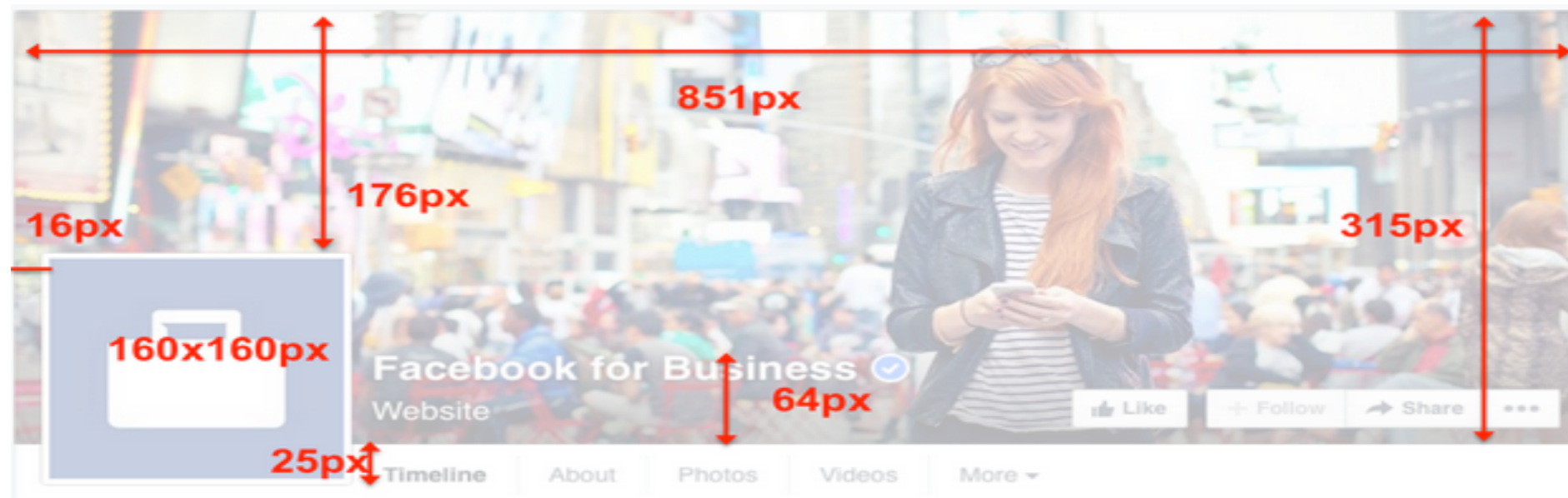


Entretenimento



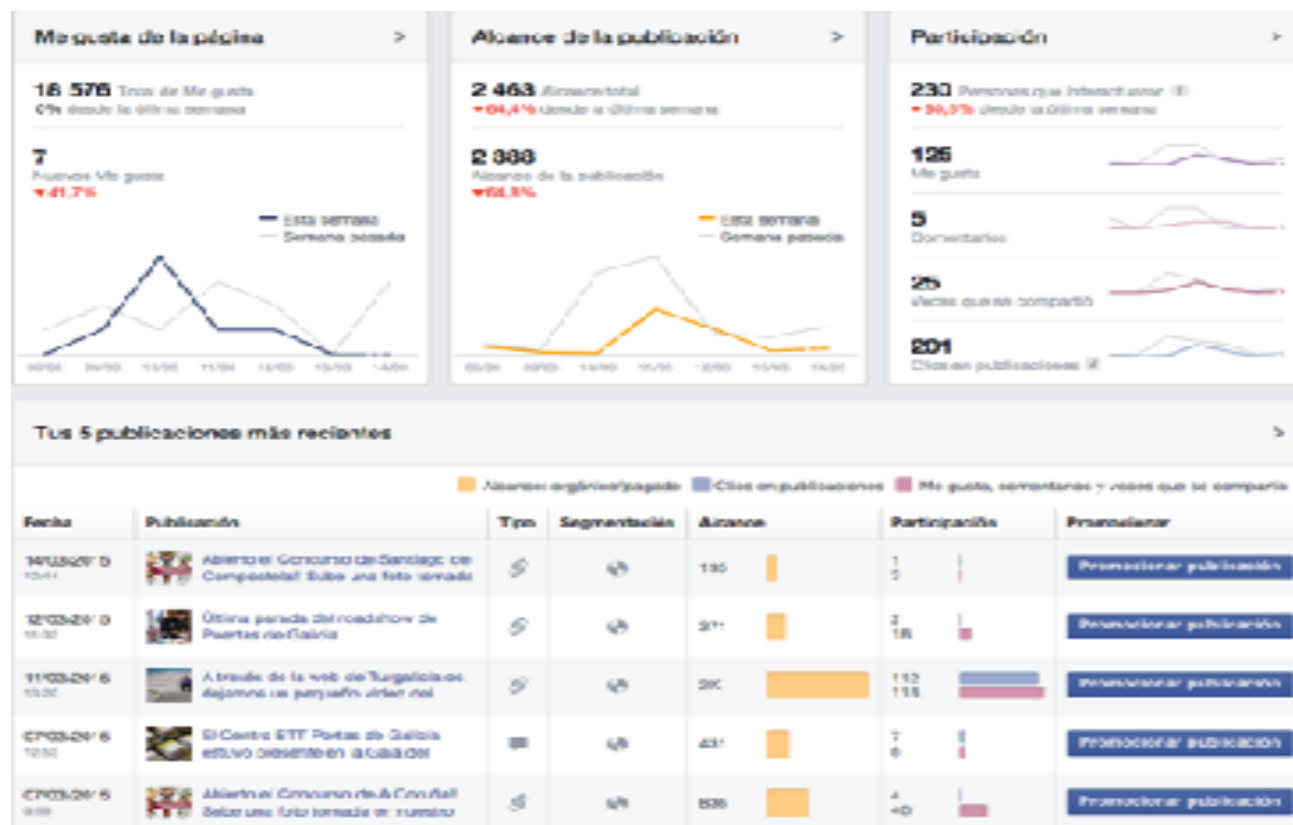
Causa o comunidade

Facebook: Personalización das páxinas



- **Foto de perfil:** recoméndase usar o logotipo.
- **Foto de portada:** podemos usar un deseño ou unha foto. Non podemos poñer prezos ou información de compra, información de contacto, chamadas á acción, etc. Facebook penalizaríanos.

Facebook: Monitorización (I)



Que analizamos?

- Volume de seguidores.
- Datos demográficos.
- Interacción dos usuarios.
- Calidade dos contidos.
- Sorteos.

Facebook: Monitorización (II)

Resumen de la página Últimos 7 días ↕

Exportar datos ↕

Resultados de 17 de noviembre de 2016 - 23 de noviembre de 2016

■ Orgánico ■ Pagado

Acciones en la página i

16 de noviembre - 22 de noviembre

100

Acciones totales en la página ▼ 13%



Visitas a la página i

16 de noviembre - 22 de noviembre

1625

Visitas totales a la página ▼ 8%



Me gusta de la página i

16 de noviembre - 22 de noviembre

3097

Me gusta de la página ▼ 8%

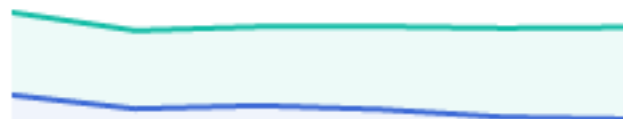


Alcance i

16 de noviembre - 22 de noviembre

95 484

Personas a las que se ha llegado ▲ 13%



Interacciones con la publicación i

16 de noviembre - 22 de noviembre

9120

Interacción con la publicación ▼ 6%



Vídeos i

16 de noviembre - 22 de noviembre

1

Reproducciones de vídeo totales ▲ 100%



Facebook: Monitorización (III)



Facebook: Monitorización (IV)

| Fecha de publicación▼ | Publicación | Tipo | Segmentación | Alcance | Interacción |
|-----------------------|---|---|---|--|--|
| 23/11/2016 11:09 |  Puede que es |  |  | 552  | 13 19  |
| 22/11/2016 12:25 |  Aunque pare |  |  | 526  | 12 14  |
| 21/11/2016 11:03 |  Actualmente |  |  | 798  | 24 18  |
| 20/11/2016 11:39 |  Parece n pintu |  |  | 1,4K  | 50 47  |
| 19/11/2016 16:58 |  La unión hac |  |  | 1,3K  | 27 26  |
| 19/11/2016 11:33 |  La ciudad de |  |  | 2,2K  | 102 102  |
| 18/11/2016 10:58 |  Las fotos de l |  |  | 1,2K  | 30 42  |
| 17/11/2016 11:29 |  Así es cómo s |  |  | 3,9K  | 126 239  |

Facebook: Monitorización (V)

Rendimiento de los distintos tipos de publicación basado en el alcance medio y en la interacción.

Mostrar todas las publicaciones ▼




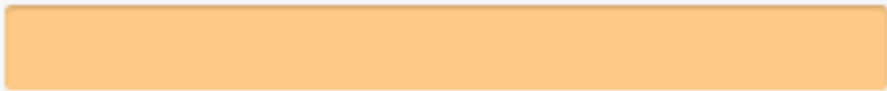
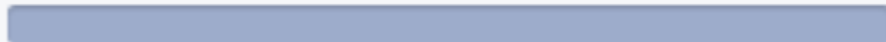





Alcance



Clicks en publicaciones



Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

| Tipo | Alcance medio | Participación media |
|---|---|--|
|  Foto | 14 902  | 532  186  |
|  Enlace | 11 373  | 262  84  |

Facebook: Concursos


















Facebook: Facebook Ads (I)

¿Cuál es tu objetivo de marketing?

Subasta

Alcance y frecuencia

| Reconocimiento | Prestigio | Conversión |
|---|---|--|
|  Promocionar tus publicaciones |  Atrae a las personas a un destino dentro o fuera de Facebook. |  Aumentar las conversiones en tu sitio web |
|  Promocionar tu página |  Aumentar las descargas de tu aplicación |  Aumentar la interacción en tu aplicación |
|  Llegar a personas que están cerca de tu negocio |  Aumentar los asistentes a tu evento |  Conseguir que las personas soliciten tu oferta |
|  Aumentar la notoriedad de la marca |  Aumentar las reproducciones de vídeo |  Promocionar un catálogo de productos |
|  Aumentar el alcance |  Generar clientes potenciales para tu empresa |  Conseguir que las personas visiten tu negocio |

Facebook: Facebook Ads (II)

Público
Destina quién quieres que vea tus anuncios. [Más información.](#)


Crear Usar un público guardado ▼

Públicos personalizados ⓘ [Añade públicos personalizados o públicos similares](#)

Excluir | **Crear** ▼

Lugares ⓘ **Todos en este lugar** ▼

➤ Incluir ▼ [Añade lugares](#)



Colocar marcador

Añade ubicaciones más...

