



SERVICIOS INTERNET

Plan de Marketing Digital – Marketing On Line – Tendencias - Estrategias

Apreciados señores,

Nuestros servicios web le ofrece la posibilidad de ser rentable en la red.

- **Alcanzar a su público objetivo.**
- **Fidelizarlo.**
- **Rentabilizarlo.**

El **Plan de Comunicación On Line** tiene como objetivo alcanzar la máxima audiencia en la red que permitirá una fidelización de sus clientes y **GANAR RENTABILIDAD EN LA RED.**

Para comunicar en la red antes hay que definir a **nuestro público objetivo.**

- 1.- Quién
- 2.- Dónde está
- 3.- Con qué palabras clave nos queremos dirigir a él
- 4.- Qué quiere ver cuando nos ha encontrado
- 5.- Qué quiere hacer cuando navega por nuestra web
- 6.- Qué respuesta espera de nosotros.

Una vez hemos localizado a nuestro público objetivo, definiremos una estrategia y un plan de acciones para **alcanzarlo, contactarlo y fidelizarlo.**

El Plan de Comunicación permite estar en contacto constante con el usuario y

adecuar LA OFERTA A LA DEMANDA en la red.



Plan estratégico: Dónde estoy, quién hay y qué hay

Plan de Acción: Dónde quiero estar



¿QUE LE SUGERIMOS?

1.- Lograr sus objetivos en la red.

Le permitirá adecuar la consecución de los objetivos propuestos según sus prioridades:

- Incrementar el número de contactos a través de la web según mercado y público objetivo.
- Mejorar el posicionamiento en el buscador GOOGLE.
- Controlar la rentabilidad de la inversión realizada en Internet a través de los formularios recibidos.
- Encontrar nuevas oportunidades de negocio.
- Potenciar la imagen de la empresa a nivel nacional. Branding.
- Comercializar sus productos
- Herramienta de gestión
- Otros..

2.- Desarrollar un plan de Marketing On line

Definir el Plan estratégico y Plan de acciones

3.- Crear su web site accesible a Google y usable para su cliente

Con ello, aportamos la practicidad, la efectividad y la resolutiveidad de las web en el buscador, para el usuario y para la empresa:

Accesibilidad, usabilidad y autogestión.

4.- Posicionar su web en Google

El **posicionamiento en Google** permitirá a su empresa a:

- 1.- ser más encontrable en la red
- 2.-optimizar su ROI (retorno de la Inversión)
- 3.-Aumentar la calidad de tráfico de visitas a su web site.

5.- Aplicar las acciones de marketing on line adecuadas para lograr sus objetivos

Redes sociales
Campaña publicidad CPC, CPL,CPA,CPV
Campaña E-mailing /Newsletter

6.- Conocimiento continuo

Le mantenemos al corriente de las últimas novedades en gestión de acciones de marketing on line.

PLAN DE MARKETING ON LINE

DEFINICION de OBJETIVOS

- Incrementar el número de contactos a través de la web según mercado y público objetivo.
- Mejorar el posicionamiento en los principales buscadores
- Controlar la rentabilidad de la inversión realizada en Internet
- Encontrar nuevas oportunidades de negocio
- Potenciar la imagen de la empresa a nivel nacional e internacional
- Otros

1.- PLAN ESTRATEGICO

- 1.1.-** Situación actual de su empresa en Internet
- 1.2.-** Situación competencia física en Internet (Datos competencia aportados por el cliente).
- 1.3.-** Situación competencia en Internet
Palabras clave consensuadas con el cliente.
- 1.4.-** Situación del sector en Internet.
- 1.5.-** Valoración perfil del internauta en Internet.
- 1.6.-** Conclusiones y sugerencias.

