+ Q CLICKS

NÚMERO 21

www.placeweb.net

claro, todos los derechos reservados



IBERPRO

DPTO. DISEÑO

Ibéricos Propios es probablemente la empresa extremeña más potente respecto a la producción propia de jamones y embutidos ibéricos (ya sabéis para Navidades...)

Cómo no, su nueva web tenía que ser una muestra de ese potencial, pero alejándonos de los diseños "plantilleros" de la competencia y del Woocommerce trasnochado que tenían hasta ahora.

Así que hicimos un diseño desde 0 y dotamos a la tienda con lo último en marketing: automatizaciones, plataforma de email marketing, CRM, generador de cupones de descuento y una versión móvil personalizada para ofrecer una experiencia de compra rápida y elegante, donde el protagonista es siempre el producto... y el paladar.

¡ vamos !

POSICIONAMIENTO • P. 2

La Voz del CEO • P. 2

NEGOCIOS VIVOS • P. 3

BREAKING NEWS • P. 4

CONSEJOS PARA NO FRACASAR • P. 5

LOS COCHES CHINOS Y TU NEGOCIO • P. 6

MARKETING EN USO • P. 7

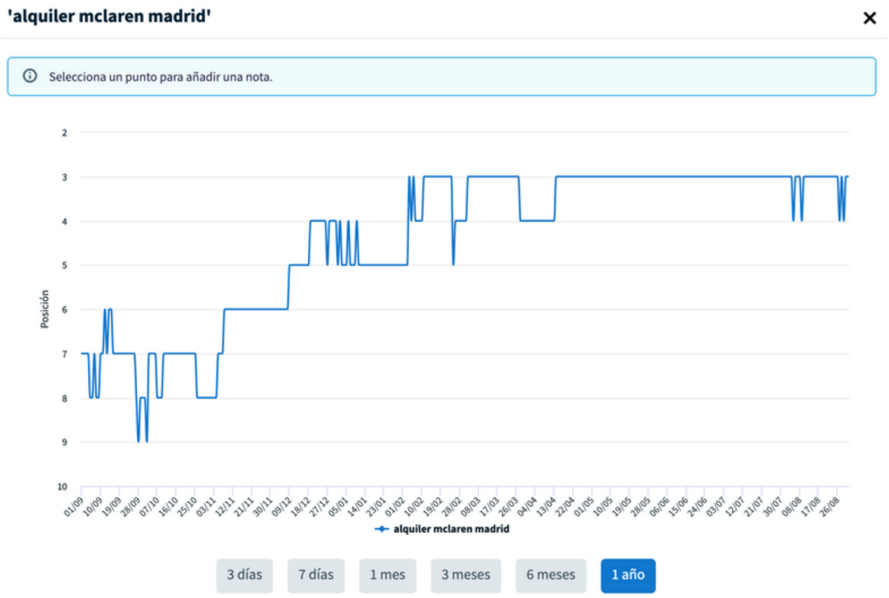
REDES SOCIALES • P. 9 New!