Edad ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

Sexo ⓘ **Todos** | Hombres | Mujeres

Idiomas ⓘ [Introduce un idioma...](#)

Segmentación detallada ⓘ **INCLUIR** personas que cumplan, al menos, UNA de las siguientes condiciones ⓘ

[Añade datos demográficos, intereses o comporta...](#) | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

[Excluir personas](#)

Conexiones ⓘ **Páginas de Facebook** ▼ x

[Excluir a las personas a las que les gusta tu página](#) ▼

[Añade una página](#)

[Guardar este público](#)

Facebook: Facebook Ads (III)

Mensaje publicitario

Texto

Phottic, la plataforma de recuperación del Patrimonio Fotográfico. La historia comienza hoy.

Imagen Video/presentación

Imagen

Cambiar imagen Recortar imagen

6_original_3512.jpg-1200 x 804

Si tienes dudas y quieres obtener más información, consulta las [Normas de la publicidad de Facebook](#).

Destino ⓘ

Predeterminado ↕

Título de la columna derecha (opcional) ⓘ 0

Phottic - Sube tus fotos!

Vista previa

Sección de noticias del ordenador Sección de noticias del móvil Teléfono básico

Columna derecha del ordenador

Página sugerida

 **Phottic**
Publicidad

Phottic, la plataforma de recuperación del Patrimonio Fotográfico. La historia comienza hoy.



Phottic
Internet Company
A 29 889 personas les gusta esto.

Me gusta esta página

Facebook: Facebook Ads (IV)



| Nombre del anuncio | Entrega | Resultados | Alcance | Coste | Importe gastado | Puntuación de... |
|---|----------|----------------------------|--------------------|---------------------------------|------------------------|------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> v1 Mar de Paixón: colección > Mar de Paixón: colec... | ● Activo | 1582 Clics en el enlace | 27 765 | 0,04 € Por clic en el enlace | 60,19 € | 9 |
| <input checked="" type="checkbox"/> v2 Mar de Paixón: colección > Mar de Paixón: colección | ● Activo | 84 Clics en el enlace | 2732 | 0,05 € Por clic en el enlace | 4,17 € | 9 |
| ▶ Resultados de 2 anuncios | | 1666 Clics en el enlace | 27 865 Personas | 0,04 € Por clic en el enlace | 64,36 € Gasto total | |

Casos de éxito: Cabañitas del Bosque



<http://cabanitasdelbosque.com/>

- Por qué?
- Singularidade do proxecto.
- Conseguen que sexan os propios clientes os que promocionen o proxecto (*customer-evangelists*).
- Comunicación continua e directa.

Casos de éxito: Obermatten

OBERMUTTEN
Foto de portada

OIMOF
OBERMUTTEN
INTERNATIONAL
MUSEUM OF FRIENDSHIP

Jedes Geschenk
das wir erhalten,
stellen wir aus.
We exhibit every gift we receive.

Address:
Martin Wyss
Haus Nr. 51 A OIMOF
CH-7431 Muttén
Graubünden
Switzerland

Wer auf den
Detail mir-Knopf
drückt,
kommt an die
Dorf-Anschlagwand!!!
When you click
the Like-Button
we put you
on our
bulletin board!!!

Obermatten GR
Gemeindeverwaltung

A 45 199 personas les gusta esta página · 44 personas están hablando de esta

Lugares públicos
<http://www.muttén.ch>

Información · Sugerir una edición

Fotos Me gusta 45 199 Videos

Por qué?

[Ver vídeo](#)

Casos de éxito: Elena Ferro



Por qué?

Pasen y vean 😊

Casos de éxito: Elena Ferro



Eferro
Te gusta esta página · 26 de agosto ·

Me gusta Comentar Compartir

259 Comentarios destacados

99 veces compartido 6 comentarios

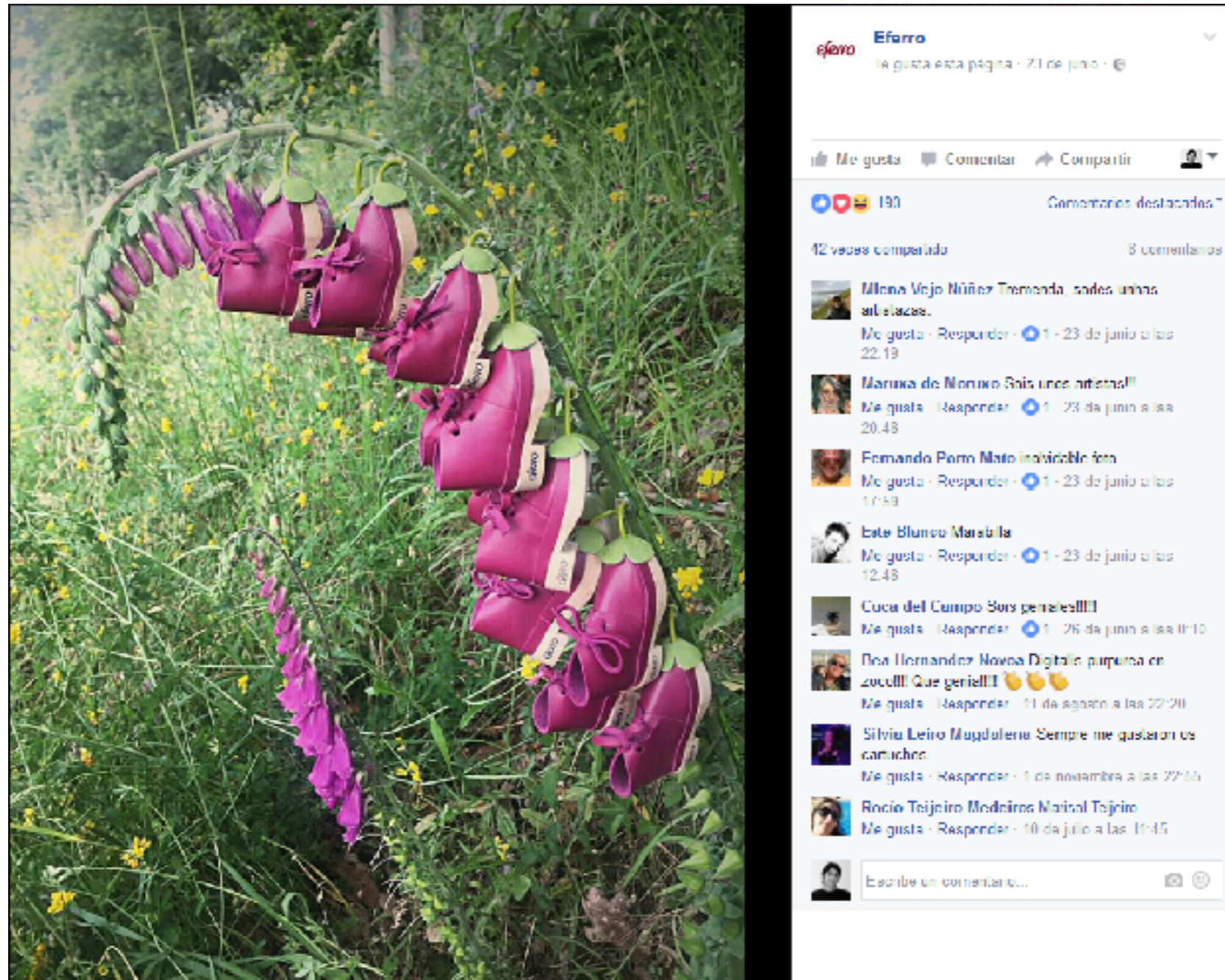
Chus Currús Chus
Me gusta · Responder · 1 · 26 de agosto a las 10:27

Limbanla Soto Me encantaaaaa!! Que arte!
Me gusta · Responder · 1 · 26 de agosto a las 22:08

Rosina Diaz Gallego Fu tamén!
Me gusta · Responder · 1 · 26 de agosto a las 22:08

Escribe un comentario...

Casos de éxito: Elena Ferro



Casos de éxito: Elena Ferro



Eferro
Le gusta esta página · 18 de diciembre de 2015 ·

Me gusta · Comentar · Compartir

436 · Comentarios destacados

38 veces compartido · 15 comentarios

Maria Gonzalez Una artistaza hasta con las bollas de pan
Me gusta · Responder · 1 · 18 de diciembre de 2015 a las 13:51

Rosa Exposito Caña Esto e muito...que artista..
Me gusta · Responder · 1 · 18 de diciembre de 2015 a las 14:37

Malena Carballo Buenísimo
Me gusta · Responder · 1 · 18 de diciembre de 2015 a las 15:16

Ieresa Hidalgo Eso si que é arte
Me gusta · Responder · 1 · 18 de diciembre de

Escribe un comentario...

Casos de éxito: Elena Ferro

ES EN GL

Buscar

eferro
zocos e coiro

Regístrate Mi Cuenta Cesta

GALERÍAS FAMILIA FERRO NOTICIAS PUNTOS DE VENTA CONTACTO ETENDA

MODELO AROUSA

Familia Ferro
Tercera generación de zoqueiros, Elena y su familia nos enseñan donde y cómo trabajan.
Tráfico y Expansión
Puntos de venta

Noticias
2015-12-11 17:14:41
Los rompedores zuecos de Elena Ferro llevan un siglo de historia en sus suelas.
Leer Más

Etenda
NUEVA COLECCIÓN DE ZUECOS DE MUJER
Entrar en la tienda

Montajes
Sigue todas las divertidas andaduras de los zuecos en nuestro Facebook.
Ver los montajes
35 829

Twitter

Twitter: Claves para a súa xestión

- Menos de 140 caracteres.
- Emplear *hashtags* descriptivos do que tuiteamos.
- Retuitear e citar información útil.
- Monitorizar usuarios e palabras clave.
- Crear listas.
- Agradecer que nos sigan ou a un usuario que interactúa moito con nós.
- Seguimento de eventos propios ou do sector aos que pertence a empresa.