2.- PLAN DE ACCIONES

- 2.1.-** Rediseño web (si procede): Usabilidad + Accesibilidad.
- 2.2.-** Posicionamiento SEM (Adwords)
- 2.3.-** Posicionamiento SEO
- 2.4.-** Campañas de publicidad en Redes Sociales según sector y actividad.
- 2.5.-** Alta en buscadores según buscador / país
- 2.6.-** Links: Popularidad
- 2.7.-** Alta en directorios especializados
- 2.8.-** Plataformas web 2.0
- 2.9.-** Blogger
- 2.10.-** Creación RSS
- 2.11.-** Creación Sitemaps Google
- 2.12.-** Otros

SERVICIOS WEB

Accesibilidad para que los buscadores reconozcan con facilidad la web site . Todos los gestores le permitirán incorporar los METATAGS necesarios para ser mejor encontrable en la red y posicionarse en la red orgánicamente, cambiando éstos parámetros según sus necesidades sin perder accesibilidad para los motores de búsqueda de los buscadores.

Tags: "TITLE, DESCRIPTION, PALABRAS CLAVE"

Usabilidad para que el usuario visitante encuentre lo que busca en 1 clic mejor que en dos.

Y **autogestión** para que la web se utilice como una herramienta comercial más al servicio de la propia empresa y también de todos aquellos que la visitan.

En todos nuestros proyectos nos implicamos con las necesidades corporativas de nuestros clientes, trabajando conjuntamente, manteniendo un feed-back continuo. **Desde Visualcat** intentamos **transmitir la máxima objetividad** en nuestros **servicios web** y **Marketing on line**, apoyándonos en nuestra experiencia y nuestro continuo conocimiento en este campo. **Ello nos garantiza resultados y nos permite avanzar junto a nuestros clientes.**

Le dejamos lista la web para que inserte contenidos, imágenes, productos, noticias, ofertas, videos,...cuando quiera y desde donde quiera.

En los siguientes enlaces podrá ver diferentes proyectos realizados por nosotros que siguen las mismas pautas según lo expuesto:

Instituto Oftalmológico Tres Torres	http://www.iott.net
Kenzen Salut	http://www.kenzensalut.com
Image Mon	http://www.imagemon.com
La Vuelta al mundo	http://www.lavueltalamundo.net
Dubbing Films	http://www.dubbingfilms.com
Gesfilter SL	http://www.gesfilter.com

Ver más en <http://www.visualcat.net>

Programación que permite la **creación y gestión de base de datos desde el servidor a través de una zona ADMIN** (contraseña privada), así como los criterios necesarios para que la web sea accesible a la red.

Todos los aplicativos autogestionables incluyen:

- 1.-TAGS: Title, Keywords, Description
 - 2.- URL (dominio / palabras clave escogidas por el cliente)
-

- 3.- Fecha (Blog)
- 4.- Publicar : (Si/no)

Esta opción permite trabajar directamente desde la zona admin. de la web. La información queda almacenada en el servidor y sólo se hará visible en la web si se le da la orden de publicar.

5.- Los textos e imágenes se activan a través de un editor WORD que permite diferentes formatos de de letra, color, insertar tablas, enlaces, anclajes, códigos externos...

Programación en PHP (Mod Rewrite)

Base de datos My SQL

Administrable a través de zona ADMIN con contraseña privada.

Objetivos alcanzados:

1.1.- Posicionamiento SEO: Facilitar la búsqueda en los buscadores a través de palabras clave relacionadas con su actividad, servicios y productos.

1.2.- Accesibilidad: Facilitar la accesibilidad de su actual web en los buscadores.

1.3.- Usabilidad: Facilitar información al internauta de la actividad, servicios y productos.

APLICATIVOS WEB SITE

Diseño web

Arquitectura web

Gestor de secciones

Subsecciones y subsubsecciones:

Gestor Alta de usuarios (Base de Datos)

Tipología de usuarios:

Gestor de Productos

Opción activada a :.- Tienda virtual Pasarela de Pago

Buscador

Aplicativo Formulario

Gestor Noticias

Gestor Ofertas

Gestor Videos

Gestor PDF's

Gestor BLOG

Gestor FAQ's

ACCIONES DE MARKETING ON LINE

POSICIONAMIENTO GOOGLE SEO

El posicionamiento BASICO comprende la gestión necesaria para que su web site se sitúe dentro de los primeros diez enlaces en el buscador Google.