OPINIÓN • P. 10

POSICIONAMIENTO

CASO ABIERTO: VEHÍCULOS LUJO

DPTO. SEO

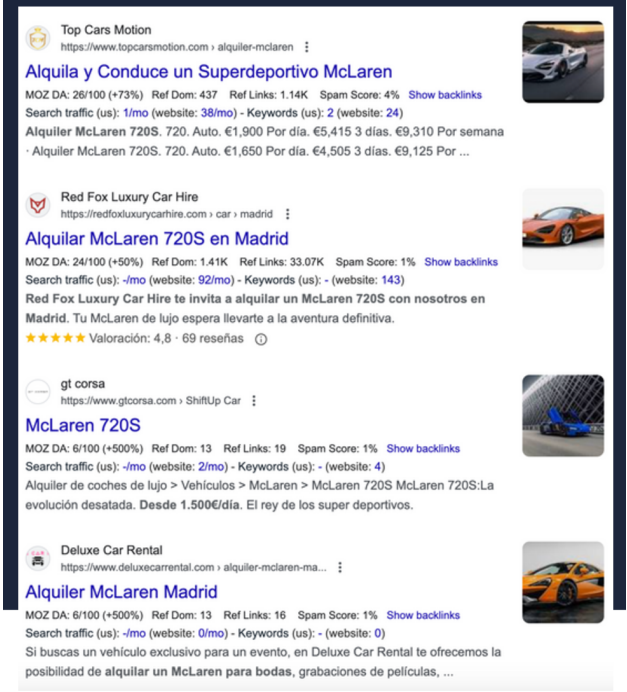


Nos vamos al mercado deL lujo posicionando súper deportivos. Del puesto 92 (cuando empezamos) al 3er - 4º puesto para Mc Laren en Madrid. Imaginad la cara que se le habrá puesto a la competencia de nuestro cliente cuando se hayan enterado que 2000€ al mes por este mismo trabajo es un robo a mano armada.

Por cierto, es una web sin código (wix.com) y no voy a decir nuestro precio para que no quemen las oficina de nuestra competencia. **La buena acción del día.**



SEO a caraperro



CEO

Aquí vengo...

Soy Álex Rodríguez, nuevo CEO Junior de la agencia y **rejuvenecedor de empresas y negocios**, cual ácido hialurónico.

Si hay algo que necesita una agencia de marketing es sangre fresca para tiempos y tendencias nuevas.

Aquí siempre hemos ido de cara con todo el mundo, para lo bueno y lo malo, y es algo que nos distingue del resto, además de ser unos cracks del marketing. Y es por lo que me he enganchado a PLACEWEB. Honradez por bandera y tratar igual a todo el mundo, sea su negocio grande o pequeño.



NEGOCIOS VIVOS

MARKETING



¡Inbraex te trae las Mejores Bebidas hasta la Puerta de Negocio!

INBRAEX

Pues aquí os traemos la nueva tienda online de la mayor distribuidora de bebidas de Extremadura, con sede en Mérida. Esta vez nos decantamos por Woocommerce para montar todo el sistema que necesitaban, además de sus redes sociales y SEO. Nada mejor que no estar esclavizado de por vida con supuestos diseñadores y agencias trampa.

¡ vamos !



Al Otro lado de los Novios

No todo van a ser las casas de moda comerciales y las franquicias. Hay una tienda en Madrid, a la que estamos intentando abrir camino en Google, que os vamos a recomendar para todo lo que sean vestidos de celebración y sin tener que empeñarse por el camino.

Por nuestra parte, iremos mirando cómo mejorar su presencia online para que más gente se pueda aprovechar de su experiencia a la hora de vestir bien en cualquier tipo de fiesta.

¡ vamos !

Podcast

Ya en Spotify y Apple Podcast como Marketing Fenicier. Ahora también con Álex.

@manux_mr

¿Quieres ver cómo estamos cambiando las redes del **barbero** más famoso de Lorca (Murcia)? Las apariencias engañan. Busca @manux_mr en IG.

Barrio Salamanca

go

Madrid, negocios, prisas, estrés, compras, eventos sociales, etc. Nos metemos en el Barrio de Salamanca para anunciarles las clases de Yoga de Inma. Ración de landing y ads en redes.

Silicopan

¿Sabías que hay una empresa que se dedica a limpiar y restaurar las bandejas de las panaderías? Pues nosotros lo hemos descubierto creando la web de la empresa más importante del sector. Ya os la enseñaremos.

Newsletter ¡gracias!



BREAKING NEWS

MARKETING



ÁLEX

Acabamos de llegar de hacernos un tour de visitas por Aragón y País Vasco, donde hemos estado auditando la cadena de tiendas físicas con nuestra marca favorita de ropa deportiva como centro de todo: naik, naik, naik. Ni ke decir tiene que hemos disfrutado el viaje, el trabajo y la gastronomía.

Te preguntarás cómo hemos llegado a este punto. Pues dejando **miguitas de pan** a las grandes marcas para que sepan que aquí tienen el mejor equipo de marketing del país.