Twitter: Oportunidades para as empresas

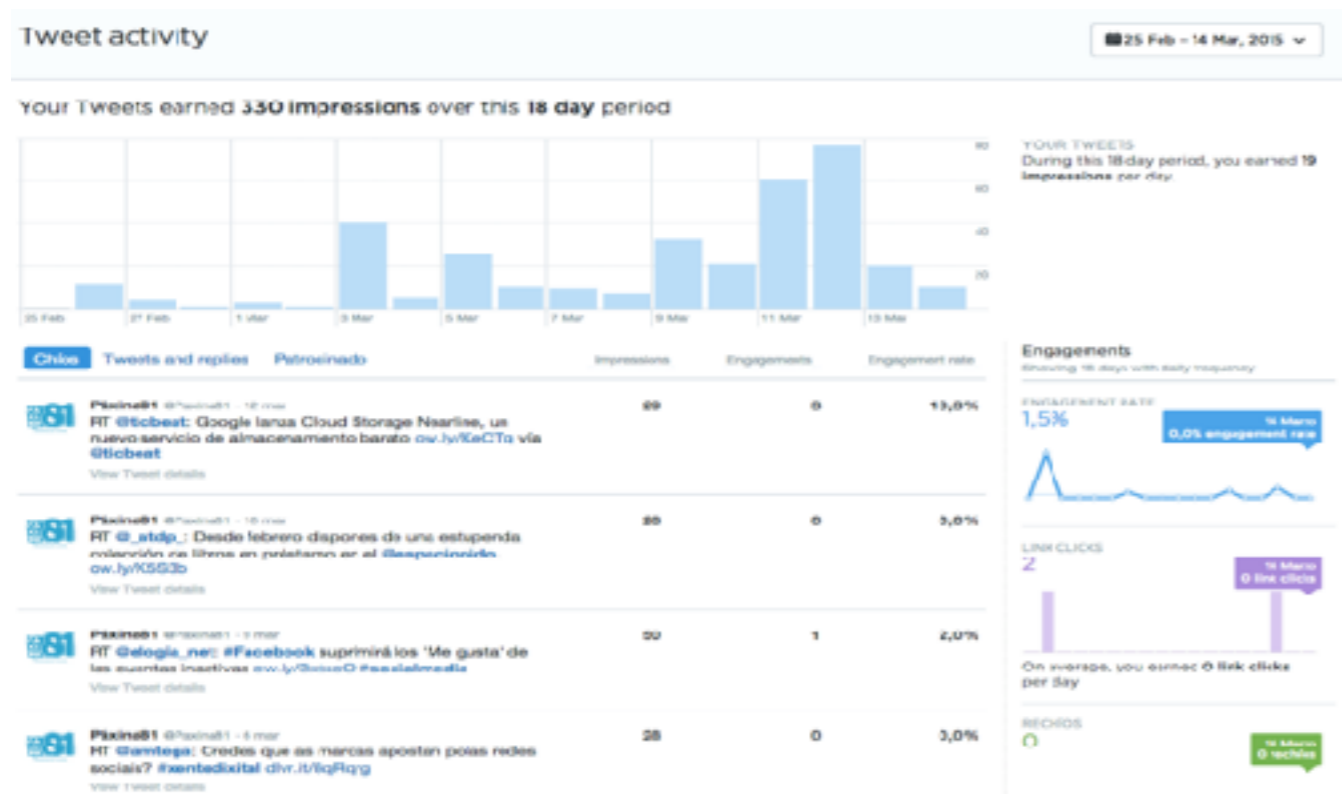
- Publicar información de interese.
- Anunciar, promover e seguir eventos.
- Monitorizar á competencia (*Hootsuite*).
- Coñecer a opinión da xente e mellorar a atención ao cliente.
- Xerar tráfico.
- Detectar tendencias.
- Identificar e beneficiarse dos *influencers* do sector.
- Segmentación de usuarios (listas, monitorización de palabras clave, etc.).

Twitter: Personalización das páxinas



- Foto de perfil: 400 x 400 píxeles.
- Foto de portada: 1.500 x 500 píxeles.

Twitter: Monitorización



Que analizamos?

- Actividade.
- Interacción dos usuarios.
- Tuits máis valorados.

Twitter: Ferramentas

Inicio Paxina81

ReasonW
11:47am via TweetDeck
Los mejores edificios del mundo #2015 inwhy.es/1L6AYjt #Diseño #Arquitectura



Silvia Camesella
11:45am via Hootsuite
10 Principios para un contrato justo como @gerardista freelance: ow.ly/Kke5y via @borquillo

Marketing2_0
11:45am via Hootsuite
Razones para elegir HTML 5 #Infografia #Infographic * ow.ly/KaUvC

FaroDevigo
11:45am via Hootsuite
Rejoy se vuelca en el cucladar de campaña enclatura ow.ly/Kkg5S El presidente asistirá a los actos en Cádiz, Granada y Almería

mktfan
11:45am via Buffer
Posicionamiento web ¿Cómo conseguir estar en el Top 10 de Google? mktfan.es/1Ek0vpF

Menciones Paxina81

EspacioArroelo
Feb 26, 11:22am via Twitter Web Client
@Paxina81 we love her!! :)

quetipos
Feb 24, 12:41 pm via Twitter for Android
@Paxina81 Gracias!

ATDP
Feb 17, 2:04pm via Hootsuite
RT @Paxina81: @espacionido es un buen ejemplo :) RT @webonomia: Qué es el Coworking y sus beneficios tinyurl.com/km9ccq

InfoMatematica
Feb 17, 12:53pm via Tuber Machine
Saludos! @Paxina81 Mira! creo que te va a gustar Compartir Mala :) -> tutellus.com/3465/compartir... :)

ATDP
Feb 04, 1:49pm via Hootsuite
Mira que apañadas! :O RT @Paxina81: Como se aprovecha o tiempo cuando marcha a luz de @espacionido? &



Mis tuits retuiteados Paxina81

Paxina81
Feb 16, 1:15pm via Hootsuite
RT @icbest: Usos de los videos cortos en social media ow.ly/j4HGq via @icbest

Paxina81
Feb 09, 12:14pm via Twitter for Android
Como se aprovecha o tempo cuando marcha a luz de @espacionido? &



Paxina81
Feb 04, 1:15pm via Hootsuite
"Conversa como forma de aprendizaje" :) Encuentros! @Servs_Culturais @fran_quiroga ow.ly/W9Wq

Paxina81
Jan 27, 12:16pm via Hootsuite
Menudo equipazo de profesionales habitan a @espacionido Traducción, comunicación, fotografía... Que necesidades? ow.ly/W8pdq &

Paxina81
Jan 20, 12:11 pm via Hootsuite

@Paxina81/marketing-e-com...

ReasonW
11:47am via TweetDeck
Los mejores edificios del mundo #2015 inwhy.es/1L6AYjt #Diseño #Arquitectura



Marketing2_0
11:45am via Hootsuite
Razones para elegir HTML 5 #Infografia #Infographic * ow.ly/KaUvC

mktfan
11:45am via Buffer
Posicionamiento web ¿Cómo conseguir estar en el Top 10 de Google? mktfan.es/1Ek0vpF

webonomia_news
11:37am via Tweet Old Post
En la web: Momentos tensos en el mundo de las granjas de servidores tinyurl.com/forude8S


mktfan
11:30am via Buffer
En Portada: 13 enlaces que cualquier usuario de Google debería conocer mktfan.es/1wHwrb

Hootsuite - <https://hootsuite.com/es/>

Twitter: Concursos

| | | |
|---|--|--|
|  <p>Concurso #Hashtag Los ganadores son seleccionados al azar por OneKontest.</p> <p>CONCURSO #HASHTAG</p> |  <p>Concurso Fotos Twitter Los usuarios deben twitear una foto con Instagram opic.twitter. Los ganadores son seleccionados al azar por OneKontest, manualmente por usted, o por el voto de otros usuarios.</p> <p>CONCURSO FOTOS TWITTER</p> |  <p>Concurso de Vídeo Twitter Los usuarios deben twitear un vídeo usando Vine, Instagram, YouTube o Vimeo. Los ganadores son seleccionados al azar por OneKontest, manualmente por usted, o por el voto de otros usuarios.</p> <p>CONCURSO DE VÍDEO TWITTER</p> |
|  <p>Concurso #Hashtag de votación Los usuarios pueden elegir entre 2 o más opciones de #hashtags. El ganador puede ser el #Hashtag con el mayor número de votos o elegido al azar de los usuarios que participan.</p> <p>CONCURSO #HASHTAG DE VOTACIÓN</p> |  <p>Concurso de Votación de Foto Usted carga 2 o más fotos para ser votadas usando #hashtags. El ganador puede ser el #Hashtag con el mayor número de votos o elegido al azar de los usuarios que participan.</p> <p>CONCURSO DE VOTACIÓN DE FOTO</p> |  <p>Concurso de Votación de Vídeo Usted incorpora 2 o más vídeos de YouTube / Vimeo para ser votados usando #hashtags. El ganador puede ser el #Hashtag con el mayor número de votos o elegido al azar de los usuarios que participan.</p> <p>CONCURSO DE VOTACIÓN DE VÍDEO</p> |

Twitter: Twitter Ads

| | | |
|---|--|--------------------|
|  | Interacciones del Tweet (por ejemplo, retweets, favoritos, respuestas) Llegue a más personas y genere conversaciones. | Seleccionar |
|  | Clics en el sitio web o conversiones Enviar a las personas a su sitio (para comprar, registrarse, etc.) | Seleccionar |
|  | Instalaciones de apps o interacciones con apps Haga que las personas instalen o interactúen con su aplicación móvil | Seleccionar |
|  | Seguidores Haga crecer su comunidad en Twitter | Seleccionar |
|  | Clientes potenciales en Twitter Recopile los correos electrónicos de las personas que expresan interés en su oferta | Seleccionar |

Twitter: Casos de éxito



R

- https://twitter.com/os_de_R
- Por qué?
- Pionera en usar twitter como unha canle de atención ao cliente de modo preferente.

Twitter: Casos de éxito

Chios

Seguindo

Seguidores

Favoritos

Listaxes

Chio a Soloraf

@Soloraf

Fotos e vídeos

A quen seguir? · Actualizar · Ver todo

Mogreet Express @MogreetExp...
Seguir

Imaxdi @imaxdi
Seguir

Katie Bone @Katie_Bone
Seguir

Cuentas populares · Atopar amigos

Tendencias · Mudar

#JusticiaYasir

#MyBromasAparteEnPlayRadio

Soloraf @Soloraf

Tienda Online de Tomate Raf, desde Almería. Síguenos tb en facebook.com/tomate.raf.slm... Almería, Spain · soloraf.es

935 CHIOS 105 SEGUNDO 1.514 SEGUIDORES

Seguido por Mariuca, cesteros, Ignacio Escola e 3 máis.

Chios

Soloraf @Soloraf 2 Dec
Por si no hemos sido suficientemente cansinos por mail: ¡TIENDA ABIERTA! Y mañana salen los primeros envíos de Raf. soloraf.es

Soloraf @Soloraf 28 Nov
La loncha perfecta de Jamón según @RestLaAbuela y adivina con qué Tomate combina muy bien: ...antehoycocinalaabuela.blogspot.com.es/2013/11/la-lon...

Soloraf @Soloraf 21 Nov
50% de Soloraf ya está constipado. Buenas noticias, Winter is Here. Eso es MUY BUENO para el Raf. Mientras: gpo.gi/ZOsOZW

Soloraf @Soloraf 4 Nov
Querido nuestro, creemos que para el 15 ya estaremos sirviendo los primeros pedidos. Si no eres cliente te avisaremos soloraf.us4list-manage1.com/subscribe?u=3f...

Soloraf

- <https://twitter.com/soloraf>
- Por que?
- Exemplo de posta en valor dun produto da horta.