Objetivo:

- 1.- Alcanzar las diez primeras posiciones de los enlaces arrojados por Google según palabra o palabras clave solicitadas en su buscador.
- 2.- Aumento de Page Rank

¿Cómo?

- 1.- El cliente nos aporta al inicio del servicio el grupo de palabras clave con las cuáles quiere estar posicionado en los diez primeros enlaces de Google.

5 grupos de palabras clave.

A partir del 3 mes y siguientes, el cliente nos aporta mensualmente un nuevo grupo de 5 palabras clave

- 2.- Visualcat ejecuta las acciones necesarias en la web site que aparezca dentro de las primeras posiciones del buscador.

- .- Acciones sobre programación de la web site del cliente.
- .- Acciones sobre los requisitos que Google necesita para el reconocimiento de la web site en su motor de búsqueda.

Resultados

Los resultados son visibles aproximadamente a partir de las 14-16 semanas una vez iniciado el proceso de posicionamiento básico.

El tiempo de visibilidad irá en función de las palabras clave escogidas (según demanda en Google) y del tiempo que el buscador emplea en reconocer su web site en los motores de búsqueda.

Los resultados son medibles a través:

- .- Comprobación del grupo de palabras clave en Google.
- .- De las estadísticas arrojadas por Google.
- .- De la valoración del Page Rank.

Qué necesitamos para empezar

- 1.- Listado de los 5 grupos de palabras clave.
- 2.- Acceso a la programación de la web site y contenidos.
- 3.- Acceso a las estadísticas Analytics de Google. En el caso de que no las tuviera, Visualcat le crea una cuenta de Google Analytics e incorpora el código en su web site para su seguimiento.

Tiempo mínimo de la acción: Aconsejado 12 meses.

Cuanta más continuidad en el servicio del posicionamiento en Google mayor efectividad y rentabilidad.

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD ADWORDS EN GOOGLE

Preferentemente las campañas publicitarias en buscadores a través de **Adwords** (CPC) se realizan en **Google**, uno de los principales buscadores en la red.

Le explicamos cómo puede aumentar el nivel de calidad de las visitas en su web site, incrementado sus oportunidades de negocio en la red.

En todo momento dispondrá del estado de la evolución de su anuncio en los buscadores a través del análisis de las estadísticas Adwords. Seguimiento y acciones correctivas en función de la demanda de las palabras clave en la red y precio de puja en Google.

El **posicionamiento** de su web a través de **Adwords** en buscadores permitirá a su empresa a ser más encontrable en la red y **optimizar su ROI** así como aumentar la calidad de tráfico de visitas a su web site.

- 1.- Introducimos el contenido de su campaña: palabras clave
- 2.-
 - .- Definición del público objetivo
 - .- Tráfico web segmentado
 - .- Creación de Landing Page en su web site para aumentar los ratios de conversión visita-cliente (*)
- 3.- Envío de informes.

*Creación de landing page según presupuesto en función de los requisitos de la campaña publicitaria.

Nota: El coste de los click efectuados a través del CPC se pagará directamente a Google.

CAMPAÑAS DE EMAILING / NEWSLETTER

Las campañas de e-mail marketing se lanzan a través de una base de datos. Se puede tener acceso a la base de datos a través de dos medios:

- 1.- Comprar los datos de los usuarios que han dado su permiso para recibir información comercial publicitaria, a empresas que disponen de este servicio. (*)
- 2.- A través de los propia base de datos de la empresa.

Ratios medibles:

- .- nº de emails que se han abierto en destino.
- .- nº de emails que han hecho clic en enlace de redireccionamiento a web de destino. Landing page (**)
- .- nº de usuarios que han hecho clic en el enlace y han contactado con la empresa, comprado un producto, solicitado información...

Creación de campaña e-mailing /newsletter

- 1.- Desarrollode la maquetación de su e-mail marketing o newsletter.

- .- Promocionales.
- .- Novedades
- .- Festividades
- .- Invitaciones
- .- Avisos
- .- Comunicados.