¿Cómo? ¿Dónde? Ya sabéis que estamos muy orgullosos de trabajar con pequeñas empresas, autónomos y emprendedores, que son quienes mueven los negocios de verdad. Y se nota que lo disfrutamos y lo damos a conocer donde están nuestros clientes potenciales (esto es fundamental).

¿Y si los grandes quisieran el mismo trato que los pequeños, el que te damos a ti, porque sus mega agencias ya se han acomodado y operan como si fuesen robots? Pues eso nos ha pasado esta vez y está siendo cada vez más común. Eso sí, también os cuento que a nuestra competencia no les ha sentado nada bien y nos están haciendo jugarretas online de niño con rabieta, lo cual es muy poco ético por su parte.

Aquí no basta con hablar mucho. Hay que hacer y demostrar. Y no hubiera sido un éxito si no fuésemos unos cracks del marketing (y no es que lo digamos nosotros, que también).







consejos para no fracasar



INNOVACIÓN

ÁLEX

En una de nuestras reuniones recientes, en Zaragoza, con un equipo “residente” de una empresa con solera, nos tocó recordarles las claves básicas para no navegar a la deriva en cuanto a ventas y marketing se refiere.

Creer que los clientes piensan como tú, es un error gravísimo. Si no te molestas en conocer a quién quieres vender, adiós negocio. Ya puedes hacer lo que quieras, que estás acabado.

Las prisas no son buenas, ni el negocio se levanta solo con ganas e ilusión. El camino más largo es el que lleva al éxito. Un ejemplo claro: pretender que la publicidad funcione lanzándola sin más. La típica frase de: -nuestro cliente potencial es cualquiera que compre-. Fracaso asegurado.

Tienes **24 horas o menos** para contestar a la gente que te contacte, sea para lo que sea. Ya. No tienes tiempo. Pues ya puedes ir sacándolo como sea.

Sinceridad: **hay que ser sinceros** para forjar una relación de confianza. Un ejemplo: si un cliente te pide un servicio y no puedes ejecutarlo, es mejor decírselo que inventarse historias. Incluso recomendar a la competencia cuando no sepas algo, siempre es mejor que mentir.

Honestidad: nada de cambiar los precios a discreción entre unos clientes y otros. Al final todo se sabe y te tomarán por alguien de quien desconfiar. Las cosas valen lo que valen, dependiendo del marketing que las apliques.

Nunca bajes los precios. Siempre habrá alguien que los baje más que tú. No te metas en ese juego. Utiliza el marketing para subir el valor percibido de lo que tú vendes frente a la competencia, que es malvada.

Invierte en darte a conocer. **Si piensas en pobre, te quedarás pobre.** No te quedes esperando a que la gente venga a ti porque sí. No va a suceder. Olvídate de llenar tu cuenta. Esto no funciona así.

mesa para cuatro

los coches chinos y tu negocio



MARKETING

JOAQUÍN

Hoy te contamos qué es la disonancia cognitiva y por qué a veces la lías vendiendo o lo hacen tus comerciales: es la incomodidad mental que cualquier persona tiene cuando intenta aceptar 2 creencias contradictorias a la vez.

La neurociencia (y nosotros, que sabemos más de la práctica) dice que **el cerebro del cliente no es capaz de sostener dos teorías contradictorias** y, por eso, crea una única teoría con la cuál va para adelante hasta que se demuestre lo contrario.

Esto sucede mucho en tus Redes Sociales, aunque también sucede en el día a día de las empresas, ya que si nosotros tratamos de dar un valor añadido, junto con la venta, que es nuestra actividad principal, deberemos hacer que ese cliente no dude y/o no tenga creencias contradictorias:

Si tu empresa se dedica a la venta de vehículos y el cliente va y compra ese vehículo creyendo que ese el mejor del mundo, pero al día siguiente, navegando por internet o hablando con un amigo, ve que hay uno chino con características similares y más económico, se le creará un sentimiento contradictorio que le podría hacer sentir arrepentido de esa compra. Por eso se venden tanto los coches chinos.