Instagram

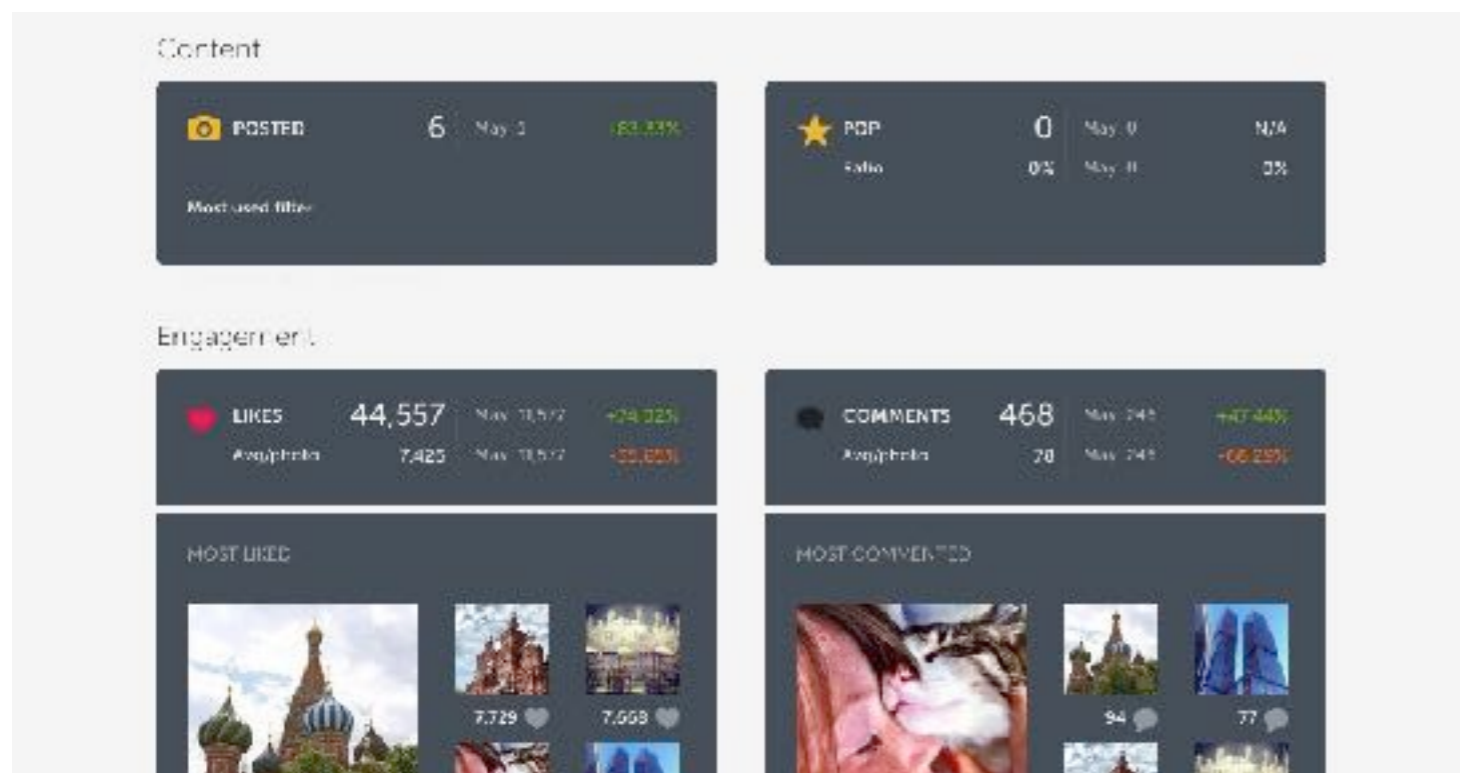
Instagram: Claves para a súa xestión

- Fotografías de calidade e retoque fotográfico sinxelo.
- Vídeos cortos.
- Emplear *hashtags* descriptivos do que publicamos.
- Xeolocalización de fotografías.
- Monitorizar usuarios e palabras clave.

Instagram: Oportunidades para as empresas

- Crear imaxe de marca.
- Perfecta para marcas con enfoque a deseño.
- Xerar tráfico.
- Detectar tendencias.
- Identificar e beneficiarse dos *influencers* do sector.

Instagram: Monitorización



Que analizamos?

- Actividade.
- Interacción dos usuarios.
- Publicacións máis valoradas.

Ferramentas:

- Iconosquare.
- Websta.

Instagram: Concursos

#MiMomento Kaiku Choco Latte

Hacia un selfie con tu Kaiku Choco Latte y compártelo en esta aplicación o a través de Instagram y Twitter con el hashtag #MiMomento

Participa y gana una tarjeta regalo de 200€ cada día del 1 al 11 de febrero de 2015

También podrás ganar un book de fotos profesional. ¿A qué esperas?

El concurso fue cerrado el 11/02/2015 23:59

GANADORES

SE PARTICIPAN

GAGNÉS

Easypromos - <https://www.easypromosapp.com/es/>

Instagram: Sistema de anuncios

Elige el objetivo de tu campaña Ayuda: selección de un objetivo

 Promocionar tus publicaciones

 Promocionar tu página

 Atraer personas a tu sitio web

 Aumentar las conversiones en tu sitio web

 Aumentar las instalaciones de tu aplicación

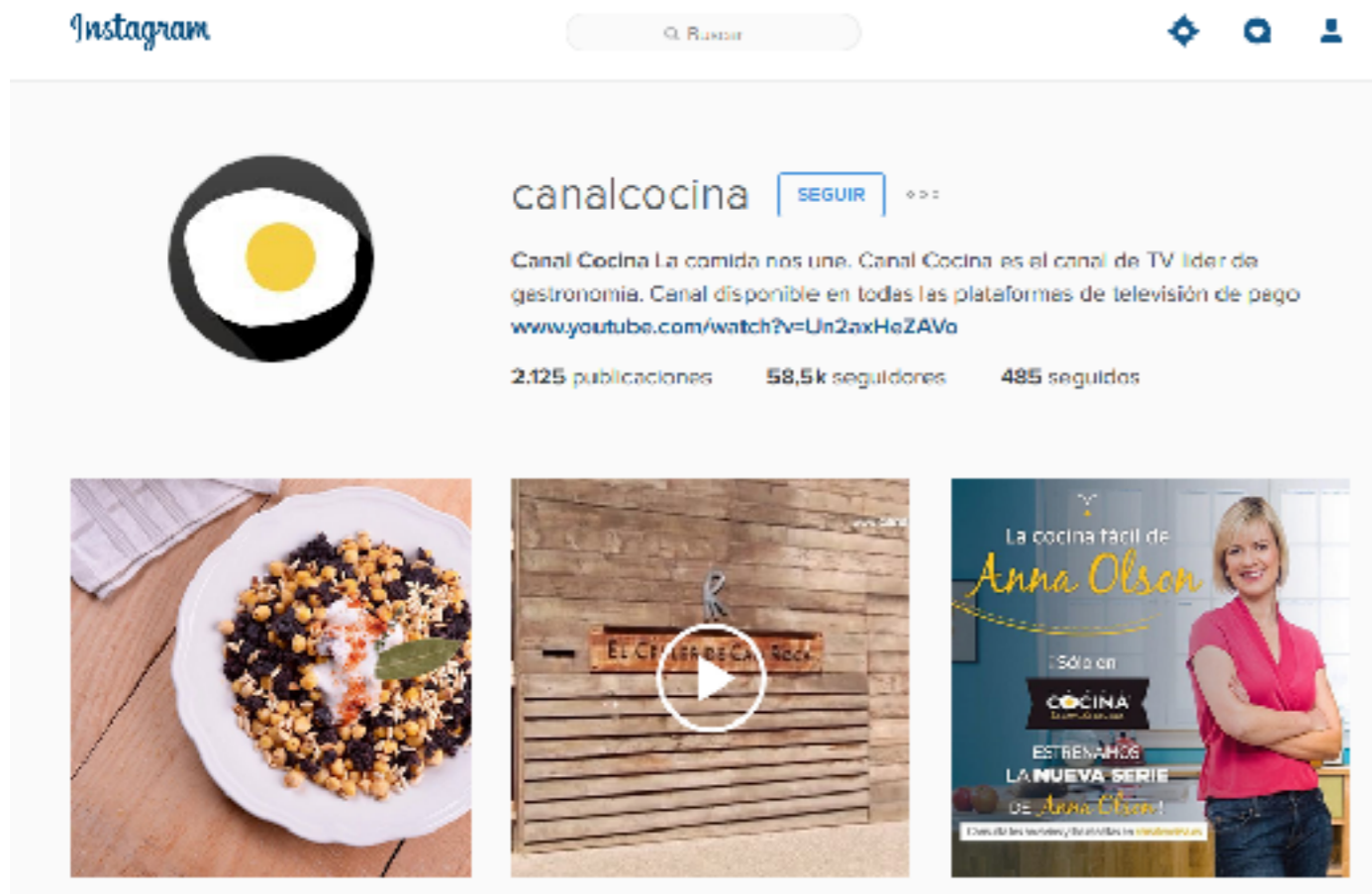
 Incrementar la interacción con tu aplicación

 Aumentar el número de asistentes a tu evento

 Lograr que las personas soliciten tu oferta

 Aumentar las reproducciones de video

Instagram: Casos de éxito



Canal Cocina

- <https://www.instagram.com/canalcocina/>
- Por qué?
- Temática viral.
- Contenido de calidad adaptados ás “reglas” desta rede.

Google +

Google +: Oportunidades para as empresas

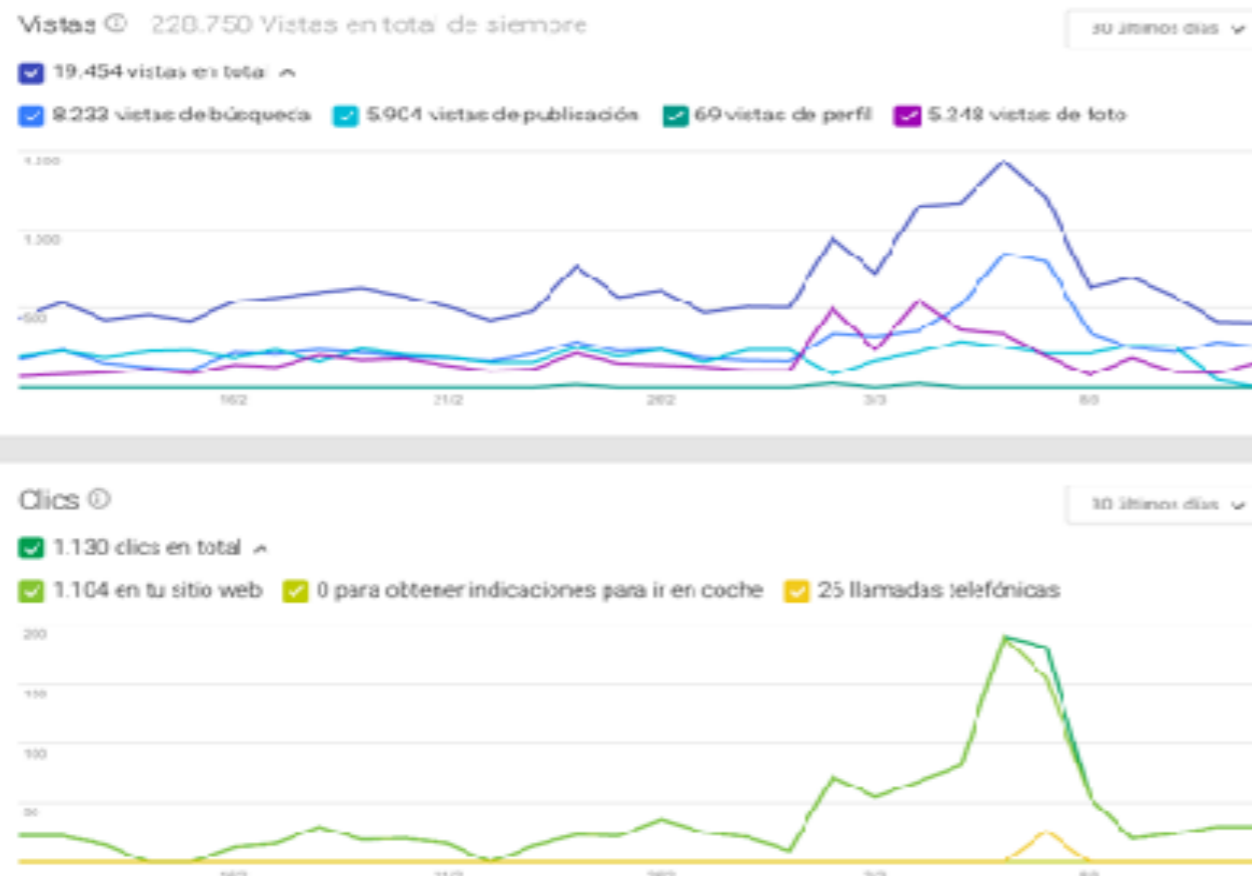
- Posicionamiento.
- Posicionamiento.
- **Posicionamiento.**
- As actualizaci3ns aparecen nos resultados de busca.
- Integraci3n cos demais servizos de *Google*.