2.- La primera maquetación constará de una imagen JPG en la cual se verá la imagen definitiva de su campaña de e-mail marketing o newsletter pero sin los enlaces operativos.

3.- Aprobación del diseño y/o modificación (1).

4.- Confección en HTML de la maqueta aprobada.

5.- Entrega del archivo HTML a cliente.

6.- Seguimiento de ratios medibles si la base de datos no es externa.
.- Entrega de informe. Conclusiones

(*)Base de datos externa según presupuesto en función de los requisitos del público objetivo contratado..

(**)*Creación de landing page según presupuesto en función de los requisitos de la campaña publicitaria.

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Le gestionamos la creación y continuidad de su campaña publicitaria en función de su actividad empresarial y le aconsejamos cuáles son las mejores redes sociales para su lanzamiento y alcanzar a su público objetivo, fidelizarlo y rentabilizarlo.

Redes sociales preferentes:

Facebook, Twitter, You tube, Orkut, My Space, Linkedin, Xing, Comunidades Blog.

Le asesoramos sobre la estrategia publicitaria más conveniente en cada una de las redes sociales.

Qué aplicativos utilizar y gestionar y y qué herramientas de marketing viral son las mejores para lograr la mayor efectividad en sus campañas publicitarias en las redes sociales en función de:

- .- Generación de contenido de calidad según
- .- perfil de los usuarios registrados.

Objetivos:

- .- Incrementar el nº de usuarios registrados en el perfil de la red social.
- .- Incentivar y motivar al usuario registrado para redirigir su click al enlace de la sección promocionada de la web del cliente.

-
- 1.- Le creamos su perfil: usuario, página o grupo
 - 2.- Introducimos el contenido de su campaña: texto, imágenes, e-coupons, registros, novedades, etc...
 - 3.- Publicidad CPC
 - .- Definición del público objetivo
 - .- Tráfico web segmentado
 - .- Creación de Landing Page en su web site para aumentar los ratios de conversión visita-cliente (*)
 - .- Envío de informes

*Creación de landing page según presupuesto en función de los requisitos de la campaña publicitaria.

Nota: El coste de los click efectuados a través del CPC se pagará directamente a la red social gestionada

VIDEO FORMACION : COMO CREAR UN PLAN DE MARKETING ON LINE



Para **Visualcat** el proyecto de un negocio virtual debe responder a la estrategia global de la empresa.

¿Por qué es necesario crear un Plan de Marketing On Line?

1.- Para **definir** qué **objetivos** quiero alcanzar con la acción que quiero llevar a cabo en la red.

objetivo.

- .- Incrementar el número de contactos a través de la web según mercado y público objetivo.
- .- Mejorar el posicionamiento en los principales buscadores.
- .- Controlar la rentabilidad de la inversión realizada en Internet .
- .- Encontrar nuevas oportunidades de negocio.
- .- Potenciar la imagen de la empresa a nivel nacional e internacional.
- .- Otros..

2.- Para **definir** qué **estrategias** debo utilizar para alcanzar los objetivos en base a:

- .- Conocimiento del sector donde se va a desarrollar la acción
- .- Conocimiento de cómo actúa mi competencia física y virtual en la red.
- .- Conocimiento de cómo actúa el perfil de mi cliente en la red
- .- Conocimiento en qué situación se encuentra mi empresa en la red

3.- Plan de **acciones a desarrollar** para alcanzar los objetivos deseados

Nuestra experiencia en el desarrollo de Planes de Marketing On Line ha permitido a nuestros clientes alcanzar un óptimo posicionamiento **en Google alcanzando al público objetivo deseado, contactarlo, fidelizarlo y convertir sus acciones en rentabilidad.**

***También sesiones formativas presenciales (5 horas)**

CONTACTENOS

Y le ampliaremos la información para ser rentable en la red.

Un cordial saludo.

Rosa Jiménez.

Tf.- (+34) 934 904 334 / 636 974 822 /

visualcat@visualcat.net

www.visualcat.net