Y es aquí donde entramos nosotros y tú: lo que debemos hacer es tener un trato postventa exquisito, mandándole argumentos comerciales, correos, etc. para hacerle sentir que ha tomado la decisión correcta y para allanar el camino en un futuro próximo, es decir, para que hable bien de nuestra empresa, de nuestros productos, nos valoré, etc. Vamos, el marketing que implementamos a los clientes que nos lo piden... y que nos otorga la razón una y otra vez.

¡contáctanos ya!

marketing en uso



MARKETING

ÁLEX

Cómo subir y subir los precios y que la gente siga comprando. Sí, es posible y nuestro mantra para todos los clientes.

Hoy os hablamos de Nuria y de su negocio Roca Mood, que pasó por varias fases, como todo negocio que arranca y que tuvo que tomar decisiones importantes cuando tocó. Pero lo hizo y no se quedó a verlas venir.

Su ropa es sostenible, sí, pero la primera sostenibilidad que hay que tener es la de su contabilidad. Comenzó sola, fue madre, tuvo que coger gente para ayudarla (subida de precio) lo cual tambien aumentó la facturación, gracias a que fabricaban fuera y los costes eran menores. Aún así, no ganaba para tener un sueldo.

no hay precio caro, sino valor injustificado

Cambio de estrategia de ventas. ¡Cómo no! De querer una venta masiva a la especialización y nueva subida de precios: pequeño taller propio en España y prendas vegan sostenibles.

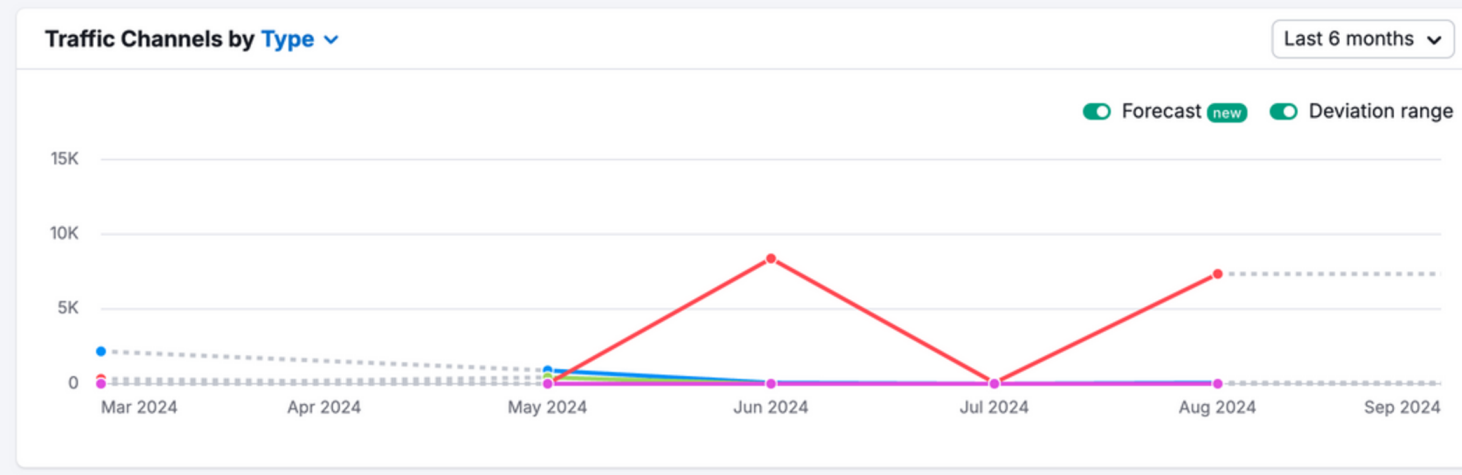
Mucha caña en Instagram (@roca.mood) con mucha transparencia a nivel de marca personal y no ya como marca sin personalidad. Inversión en publicidad y promociones para darse a conocer y comenzar a atraer gente con dinero que sí prefiere comprar prendas que cuestan 4 veces más que sus equivalentes en Zara. ¡Sip!