Google +: Personalización da páxina



- **Foto de perfil:** foto cadrada de 250 x 250 píxeles como mínimo.
- **Foto de portada:** 1.080 x 608 píxeles.

Google +: Monitorización



Que analizamos?

- Vistas. Que ven de nosotros?
- Clics.

Youtube

Youtube: Oportunidades para as empresas

- Mellora o posicionamento en buscadores.
- Contido viral. O vídeo é un tipo de contido que se comparte con facilidade.
- Cercanía.
- Confianza. Xera máis confianza unha declaración nun vídeo que un texto.
- Xera tráfico.
- Despierta interese.
- Incrementa a duración das visitas.
- Fomenta a interactividade.

Youtube: Aumento de suscritores

- Convén prestar atención aos 15 primeiros segundos do vídeo.
- Segundo un estudo de IAB Research, un vídeo de máis de 2 minutos provoca que se perda o 52% da audiencia en presentación da empresa, o 46% en presentación de novos produtos e o 22% en explicacións do funcionamento de produtos.
- Calidade do vídeo. Deben ser vídeos en HD de 1280 x 720 píxeles como mínimo.
- Usar declaracións de clientes satisfeitos.
- Usar vídeos explicativos de fabricación ou de uso de produtos.
- Optimizar títulos, etiquetas, etc. A veces non invertimos tempo naa descrición e nas etiquetas e son moi importantes para o posicionamento.
- Organizar os vídeos en listas de reprodución.
- Difusión de vídeos en blogs e redes sociais.

Youtube: Casos de éxito

The screenshot shows the website for Bahía de Laxe, a hostel-residencia. At the top, there's a navigation bar with links for 'Inicio', 'El Bahía', 'El Bar', 'Localización', 'Tarifas', 'Laxe', 'Fotos', and 'Útil'. Below the navigation, there's a header with the logo 'BAHIA PR** LAXE' and a quote: 'Si la "Casa de María" quieres conocer, pregunta por Manolo, verás lo que hay que ver'. A video player is embedded on the page, showing a man and a woman on a balcony overlooking the sea. To the right of the video, there's a contact information box with a phone number (981 798 007) and a button to 'Entrar en contacto con Manolo'. Below that, there's a red button that says 'PÍNCIPAL AQUÍ PARA VER VÍDEOS DE NUESTROS CUARTOS'. Further down, there's a TripAdvisor widget showing the hotel's rating (4.5 stars) and a list of awards: '30 mar 2016: "Casas de perfectos"', '21 nov 2015: "San Juan"', '28 nov 2015: "Buenos días"', '21 nov 2015: "Casas de los días"', and '21 nov 2015: "¡Qué bonito!"'. At the bottom, there's a red banner with text about media coverage and a list of articles.

Bahía de Laxe

<http://www.bahialaxe.com>

Por que?

- Vídeos que transmiten una personalidad.
- Consiguen que los clientes sean los que hablan del hotel.

Visitar:

<https://www.youtube.com/watch?v=WRT2UD83r9I>

<https://www.youtube.com/watch?v=I-EGGXJUL-E>

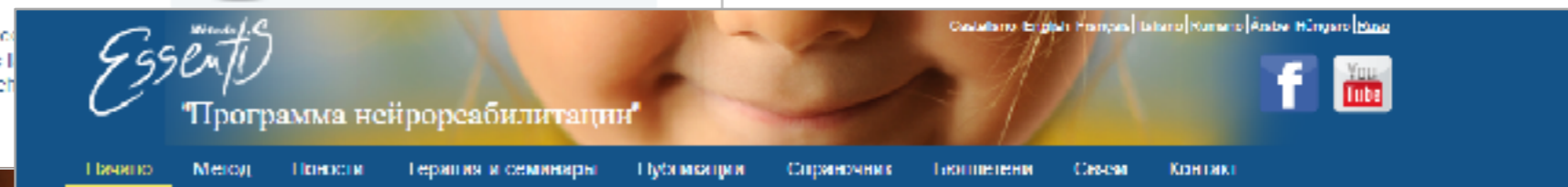
Youtube: Método Essentis



El método Essentis

El manejo de la Parálisis Cerebral comprende la interacción de muchos aspectos que su manejo no sólo se remite a un solo profesional, sino que comprende el trabajo de un equipo multidisciplinar de profesionales que en conjunto orientan la recuperación del paciente.

Noticias



Метод Эссентис

Метод работы с ДЦП включает в себя взаимодействие многих аспектов, поэтому его руководство не только опирается на работу одного профессионала, но и также включает в себя работу многопрофильной команды профессионалов, которые совместно выбирают наилучшую реабилитацию пациента.

Галерея мультимедия



Новости

25/11/2013
AUTISMO



El próximo 15 de febrero del 2014, se celebrará la Primera Jornada Internacional

INNOVACIÓN Y ALTERNATIVAS EN EL TRATAMIENTO DEL AUTISMO, LOS TRASTORNOS POR DÉFICIT DE ATENCIÓN Y OTROS PROBLEMAS DEL NEURODESARROLLO

www.essentis.com

22/11/2013

Essentis a Roma

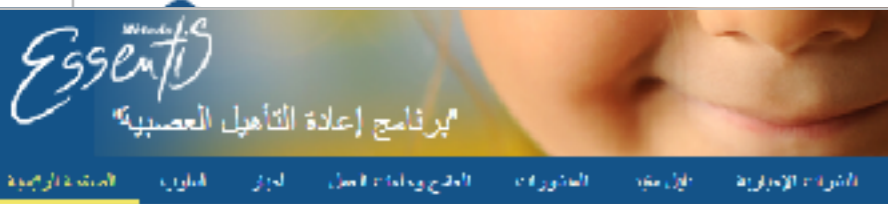


El director della clinica Essentis Federico Guaz (metodo Essentis) specialista nella riabilitazione di paralisi cerebrali e malattie neurodegenerative viene a Roma



Essentis a Roma

Il direttore della clinica Essentis Federico Guaz (metodo Essentis) specialista nella riabilitazione di paralisi cerebrali e malattie neurodegenerative viene a Roma



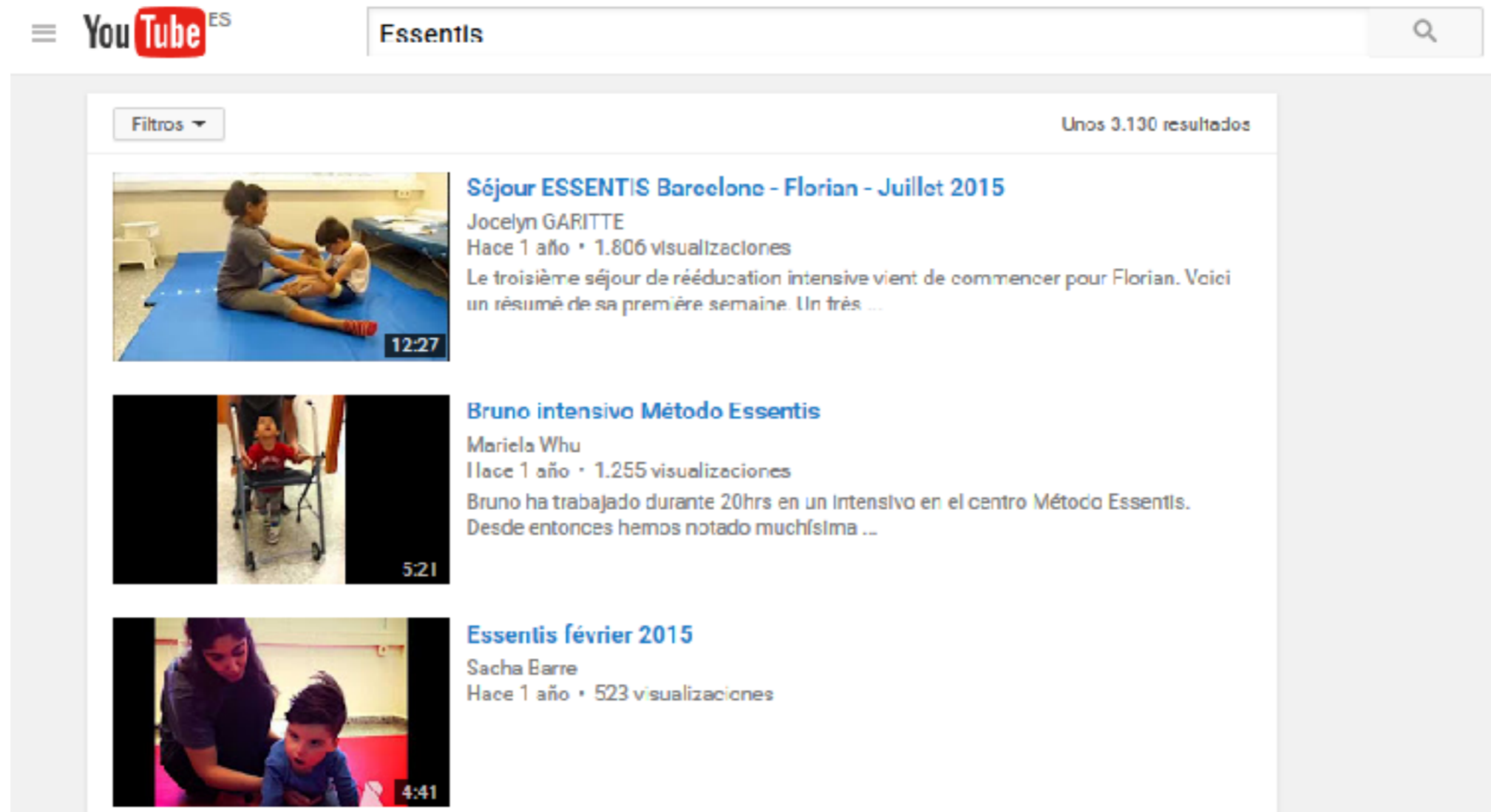
أسينتيس

التأهيل العصبية هو عملية علاجية تهدف إلى تحسين جودة حياة الأطفال الذين يعانون من إصابات الدماغ العصبية. يتم ذلك من خلال فريق متعدد التخصصات من الأطباء والمعالجين والمعالجين النفسيين.

معرض الصور



Youtube: Método Essentis



The screenshot shows a YouTube search interface for the term "Essentis". At the top left is the YouTube logo with "ES" next to it. The search bar contains the text "Essentis" and has a magnifying glass icon on the right. Below the search bar, there is a "Filtros" dropdown menu and a notification that says "Unos 3.130 resultados". Three video results are displayed in a list:

- Sêjour ESSENTIS Barcelone - Florian - Juillet 2015**
Jocelyn GARITTE
Hace 1 año • 1.806 visualizaciones
Le troisième sêjour de rééducation intensive vient de commencer pour Florian. Voici un résumé de sa première semaine. Un très ...
12:27
- Bruno intensivo Método Essentis**
Mariela Whu
Hace 1 año • 1.255 visualizaciones
Bruno ha trabajado durante 20hrs en un intensivo en el centro Método Essentis. Desde entonces hemos notado muchísima ...
5:21
- Essentis février 2015**
Sacha Barre
Hace 1 año • 523 visualizaciones

Pinterest

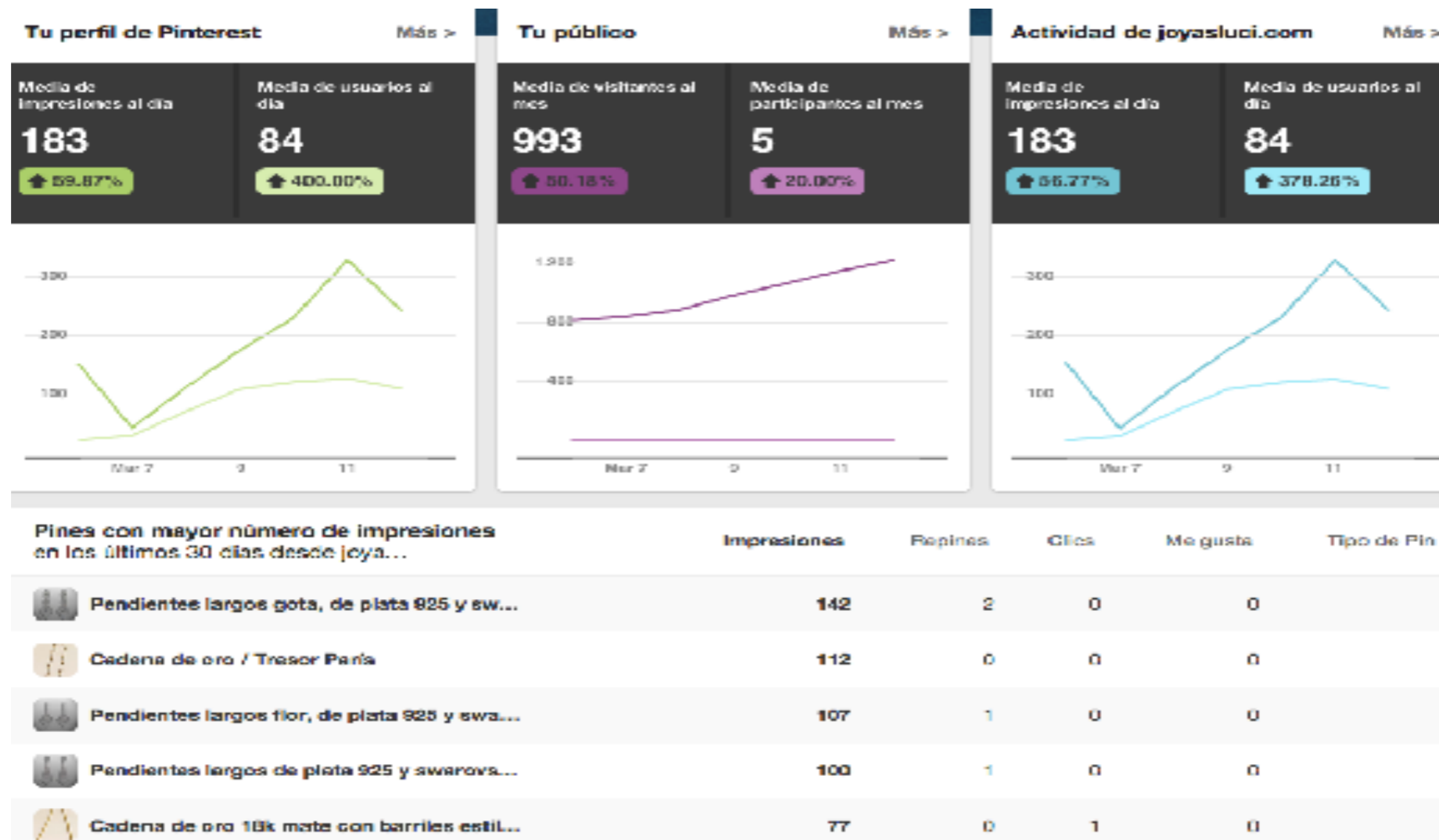
Pinterest: Oportunidades para as empresas

- É moi fácil compartir contido en *Pinterest*.
- Interesante para coidar a imaxe da marca.
- Imprescindible para as tendas en liña.
- Xera tráfico á páxina web e á tenda *online*.

Pinterest: Aumento de seguidores

- Crear os taboleiros adecuados. Podemos ter como referencia as categorías de produto, intereses dos seguidores, etc.
- Antes de promover a conta temos que contar con suficientes *pins* e tableros.
- Invitar a amigos de *Facebook* o *Gmail*, por exemplo.
- Subir imaxes e fotos de boa calidade. A páxina debe ter un deseño homoxéneo.
- Separar imaxes e vídeos en diferentes taboleiros.
- Seguir contas clave para ter contido que compartir.
- Crear infografías.
- Publicar fotos de produto con boa resolución.
- *Pins* con descripción. Axudaranos a posicionar.
- Promoción en blog e en redes sociais.
- Monitorización: temos que estar atentos a comentarios, *likes*, etc. para coñecer que lle interesa ao noso público.

Pinterest: Monitorización




Pinterest: Caso de éxito

...

Seguir

Mr. Wonderful

Barcelona / www.mrwonderfulshop.es
Somos una empresa feliz con una tienda que es la bomba y un blog lleno de ideas / We are a happy company with an amazing store & a blog full of ideas



145 tableros
8k Pines
66 Me gusta
47,3k Seguidores
300 Siguiendo

| Board Name | Pines | Seguir | Category |
|---------------------|----------|--------|--------------------|
| Angi + Javi Wedding | 78 Pines | Seguir | Wedding |
| Animals | 28 Pines | Seguir | Animals and Pets |
| Artists | 68 Pines | Seguir | Art & Illustration |
| Baby Party | 16 Pines | Seguir | Event & Party |
| Baby Photo | 20 Pines | Seguir | Photography |
| Baby Things | 88 Pines | Seguir | Children's Fashion |

Snapchat

Snapchat: Características

- Potencia o efímero.
- Público moi xoven.
- Transmedia.
- Filtros.
- Snapcash.
- Diferentes opcións de publicidade:
Snap Ads, Sponsord Geofilters e Sponsored Lenses.



Snapchat: Características

- Pessoas nas Marcas.
- Contido exclusivo.
- Ofertas especiais.
- Eventos en directo.
- Publicidade experiencial.



Linkedin

LinkedIn: Oportunidades para as empresas

- Xera oportunidades de negocio.
- Pode ser seguida por profesionais e líderes do sector.
- Contacto con provedores, clientes e empregados.
- Promoción de produtos e servizos.
- Chégase a acordos e xérase tráfico á web.
- Poden publicarse ofertas de emprego.
- Publicamos información de eventos nos que participamos.

LinkedIn: Grupos

- Ten que ser de interese para o sector.
- É un espazo de comunicación activo e que dura no tempo polo que un logo non nos ven mal. Podemos resolvelo empregando unha tipografía que nos guste.
- O nome ten que incluír as palabras clave polas que nos van a encontrar.
- **Resumo:** Texto breve onde definimos obxectivos e temas a tratar.
- **Descrición:** explicación máis ampla na que usaremos as palabras clave que usaríamos para buscar o tema.
- **Sitio web:** é bon crear un espazo dentro da web onde se fale do grupo o se invite a unirse.

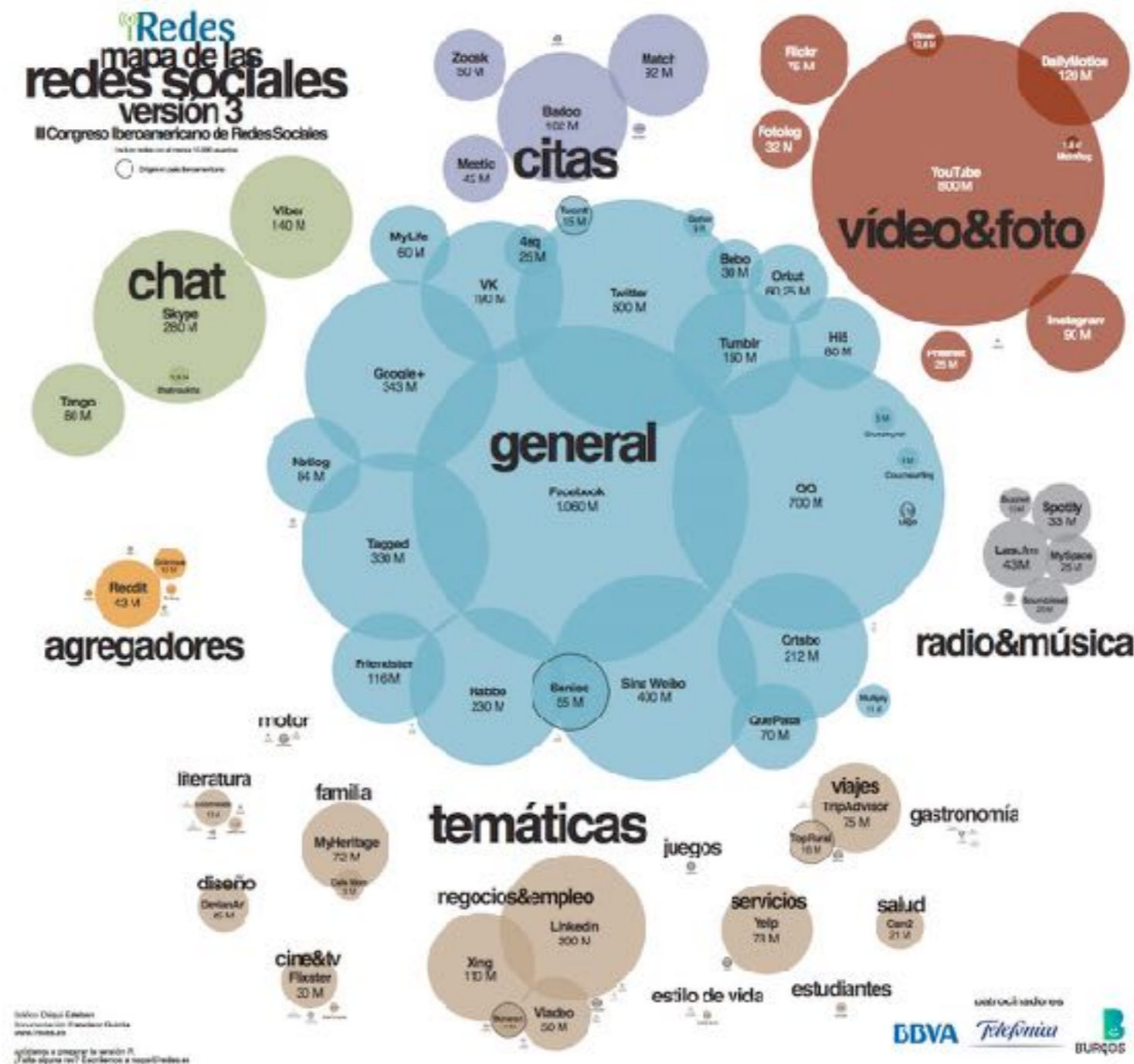
LinkedIn: Grupos

Como promovemos o grupo?