Cada vez que se necesita subir los precios, se explica en un reel la razón de esa subida. Y la gente sigue queriendo comprar, porque está hecho aquí, son prendas más duraderas y con materiales de mucha más calidad. Vamos, que tienes ropa para rato.

marketing en uso

Vale, vale, que sí te contamos cosas de tu web. Mira...

JOAQUÍN





Línea azul... el gasto decreciente en anuncios de redes sociales, una vez aue hay suficientes seguidores como para hacer negocio con ellos.

Línea roja... el gasto en SEO y en Google para que la web venda también por sí misma.

En este caso, el SEO se ha dejado siempre para el final, puesto que el mercado principal de visitas se obtenía de Instagram. Pero hoy día recibe hasta 7 mil visitas desde Google. ¿Cómo te quedas?

"no siempre se comienza un negocio por una tienda online"

ÁLEX **redes sociales...**

¿Por qué tu negocio necesita de nuestra magia en redes sociales? Pues porque los datos hablan por sí mismos.

A la izquierda te traigo el dato más importante de las redes sociales en el seguimiento de marcas y negocios. El tipo de contenido que más reacciones tiene en cada sector, las horas y más, me lo guardo para mis clientes, claro, ya lo siento ;)



de los usuarios busca en redes antes de comprar online



30,5 millones de **usuarios** de redes sociales en España. Eso es mucha gente.

La **edad media** ha subido de 43 a 45 años dese el año pasado. Casi la mitad tienen estudios universitarios y el 65% trabaja por cuenta ajena. ¿Creías que eran solo niños?

Los **contenidos** que sigue la gente en redes son de un 95% de amigos y familiares, un 49% también sigue a influencers y, además, un 48% también sigue... ¡marcas! Parece que la tuya no (ya sabes dónde estoy).

¿De qué nos aprovechamos? de que las marcas han bajado sus publicaciones propias en un 22% en España. Un gran error, ¿no crees?

Por **gustos**, lo que más consume la gente son, en orden de preferencia: fotos, reels (que suben), carruseles y vídeos largos (que bajan en número de reproducciones). El formato vertical es el más eficiente en redes sociales, no lo olvides.

el seguimiento de marcas ha subido un 5% desde el año pasado

Informarse y entender la actualidad (61%) es el principal motivo para seguir a marcas. Entretenerse (52%), inspirarse (42%) y seguir tendencias (39%) son también otros motivos por los que siguen perfiles de marcas.



Nuestros Valores

ÁLEX

Desde el mundo online también se puede colaborar contra el **cambio climático**.
Aquí os dejo unos ejemplos:

Colgar fotos con un montón de megas en redes sociales es ocupar sitio en servidores que podria dejarse libre para otras fotos y aumentar su gasto de energía.

Publicar imágenes en webs y blogs sin optimizar en tamaño y peso es ralentizarlas y eliminar espacio libre en disco. Usa tinypng.com para optimizarlas.

Usar el correo de Gmail, por ejemplo, es utilizar un servicio de Google libre de emisiones de carbono, por ejemplo. Sé responsable.



nos encantó...

Muy de nuestro estilo. Un anuncio del insecticida RAID que lo dice todo con una sola imagen.

La Canción del Pirata...

JOAQUÍN



Esta sección se la vamos a dedicar a **nuestra competencia querida**. A esos que se dedican a denunciar nuestras reseñas para que Google las quite. A esos que desprecian la juventud de nuestra gente diciendo que no tienen experiencia. A quienes no hacen más que molestar en la ficha de Maps cambiándonos los datos. A los que enlazan nuestra web a granjas de enlaces para que Google nos quite posicionamiento y a los que nos copian los textos que hacemos para nuestros clientes con que para los suyos.
Os damos las gracias por hacer que no nos aburramos y que estemos más unidos cada día que pasa. Vuestros clientes será bienvenidos.

Atención al Hater

JOKIN

Sí, lo sentimos. Lo repetiremos siempre. Shopify no vale para nada y es un saca cuartos. Ahora, tú haz lo que quieras. Luego no nos vengas llorando.

Deja de vender y comienza a ayudar.

¡síguenos!