- Invitamos a contactos.
- Promovemos o grupo en eventos e nas distintas canles de comunicación online.

Máis

Redes Sociales Verticais



Xestión de Redes Sociais

Oportunidades nas redes sociais

- Creación de comunidade. **Necesítase tempo.**
- Coñecemento dos clientes.
- Canle emocional... Recoméndase optimismo moderado.
- Fidelización dos clientes. Compartindo contido de calidade e escoitando, adaptando a estratexia ás necesidades dos clientes.
- Interacción. Non estamos en redes sociais para outra cosa.
- Difusión de información.
- Xestión da reputación da empresa.
- Seguimento da competencia.
- Aumento das vendas.
- Servizo de atención ao cliente.

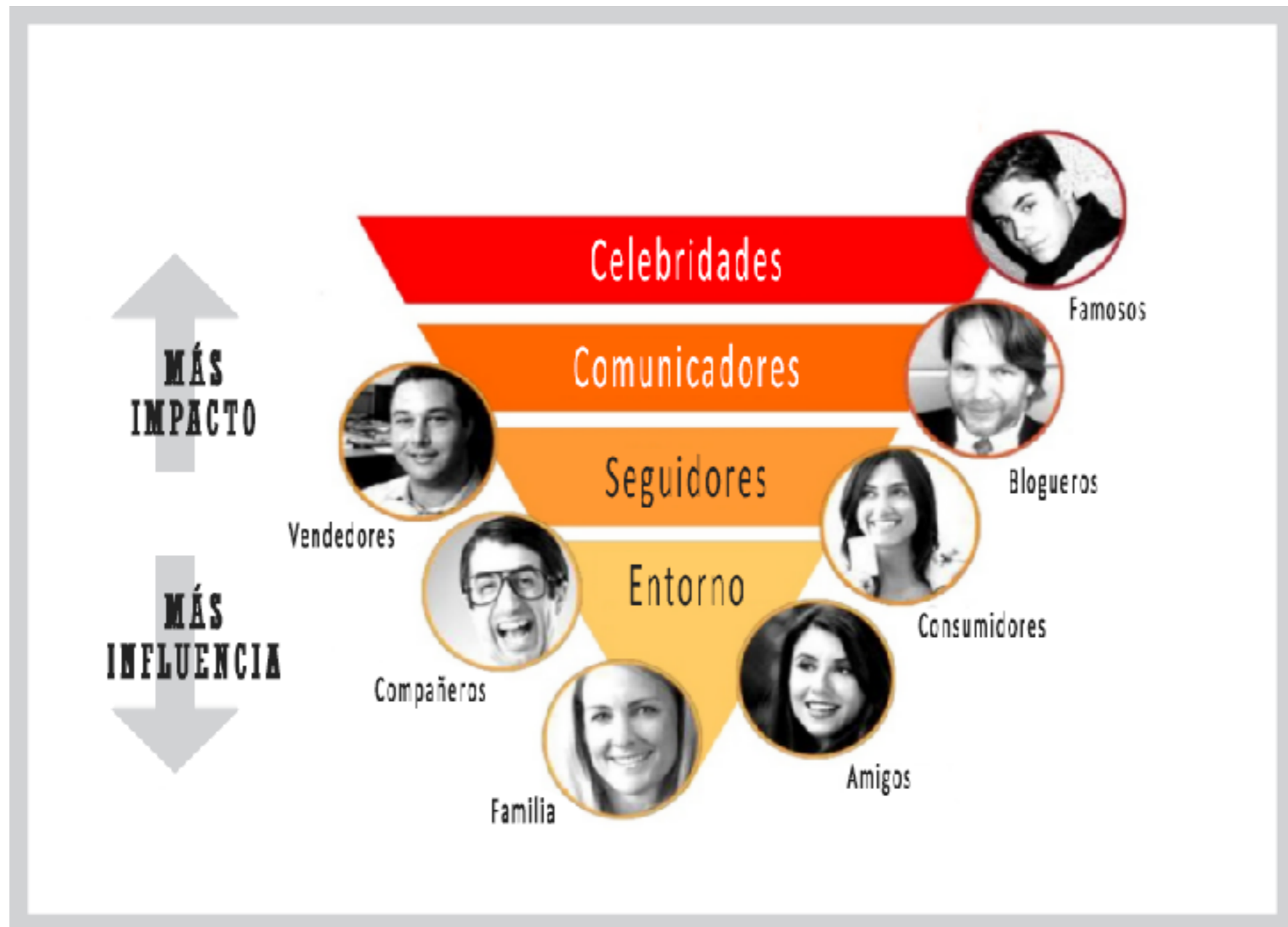
Erros a evitar e principais retos

- Adaptarse aos cambios das redes sociais.
- Falta de estratexia ou de confianza na comunicación online.
- Falta de preparación do responsable.
- Deterioro da reputación da empresa.
- Non escoitar.
- Xestión de crise.

A función do *Community Manager*

- Crear a estratexia.
- Orzamentar.
- Escoller as redes sociais. Necesita Twitter unha panadería?
- Creación de contido.
- Xestión de redes sociais: compartir contido propio e relacionado de interese, responder aos usuarios, etc.
- Xestión da reputación da empresa e xestión de crise.
- Buscar colaboracións.
- Monitorizar; medir e analizar.

Márketing de *Influencers*



Marca Pessoal

Marca Persoal: Definición

“Todos somos unha marca. O obxectivo é diferenciarse, vender esa diferenza. Usaremos técnicas semellantes ás de calquera proceso de márketing e venda de produtos ou servizos. Bla, bla, bla...”

Unha definición máis humilde pero máis comprensible podería ser a de ‘perfil profesional na rede que construímos a través da comunicación en medios sociais’.

Hoxe é obrigatorio coidar a nosa marca personal. Por que?

- Permite darse a coñecer.
- Diferénciate (dos que non o fan ou dos que o fan mal).
- Facilita encontrar socios e colaboradores.
- Facilita encontrar clientes.
- Facilita a promoción dos teus proxectos e da túa empresa.

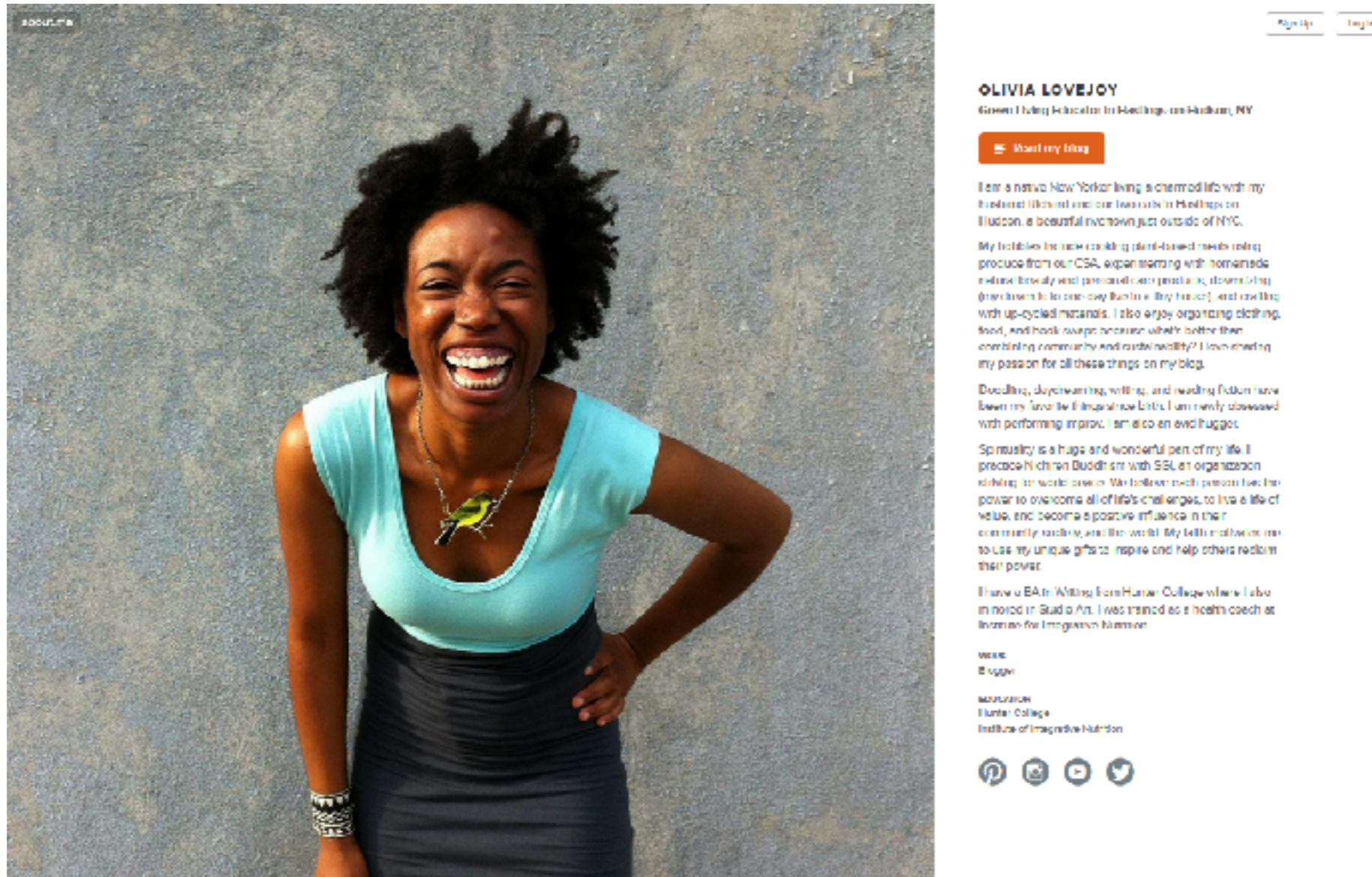
Marca Persoal: Creación

1. Quen son e que quero contar.
2. Escolle un nome. Non o é todo, pero é importante.
3. Necesitamos unha web ou un blog. Un sitio onde contar quen somos e compartir contido interesante que compartir en redes sociais.
4. Escolle as redes sociais que máis te interese e no as abandones.
5. Coida o deseño. Vale a pena investir un pouco en imaxe corporativa e é importante coidar as imaxes, vídeos, infografías, etc. que publicamos.

Marca Pessoal: Ferramentas

- LinkedIn
- About.me
- Branded.me

Marca Persoal: about.me



About Me - <https://about.me>

@danicerqueiro

danicerqueiro@gmail.com

www.danicerqueiro.eu

Marca Personal: Ejemplos



Enrique **Dans**

ARCHIVOS

TEMAS

CONTACTO

ACERCA DE



3 abril 2016

En Facebook, Snapchat,
social_networking,
technology adoption,
teenagers, teens, trends



El mito de aquellos jóvenes que se iban de Facebook



Llevamos años oyéndolo, concretamente desde que David Ebersman, entonces CFO de Facebook, reveló en una presentación de resultados en octubre de 2013 que la compañía estaba experimentando un cierto descenso en sus parámetros de uso diario entre los usuarios más jóvenes.

La cuestión no era nueva para Facebook, sino simplemente algo que no habían discutido antes de manera pública. Y la historia, decididamente, sintonizaba con la experiencia y la percepción de muchos, que veían cómo sus hijos protestaban porque sus padres estaban en Facebook y les vigilaban o incluso – ¡horror! – les hacían likes o comentarios en sus actualizaciones, delante de todos sus amigos. Pero la realidad fue que aquel día de octubre de 2013, lo que Ebersman comentó fue que ...

Blog de Enrique Dans - <https://www.enriquedans.com>

@danicerqueiro

danicerqueiro@gmail.com

www.danicerqueiro.eu

Marca Personal: Ejemplos

Barack Obama, el estilo en la política

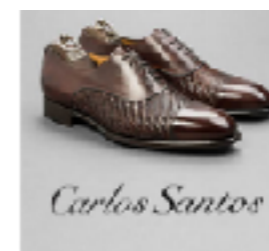
Publicado el 27 febrero 2016

Ya granjera nunca es un regalo (Duke González), Barack Obama



"Votó como un porfirio", lamentablemente, nunca pudo evadirse a ningún fraude. Y es que a lo largo de su vida siempre le sobra la elegancia, como tantas otras virtudes de los que carece. Esta circunstancia resulta algo contradictorio puesto que como personajes públicos que son, los políticos están de forma constante en primera plana de los medios de comunicación, y su imagen es otro valor con el que granjosea la confianza de los que dependen y a los que sirven: nosotros, los ciudadanos. Sigue leyendo —

Publicado en Caballero | Etiquetas: [estilo](#), [política](#), [vestimenta](#), [político](#), [trajes](#), [personalidad](#), [política](#), [recomendación](#) | 2 Comentarios



Carlos Santos

Dijeron de nosotros



CATEGORÍAS Y T.

Blog de moda

PUBLICACIONES Y T.

Ver todo | Ver todo

2016 (44)

2015 (11)

2014 (10)

2013 (14)

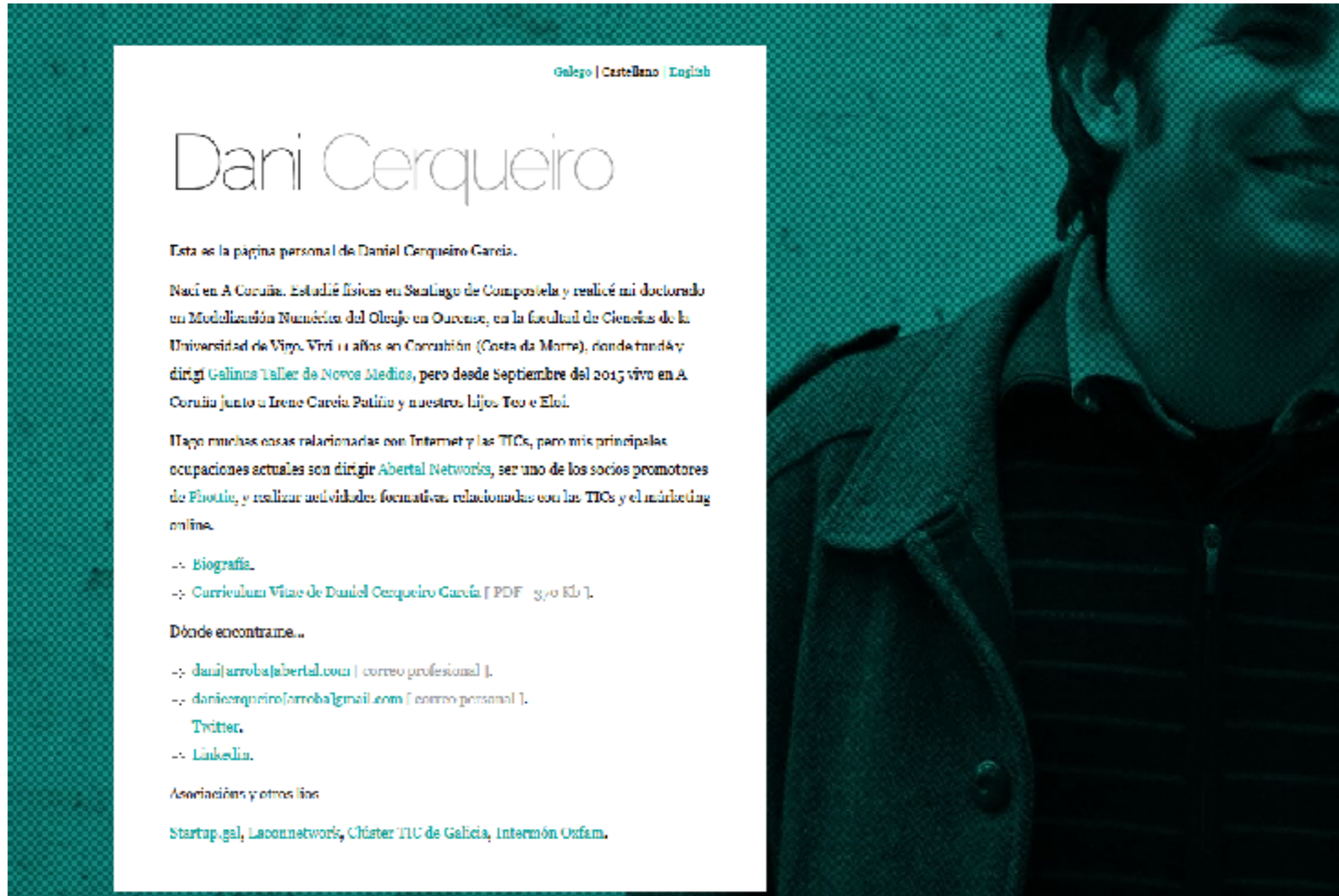
2012 (3)

ETIQUETAS



Vestirse por los pies - <http://www.vestirseporlospies.es/>

Marca Persoal: Exemplos



Galego | Castellano | English

Dani Cerqueiro

Esta es la página personal de Daniel Cerqueiro García.

Nací en A Coruña. Estudie física en Santiago de Compostela y realicé mi doctorado en Modelización Numérica del Oleaje en Ourense, en la facultad de Ciencias de la Universidad de Vigo. Viví 11 años en Corcubión (Costa da Morte), donde fundé y dirigi Galinus Taller de Novos Médicos, pero desde Septiembre del 2015 vivo en A Coruña junto a Irene García Patiño y nuestros hijos Teo e Eloi.

Hago muchas cosas relacionadas con Internet y las TICs, pero mis principales ocupaciones actuales son dirigir Abertal Networks, ser uno de los socios promotores de Phoutie, y realizar actividades formativas relacionadas con las TICs y el marketing online.

- .- Biografía.
- .- Curriculum Vitae de Daniel Cerqueiro García [PDF - 370 Kb].

Dónde encontrarme ..

- .- dani@aroba.abertal.com [correo profesional].
- .- danicerqueiro@aroba@gmail.com [correo personal].
- .- [Twitter](#).
- .- [LinkedIn](#).

Asociacións y otros links

[Startup.gal](#), [Laocounetworks](#), [Clúster TIC de Galicia](#), [Interfón Oxfam](#).


Páxina persoal de Dani Cerqueiro - <http://www.danicerqueiro.eu/>

@danicerqueiro

danicerqueiro@gmail.com

www.danicerqueiro.eu

Marca Personal: Ejemplos

Google 

[Todo](#) [Imágenes](#) [Noticias](#) [Vídeos](#) [Maps](#) [Más ▾](#) [Herramientas de búsqueda](#)

Aproximadamente 17.700 resultados (0,53 segundos)


Dani Cerqueiro
[danicerqueiro eu/es ▾](#)
Página personal de Daniel Cerqueiro. Especialista en marketing online.

Daniel Cerqueiro García | LinkedIn
<https://es.linkedin.com/in/danicerqueiro> ▾
Santiago de Compostela y alrededores, España · Socio fundador y CMO en Photic · Photic
Ver el perfil profesional de Daniel Cerqueiro García en LinkedIn. LinkedIn es la red de negocios más grande del mundo que ayuda a profesionales como Daniel

Dani Cerqueiro (@danicerqueiro) | Twitter
<https://twitter.com/danicerqueiro?lang=es> ▾
2061 tweets · 47 photos/videos · 2308 followers. Check out the latest Tweets from Dani Cerqueiro (@danicerqueiro)

Daniel Cerqueiro | Facebook
<https://www.facebook.com/danicerqueiro>
Daniel Cerqueiro is on Facebook. Join Facebook to connect with Daniel Cerqueiro and others you may know. Facebook gives people the power to share and

Imágenes de daniel cerqueiro [Denunciar imágenes](#)



[Más imágenes de daniel cerqueiro](#)

Fallece en Santiago el conocido canónigo Daniel Cerqueiro
www.lavozdegalicia.es > Galicia > Santiago ▾
21 abr. 2014 - Fue secretario de los obispos de Galicia hasta el 2012 y durante años fue provincial general de la diócesis. Su funeral tendrá lugar mañana.

@danicerqueiro

danicerqueiro@gmail.com

www.danicerqueiro.eu

Marca Persoal: Exercicio

Comeza a construír a túa marca persoal, seguindo os seguintes pasos:

1. Defínete a ti mesmo: quien es e cales son as túas virtudes.
2. De que queres falar, que podes contar?
3. Pensa nun nome que te defina.
4. Define o teu web, blog, ou espazos de promoción personal.
5. Elixo as túas RRSS e outras ferramentas.

Graciñas

Dani Cerqueiro

@danicerqueiro

www.danicerqueiro.eu